

# **Propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio de Togüi (Boyacá)**

Yeison Fabián Nova Malagón  
Luisa Fernanda Rivera Guzmán

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, D.C  
2019

# **Propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio de Togüi (Boyacá)**

Yeison Fabián Nova Malagón  
Luisa Fernanda Rivera Guzmán

Asesor metodológico:  
Alvelayis Nieto Mejía

Asesor temático:  
Carolina Hernández

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

Universitaria Agustiniana  
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas  
Programa de Hotelería y Turismo  
Bogotá, D.C  
2019

## **Dedicatoria**

Este proyecto de investigación está dedicado a nuestros padres quienes nos dieron la oportunidad de poder formarnos y llegar a donde nos encontramos el día de hoy, a demás a nuestros docentes de la universitaria agustiniana quienes nos formaron en nuestra carrera profesional dándonos lo mejor de sus conocimientos.

## **Agradecimientos**

Principalmente agradecemos a Dios por brindarnos la sabiduría y el entendimiento para el desarrollo de este proyecto, pues sin su respaldo no hubiéramos podido culminarlo. A nuestros padres por el apoyo incondicional en cada paso para la construcción de nuestro proyecto de vida, además a Carolina Hernández por direccionar la temática del proyecto y propender a un trabajo óptimo, al profesor Alvelayis Nieto por su apoyo en la metodología del proyecto.

## **Resumen**

En el municipio de Togüi Boyacá no existe gran conocimiento del campo turístico y por ende no cuentan con un desarrollo del mismo; dado a esta premisa, se plantea una pregunta de investigación de la siguiente manera, ¿Cómo formular una propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio de Togüi Boyacá? Para esto se comienza el proyecto de investigación con el planteamiento de una serie de objetivos que permitan dar una respuesta a la pregunta de investigación; estos objetivos son divididos en un objetivo general y específicos, donde el objetivo general es formular una propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio, y los específicos son caracterizar las potencialidades turísticas del municipio de Togüi Boyacá, identificar las limitaciones que tiene el municipio de Togüi para el desarrollo turístico y por ultimo proponer un plan de acción a partir de las potencialidades y limitaciones turísticas en el municipio de Togüi Boyacá. Para soportar la investigación se plantean unos marcos de referencia como lo son el marco teórico, marco geográfico, marco conceptual y marco legal que permiten conocer y direccionar el desarrollo de la misma. La metodología que usa para la presente investigación es un enfoque cualitativo, debido a que permite llegar a la información pertinente para alcanzar los objetivos planteados y se centra en la investigación descriptiva.

En conclusión se plantea un plan de acción con una serie de acciones, objetivos, actividades, responsables y metas, donde se le da una propuesta de orientación más clara al municipio para poder desarrollar el turismo de una forma más integral, incluyente y lo más importante cuidando ese tesoro natural con el que cuenta.

## Tabla de contenido

Introducción .....	11
Planteamiento del problema .....	13
Formulación del problema .....	15
Objetivo general .....	16
Objetivos específicos .....	16
Justificación del proyecto.....	17
Metodología .....	18
Enfoque Cualitativo .....	18
Investigación descriptiva .....	18
Población.....	18
Muestra. ....	18
Recolección de datos.....	19
Participantes.....	19
Técnicas e instrumentos a aplicar según el objetivo específico .....	19
Objetivo específico N° 1.....	19
Objetivo específico N° 2.....	20
Marcos de referencia .....	21
Marco teórico.....	21
Planificación turística.....	21
Metodologías de la planificación turística en Colombia.....	21
Plan turístico convencional. ....	22
Plan ambiental turístico.....	22
Plan estratégico turístico. ....	24
Esquema de planificación turística para la competitividad.....	25
Plan prospectivo estratégico turístico.....	27
Plan maestro de turismo. ....	28
Proceso de planificación turística. ....	31
Estudio preliminar o de pre viabilidad. ....	32
Definición de objetivos de desarrollo turístico. ....	32
Estudios y evaluaciones. ....	33
Análisis y síntesis. ....	33
Formulación del plan.....	33

Ejecución y gestión. ....	33
Herramientas de planificación. ....	33
El diagnóstico turístico. ....	35
Fase de diseño del diagnóstico. ....	35
Definición del tipo de planificación. ....	35
Delimitación del área de estudio. ....	36
Revisión de documentos. ....	36
Planificación del trabajo de campo. ....	37
Fase de recolección de la información de campo. ....	37
Ficha de diagnóstico turístico de comunidades. ....	37
Ficha de caracterización de la demanda. ....	39
Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos. ....	40
Fase de análisis y sistematización de resultados. ....	42
Desarrollo turístico. ....	42
Ciclo de vida del destino. ....	43
Enfoques del desarrollo turístico. ....	44
Desarrollo turístico en Togüi. ....	44
Conservación y protección de patrimonio histórico y cultural en Togüi. ....	45
Análisis FODA. ....	46
Marco geográfico. ....	48
Economía. ....	48
Vías de acceso. ....	49
Marco conceptual. ....	50
Marco legal. ....	53
Capítulo I. ....	55
Métodos a utilizar. ....	55
Actividades. ....	58
Formato de diagnóstico 1- Caracterización turística de comunidades. ....	58
Formato de diagnóstico 2 – Caracterización de la demanda. ....	65
Inventarios turísticos. ....	67
Análisis. ....	94
Capítulo II. ....	96
Introducción. ....	96
Metodología. ....	97

Actividades .....	98
Entrevistas.....	98
Formato de entrevista.....	98
Análisis entrevistas. ....	107
Encuestas.....	108
Formato de encuesta. ....	108
Análisis de encuestas. ....	111
Árbol de problemas.....	121
Matriz FODA.....	124
Capitulo III .....	127
Introducción.....	127
Actividades .....	128
Plan de acción. ....	128
Estrategia del plan de acción.....	129
Estudio financiero .....	140
Presupuesto de plan de acción.....	140
Conclusiones .....	147
Recomendaciones.....	148
Referencias .....	149

## Lista de Tablas

Tabla 1.....	19
Tabla 2.....	20
Tabla 3.....	97
Tabla 4.....	125
Tabla 5.....	129
Tabla 6.....	140
Tabla 7.....	140
Tabla 8.....	140
Tabla 9.....	141
Tabla 10.....	141
Tabla 11.....	141
Tabla 12.....	142
Tabla 13.....	142
Tabla 14.....	142
Tabla 15.....	143
Tabla 16.....	143
Tabla 17.....	143
Tabla 18.....	144
Tabla 19.....	144
Tabla 20.....	144
Tabla 21.....	145
Tabla 22.....	145
Tabla 23.....	145
Tabla 24.....	146

## Lista de Figuras

<b>Figura 1.</b> Proceso de planificación del turismo. Ricaurte. C (2009).....	32
<b>Figura 2.</b> Herramientas de la planificación. Adaptado por Ricaurte. C (2009). .....	34
<b>Figura 3.</b> Análisis FODA para destinos turísticos. Adaptado por Ricaurte. C (2009).....	47
<b>Figura 4.</b> Mapa Togüi. Maps. (2015).....	48
<b>Figura 5.</b> Sistema turístico. Molina. (2000). .....	56
<b>Figura 6.</b> Balneario de Togüi. Nova y Rivera (2019). .....	67
<b>Figura 7.</b> La chorrera. Nova y Rivera (2019).....	70
<b>Figura 8.</b> Humeadora. Nova y Rivera (2019).....	73
<b>Figura 9.</b> Pozo verde. Nova y Rivera (2019). .....	76
<b>Figura 10.</b> Charco largo. Nova y Rivera (2019).....	79
<b>Figura 11.</b> Cañón del Saque Nova y Rivera (2019). .....	82
<b>Figura 12.</b> Pescadero. Nova y Rivera (2019). .....	85
<b>Figura 13.</b> Fiesta de Togüi. Tomada por Emisora de Togüi. (s.f).....	91
<b>Figura 14.</b> Grafico 7. Nova y Rivera (2019). .....	111
<b>Figura 15.</b> Grafico 8. Nova y Rivera (2019). .....	112
<b>Figura 16.</b> Grafico 9. Nova y Rivera (2019). .....	112
<b>Figura 17.</b> Grafico 10. Nova y Rivera (2019). .....	113
<b>Figura 18.</b> Grafico 11. Nova y Rivera (2019). .....	114
<b>Figura 19.</b> Grafico 12. Nova y Rivera (2019). .....	114
<b>Figura 20.</b> Grafico 13. Nova y Rivera (2019). .....	115
<b>Figura 21.</b> Grafico 14. Nova y Rivera (2019). .....	116
<b>Figura 22.</b> Grafico 15. Nova y Rivera (2019). .....	116
<b>Figura 23.</b> Grafico 16. Nova y Rivera (2019). .....	117
<b>Figura 24.</b> Grafico 17. Nova y Rivera (2019). .....	117
<b>Figura 25.</b> Grafico 18. Nova y Rivera (2019). .....	118
<b>Figura 26.</b> Grafico 19. Nova y Rivera (2019). .....	119
<b>Figura 27.</b> Grafico 20. Nova y Rivera (2019). .....	119
<b>Figura 28.</b> Grafico 21. Nova y Rivera (2019). .....	120
<b>Figura 29.</b> Grafico 22. Nova y Rivera (2019). .....	121

## Introducción

En el municipio de Togüi Boyacá no existe gran conocimiento del campo turístico y por ende no cuentan con un desarrollo del mismo; dado a esta premisa, se plantea una pregunta de investigación de la siguiente manera, ¿Cómo formular una propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio de Togüi Boyacá? Para esto se comienza el proyecto de investigación con el planteamiento de una serie de objetivos que permitan dar una respuesta a la pregunta de investigación; estos objetivos son divididos en un objetivo general y específicos, donde el objetivo general es formular una propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio, y los específicos son caracterizar las potencialidades turísticas del municipio de Togüi Boyacá, identificar las limitaciones que tiene el municipio de Togüi para el desarrollo turístico y por ultimo proponer un plan de acción a partir de las potencialidades y limitaciones turísticas en el municipio de Togüi Boyacá. Para soportar la investigación se plantean unos marcos de referencia como lo son el marco teórico, marco geográfico, marco conceptual y marco legal que permiten conocer y direccionar el desarrollo de la misma. La metodología que usa para la presente investigación es un enfoque cualitativo, debido a que permite llegar a la información pertinente para alcanzar los objetivos planteados y se centra en la investigación descriptiva.

En primer capítulo se quiere dar una mirada a los elementos que caracterizan turísticamente al municipio de Togüi Boyacá. Desde hace un año que se lleva realizando la investigación en el municipio, se ha podido evidenciar una serie de aspectos que en temas de turísticos llevan a pensar que el destino realmente si tiene esa potencialidad turística, pero con un gran déficit en la vocación de la misma, pues se conocen los atractivos, o la gran parte de estos, pero simplemente se tornan en el uso de las personas que residen allí y de las que conocen el municipio por sus familiares.

Dentro del desarrollo del segundo capítulo de la investigación existen otro tipo de factores que son fundamentales y que deben ser presentados y analizados para así llegar a plantear un plan de acción correcto y preciso con las situaciones actuales del municipio. En donde se muestra todas esas debilidades que al municipio no le permiten un desarrollo turístico, en donde los principales problemas se centran en el desconocimiento de cómo desarrollar proyectos turísticos o falta de capacitación, presencia de presuntas actividades mineras que afectan la riqueza natural y consecuente a esto estancan el desarrollo del municipio.

