

**Lineamientos para la elaboración de la marca turística del municipio de Tena
Cundinamarca**

Julián David Bravo Torres

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Hotelería y Turismo
Bogotá, D.C.
2020

**Lineamientos para la elaboración de la marca turística del municipio de Tena
Cundinamarca**

Julián David Bravo Torres

Director

Mauricio Javier León Cárdenas

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.

2020

Dedicatoria

Quiero dedicar este trabajo a Nelly Torres Martínez, mi mamá, quien es la persona que me ha motivado en todos los momentos buenos y malos que he tenido durante mi carrera universitaria y me ha enseñado a nunca desfallecer. También va dedicado a dos mujeres muy importantes como lo son Waldina Torres Martínez y María Camila Chaves Torres, mi tía y mi prima, quienes me abrieron las puertas de su hogar en Bogotá desde mi primer día en la universidad, a ellas toda mi gratitud por todo el amor y compañía que me han brindado durante estos años.

Julián David Bravo Torres

Agradecimientos

Agradecer primero a Dios por permitirme llegar a esta etapa de mi carrera gozando de buena salud, a la Universitaria Agustiniiana por los diferentes apoyos en el desarrollo de mi carrera profesional, un agradecimiento especial a la Directora del programa de Hotelería y Turismo, la Doctora Gloria Elsa Duque quien estuvo siempre presente ante los requerimientos que yo como estudiante tuve ante su dirección, para ella toda mi gratitud.

Agradecimiento especial para mi docente tutor Mauricio Javier León Cárdenas, con quien tuve clases desde mi primer semestre de carrera y hoy en la recta final de la misma sigue ahí orientándome con sus conocimientos. Me siento honrado de haber tenido a tan excelente profesor y ser humano acompañándome en este proceso. Y como él siempre lo dijo en clases: “Este no es el final, sino el principio de lo que será la carrera de hotelería y turismo”.

Julián David Bravo Torres

Resumen

Este trabajo tiene por finalidad establecer los lineamientos para elaborar la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca. El área de estudio se centra en realizar diferentes análisis para conocer a profundidad cuales son los elementos necesarios para construir una marca turística exitosa, buscando con esto el posicionamiento del destino a nivel local y regional, de la mano de esto promover en el municipio un turismo formalizado, responsable y sostenible. Los principales referentes turísticos de Tena son los caminos reales, la cascada El Tambo y la Laguna Pedro Palo; actualmente la gobernanza municipal está enfocada en fortalecer estos lugares. Esta investigación pretende establecer los lineamientos de marca turística que pueden ser tomados en cuenta para que la administración municipal cumpla con su meta del plan de desarrollo municipal de establecer la marca turística del municipio.

Para establecer los lineamientos de la marca se confrontó de manera ecléctica el modelo de formación de la imagen – destino, el modelo de personalidad de destino, el modelo de lealtad de marca y destino turístico y el modelo de integración de los conceptos de la marca e imagen de destino. Como elaboración propia se estableció un modelo que es el que se señala en el capítulo final.

Palabras clave: Marca turística, branding, lineamientos, municipio de Tena.

Tabla de contenidos

Introducción.....	12
1. Planteamiento del problema	13
1.1 Descripción	13
1.1.1 Delimitación.....	13
1.2 Pregunta de investigación	13
1.3 Justificación	14
1.4 Objetivo general.....	14
1.5 Objetivos específicos	14
2. Marco de referencia.....	15
2.1 Marco teórico	15
2.1.1. Branding turístico.....	15
2.1.2 Teoría de producto, sus niveles y aspectos según Kotler.....	15
2.1.3 Niveles de producto.....	16
2.2 Marco conceptual.....	17
2.2.1 Destino turístico.	17
2.2.2 Destino turístico sostenible	18
2.2.3 Gobernanza.....	18
2.2.4 Marca.....	18
2.2.5 Marketing turístico	18
2.2.6 Producto turístico	18
2.3 Marco legal	18
2.3.1 Ley 300 de 1996.....	18
2.3.2 Plan sectorial de turismo.	19
2.3.3 Plan de desarrollo turístico de Tena.	19
2.3.4 Política de mercadeo y promoción turística: Colombia un destino de clase mundial.	19
2.3.5 Norma Técnica Sectorial Colombiana 001-1 NTS-TS.	19
2.4 Marco geográfico – Histórico	19
3. Antecedentes	23
4. Metodología	24