Para el desarrollo del capítulo tres se tiene en cuenta toda la investigación expuesta en este documento, pues se plantea un plan de acción que servirá para apoyo al desarrollo turístico del municipio de Togüi – Boyacá. Cabe resaltar que la herramienta del FODA utilizada en esta investigación fue un hacer un análisis del todo completo, sino un análisis práctico para establecer estrategias que ayuden a conseguir el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

En conclusión, se plantea un plan de acción con una serie de acciones, objetivos, actividades, responsables y metas, donde se le da una propuesta de orientación más clara al municipio para poder desarrollar el turismo de una forma más integral, incluyente y lo más importante cuidando ese tesoro natural con el que cuenta.

## **Planteamiento del problema**

Dentro del municipio de Togüi, no existe gran conocimiento del campo turístico y por ende no cuentan con un desarrollo del mismo, pues aunque haya potencial el hecho de que la administración no se centre en el aprovechamiento de estos recursos, sino en otro tipo de desarrollo económico como el de la inversión en la agricultura, pues de ahí es donde se obtiene gran parte de los recursos del municipio, sin embargo se podría decir que hay alguna inversión para el impulso de visitantes al municipio, pues para tiempos de ferias y fiestas, cumpleaños del municipio entre otros eventos culturales, el municipio realiza diferentes tipos de publicidades para convocar a las personas a que lleguen al municipio y participen de los diferentes eventos. Pero como tal en la inversión para el sector turístico directamente (aprovechamiento de los recursos naturales) no existe, por lo cual hace que el turismo en el municipio sea estacional por los eventos o a tal punto de ser nulo en el uso de los recursos naturales. Sin embargo, solo existen muestras culturales y gastronómicas, donde el conocimiento de estos eventos solamente es reconocido por las personas que residen allí y sus conocidos, dándole al municipio poco reconocimiento y promoción.

La causa de que este tipo de cosas sucedan, es precisamente lo que se nombraba anteriormente, y es que la administración municipal no tiene gran interés por el desarrollo en este campo porque existen intereses diferentes que le dan más rentabilidad a la administración, pero poco recurso para el municipio por temas de corrupción, ya que últimamente se ha pensado en el hecho de realizar explotación minera en diferentes puntos del municipio, causando claramente daños irreparables, pues esta explotación no va tanto dirigida a obtener recursos para el desarrollo del municipio, sino se concentra en el recibir fondos de manera ilegal para la administración.

Si no se toman acciones respecto a estas problemáticas, se pueden causar daños tanto económicos como naturales, ya que es preferible hacer uso de los recursos para el desarrollo del turismo, que hacer uso de estos recursos para explotación minera, pues en el primer caso se podría hablar de inclusión para con los habitantes del municipio y darles una opción diferente de trabajo en donde no sea solo el trabajo en el campo, o en el peor de los casos, comenzar a trabajar en minería, sin embargo centrándose en las causas del no intervenir en estos casos, el municipio dejaría de ser un potencial competitivo en el desarrollo turístico del país, y teniendo en cuenta la situación actual del turismo en donde en pocas palabras se dice que será el sector económico más

importante del país, se perdería la oportunidad de invertir en turismo y crecer como un lugar turístico del país.

## **Formulación del problema**

Dándole relevancia a lo anteriormente mencionado, se es necesario realizar una investigación en donde aporte dichas respuestas de cómo se podría aportar mediante las potencialidades y cuales sería las limitaciones para el desarrollo turístico del municipio

Por lo tanto, la pregunta de investigación se plantea de la siguiente manera:

¿Cómo formular una propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio de Togüi?

### **Objetivo general**

- Formular una propuesta para el desarrollo integral del turismo en el municipio de Togüi.

### **Objetivos específicos**

- Caracterizar las potencialidades turísticas del municipio de Togüi (Boyacá).
- Identificar las limitaciones que tiene el municipio de Togüi para el desarrollo turístico.
- Proponer un plan de acción a partir de las potencialidades y limitaciones turísticas en el municipio de Togüi Boyacá.

## **Justificación del proyecto**

El deber de todo profesional es aplicar lo aprendido en la academia y más que eso es pensar en el aportar al país y en el de general desarrollo desde su campo de trabajo. En el territorio colombiano existe diversidad de destinos, en el cual su enfoque principal varía con respecto a las facilidades y los recursos que existen en las zonas. Al fijarse de forma más detenida en los municipios, lo más común es que su factor económico o productivo se centra en un solo sector económico; este es el caso del Municipio de Togüi Boyacá, en donde su factor productivo se centra en el sector agropecuario, en productos como la caña de azúcar, el café, la yuca entre otros. Sin embargo, el municipio se caracteriza por tener un clima acogedor y una serie de atractivos naturales que para los que conocen y viven en Togüi, son lugares sin mayor importancia, pero para el sector turístico este tipo de atractivos hacen que el destino se pueda potencializar en el sector terciario o de los servicios, es decir potencializar el destino turísticamente.

Como ya bien se ha mencionado anteriormente el hecho que el destino posea una serie de características que permitan que sea un destino potencialmente turístico como lo es su clima, historia, sus tradiciones, los recursos naturales, los atractivos naturales, entre otros, hacen que la investigación tenga un porque, y es el permitir que el destino se puede empezar a reconocer principalmente identificando sus debilidades y potencialidades, y posteriormente comenzar un trabajo más en conjunto con el municipio, y así permitir que Togüi se comience a ver como un destino turístico y pueda llegar a tener otro tipos de ingresos por parte del turismo.

A raíz de lo anteriormente dicho, surge la idea de crear una alternativa para el desarrollo turístico del Municipio de Togüi Boyacá; para que la comunidad Togüiseña pueda verse beneficiada económicamente no solo del sector agropecuario sino también del sector turístico, reconociendo los diferentes atractivos turísticos que tiene la zona y su importancia en el trabajarlo y claramente en el cuidarlo.

Los beneficiados directamente con esta investigación, será claramente la población del municipio de Togüi ya que es un proyecto con inclusión social y crecimiento económico, que aportara al municipio reconocimiento en el sector turístico y abrirá nuevas puertas y oportunidades a las personas que se integren o involucren en el proyecto; pues la intención no es solo la investigación, sino la implementación de la propuesta a la entidad competente del municipio para la evaluación y ejecución de la misma.

## **Metodología**

### **Enfoque Cualitativo**

Los enfoques de la investigación son aquellos pasos que ayudan al investigador a llegar a la información o datos que ayuden a comprender el objeto del estudio que se está realizando; ya que en este caso se está buscando información sobre las potencialidades del municipio turísticamente, en donde se recolecte información sobre sus atractivos turísticos y las limitaciones con las que cuenta para no desarrollarse, el enfoque que se llevara a cabo es un enfoque cualitativo ya que este se centra en la investigación descriptiva.

### **Investigación descriptiva**

La investigación descriptiva es la que se utiliza para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se están abordando y que se pretenda analizar; Este tipo de investigación consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta; y el investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrara el mismo.

Las principales etapas a seguir en una investigación descriptiva son:

- Examinar las características del tema a investigar.
- Definirlo y formular hipótesis.
- Seleccionar la técnica para la recolección de datos.
- Fuentes a consultar

Universia. (2017).

### **Población.**

Es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación. "El universo o población puede estar constituido por personas, animales, registros médicos, los nacimientos, las muestras de laboratorio, los accidentes viales entre otros. López (2004)

### **Muestra.**

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. López (2004).

Para la investigación se tendrá en cuenta una parte de los habitantes de la población y los entes competentes de la administración del municipio.

**Recolección de datos.**

Dentro de la investigación se señalan diferentes aspectos que permiten la recolección de los datos de manera precisa y la información sobre su procedencia. Siendo así una característica primordial para la obtención de información por medio de los habitantes y sus comentarios acerca del estudio que se está realizando, aunque no se encuentra esta fuente, sino las cosas que se pueden observar a simple vista y la información que puede llegar a ser suministrada por la administración del municipio.

Una vez que se identifica la población con la que se realizara la investigación se establece una serie de entrevistas, registros fotográficos y audiovisuales si es posible, para que puedan sustentar la investigación que se está realizando.

**Participantes.**

Los participantes de la presente investigación serán los siguientes:

- Habitantes del municipio de Togüi.
- Oficina de turismo del municipio.
- Turistas.

**Técnicas e instrumentos a aplicar según el objetivo específico**

**Objetivo específico N° 1.**

Tabla 1.

Objetivo específico N° 1

Objetivo Especifico	Técnica	Instrumento
- Caracterizar las potencialidades turísticas del municipio de Togüi (Boyacá).	Observación	- Formato de Inventario - Formato de diagnóstico turístico

*Fuente: Nova y Rivera (2019).*

## Objetivo específico N° 2.

Tabla 2.

Objetivo específico N° 2

Objetivo Especifico	Técnica	Instrumento
-Identificar las limitaciones que tiene el municipio de Togüi para el desarrollo turístico..	-Entrevista	-Cuestionario semiestructurado
	-Encuesta	-Cuestionario de preguntas.
	- Árbol de problemas	-Árbol de problemas
	-Matriz de análisis	- Matriz FODA

*Fuente: Nova y Rivera (2019).*

## **Marcos de referencia**

### **Marco teórico**

#### **Planificación turística.**

Teniendo en cuenta la definición de (Rivas al. 2012) la planificación puede entenderse como un elenco de medidas y mecanismos diseñados por los agentes implicados, directa o indirectamente, en la actividad turística para crear, mantener o convertir un producto o destino turístico determinado en competitivo y facilitando la adopción de decisiones de todas las partes implicadas en el sector.

El componente estratégico de la planificación reside justamente en determinar, desde el trabajo técnico que conlleva la planificación, aspectos esenciales como:

- La forma y extensión del turismo
- Los mecanismos de comercialización de nuestro producto- destino
- El tratamiento que se dará al medio ambiente como atractivo turístico y como receptor de efectos externos negativos
- El papel que se atribuirá a los elementos socioculturales como a tractores del interés turístico y como receptores de posibles efectos externos negativos derivados de la actividad
- El grado de implicación política, institucional, y empresarial en las actuaciones y compromisos derivados de la planificación.

#### **Metodologías de la planificación turística en Colombia.**

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017) las metodologías son herramientas que permiten crear planes enfocados al desarrollo turístico de los territorios, es por esto que es importante tener claridad al momento de realizarlas ya que existen diferentes tipos, dependiendo el desarrollo que se le quiere dar al territorio. A continuación, se definirán las siguientes metodologías: plan turístico convencional, plan ambiental turístico, plan estratégico turístico, esquema de planificación turística para la competitividad, plan prospectivo estratégico turístico y plan maestro de turismo.

**Plan turístico convencional.** Según el Mincit (2017) Es aplicable en aquellas regiones y localidades en las cuales el desarrollo turístico es incipiente o en las cuales apenas se está descubriendo como una potencialidad de desarrollo. Sus componentes serían los siguientes:

a) Parte general

1. Limitantes y potencialidades

- Información general
- Evolución del mercado
- Atractivos turísticos
- Infraestructura
- Planta turística
- Superestructura
- Necesidades de educación para el turismo
- Uso de tecnología

2. DOFA, problemas e imagen

3. Objetivos

4. Estrategias

5. Programas y proyectos

- Mercadeo y promoción
- Mejora de infraestructura
- Coordinación de la superestructura
- Mejora de tecnología
- Atracción de la inversión

b) Plan plurianual de inversiones

c) Otros aspectos

**Plan ambiental turístico.** Según el Mincit (2017) cuando se trabaja en una región en la cual el componente ambiental es determinante, se deberá trabajar con el esquema del plan ambiental turístico (PAT). este deberá partir de un ordenamiento ambiental territorial (OAT) que contempla como mínimo los siguientes aspectos:

1. Caracterización de la región: especificidad y entorno

2. Relación sociedad - naturaleza

## 2.1 Determinación de áreas: urbana, suburbana, rural, de conservación

### 2.2 En cada área se debe precisar:

- Articulación población - actividades económicas
- Equilibrio espacio natural y construido
- Problemática ambiental: causas - consecuencias
- Estructura de servicios
- Procesos de desarrollo
- Usos de la tierra
- Uso y manejo de los recursos naturales
- Peso de recursos naturales en procesos económicos
- Limitaciones y posibilidades

### 2.3 Análisis en relación con el contexto

- Condiciones políticas favorables a su gestión
- Disponibilidad de capacidad tecnológica y científica
- Eficiencia del sistema ambiental en relación con las actividades económicas y productivas

## 3. Construcción de indicadores

- Causas de los problemas
- Calidad del medio ambiente
- Medidas que toma la sociedad para mejorar el medio ambiente

## 4. Definición de referentes: estrategias

Esta propuesta se basa en las directrices establecidas por el Ministerio del Medio Ambiente.

Con la información obtenida en el Ordenamiento Ambiental Territorial se procede a la elaboración del plan ambiental turístico. Este modelo es útil para aquellas regiones o localidades que ya tienen algún grado de especialización en la prestación de los servicios turísticos, que han detectado una vocación orientada a los segmentos del mercado que demandan servicios turísticos que tienen como insumo principal la oferta de naturaleza. Sus componentes son los siguientes:

- a) Parte general

1. Limitantes y potencialidades
  - Evolución del ecoturismo, del agroturismo, del turismo étnico y cultural
  - Atractivos naturales y culturales: áreas, indicadores de manejo
  - Servicios básicos requeridos, transporte, señalización
  - Arquitectura empleada
  - Coordinación institucional y normalización
  - Capacitación requerida
  - Tecnología empleada
  - Recursos financieros disponibles
2. DOFA, problemas e imagen
3. Objetivos para cada tipo de turismo
4. Estrategias
5. Programas y proyectos
  - Investigación de productos y segmentos del mercado
  - Tecnologías limpias adecuadas a los servicios
  - Educación especializada para los diversos tipos de turismo
  - Diseño de productos
  - Marketing y comercialización
  - Soporte informativo

b) Plan plurianual de inversiones

c) Otros aspectos

Mincit (2017)

***Plan estratégico turístico.*** Según el Mincit (2017) Se recomienda su utilización cuando la entidad territorial tiene un desarrollo notorio en materia turística y se enfrenta a la solución de una problemática específica. Es por tanto coyuntural, pragmático y no se detiene en reflexiones ni medición de impactos en el mediano o en el largo plazos.

Mediante la detección de problemas se llega al planteamiento de soluciones concretas que muestre resultados inmediatos. De allí que la estructura del plan sea muy sencilla:

- a. Detección y formulación de las situaciones problema
- b. Formulación de soluciones
- c. Estructuración de proyectos
- d. Articulación de una estrategia

Mincit. (2017)

***Esquema de planificación turística para la competitividad.*** Según el Mincit (2017) esta metodología establece unos lineamientos incorporando otras variables desde el ángulo de la demanda. Las principales variables que se deben tener en cuenta, según la Organización Mundial del Turismo son las siguientes:

- Atributos de producto
- Estructura empresarial y de explotación
- Posición en el mercado
- Factores de producción y tecnológicos

Cada uno de ellos se desglosa en otras variables cuya medición es fundamental para determinar la competitividad de un destino turístico.

Sus componentes son los siguientes:

1. Limitantes y potencialidades de la competitividad del destino

- 1.1 Atributos de producto:

- 1.1.1 Atractivo de los recursos turísticos: inventario

- 1.1.2 Nivel de equipamiento del destino

- Infraestructura general: redes de carreteras, ferrocarriles, autobuses, aeropuertos, suministro de agua, electricidad, recolección de basuras, servicios médicos, financieros y de telecomunicaciones.
- Accesos y facilidades de transporte: distancia física y temporal de los mercados de origen, frecuencia, facilidad y calidad del acceso por aire, por ferrocarril o por carretera

- 1.1.3 Nivel de diferenciación de la oferta

- 1.1.4 Condiciones del entorno

- Relaciones económicas y sociales: relaciones comerciales, flujos históricos o recientes de inmigración, cultura, lengua y religión comunes.
- Actitudes con respecto a los turistas: calor de la acogida, facilidad de comunicación, voluntad de informar al turista, ausencia de hostilidad hacia el visitante.
- Distancia cultural: imposibilidad de comunicación, tabúes, alto índice de pobreza, sistemas de valores completamente divergentes.
- Seguridad: inestabilidad política, terrorismo, alto índice de criminalidad, control aéreo poco fiable, corrupción de los servicios administrativos y policiales.
- Aspectos sanitarios: baja calidad de las prestaciones médicas, enfermedades y epidemias, comida o bebida poco usuales.

#### 1.2 Estructura empresarial y de explotación

- Volumen de oferta: empresas y productos
- Sistemas de gestión
- Cultura organizacional
- Tasa de ocupación
- Margen de explotación

#### 1.3 Posición en el mercado

- Nivel de precios
- Nivel de concentración de la demanda
- Cuota de mercado
- Canales de comercialización principales
- Nivel de satisfacción de la demanda
- Nivel de fidelidad de la demanda
- Nivel de notoriedad en el mercado

#### 1.4 Factores de producción y tecnológicos

- Disponibilidad de mano de obra
- Cualificación de los recursos humanos
- Recursos tecnológicos disponibles
- Costo de los factores

## 1.5 Papel de la superestructura

- Organización del destino: habilidades de organización del cluster, alianzas estratégicas
- Eficiencia: experiencia integral del cluster, productividad
- Gestión: marketing del destino, gestión general del destino
- Información: investigación, información interna

## 2. Definición de los problemas de competitividad

## 3. Identificación de soluciones

## 4. Formulación de proyectos

## 5. Articulación de una estrategia

- Identificación de las expectativas del cliente
- Garantía de calidad del producto
- Servucción y marketing interno
- Satisfacción y fidelización de los turistas
- Papel de la administración: logística y coordinación

## 6. Seguimiento

El destino que decida aplicar esta metodología debe tener una trayectoria en el desarrollo del sector; no es recomendable para destinos que apenas inician su desarrollo turístico.

***Plan prospectivo estratégico turístico.*** Según el Mincit (2017) Cuando el destino turístico ha alcanzado cierto nivel de madurez manifiesta en las relaciones entre los diversos actores, puede aventurarse a pensar en el mediano y largo plazos. Sus componentes son los siguientes:

- Estado del arte
- Identificación de factores críticos
- Precisión de las variables clave
- Estimativo de un escenario probable y establecimiento de imágenes alternativas de futuro
- Reconocimiento de los actores sociales
- Elección de un escenario apuesta
- Diseño de un plan vigía
- Descripción de las estrategias (objetivos y acciones)
- Constitución de un grupo de alerta prospectiva o Think tank

**Plan maestro de turismo.** Según el Mincit (2017) parte de elementos enunciados en las otras metodologías – plan convencional, plan estratégico - y les añade componentes como el balanced scorecard, los planes de negocios, la georreferenciación de algunos insumos y el diseño de estrategias para atraer inversión.

*FASE I: Efectuar un análisis de la situación actual en el sector turístico*

- Inventario de recursos naturales, culturales, accesibilidad, equipamientos, servicios turísticos, festividades, eventos categorizados y calificados.
- Revisión de la información existente sobre la economía, infraestructura, sociedad, asentamientos urbanos, recursos turísticos y medio ambiente; establecer la importancia del turismo en la economía local y la relación con otras actividades económicas.
- Tendencias del mercado turístico nacional e internacional y establecer las actuales dinámicas empresariales de turismo internacional.
- Estado actual de la infraestructura de servicios públicos, transporte (en sus distintos modos), centros de transferencia, señalización vial y de atractivos turísticos, servicios de salud, seguridad para el turista, servicios financieros y telecomunicaciones.
- Planta turística que incluya el inventario de los establecimientos prestadores de servicios turísticos, información sobre tarifas y evaluación de la calidad de los servicios.
- Estudios de campo faltantes para completar el diagnóstico sobre el sector turismo en cada uno de los componentes.
- Evaluación de las funciones y la eficiencia de las entidades públicas y privadas que lideran la actividad turística.
- Identificación de las necesidades de capacitación de los individuos relacionados con el sector turismo.
- Dinámica institucional compartida para el mejoramiento de la calidad en el sector turismo y evaluar su desempeño.
- Grado de uso de la tecnología para la gestión administrativa empresarial, las redes de reservas y comercialización de productos turísticos.
- Entrevistas con agentes públicos y privados locales, que intervienen en el sector turístico, con el fin de obtener la información completa de las fortalezas y debilidades de la oferta turística existente e identificar las líneas de acción.
- Determinar el grado de atractividad en el contexto nacional e internacional.

*FASE II: Definir el modelo de desarrollo turístico más adecuado para la región y para cada uno de sus componentes territoriales*

- Cuadro de mandos del turismo sostenible que incluya un mínimo de indicadores (Balanced scorecard)
- Objetivos, metas e indicadores que serán cuantificados en el cuadro de mando, la metodología para valorar progresos en el logro de los objetivos y asignar valores críticos a cada meta.
- Establecer, con base en los resultados de los talleres con los grupos de trabajo local, del análisis del cuadro de mandos y de los factores que condicionen el cumplimiento de los objetivos específicos, el tipo de modelo de desarrollo turístico más apropiado para el destino y para cada uno de sus componentes territoriales.
- Establecer una metodología de planeamiento para ser usada en el estudio, que forme la base de los procesos de planificación del sector turístico en el destino.

*FASE III: Definir las líneas estratégicas generales para el desarrollo turístico del territorio*

- Portafolio de productos turísticos para lo cual se determinarán las claves de éxito que permitan convertir los recursos existentes y potenciales en productos turísticos.
- Establecimiento conjuntamente con el Comité Técnico Supervisor, de los parámetros de posicionamiento más adecuados.
- Características de los segmentos demandantes internacionales que se atraerán, con el fin de identificar y describir el tipo de cliente que se desea impactar.
- Acciones específicas que conduzcan a lograr el mejoramiento de la imagen y el posicionamiento internacional deseado como destino turístico.
- Herramientas de marketing más adecuadas para la atracción del segmento de demanda objetivo

*FASE IV: Desarrollo del plan de negocios*

- Definición del concepto que será aplicado en cada uno de los productos turísticos seleccionados.
- Diseño conceptual de cada producto turístico seleccionado e integrarlos en un esquema preliminar de master plan que involucre la totalidad del destino.

- Comprobación del nivel de aceptación de los conceptos y redefinición del diseño conceptual tantas veces como sea necesario, hasta conseguir un nivel de aceptación satisfactorio.
- Plan de viabilidad económica y financiera de cada producto turístico (rentabilidad, márgenes comerciales, punto muerto, inversión requerida, flujos de caja, estructura financiera, etc.) en el corto, mediano y largo plazo.
- Fórmulas para la explotación de cada producto turístico en el corto, mediano y largo plazo.