4.1 Enfoque de investigación.....	24
4.2 Tipo de investigación.....	24
4.3 Instrumento de investigación.....	24
5. Capítulo I.....	26
5.1. Análisis de situación que soporte establecer las potencialidades turísticas del municipio conducentes a la determinación de la marca.....	26
5.1.1. Análisis de entorno.....	26
5.1.2 Análisis tecnológico.....	27
5.1.3 Análisis social.....	27
5.1.4 Análisis económico.....	28
5.1.5 Análisis situacional.....	30
5.1.6 Competencia.....	36
5.1.7 Mercado.....	37
5.2. Estado del arte de atractivos y recursos turísticos de Tena Cundinamarca.....	39
5.3. Construcción de la matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	46
5.3.1. Resultados Matriz EFI.....	47
5.4. Construcción de la matriz de evaluación de factores externos (MEFE).....	47
5.4.1. Resultados Matriz EFE.....	48
5.5. Vision general del municipio.....	48
6. Capítulo II.....	51
6.1. Análisis de modelos de branding coherentes para establecer los lineamientos de la marca del municipio de Tena Cundinamarca.....	51
6.1.1. Elementos en los que se centra el branding.....	51
6.1.2. Herramientas para construir la marca.....	52
6.1.3. Modelos e implicaciones de la marca en la imagen del destino.....	53
6.1.4. Comparativa de los modelos analizados.....	58
7. Capítulo III.....	59
7.1. Lineamientos necesarios para establecer la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca.....	59
7.1.1. Variable clave: Afectiva.....	59
7.1.2. Variable: Personalidad del destino.....	59

7.1.3. Variable: Marca del destino.	60
7.1.4. Variable: Imagen de conjunto.	60
Conclusiones.....	62
Recomendaciones.....	63
Referencias.....	64
Anexos.....	67
Anexo 1. Fichas técnicas de recursos y atractivos turísticos de Tena Cundinamarca.....	67

Lista de figuras

Figura 1 Niveles de producto.....	17
Figura 2 Análisis estratégico: Marco de trabajo.....	26
Figura 3 Distribución de la población del Tequendama por edades 2010 (2010).....	28
Figura 4 Comparativo de ingresos vigencia 2016-2019.....	29
Figura 5 Ciclo de vida de los destinos turísticos.....	39
Figura 6 Listado de fichas de inventario turístico de Tena Cundinamarca.....	40
Figura 7 Matriz EFI Municipio Tena Cundinamarca.....	46
Figura 8 Matriz EFE Municipio Tena Cundinamarca.....	48
Figura 9 Grafico MEFI MEFE de Tena Cundinamarca.....	49
Figura 10 Modelo de Baloglu y McCleary.....	54
Figura 11 Modelo de Ekinci y Hosany.....	55
Figura 12 Modelo de Boo, Busser y Baloglu.....	56
Figura 13 Modelo de Qu.....	57
Figura 14 Cuadro resumen modelos.....	58
Figura 15 Formato Capilla Nuestra Señora de las Mercedes.....	67
Figura 16 Formato Parque principal.....	68
Figura 17 Formato Iglesia Nuestra Señora del Rosario.....	69
Figura 18 Formato Casa Mon Plaisir.....	70
Figura 19 Formato Alcaldía Municipal.....	71
Figura 20 Formato Sendero casco urbano – Los Alpes.....	72
Figura 21 Formato Sendero El aguacatazo – Laguna de Tenasuca – Patio Bonito.....	73
Figura 22 Formato Sendero Patio Bonito – El Tambo- Tena.....	74
Figura 23 Formato Sendero Puerto Araujo – Tena.....	75
Figura 24 Formato Petroglifos.....	76
Figura 25 Formato Represa San Martin.....	77
Figura 26 Formato Chupao Tenense.....	78
Figura 27 Formato Fritanga.....	79
Figura 28 Formato Artesanías.....	80
Figura 29 Formato Fiesta de la Virgen del Carmen.....	81
Figura 30 Formato Expo Tena.....	82