*FASE V: Desarrollo del Master Plan*

- Análisis físicos requeridos para el emplazamiento de cada unidad de negocio.
- Definición del master plan propuesto, mediante planos, dibujos, foto montajes, sistemas de georreferenciación (GIS) y memorias descriptivas.
- Revisión de las limitantes y potencialidades de la regulación administrativa y territorial.
- Definición de los parámetros urbanísticos y estilos arquitectónicos de las principales unidades de negocio (parques temáticos, hoteles, campos deportivos, centros comerciales, unidades residenciales, zonas de servicios, etc.), guardando correspondencia con los diseños conceptuales aceptados.
- Definición del ámbito de prediseño, las necesidades de infraestructura física que apoyarán el desarrollo y operación de las unidades de negocio.
- Consenso ante las propuestas de master plan y los prediseños de cada concepto y sustentar el nivel de aceptación en relación con la legislación.
- Cronogramas de ejecución: acciones de corto, mediano y largo plazo
- Guías para el desarrollo de cada una de las etapas del master plan

*FASE VI: Diseño de estrategias para la captación de inversionistas*

- Definición de los interesados (stakeholders) en cada proyecto, los cuales serían grupos e instituciones nacionales e internacionales con algún tipo de interés en participar en la ejecución del master plan
- Diseño de la estrategia comercial para la atracción de participantes en el desarrollo del plan de desarrollo turístico.

- Identificar los potenciales inversionistas generales del plan de desarrollo turístico, los inversionistas para cada una de las unidades de negocio, los inversionistas para los terrenos con y sin infraestructura completa, donde se desarrollarán etapas futuras del plan.
- Identificar los inversionistas interesados en administrar u operar las unidades de negocio del plan.
- Para definir estos listados, se debe establecer los procedimientos, indicadores y productos esperados.
- Preparar los portafolios informativos para los inversionistas potenciales, identificar foros de inversionistas donde se publicitaría el plan, establecer el tipo de reuniones que deben ser adelantadas en cada país donde se identifiquen los inversores de cada etapa.
- Presentar listados de acciones a ejecutar, cronogramas para desarrollarlos, indicadores de desempeño, productos esperados, identificación del grupo de trabajo mínimo que se requeriría para continuar las acciones indicadas por el plan
- Capacitación en el Sistema de Planeación del Sector Turístico y el manejo de la información resultante del estudio, a un grupo de personas elegidas por el Comité Técnico Supervisor.

### **Proceso de planificación turística.**

Clare Gunn (citado en Ricaurte. C,2009), propone un proceso de planificación local que debe iniciarse una vez que se hayan completado ciertos antecedentes: a) Debe haberse organizado un comité público-privado que dirija o patrocine el proceso; b) Los dirigentes deben estar de acuerdo en involucrar a todos los actores sociales del destino; y c) Las estrategias deben dirigirse tanto al sector público como al sector privado y organizaciones sin fines de lucro.

El proceso propuesto por Gunn (2002), empieza una vez superada esta etapa de acuerdos y consiste en cinco pasos: la definición participativa y pública de objetivos orientados a la acción y gestión turística; los estudios que incluyen la revisión de datos existentes sobre las condiciones turísticas del destino; la síntesis o desarrollo de conclusiones que abarca el análisis riguroso de la información obtenida; la definición conceptual que identifica las zonas mayor potencial de desarrollo y la definición de estrategias.

De la revisión de planes y metodologías se puede inferir que, de manera general, un proceso de planificación incluye las etapas de diagnóstico, análisis y propuesta. A este plan básico se le puede

agregar etapas complementarias, por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo propone un proceso de 7 etapas secuenciales que pueden modificarse según el enfoque de planificación y las condiciones locales.



**Figura 1.** Proceso de planificación del turismo. Ricaurte. C (2009)

Las primeras 5 etapas que establece la Organización Mundial del Turismo corresponden específicamente al proceso de planificación y las dos últimas se orientan a las actividades de ejecución y aplicación de las nuevas estrategias de desarrollo. A continuación, se describe en qué consiste cada etapa, a excepción de la etapa 6 de recomendaciones por considerar que estas deben estar declaradas en la formulación del plan.

**Estudio preliminar o de pre viabilidad.** Esta primera etapa consiste en la visita del lugar, observación de recursos, determinación de la tenencia de la tierra, identificación de potencialidades de desarrollo y productos potenciales. Se establece el enfoque de la planificación de acuerdo a la escala (nacional, regional, de destino, de sitio) y al tipo de espacio turístico (natural, rural, urbano o costero).

Si la planificación es considerada viable, entonces se formula el perfil de proyecto de planificación turística y se selecciona el equipo de trabajo.

**Definición de objetivos de desarrollo turístico.** Se determinan los objetivos de desarrollo turístico, de acuerdo con el enfoque y la potencialidad del espacio. Posteriormente estos objetivos se irán afinando en función de la información recogida durante el proceso de planificación.

Con el fin de garantizar la acogida y continuidad del plan, es prudente formular los objetivos de manera participativa, en conjunto con la comunidad receptora y sus dirigentes, así como las autoridades locales y otros actores sociales del turismo.

**Estudios y evaluaciones.** Se recoge información referente al sistema turístico local y sus elementos como la planta de servicios, gobernanza, atractivos, comunidad receptora, demanda e infraestructura. Este paso en conjunto con el siguiente, constituyen el diagnóstico, estudio de situación actual o línea base y son el objeto del presente manual, por lo tanto, serán ampliamente expuestos más adelante.

**Análisis y síntesis.** Se analiza —de forma integrada e interrelacionada— todos los elementos del sistema con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Junto con el paso anterior conforman el diagnóstico en el que se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema.

**Formulación del plan.** Se formula la política y se elabora la propuesta de desarrollo turístico, cuya estructura puede variar de acuerdo con los objetivos, el enfoque y la escala de planificación. Se precisa una secuencia lógica de desarrollo (fases o etapas) de ejecución con proyectos y programas prioritarios.

Debido a que un plan de turismo puede tener diferente escala y también puede tener diferentes enfoques, la propuesta no siempre tendrá la misma estructura. Si el plan se hace por ejemplo bajo un enfoque estratégico, la estructura del plan estará dada por las estrategias, programas y proyectos.

**Ejecución y gestión.** Se conforma organismos o comités de seguimiento público—privados con el fin de realizar una revisión periódica o programar modificaciones del plan en función de las nuevas situaciones del entorno y nuevas tendencias del turismo. Se define indicadores de éxito o de desarrollo y se realiza la medición periódica de avances.

Ricaurte. C (2009).

### **Herramientas de planificación.**

Como se mencionó anteriormente, durante el proceso se puede aplicar herramientas específicas de planificación que pueden variar de acuerdo al enfoque, al nivel y a los productos esperados. A continuación, se ha determinado qué herramientas se utilizan para cada etapa del proceso.

ETAPA	HERRAMIENTAS/ ACCIONES
1. ESTUDIO PRELIMINAR	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Perfil de proyecto</li> <li>▪ Marco Lógico</li> <li>▪ Presupuesto</li> <li>▪ Cronograma de trabajo</li> </ul>
2. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS DE DESARROLLO TURÍSTICO	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mapeo de actores sociales</li> <li>▪ Talleres participativos</li> </ul>
3. ESTUDIOS Y EVALUACIONES	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Caracterización del paisaje natural y urbano</li> <li>▪ Inventario, clasificación y jerarquización de atractivos turísticos</li> <li>▪ Catastro de la planta turística o inventario de la oferta</li> <li>▪ Inventario o identificación de elementos de infraestructura como agua, electricidad, vías de acceso y sistemas de transporte.</li> <li>▪ Mapeo de actores sociales</li> <li>▪ Revisión de planes, políticas, regulaciones que afectan a la actividad turística.</li> <li>▪ Talleres, encuestas o sondeos de identificación de la capacidad y actitud de la comunidad receptora</li> <li>▪ Determinación del volumen de demanda turística</li> </ul>
4. ANÁLISIS Y SÍNTESIS	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Análisis FODA</li> <li>▪ Determinación de la capacidad de carga turística</li> <li>▪ Perfil del visitante y análisis del mercado</li> <li>▪ Análisis de impacto ambiental</li> <li>▪ Proyecciones de necesidades de alojamiento</li> <li>▪ Componentes del espacio turístico</li> <li>▪ Análisis de uso de suelo, ordenamiento territorial y zonificación</li> <li>▪ Identificación de áreas gravitacionales y focos urbanos</li> <li>▪ Definición de macroproductos y productos turísticos</li> <li>▪ Definición y caracterización de actividades turísticas potenciales.</li> </ul>
5. FORMULACIÓN DEL PLAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Redacción de las políticas, visión y misión</li> <li>▪ Identificación de estrategias con sus objetivos.</li> <li>▪ Determinación de programas</li> <li>▪ Desglose de proyectos</li> <li>▪ Presupuesto estimado por proyecto</li> <li>▪ Definición de fases de ejecución</li> </ul>
6. EJECUCIÓN Y GESTIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Definición de variables e indicadores de desarrollo</li> <li>▪ Definición de sistemas de monitoreo turístico</li> <li>▪ Monitoreo ambiental</li> <li>▪ Comités locales o estructura público privada de seguimiento</li> </ul>

**Figura 2.** Herramientas de la planificación. Adaptado por Ricaurte. C (2009).

## **El diagnóstico turístico.**

Una vez revisado el proceso general de planificación turística y las herramientas aplicables a cada etapa, es importante empezar por definir en qué consiste exactamente el diagnóstico. Según Ricaurte. C. (2009), es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. Vera. F. (1997: 388), desde un enfoque físico-territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística —oferta y demanda— del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

Específicamente en el proceso de planificación turística propuesto por la OMT —que sirve de base para el presente manual— el diagnóstico corresponde a las etapas 3 y 4: estudios y evaluaciones + análisis y síntesis. Como se mencionó anteriormente, al diagnóstico se lo conoce también como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación.

Desde este punto de vista, Ricaurte (2009), ha identificado que el diagnóstico sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

***Fase de diseño del diagnóstico.*** La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera general incluye cuatro actividades:

*Definición del tipo de planificación.* La primera actividad consiste en definir si estamos haciendo planificación en espacios naturales, costeros, rurales o urbanos. Luego, de acuerdo a las potencialidades identificadas, intereses de la demanda o del organismo planificador, definir si la planificación tendrá un enfoque económico, comunitario, sostenible u otro.

Tener claro el tipo de espacio y el enfoque nos permite ajustar el proceso de diagnóstico a la realidad local e incluso, adaptar los instrumentos de recolección de información a los objetivos planteados.

*Delimitación del área de estudio.* Esta actividad implica la delimitación del sistema turístico que se va a evaluar. En efecto, si estamos haciendo el diagnóstico turístico de una localidad (comunidad, comuna, ciudad, cantón u otro), puede suceder que los límites territoriales sean más amplios que lo que se pretende (o se debería) planificar turísticamente.

En todo caso, es importante la identificación de los límites político-territoriales de la localidad con el fin de determinar un espacio físico concreto, fácilmente identificable y capaz de ser ubicado en mapas o coordenadas.

*Revisión de documentos.* La revisión de documentos consiste en buscar información del lugar de estudio que haya sido levantada previamente. Este paso previo a la recolección de información de campo, se hace con el propósito de ahorrar tiempo, recursos humanos y económicos, así como contextualizar la información que se recogerá posteriormente.

La información documental incluye libros, videos, archivos, periódicos, elementos multimedia e Internet. El tipo de información que vamos a buscar depende del tipo de planificación que se está haciendo.

En general, los datos que se pueden recoger tienen que ver con datos contextuales como:

- Planes de desarrollo previos para la localidad
- Actores sociales locales
- División político territorial
- Demografía
- Principales actividades económicas
- Características geográficas
- Flora
- Fauna
- Identificación de las principales atracciones
- Comités o asociaciones de turismo existentes

*Planificación del trabajo de campo.* Una vez revisados los documentos y la información existente acerca del destino turístico, se tiene una idea clara de los estudios que hacen falta. Este paso consiste en definir:

1. Metodología: Si las fichas se van a aplicar a través de observación, encuestas, entrevistas, talleres participativos.
2. Recursos Humanos: Cuántas personas va a recoger la información en el destino.
3. Tiempo: Cuánto tiempo se va asignar para la recolección de información. Si se tiene que elaborar el diagnóstico turístico de varias comunidades es importante elaborar un cronograma detallado.
4. Recursos Económicos: En términos de viáticos, traslados, peajes, entradas.
5. Materiales: Dependiendo del método de recolección de información pueden ser fotocopias, computadora, grabadora, cámara fotográfica, GPS, proyector.

*Fase de recolección de la información de campo.* Una vez completada la primera fase, se procede a recoger la información de campo, a través de tres fichas diseñadas para caracterizar los 6 elementos del sistema turístico local, así como ciertas condiciones del entorno.

Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- a) Aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades
- b) Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda
- c) Aplicación de la ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos

La primera recoge las ideas de varios documentos de caracterización de comunidades y los adapta a la realidad turística, con especial énfasis en la metodología de caracterización de comunidades del Sistema de Información Local del INEC (citado en Ricaurte. (2009)); la segunda ficha fue diseñada con base en las recomendaciones de la Organización Mundial de Turismo (1999) para la elaboración de estadística turística y perfil del visitante, y la tercera ficha parte de la metodología de inventarios del Ministerio de Turismo del Ecuador (citado en Ricaurte (2009) y la amplía para caracterizar además actividades e instalaciones turísticas.

*Ficha de diagnóstico turístico de comunidades.* Esta ficha nos servirá para obtener información técnica acerca del potencial sitio turístico y consta de cinco partes, una para datos generales y las

otras para recoger información referente a cuatro de los elementos del sistema turístico: planta turística, infraestructura, gobernanza y comunidad receptora.

Se aplica una ficha para caracterizar a la comunidad. Para este fin, es preciso que por lo menos un facilitador permanezca en la comunidad por el tiempo necesario, que puede ser variable dependiendo del nivel de profundidad, la metodología seleccionada y las necesidades de información del estudio.

Aquí cabe recalcar que la experiencia en campo nos dice que el tiempo de estadía del facilitador es mayor cuando no se ha realizado una adecuada revisión de documentos. Esto puede significar demoras en la recolección de información, así como gastos económicos adicionales.

A continuación, se describen los contenidos de cada una de las partes de la ficha:

- **Datos Generales:** La sección de datos generales sirve para establecer el lugar exacto donde se está realizando el diagnóstico o proyecto turístico.
- **Oferta De Servicios:** Identifica en número y tipo, los servicios turísticos que encontramos en la comunidad o destino.

Dentro de los servicios se identifica alojamiento (hoteles, hostales, hosterías, pensiones, hospederías comunitarias); alimentación (restaurantes, cafeterías, fuentes de soda, bares); esparcimiento (discotecas, cines, teatros, instalaciones deportivas) y otros servicios de apoyo al turismo (agencias de viaje, operadoras, oficinas de información turística, bancos).

- **Infraestructura De Servicios Básicos:** La infraestructura está constituida por los servicios básicos con los que cuenta el destino los cuales son indispensables para la producción de los servicios turísticos.

En la ficha se identifica las distancias a otros centros turísticos, accesibilidad y vías de acceso al destino, medios y terminales de transporte. Se caracteriza además los medios de comunicación existentes, la disponibilidad de agua potable, centros de salud o atención médica inmediata, sistema de energía eléctrica, gasolineras y estaciones de servicio.

- **Gobernanza:** Se identifica los diferentes órganos reguladores que han apoyado en el desarrollo del turismo en el destino como oficinas nacionales, provinciales o municipales de turismo, así como los planes ejecutados y por ejecutar y la opinión y visión de la comunidad ante la planificación turística.
- **Comunidad Receptora:** Se registra las actividades económicas más rentables que se desarrollan en el destino, así como el tipo y porcentaje de empleo turístico.

Se identifica el nivel de participación ciudadana, el grado de formación de los habitantes, las habilidades y destrezas para turismo, actitudes con respecto a la actividad y finalmente problemas sociales existentes en la comunidad.

*Ficha de caracterización de la demanda.* La caracterización de la demanda en un destino idealmente debería ser un proceso estadístico que se aplique con una metodología y frecuencia definidas. Sin embargo, en nuestro país son pocos los municipios y localidades que pueden asumir los costos de una medición periódica.

Para hacer el diagnóstico turístico, se aplica una sola ficha de demanda en la comunidad, de forma simultánea a la ficha de diagnóstico de comunidades. El motivo por el cual se recoge esta información por separado es que, si el destino hace estadística turística, ya no sería necesario aplicarla.

La ficha de caracterización de la demanda recoge información mayormente cualitativa por medio de observación directa o preguntas a varios informantes clave. No está diseñada específicamente para hacer estadística turística, sin embargo, podría ampliarse y adaptarse con la finalidad de recoger información cuantitativa. Los datos que se recogen son los siguientes:

- **Periodicidad Y Frecuencia De La Visita Turística:** Es decir, cuándo (todos los días o fines de semana) y cada cuánto tiempo vienen los visitantes (feriados, temporadas o estaciones, visitas permanentes o esporádicas).
- **Forma De Viaje:** Si la demanda viaja de manera independiente o hace uso de agentes u operadores de viaje.

- Origen De La Demanda: Se refiere al lugar habitual de residencia caracterizado en internacional, nacional y regional.
- Motivos De Visita Y Tiempo De Estadía: Con la finalidad de identificar intereses, así como diferenciar turistas de excursionistas.
- Gasto Promedio: Promedio de gasto diario por el uso de servicios turísticos.

*Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos.* Según Ricaurte (2009) el inventario de atractivos es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que, como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar la oferta turística del país. De manera específica, los atractivos turísticos son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

En el 2004 la Gerencia Nacional de Recursos Turísticos hizo adecuaciones al sistema de inventario de atractivos turísticos que se había venido aplicando y desarrolló una metodología de carácter nacional, así como una ficha de recolección de información de campo. Esta unifica los métodos de recolección y tratamiento de la información turística para el país, con el propósito de permitir y fomentar la comparación entre las características turísticas de un territorio y otro.

La ficha en consecuencia, es compatible y puede aplicarse en conjunto con la metodología del Ministerio del Poder Popular para el Turismo, la cual a grandes rasgos consta de los siguientes pasos:

- Clasificación De Los Atractivos: Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo a inventariar. Los atractivos pueden ser de dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

La categoría “Sitios Naturales” se subdivide en los siguientes tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.

La categoría “Manifestaciones Culturales”, por su parte, se subdivide en los siguientes tipos de atractivos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados.

- **Recopilación De Información:** En esta fase se investigan las características relevantes de los atractivos de manera documental y se selecciona tentativamente los a los que se les hará una visita. La información documental puede obtenerse en las oficinas relacionadas con el manejo de los atractivos, gobiernos locales, internet, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Antes de hacer la visita de campo, se puede también promover un proceso participativo de identificación de atractivos turísticos, donde la comunidad de manera general identifique los recursos que pueden tener potencial turístico.

- **Trabajo De Campo:** Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo.

El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo.

El trabajo de campo debe incluir la toma de fotografías o video y la georreferenciación del atractivo.

- **Evaluación Y Jerarquización:** Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

***Fase de análisis y sistematización de resultados.*** En general se puede llamar análisis al tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de información. La fase de análisis abarca primero la sistematización de los resultados obtenidos y luego consiste en convertir esos resultados en una base efectiva para la toma de decisiones, a través de diferentes herramientas.

En efecto, según la Organización Mundial de Turismo, se analiza —de forma integrada e interrelacionada— todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema. Para conseguir estos objetivos una de las herramientas más comunes es el análisis FODA.

Sin embargo, para que el FODA se convierta en una herramienta efectiva, se propone analizar los 6 elementos internos del sistema turístico e identificar en cada uno de ellos las fortalezas y debilidades, a partir de la información técnica recogida en las tres fichas. Por ejemplo, la habilidad de los habitantes para hacer artesanías es una fortaleza de la comunidad receptora, mientras que la falta de agua potable es una debilidad de la infraestructura.

Por otra parte, las oportunidades y amenazas son aspectos externos al sistema turístico local y generalmente corresponden a factores económicos, sociales, ambientales o políticos que afectan positiva o negativamente al sistema, pero que no dependen de él, como, por ejemplo, un cambio de Ministro de Turismo puede fomentar o retrasar los proyectos para la comunidad.

Ricaurte. C (2009).

### **Desarrollo turístico.**

Pearce (citado en Varisco 2008) da el concepto del desarrollo turístico como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingreso. Esto nos da a entender que es el mejoramiento del

municipio en tema de infraestructura y acondicionamiento de los recursos turísticos, en donde aparte de dar un servicio al turista busca generar recursos económicos.

Una característica esencial del turismo, es que su desarrollo no se presenta de manera homogénea en el espacio, sino que genera concentraciones de la actividad, siempre en relación a la materia prima del turismo, esto es, los atractivos naturales o culturales. Esto significa que, si bien el turismo se conceptualiza a partir del desplazamiento de los visitantes desde un centro emisor hacia un receptor, la unidad de análisis del desarrollo turístico es el destino. (Varisco 2008). Valls ( citado en Varisco 2008) define el destino turístico como un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; poseedor de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su característica general.

***Ciclo de vida del destino.*** Richard Butler (citado en Varisco 2008) muestra el ciclo de vida de un destino en cinco etapas:

1. **Exploración:** Es la primera etapa del desarrollo de un destino turístico en la cual los turistas comienzan a llegar. En esta etapa se produce un bajo impacto, debido al reducido número de turistas y a la escasa oferta de equipamiento.
2. **Involucramiento:** la comunidad local comienza a prestar servicios e instalaciones, lo que produce un incremento de los turistas, pero con un ritmo de crecimiento todavía moderado. El contacto entre turistas y residentes es elevado.
3. **Desarrollo:** en esta fase se produce el despegue del destino y un rápido incremento de los servicios turísticos. La cantidad de turistas crece más rápidamente y se produce un fuerte impacto en la comunidad local. En las temporadas altas la cantidad de turistas puede superar la cantidad de residentes, y comienza a demandarse mayor cantidad de mano de obra para el sector.
4. **Consolidación:** la cantidad de turistas sigue creciendo, pero a un ritmo menor. Desde un punto de vista económico, el turismo se transforma en una de las actividades de base del destino. En esta etapa se desarrollan esfuerzos por aumentar y sostener la actividad

generalmente a través de acciones de marketing (empresariales y del destino). Surgen áreas de servicios y recreación bien delimitadas.

5. Estancamiento: es el resultado de los elevados impactos ambientales, sociales y económicos, y como consecuencia, el deterioro de la calidad ambiental. En esta etapa se reconocen dos opciones principales:
  - Declinación, y la pérdida de importancia en relación a otros destinos.
  - Rejuvenecimiento, producto de una intervención planificada.

### **Enfoques del desarrollo turístico.**

Según Santana Turegano (citado en Varisco 2008) da a entender el desarrollo turístico en tres enfoques:

1. Desarrollo turístico como fenómeno urbanístico – geográfico: se basa especialmente en el impacto espacial de la actividad turística. Si el turismo es una determinada manera de mirar el territorio, de estar en él, estudiar el desarrollo turístico desde una perspectiva urbanístico-geográfica es estudiar que lugares se van configurando en distintas épocas como espacios preferentes para el desarrollo de las actividades turísticas, que características tienen estos espacios y, sobre todo, cuáles son las distintas maneras en que la actividad turística se implanta en el territorio y que transformaciones ocasiona en ellos.
2. Desarrollo turístico como fenómeno socio- antropológico: Se pone en énfasis en las motivaciones y actitudes de los turistas y de los residentes. Un ejemplo es el modelo de evolución de los destinos a partir del perfil del turista desarrollado por Stanley Plog, que parte de dos perfiles psicológicos opuestos: los viajeros psicocéntricos, que eligen destinos conocidos y seguros; y los viajeros alocentrícos, que prefieren la aventura y lo desconocido. Los destinos asumen entonces las características del tipo de turista que lo visitan, que incluye también categorías intermedias entre ambos opuestos.
3. Desarrollo turístico como fenómeno socio – económico: Este enfoque pone el énfasis en el desarrollo de la oferta turística, en especial, de las empresas que satisfacen las necesidades de los turistas.