Figura 31 Formato Festival de Turismo en La Gran Vía	83
Figura 32 Formato Competencia clásica nacional de ciclo montañismo.	84
Figura 33 Formato Reserva Natural Laguna de Tenasuca (Pedro Palo).	85
Figura 34 Formato Cascada El Tambo.....	86
Figura 35 Formato Quebrada La Honda.....	87
Figura 36 Formato Reserva Forestal Laguneta.....	88
Figura 37 Formato Reserva La Pacuala.....	89
Figura 38 Formato Bosque de Niebla.....	90

Lista de tablas

Tabla 1 Ficha Técnica del municipio de Tena Cundinamarca	20
Tabla 2 Instrumentos de Investigación.....	25
Tabla 3 Plan plurianual de inversiones.....	30
Tabla 4 Registro de respuestas del grupo 1	33
Tabla 5 Registro de respuestas del grupo 2	34
Tabla 6 Funcionalidad turística del inventario de recursos y atractivos turísticos de Tena Cundinamarca.....	41
Tabla 7 Grafico de referencia por cuadrantes.....	49
Tabla 8 Compilado variables, resultados y componentes de la marca	61

Introducción

Con el pasar de los años las marcas han venido evolucionando llegando así a definirse según Nuño (2017) como un signo distintivo, cuyas funciones principales son diferenciar, hacer únicos, dar identidad y significado a los productos y/o servicios que representa frente al resto de competidores. De igual forma el turismo está ligado a las marcas en cuanto tiene que ver con actividades en masa tales como turismo de compras, turismo experiencial, entre otros. Así las personas llegan a hacer turismo “actividad asociada al ocio, descanso y el descubrimiento de nuevos lugares” (Pérez, Gardey, 2012, párr.01), algunas veces motivados indirectamente por los componentes de una marca turística.

Tena, Cundinamarca es visitado frecuentemente por turistas locales, como municipio tiene una gran potencialidad turística pero la baja capacidad gerencial y las malas administraciones locales no han contribuido al crecimiento constante en el número de visitantes ni en el desarrollo sostenible en el destino, esto sin mencionar el bajo control frente a los visitantes que generan daños ambientales y socioculturales consecuencia de malas prácticas en el territorio Tenense. Por ende, se busca establecer los lineamientos para la elaboración de la marca turística del municipio, generando a través de esta un estímulo para la conservación, reducción de impactos negativos, y crecimiento turístico del destino.

Con el planteamiento de estos lineamientos se busca integrar a los actores del turismo local, buscando que se genere una apropiación del territorio a través de los resultados de los análisis que se desarrollen, pretendiendo llegar a la señalización de todos los elementos que debe contener la marca turística del municipio de Tena, Cundinamarca.

1. Planteamiento del problema

1.1 Descripción

Teniendo en cuenta el fenómeno epidemiológico presentado en todo el mundo, la población del municipio de Tena es consciente de la vulnerabilidad ante este virus, pero también es consciente de que el turismo es una forma de reactivación económica; cuando se proporcionen todas las condiciones dadas por los especialistas en el tema.

Lo anterior denota la relevancia y la importancia de desarrollo territorial que tiene el sector turismo en el municipio y lo convierte en un sector clave para el desarrollo local y su participación regional. En este sentido, el turismo tiene una función decisiva entre los instrumentos de la lucha contra la pobreza y se convierte en una herramienta primordial para el cumplimiento de los objetivos del milenio, la competitividad, identidad y sostenibilidad territorial.

Actualmente la oferta de servicios turísticos a visitantes locales y externos es desarrollada por organizaciones privadas que hacen uso del territorio sin tener ningún encadenamiento productivo, inexistencia a la contribución económica y sin obtener los permisos municipales para el desarrollo del turismo que se presenta.

Este reconocimiento de factores que generan una baja productividad y competitividad del turismo en lo local y por ende su participación en lo regional, sumado a la baja capacidad gerencial y el bajo presupuesto, motiva a proponer nuevas ideas que impulsen el sistema turístico municipal, promocionando y posicionando a Tena como un destino de experiencias rurales emblemáticas, de calidad y excelencia.

Aunque el municipio se posee vocación turística, en este momento carece de programas enfocados al marketing turístico y al posicionamiento del destino, trayendo esto como consecuencia una baja participación en el mercado local y regional.

1.1.1 Delimitación.

Este proyecto pretende establecer los lineamientos requeridos para la formulación de la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca, teniendo en cuenta factores sociales, académicos, de gobernanza, financieros, legislación, de conformación de producto aplicable para el desarrollo y posicionamiento de la misma.