### **Desarrollo turístico en Togüi.**

El Turismo es actualmente débil, pero se convierte en una oportunidad para generar desarrollo económico para Togüi, la infraestructura vial es la principal causa de desaprovechamiento del sector, la conectividad intermunicipal es regular y la interveredal es mala. El clima, la gastronomía, los paisajes, los sitios identificados de interés eco turístico, la infraestructura de algunas viviendas campestres y la calidez de sus gentes, son los elementos necesarios para posicionar a Togüi como un municipio turístico del Departamento y la Región. (Saavedra. (2012).

Actualmente se cuenta con un portafolio turístico el cual no ha sido difundido, promocionado y aprovechado adecuadamente. El servicio hotelero es incipiente, se deben generar programas de educación en servicio al cliente, estructurar y promover el marketing territorial de Togüi y permitir que la cadena productiva de la caña y el café se conviertan en otro atractivo turístico. (Saavedra. (2012).

Existe la posibilidad de fortalecer el sector turístico, a través del plan turístico regional para la hoya del río Suarez, iniciado por la Agencia de Desarrollo Local de Vélez, articulado con lo que será el Área de Desarrollo Rural de esta zona. (Saavedra. (2012).

### **Conservación y protección de patrimonio histórico y cultural en Togüi.**

Según el Esquema de Ordenamiento Territorial, en Togüi, existen lugares de interés turístico que están directamente relacionados con la comunidad, en donde se manifiestan los mitos, leyendas y costumbres como: La Chorrera, La Cueva del Chulo, Cañón del Río Ubaza, la Humeadora, Pozo verde y el balneario Municipal. (Saavedra. (2012).

Se evidencia la necesidad de contar con un espacio adecuado para promover y difundir las diferentes manifestaciones artísticas y culturales. La infraestructura de la casa de la cultura se debe adecuar; de igual manera existe la necesidad de recoger la memoria del pueblo y de sus habitantes. (Saavedra. (2012).

Se deben construir procesos de carácter cultural, escuela de danzas, teatro, música, entre otras; articulados al sector educativo para garantizar el sostenimiento de los procesos. (Saavedra. (2012).

En el Sector gastronómico se destaca el Piquete Toguiseño (Yuca, plátano, carne asada, Ají y guarapo), la Cabeza de res y la Mazamorra, el guarapo de miel de caña, es la bebida preferida en reuniones y fiestas especiales. (Saavedra. (2012).

En el perímetro urbano aún se conservan algunas viviendas de tipo colonial, mezcladas con construcciones modernas que generan un impacto visual negativo al turismo. Se destaca La Iglesia Parroquial, recientemente adecuada, la Casa de la Cultura, el Palacio municipal y el parque principal. (Saavedra. (2012).

### **Análisis FODA.**

Según Ricaurte. C. (2009), se puede llamar análisis al tratamiento de los resultados obtenidos durante la recolección de información. La fase de análisis abarca primero la sistematización de los resultados obtenidos y luego consiste en convertir esos resultados en una base efectiva para la toma de decisiones, a través de diferentes herramientas.

Se analizan todos los elementos del sistema turístico con la finalidad de determinar la potencialidad turística del lugar, calcular las limitaciones de crecimiento, segmentar el mercado objetivo, identificar los productos potenciales y obtener resultados que permitan el direccionamiento del plan y la toma de decisiones.

Se identifican las principales oportunidades y limitaciones para el desarrollo, tanto de los elementos del sistema turístico, como de los aspectos sociales, económicos, políticos y ambientales externos al sistema. Para conseguir estos objetivos una de las herramientas más comunes es el análisis FODA.

Sin embargo, para que el FODA se convierta en una herramienta efectiva, se propone analizar los 6 elementos internos del sistema turístico e identificar en cada uno de ellos las fortalezas y debilidades, a partir de la información técnica recogida.

Por otra parte, las oportunidades y amenazas son aspectos externos al sistema turístico local y generalmente corresponden a factores económicos, sociales, ambientales o políticos que afectan positiva o negativamente al sistema, pero que no dependen de él.

<b>ASPECTOS INTERNOS DEL SISTEMA TURÍSTICO</b>  - GOBERNANZA - INFRAESTRUCTURA - OFERTA DE SERVICIOS - DEMANDA - ATRACTIVOS - COMUNIDAD	<b>ASPECTOS EXTERNOS DEL SISTEMA TURÍSTICO</b>  - ASPECTOS SOCIALES, POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y AMBIENTALES	
FORTALEZAS  PARA IMPULSARLAS	OPORTUNIDADES  PARA POTENCIARLAS	ACCIONES  OFENSIVAS
DEBILIDADES  PARA ELIMINARLAS	AMENAZAS  PARA EVITARLAS	ACCIONES  DEFENSIVAS

**Figura 3.** Análisis FODA para destinos turísticos. Adaptado por Ricaurte. C (2009).

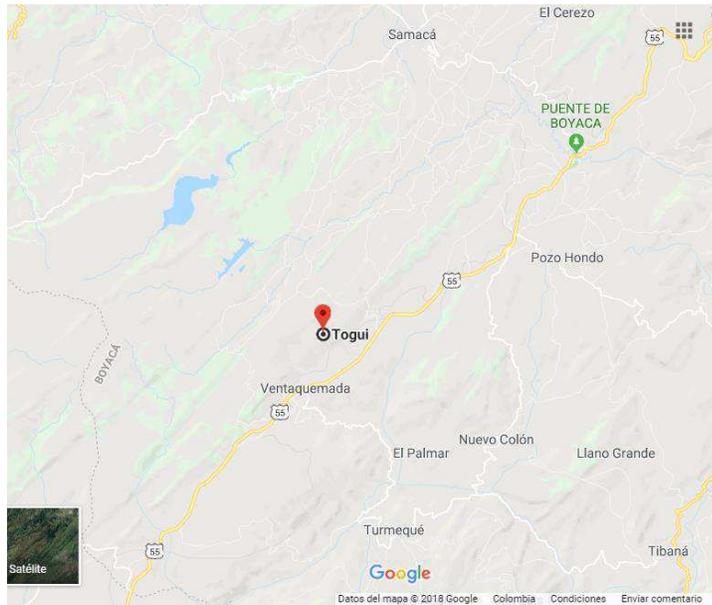
**Fortalezas:** Las principales ventajas (comparativas), capacidades y recursos, en los cuales el sistema turístico local se puede apoyar para llegar a concretar la visión u objetivo de desarrollo. Identificar las fortalezas de cada uno de los elementos del sistema turístico.

**Debilidades:** Razones, circunstancias reales o percibidas, conflictos internos por las cuales el sistema turístico no funciona bien (no se orienta hacia la visión u objetivos). Identificar las debilidades de cada uno de los elementos del sistema turístico.

**Oportunidades:** Circunstancias externas favorables que el sistema turístico local puede aprovechar para avanzar hacia la visión. Identificar las oportunidades económicas, ambientales, sociales o políticas que pueden afectar positivamente al desarrollo del sistema turístico.

**Amenazas:** Aspectos desfavorables en el entorno, que pueden perturbar el desarrollo del sistema turístico local. Identificar las amenazas económicas, ambientales, sociales o políticas que impiden o retrasan el avance hacia la visión u objetivos de desarrollo.

## Marco geográfico



**Figura 4.** Mapa Togüi. Maps. (2015)

El municipio de Togüi se encuentra geográficamente ubicado en la región Centro Norte del Departamento de Boyacá, a unos 60 kilómetros aproximadamente de la capital Tunja. Es de fácil acceso por un ramal de 17 Km. que parte de la vía que de Tunja conduce a Bucaramanga, 4 Km. antes de llegar al casco urbano del municipio de Moniquirá. Pertenece a la provincia de Ricaurte sector bajo y limita con los municipios de San José de Pare, Arcabuco, Moniquirá, Chitaraque y Gámbita. (Alcaldía Municipal de Togüi Boyacá 2017)

Togüi está localizado en un ramal de la cordillera oriental de los Andes, donde forma varios estribos y contrafuertes con distintas denominaciones. Sus ríos son Togüi, Pómeca y Ubaza; sus veredas son Atillo (sectores de Santa María, Mirto y Chacami), Carare, Suárez Ulloa, Funcial, Manga, Tablón, Gariva y Gachanzuca.

**Extensión total:** Tiene una extensión de 118km<sup>2</sup> Km<sup>2</sup>

**Temperatura media:** 21° C

### **Economía.**

Los ingresos de los habitantes de Togüi se sustentan en la explotación agrícola, ganadera y de servicios. El sector pecuario es de tipo extensivo. Existen algunas fincas que manejan pastos y

riego sin embargo aún es un porcentaje muy bajo. La rentabilidad del renglón pecuario en promedio en Togüi es del 45% de acuerdo a las encuestas de las UAF, sin embargo, dadas las escasas cabezas de ganado, los ingresos anuales son insuficientes. La agricultura ocupa el 70% aproximadamente del área rural, cultivada en café, maíz, plátano, yuca, frutales, legumbres. La caña de panelera ocupa la mayor extensión de área presentando una rentabilidad variada anual, ya que la producción de caña panelera está supeditada a los intermediarios. En el sector urbano la economía se sustenta en la función pública y el comercio. (Alcaldía Municipal de Togüi Boyacá. 2017).

### **Vías de acceso.**

Las vías para llegar al municipio se presentan de la siguiente manera: Vía de Moniquirá a Togüi, su longitud aproximada es de 17 kilómetros, haciendo un recorrido desde el ramal de la vía Panamericana a dos kilómetros de Moniquirá desviando a la derecha en sentido Tunja, Bucaramanga y atravesando las veredas de Tierra de Castro de Moniquira y el Tablón de Togüi. (Alcaldía Municipal de Togüi Boyacá. 2017).

Una segunda vía que va del municipio de Togüi a Chitara que con una longitud de 20 kilómetros aproximadamente. (Alcaldía Municipal de Togüi Boyacá. 2017).

El municipio cuenta con transporte de pasajeros intermunicipal en colectivos, el cual tiene una frecuencia los días lunes martes, jueves, viernes sábado y domingo de las 7 de la mañana hasta las 6 de la tarde. (Alcaldía Municipal de Togüi Boyacá. 2017).

## Marco conceptual

**Potencialidad turística:** Por sus orígenes etimológicos del latín, el término potencial se conforma de la unión de tres partes: el vocablo potis que significa “poder”, el nexa -nt- que equivale a “agente”, y el sufijo -al que puede traducirse como “relativo a”, lo cual podría entenderse como “relativo a un agente de poder”. De acuerdo al Diccionario de la Lengua Española (DRAE, 2001), el término potencial posee varias acepciones, una de ellas es “referido a algo que puede suceder o existir en contraposición de lo que existe”. En este sentido, el potencial puede ser entendido como un adjetivo que hace referencia a lo que puede existir en el territorio. Este también se ha utilizado para referirse a la aptitud de uso de un área. La aptitud del territorio es definida mediante un análisis de la vocación del espacio. Esta vocación, en términos de ordenamiento territorial, ha sido definida como el resultado de la interacción entre los factores biofísicos (clima, topografía, suelo, drenaje) y las condiciones socioeconómicas imperantes en un territorio y que definen el mejor uso que se le puede asignar a un determinado espacio. Es decir, que permiten priorizar usos en función de su viabilidad natural, social, económica y política (Delgado, 2007).