1.2 Pregunta de investigación

¿Cómo seleccionar lineamientos para establecer la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca?

1.3 Justificación

Actualmente el turismo es una apuesta que debe cimentarse como una nueva industria y una nueva fuente de generación de empleo para la población Tenense, desarrollando todas sus formas y alternativas para el desarrollo de productos turísticos que estén acordes con las ventajas del municipio de Tena.

Al momento de realizar este trabajo se piensa en querer tener una interacción con todos los actores de turismo del municipio de Tena, para que se puedan establecer de forma común los lineamientos necesarios para la asignación de la marca turística del municipio, pensando en que los gobernantes y los locales se apropien de esta marca para generar posicionamiento y reconocimiento de Tena a nivel local, regional y nacional.

La comunidad y los actores de gobernanza serán fundamentales en el desarrollo de esta investigación; considerando, por un lado, que la comunidad es parte primordial del proceso de crecimiento turístico que está viviendo el municipio, y por otro lado, que los actores de gobernanza son quienes establecen la hoja de ruta a seguir por cuatrienios, por consiguiente serán los responsables de la gestión turística del destino.

1.4 Objetivo general

Establecer los lineamientos necesarios para asignar una marca turística al municipio de Tena Cundinamarca.

1.5 Objetivos específicos

- Realizar un análisis de situación que soporte establecer las potencialidades turísticas del municipio conducentes a la determinación de la marca.
- Analizar modelos de branding coherentes para establecer los lineamientos de la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca.
- Señalar con base en el diagnóstico y en los modelos de branding los lineamientos necesarios para establecer la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca.

2. Marco de referencia

2.1 Marco teórico

2.1.1. Branding turístico.

La producción y el consumo de servicios turísticos se encuentra en origen con una gran problemática: su intangibilidad. La marca quiere responder precisamente a esa necesidad de hacer visible e identificable el mencionado servicio. (Obiol, 2003, p. 86).

Un producto turístico sólido y competitivo se apoya en un símbolo que lo comunique, que lo identifique y que reúna los atributos del destino. Sin marca turística puede existir un recurso turístico, pero es difícil construir un producto turístico homologable. La marca, así, debe dar vida al destino-producto-servicio turístico y sobre todo venderlo (Obiol, 2003, p. 86).

El branding debe ser la gestión inteligente, creativa y estratégica de los activos diferenciales de un destino, y su principal objetivo debe estar centrado en construir una promesa y una experiencia turística distintiva, relevante y sostenible en el tiempo. Este mismo, permitirá la agrupación y comunicación de las virtudes fundamentales de un destino, potenciando y aumentando el alcance de los activos turísticos (Razak, s.f.).

El branding turístico desarrolla conexiones entre un destino y un turista, haciendo más fuertes los lazos de unión y creando un discurso y una identidad propia. Uno de los puntos fundamentales para desarrollar un enfoque de branding adaptado a los valores del destino es conocer puntos fuertes y diferenciales del lugar, esto para plantear una estrategia que los comunique de manera efectiva. Además, debe expresar los valores que hacen al destino único Nieto (2019).

2.1.2 Teoría de producto, sus niveles y aspectos según Kotler.

En el sector turismo es importante tener claro el concepto de producto, ya que la prestación de servicios siempre será en torno a este, en el libro *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo* de Kotler (1997) el autor lo define así: “un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer a un mercado para la atención, la adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas” (p. 274).

2.1.3 Niveles de producto.

Los directores de empresas y entes dedicados a la hospitalidad y el turismo necesitan considerar el producto en cuatro niveles: el **producto principal**, el **producto auxiliar**, el **producto de apoyo**, y el **producto aumentado**.

- ✓ Producto principal: El nivel básico lo ocupa el producto principal que responde a la pregunta ¿Qué compra en realidad el consumidor? Los encargados de mercadeo deben descubrir el beneficio principal que cada producto ofrece al consumidor y vender estos beneficios, en vez de venderle solo las características del producto (Kotler, 1997, p. 274).
- ✓ Producto auxiliar: Los productos auxiliares son los artículos o servicios que deben estar presentes para que el cliente use el producto principal. El diseño de productos exige la comprensión del mercado meta y de los servicios auxiliares necesarios (Kotler, 1997, p. 275).
- ✓ Productos de apoyo: Los productos principales requieren productos auxiliares, pero no productos de apoyo. Los productos de apoyo son productos adicionales ofrecidos para aumentar el valor del producto principal y ayudar a diferenciarlo del producto de la competencia.