**Planificación:** La planificación es un proceso socio-político y un escenario de interlocución entre actores: “como proceso, comprende una serie de dinámicas sociales y políticas en torno a la identificación de problemas y potencialidades del presente y a la formulación de apuestas de futuro. Como escenario, la planeación es una oportunidad de encuentro entre voces diferentes interesadas en construir consensos básicos sobre metas de bienestar y sobre los procedimientos, instrumentos y acciones necesarios para alcanzarlas. Es, en consecuencia, un proceso y un escenario eminentemente político que enlaza medios y fines, presente y futuro, problemas y soluciones, potencialidades y realizaciones, conocimiento y acción” (Rengifo. (s.f))

**Planificación turística:** La planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos turísticos en un mercado turístico de competencia creciente. Los Elementos del Producto Turístico 1 Planificación Turística Proceso que, a nivel estatal, es enmarcado dentro de los

objetivos de desarrollo de país, ya que el sector turístico es sólo un sector dentro de la economía, que según el país podría ser el dominante o de mínima relevancia. (Socatelli. (s.f))

**Desarrollo:** La palabra desarrollo es visto como sinónimo de evolución y se refiere al proceso de cambio y crecimiento relacionado con una situación, individuo u objeto determinado. Al hablar de desarrollo podemos referirnos a diferentes aspectos: al desarrollo humano, desarrollo económico, o desarrollo sostenible. Por lo que se analizará cada uno de ellos a fin de poder entender de qué tratan. (S.n. (2016))

**Producto turístico:** De acuerdo con Mincetur (2014), un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística. (Mincetur 2014)

**Inventario Turístico:** El inventario de los recursos constituye el primer paso en el análisis del potencial turístico de una zona, facilitando la identificación de aquellos elementos o actividades que tienen un cierto poder actual o potencial para atraer la demanda turística. La secuencia metodológica a seguir para la realización del trabajo de campo en el inventario de recursos ya sean reales o potenciales debe establecerse mediante fichas o cuestionarios, para identificar, cuantificar y evaluar los diferentes recursos agrupados homogéneamente. (López 1998)

**Atractivo turístico:** El atractivo turístico se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio. Mientras que el recurso turístico es cualquier elemento natural, actividad humana o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil esencial de la curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual. (Segittur 2012)

La OMT define los atractivos turísticos como todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda, y plantea que, un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de

transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda ( Organización Mundial De Turismo1978)

**Recurso:** Según el Mincit (2017). Es cualquier elemento, material o inmaterial, vinculado a la naturaleza o a la cultura de una localidad, que no se encuentran todavía incorporados a la dinámica turística por el hombre, ni cuenta con ningún tipo de servicios de apoyo a fines turísticos

## Marco legal

- Ley 300 de 1996. Esta norma consolida la actividad turística en el país. Regula el desarrollo y la planeación turística, donde las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual forma parte del plan nacional de desarrollo.
- Ley 1558 de 2012. La presente ley tiene por objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad.
- La ley 1101 de 2006, esta tiene por objeto el fomento de la actividad turística y aprovechamiento de atractivos y recursos turísticos, a través de la contribución parafiscal con destino a la promoción y competitividad del turismo.
- Decreto 2127 de 4 noviembre del 2015: Por la cual se reglamenta los criterios y trámites que deben realizar los distritos para la formalización de un recurso turístico.
- NTS-TS 001-1 Esta norma aplica para destinos y áreas turísticas que realizan actividades turísticas y que ofrecen productos y servicios en el destino, con el fin de obtener el certificado de calidad turística cumpliendo al 100% los requisitos descritos en esta norma.
- Política de turismo de naturaleza, a través de esta política busca posicionar a Colombia como destino de turismo de naturaleza, reconocido por el desarrollo de productos y servicios altamente competitivos y sostenibles, que permitan preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras.
- Política de turismo cultural, la cual busca posicionar a Colombia como un destino de turismo cultural nacional e internacional que, a través del aprovechamiento de su diversidad y riqueza cultural, para generar dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles que promuevan la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.
- Política de ecoturismo, en donde se busca Fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, teniendo como referente esencial su desarrollo sostenible, en razón del cual ésta debe propender por el uso racional de los recursos, el mejoramiento de la calidad de vida de los pobladores residentes en las regiones y el permanente esfuerzo para proporcionar una oferta competitiva de servicios, en armonía con la diversidad ecológica y cultural.

- Plan sectorial de turismo, a través de este plan se busca fortalecer la institucionalidad para el turismo y la gestión de sus recursos, como herramientas para mejorar la coordinación, cooperación, responsabilidad, gobernanza y sostenibilidad de la actividad a nivel nacional y regional.
- Plan de desarrollo turístico de Togüi: El plan de desarrollo en cuanto a tema de turismo recomienda adelantar programas de capacitación para la atención al turista, así como reglamentaciones para que el medio ambiente no fuese afectado negativamente.

## Capítulo I

### Potencialidades turísticas de Togüi (Boyacá).

En este primer capítulo se le quiere dar una mirada a los elementos que caracterizan turísticamente al municipio de Togüi Boyacá.

Desde hace un año que se lleva realizando la investigación en el municipio, se ha podido evidenciar una serie de aspectos que en temas de turísticos llevan a pensar que el destino realmente si tiene esa potencialidad turística, pero con un gran déficit en la vocación de la misma, pues se conocen los atractivos, o la gran parte de estos, pero simplemente se tornan en el uso de las personas que residen allí y de las que conocen el municipio por sus familiares.

Debido a la investigación se toman una serie de definiciones que permiten contextualizar el proyecto de investigación, dentro de ellos se encuentra el atractivo turístico que consiste en un lugar u objeto que permite generar un desplazamiento turístico; un inventario turístico el cual es un proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos que sirven de base para elaborar productos turísticos en una región; recurso natural, son aquellos creados por la naturaleza, cuyas características propias hacen viable que sean visitados por turistas; recursos culturales, son los elementos donde interviene o ha intervenido la mano del hombre en el paso del tiempo, a diferencia de los naturales estos son creados por el hombre y pueden ser históricos y contemporáneos; matriz de caracterización es una fase descriptiva con fines de identificación, entre otros aspectos, de los componentes, acontecimientos cronológicos y culturales entre otros.

Para determinar esta potencialidad turística, se toman una serie de herramientas de planificación que permiten caracterizar y de la misma manera identificar todos los aspectos que conllevan a que el municipio realmente tenga una potencialidad turística.

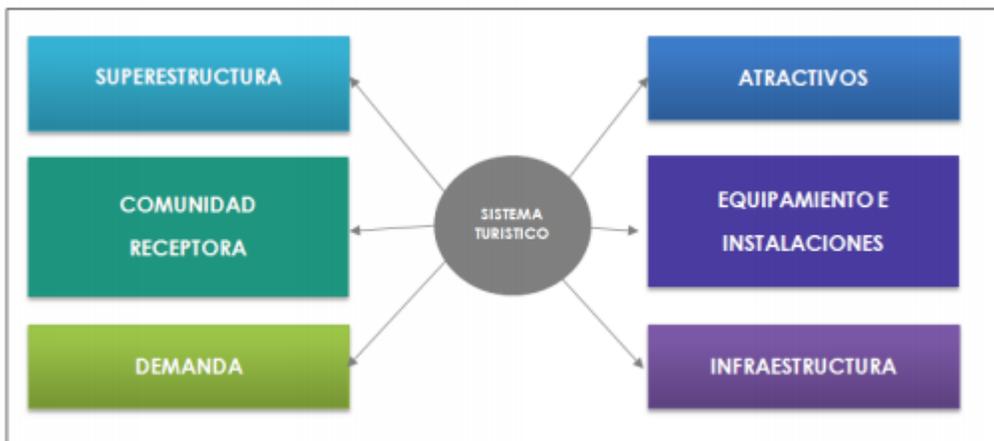
#### **Métodos a utilizar**

Después del previo conocimiento teórico que implica la investigación para el desarrollo de los objetivos se determina que la mejor herramienta para caracterizar el destino es la que menciona Molina en su libro de “Conceptualización del Turismo”, donde indica lo siguiente sistema:

a. Es un sistema abierto: de manera que intercambia energía, materia e información con su entorno, lo cual permite su supervivencia. En el sistema turístico de un municipio o una comunidad, por ejemplo, el entorno está dado por las condiciones (o supra sistemas) sociales, políticos, económicos y ambientales que afectan al turismo —algunas veces fuertemente, por ejemplo, en el caso de crisis económicas o desastres naturales— pero que no forman parte directa de la actividad. Estas condiciones pueden estar dentro de la localidad o fuera de ella, es decir, que pueden ser regionales, nacionales o internacionales.

b. Tiene límites, a pesar de ser un sistema abierto, es posible definir dónde se acaba el sistema y empieza el entorno. Esta delimitación puede ser de tipo territorial y conceptual. La primera delimitación está dada por los límites políticos del territorio o destino que se va a planificar, mientras que los límites conceptuales se refieren a qué elementos vamos a dejar dentro o fuera del sistema turístico y, por ende, nos marcan qué tipos de estudios vamos a realizar.

c. Está compuesto por seis elementos o subsistemas que lo caracterizan. Cada uno de los elementos tiene una función específica y son gobernanza, comunidad receptora, demanda, infraestructura, oferta de servicios y atractivos naturales y culturales.



**Figura 5.** Sistema turístico. Molina. (2000).

Gobernanza. Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas, privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función.

**Demanda.** Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la Organización Mundial del Turismo, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura.

**Comunidad receptora.** De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos.

**Atractivos.** Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.

**Oferta de servicios.** Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios o catastros que aglutinan a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado.

**Infraestructura.** Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos.

d. Tiene un objetivo o un propósito. El objetivo común de todo sistema turístico es atraer y mantener a la demanda, pero a veces este objetivo puede afinarse durante la planificación turística en función de los intereses locales: mejora de la calidad de vida, conservación ambiental, crecimiento de la oferta, incremento del gasto turístico, entre otros.

e. Tiene un funcionamiento, es decir, el sistema total “funciona” para cumplir con su propósito. El funcionamiento está dado por la interrelación de las funciones que cumple cada uno de los elementos que lo conforman y consta de cuatro pasos: 1. Ingreso de insumos (materia, energía o información provenientes del entorno), 2. Procesamiento de insumos al interior del sistema; 3. Egreso del producto turístico terminado y listo para su consumo por parte de la demanda y 4. Retroalimentación.

## Actividades

### Formato de diagnóstico 1- Caracterización turística de comunidades.

#### 1. Datos generales

##### 1.1 Ubicación de la comunidad

Nombre de municipio: Togüi

Nombre de provincia: Ricaurte bajo

Nombre de parroquia: San pablo de Tarcio

Nombre de comunidad: Togüiseños

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano: 4637 personas

Fuente: DANE

#### 2. Oferta de servicios

2.1 Alojamiento: Número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad.

	#		#
1. Hoteles	<input type="text" value="1"/>	5. Camping	<input type="text" value="3"/>
2. Hostales	<input type="text" value="1"/>	6. Otro _____	<input type="text"/>
3. Pensiones	<input type="text"/>		
4. Posadas turísticas	<input type="text" value="2"/>		

2.2 Alimentación: Número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad.

	#		#
1. Restaurantes	<input type="text" value="9"/>	5. Cantinas	<input type="text"/>
2. Cafeterías	<input type="text" value="3"/>	6. Kioskos de comida	<input type="text"/>
3. Fuentes de soda	<input type="text" value="5"/>	7. Otros _____	
4. Bares	<input type="text"/>		

2.3 Esparcimiento: Número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

	#		#
1. Discotecas	<input type="text"/>	4. Centros de entretenimiento	<input type="text" value="2"/>
2. Teatros	<input type="text"/>	5. Billares	<input type="text" value="1"/>
3. Instalaciones deportivas	<input type="text" value="1"/>	6. Cancha de tejo	<input type="text" value="2"/>

2.4 Otros servicios: Número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

	#		#
1. Agencias de viaje	<input type="text"/>	4. Guías de turismo	<input type="text"/>
2. Operadoras turísticas	<input type="text"/>	5. Bancos	<input type="text" value="1"/>
3. Información al turista	<input type="text"/>	6. Cajeros automáticos	<input type="text" value="1"/>
		7. Otros _____	

3. Infraestructura de servicios básicos

3.1 Transporte

1. Bus	<input type="text" value="x"/>	5. Taxi	<input type="text"/>
--------	--------------------------------	---------	----------------------

- 2. Camperos
- 3. Motos
- 4. Transporte animal

3.2 Principales vías de accesibilidad

- |                |                                     |               |                                     |
|----------------|-------------------------------------|---------------|-------------------------------------|
| 1. Pavimentada | <input checked="" type="checkbox"/> | 5. Rizada     | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 2. Adoquinada  | <input type="checkbox"/>            | 6. Sendero    | <input checked="" type="checkbox"/> |
| 3. Empedrada   | <input checked="" type="checkbox"/> | 7. Otro _____ |                                     |
| 4. Trocha      | <input checked="" type="checkbox"/> |               |                                     |

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización.

- |              |                                     |                                     |
|--------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
|              | Sí                                  | No                                  |
| a) Vial      | <input checked="" type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>            |
| b) Turística | <input type="checkbox"/>            | <input checked="" type="checkbox"/> |

3.4. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte

- |                      |                                     |         |                          |
|----------------------|-------------------------------------|---------|--------------------------|
| 1. Bus               | <input checked="" type="checkbox"/> | 5. Taxi | <input type="checkbox"/> |
| 2. Camperos          | <input type="checkbox"/>            |         |                          |
| 3. Motos             | <input checked="" type="checkbox"/> |         |                          |
| 4. Transporte animal | <input type="checkbox"/>            |         |                          |

3.5 Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

Nombre de la Cooperativa	Estación/Terminal	Tipo de Transporte		Frecuencia del servicio	Tipo de vehículo
		Local	Intermunicipal		

Cotransricaurte	Parque		X	Cada hora x 12 horas	Busetas (18- 35 pax)
Omega	Parque		x	Cada hora x 12 horas	Busetas (18- 35 pax)

3.6. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Si
2. No

3.7. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.8. En la comunidad existen 6 cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.9. En la comunidad existen 4 cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.10. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. Existe red de agua potable:

1. Sí
2. No

3.12. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

1. Red Pública
5. Pozo
- 
- 
- 
-

2. Llave Pública

6. Rio

3. Otra fuente por tubería

7. Agua Lluvia

4. Carro repartidor.

3.13. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad

1. Sí

2. No

3.14. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí

2. No

3.15. Instancias y/o establecimientos de salud que existen:

1. Promotores de salud

6. Hospital publico

2. Curandero tradicional

7. Unidad Móvil

3. Sub-centro de salud

8. Consultorio Privado

4. Centro de salud

9. Clínicas

5. Farmacia

10. Hospital Privado

3.16. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí

2. No

3.17. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí

¿Cuántas? \_\_\_\_\_

2. No

4. Gobernanza

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo:

Institución	Nombre	Periodo de tiempo	Actividad
Nacionales	Ministerio de hacienda	Cuatrimestral	Regalías, recursos propios y libre inversión
	Departamento de planeación nacional	Cuatrimestral	Regalías, recursos propios y libre inversión
Intermunicipales Municipales- Gobernación	Gobernación de Boyacá	Cuatrimestral	Regalías, recursos propios y libre inversión

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad: Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Si

2. No

Plan	Año
Con la mano en el corazón trabajando por el campo	2004-2007
Construyendo un Togüi para todos	2008- 2011
En Togüi cambiamos para mejorar	2012-2015
Unidos por el Togüi que todos queremos	2016-2019

## 5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. Qué actividades económicas principales se dedica la población

1. Agricultura, caza, avicultura, pesca, Ganadería

2. Explotación de minas y canteras

3. Industrias manufactureras

3.1 artesanías

4. Electricidad, gas y agua

5. Construcción

6. Servicios comunales. Sociales y personales.

7. Transporte y comunicación,

8. Establecimientos financieros.

9. Comercio.

10. Turismo, hoteles y restaurantes.

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

1. Producción caña panelera

2. Venta de cafe

3. Restaurantes

*Fuente: Adaptado Por Luisa Rivera y Yeison Nova A Partir De Ricaurte (2009). Manual Para El Diagnostico Turístico Local. Escuela Superior Politécnica Del Litoral.*

## Formato de diagnóstico 2 – Caracterización de la demanda.

1. Existe demanda turística hacia la comunidad. (método de observación)

1. Si

2. No

2. Frecuencia de la demanda que posee la comunidad:

1. Permanente (todo el año)

2. Estacional (sólo por temporadas)

3. Esporádica (de vez en cuando)

4. Inexistente

Fuente:

3. Forma de viaje. Marcar con una x la respuesta correcta.

1. Independiente

2. Organizado (paquetes, “tours”)

4. Tipo de demanda que posee la comunidad. (si dispone de datos cuantitativos, marque la respuesta en porcentajes, si no, puede marcar con x).

A) con respecto al origen

1. Internacional

2. Nacional

3. Regional

B) con respecto al tiempo de estadía.

1. Turistas

2. Excursionistas

Fuente: Hostal “Portal de Ubaza”

5. Indique tres razones o atractivos principales por los cuales es visitada la comunidad

1. La chorrera

2. La Humeadora

3. Balneario municipal de Togüi

6. Los servicios turísticos que consumen los visitantes son:

1. Alojamiento

2. Restaurantes

3. Kioscos de comida

4. Bares

5. Servicio de guianza local

6. Otro \_\_\_\_\_

7. Ninguno

*Fuente: Adaptado Por Luisa Rivera y Yeison Nova A Partir De Ricaurte (2009). Manual Para El Diagnostico Turístico Local. Escuela Superior Politécnica Del Litoral.*

Fichas de inventario- Ejemplo del inventario turístico aplicado en el municipio

Anexo, inventario.

## Inventarios turísticos

### Inventario de atractivos turísticos de Togüi Boyacá

Diligenciado por: Yeison Nova y Luisa Rivera

Fecha: 17 / 09 /2019

#### 1. Generalidades

1.1. Nombre: Balneario municipal de Togüi

1.2. Departamento: Boyacá

1.3. Municipio: Togüi

1.4. Corregimiento, Vereda: Togüi - Centro

1.5. Administrador o Propietario: Togüi

1.6. Distancia (Desde el municipio más cercano): 600mts

1.7. Tipo de acceso.

Terrestre

Aéreo

Acuático

Férreo

1.8. Indicaciones para el acceso: Saliendo por a la vía principal de Togüi, a 500 metros se encuentra la entrada al balneario.

#### 2. Características

2.1. Código asignado: 001

2.2. Descripción y Foto.

El balneario municipal de Togüi es un recurso natural en donde sus aguas son pertenecientes al río Togüi, y se encuentra acondicionado para el uso turístico, en cuanto a vestuarios, baños, kioscos de comida, parasoles y barbacoa.



**Figura 6.**Balneario de Togüi. Nova y Rivera (2019).

#### 3. Puntajes de valoración

<b>CALIDAD DEL ATRACTIVO</b>								
<b>MATERIAL</b>	<b>INMATERIAL</b>		<b>FESTIVIDADES Y EVENTOS</b>		<b>GRUPOS DE ESPECIAL INTERÉS</b>	<b>SITIOS NATURALES</b>		
Estado de conservación (21)	Colectiva (14)		Organización del Evento (30)		Respeto por las Costumbres (70)	Sin contaminación del Aire (10) 10		
Constitución del Bien (21)	Tradicional (14)		Beneficios socioculturales (20)			Sin contaminación del Agua (10) 10		
Representatividad (28)	Anónima (14)		Beneficios Económicos (20)			Sin contaminación Visual (10) 10		
	Espontanea (14)					Sin contaminación Sonora (10) 10		
	Popular (14)					Estado de Conservación (10) 10		
						Diversidad (10) 4		
						Singularidad (10) 2		
<b>TOTAL CALIDAD</b>	<b>TOTAL CALIDAD</b>		<b>TOTAL CALIDAD</b>		<b>TOTAL CALIDAD</b>	<b>TOTAL CALIDAD</b> 56		
<b>SIGNIFICADO DEL ATRACTIVO</b>								
Local (6 puntos)	6	Regional (12 puntos)	3	Nacional (18 puntos)	2	Internacional (30 puntos)	0	11
<b>TOTAL CALIFICACIÓN (Calidad + Atractivo)</b>					<b>67</b>			

#### 4. Características específicas

##### 4.1 Clima

- Temperatura: 23°C
- % Humedad: 70 %

##### 4.2 Horarios

- Horario de visita: 6:30 am – 7:00 pm
- Acceso: Publico

##### 4.3 Tarifas

Entrada libre: Si \_\_\_\_\_

Adultos \_\_\_\_\_

Niños \_\_\_\_\_

Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

Estado del atractivo			
Materiales muebles e inmuebles, y Sitios Naturales	Inmaterial	Grupos especial interés	Festividades y eventos
Satisfactorio <input type="checkbox"/>			
Bueno <input checked="" type="checkbox"/>			
Regular <input type="checkbox"/>			
Malo/Ruinoso <input type="checkbox"/>			

#### 4. Servicios

Servicios que ofrece el atractivo.

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tienda de Suvenires          | <input checked="" type="checkbox"/> Parqueadero                         |
| <input type="checkbox"/> Guianza.                     | <input checked="" type="checkbox"/> Promoción ¿Cuál? Valla publicitaria |
| <input checked="" type="checkbox"/> Baños             | <input type="checkbox"/> Otros ¿Cuál? _____                             |
| <input type="checkbox"/> Capacidad pax _____          | <input type="checkbox"/> N/A  |
| <input type="checkbox"/> Idiomas _____                |   |
| <input type="checkbox"/> Restaurante.                 |   |
| <input checked="" type="checkbox"/> Kiosco de comidas |   |

Servicios para personas discapacitadas o en condiciones especiales (embarazadas, tercera edad, otros)	Elementos de seguridad
<input type="checkbox"/> Rampas	<input type="checkbox"/> Equipo de emergencia
<input type="checkbox"/> Baños	<input type="checkbox"/> Salva vidas
<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____	<input type="checkbox"/> Otro ¿Cuál? _____
<input checked="" type="checkbox"/> Ninguno	<input checked="" type="checkbox"/> Ninguno

**Notas y observaciones:** El balneario se encuentra turísticamente ya que cuenta con una infraestructura para el acceso, tanto al recurso como al balneario (río), en temporada alta se hace apertura de un restaurante que queda ubicado al lado de la zona de barbacoa.

*Fuente: Adaptado Por Luisa Rivera y Yeison Nova A Partir De Formato de atractivos turísticos de Bogotá (2016). Fondo de promoción turística Colombia.*