En forma ideal las empresas deben elegir productos de apoyo que la competencia no pueda copiar fácilmente. También deben tener la capacidad de ofrecer servicios de apoyo de manera profesional. En resumen, los productos de apoyo no ofrecen una ventaja competitiva si no se planifican y se implementan en forma apropiada. Por tanto, deben superar las expectativas de los clientes para que tengan un efecto positivo (Kotler, 1997, p. 276).

- ✓ Producto Aumentado: El producto aumentado incluye la facilidad de acceso, el ambiente, la interacción del cliente con el sistema de entrega del servicio, la participación del cliente y la interacción de los clientes entre sí. Esos elementos se combinan con el producto principal, el auxiliar y el de apoyo para proporcionar el producto aumentado (Ver figura 1).

Desde el punto de vista de la gerencia, el producto principal ofrece un enfoque al negocio; es su razón de ser. Los productos auxiliares son esenciales para ofrecer el producto principal al mercado meta y los productos de apoyo ayudan a posicionar a un producto. El producto principal, el auxiliar y el de apoyo determinan lo que el recibe, pero no cómo lo recibe. La

entrega del servicio afecta la manera en que el cliente percibe el servicio. Nieto (2018). El servicio aumentado combina el producto que se ofrece con la forma como éste se entrega.

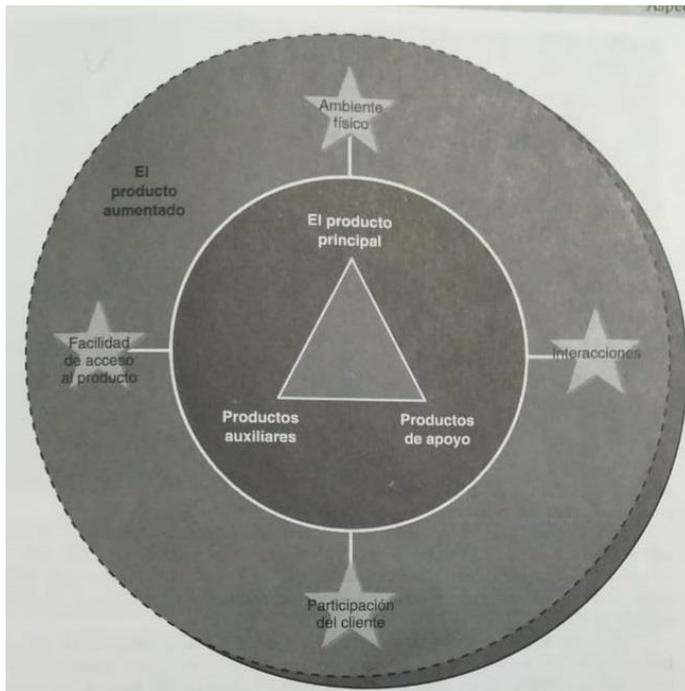


Figura 1. Niveles de producto. Adaptado de Gronroos, C. (1987)

✓ **Aspectos del producto aumentado**

- Participación del cliente
- Interacciones
- Ambiente físico
- Facilidad de acceso al producto

2.2 Marco conceptual

2.2.1 Destino turístico.

Espacio físico en el que una visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado.

Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios (Organización Mundial del Turismo 2002).

2.2.2 Destino turístico sostenible.

Unidad de planificación y gestión del territorio que cumple con los requisitos ambientales, socioculturales y económicos establecidos en presente norma NT-TS 001. (Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación, 2006).

2.2.3 Gobernanza.

Organización para gobernar y ejercer el poder que genere gobernabilidad, bajo principios basados en las estructuras, procesos, reglas y prácticas eje de las interacciones entre los actores afectados por el ejercicio de gobierno; la manera de tomar decisiones en lo público, buscando la participación de diferentes actores locales (Figueredo, RM.).

2.2.4 Marca.

Es un nombre, termino, señal, símbolo o diseño, o una combinación de todos; que deben identificar los bienes y servicios ofrecidos por un vendedor o grupo de vendedores y diferenciarlos de los demás competidores (AMA s.f, en Barroso et.al., 2010, p.8).

2.2.5 Marketing turístico.

El marketing turístico vende y promociona destinos y servicios turísticos como hoteles, viajes en barco o excursiones. Además, se encarga de todas las acciones que se centran en ofrecer el mejor servicio al turista. Ya no se trata únicamente de vender un paquete de vuelo, hotel y alojamiento, sino de vivir, sentir, elegir, divertirse y darse caprichos. La forma de hacer negocio en el turismo cada vez apela más a los sentimientos y es que el viaje comienza desde antes de hacer las maletas (Galiana, 2019).

2.2.6 Producto turístico.

Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas (Ley 300 de 1996).

2.3 Marco legal

2.3.1 Ley 300 de 1996.

Es la primera ley en tratar temas legales en materia de turismo, en este proyecto se hace uso de ella específicamente en los recursos turísticos ya que gracias a esta se puede “declarar como recursos turísticos de utilidad pública a aquellas zonas urbanas o rurales, plazas, vías, monumentos, construcciones y otros que deban desarrollarse con sujeción a planes especiales, adquirirse por el estado o preservarse, restaurarse o reconstruirse” (ley 300, 1996, p.8).

2.3.2 Plan sectorial de turismo.

Colombia cuenta con un reglamento de turismo llamado plan sectorial de turismo el cual tiene como lema, el turismo: el propósito que nos une, esta actividad económica es una de las más beneficiosas en el planeta y esto hace que este sector sea un renglón estratégico para el Gobierno Nacional, considerado como “el nuevo petróleo de Colombia”, una opción viable y rentable de desarrollo sostenible donde el país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad como una alternativa para la generación de divisas, para crear empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país (Mincit, 2018).

2.3.3 Plan de desarrollo turístico de Tena.

La elaboración del Plan de Desarrollo Turístico, propuesto como meta específica en el sector turismo de Tena, surge para dar paso a la planificación territorial, elemento importante para que el desarrollo turístico se proyecte acorde con las expectativas nacionales, departamentales y locales (Plan de Desarrollo Turístico de Tena, 2010, p. 5).

2.3.4 Política de mercadeo y promoción turística: Colombia un destino de clase mundial.

En desarrollo de la misión del Viceministerio de Turismo, y con el ánimo de orientar la gestión de los diferentes actores del turismo colombiano, es llevada a cabo una política pública que incluye propuesta para la competitividad, el mercadeo, la promoción, y la seguridad turística (Mincit, 2009).

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

Destinos turísticos de Colombia. Requisitos de sostenibilidad.

Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, aplicables a los destinos turísticos colombianos.

2.4 Marco geográfico – Histórico

El municipio de Tena se localiza en el Departamento de Cundinamarca – Colombia – Sur América a solo 66 kilómetros de Bogotá. Es uno de los diez municipios de la Provincia Tequendama.

A continuación, se presenta la ficha técnica donde se observan algunos aspectos del municipio:

Tabla 1

Ficha Técnica del municipio de Tena Cundinamarca

Fundación	11 de Diciembre de 1607 Erigido Municipio: Junio 15 de 1905
Localización	4° 37' 40" Latitud Norte: 74° 24' 18" Longitud Oeste: Meridiano de Greenwich
Temperatura	20 °C
Población	7989 habitantes
Historia	<p>Época Prehispánica: la parte alta del municipio correspondía a los Muisca de la familia Lingüística Chibcha, siendo la laguna de Tenasuca (Pedro Palo) sitio de descanso. Además el valle de Tena era importante para el aprovisionamiento agrícola dado las grandes virtudes de la tierra y el clima. En la parte baja del Municipio se localizaban los Panches de la familia Lingüística Caribe. Por esto Tena es uno de los pocos municipios que albergo las dos familias lingüísticas del país. En este territorio, según cuenta la historia, se hacían los intercambios comerciales entre Panches y Muisca, oro por sal y demás. Se dice que estas dos tribus siempre estuvieron en guerra, por lo belicoso de los Panches, sin embargo el arqueólogo Pedro Arguello, sostiene que la invasión de los Panches a los Muisca solo fue un pretexto de los españoles para poder justificar la masacre de los Panches.</p> <p>Época de la Conquista: Los Panches fueron duramente atacados por los españoles, hasta lograr su exterminación en sangrientas batallas. La victoria española fue ratificada con la fundación de Tocaima en 1544, tras el sometimiento y muerte de los caciques más importantes. Entre 1585 y 1600 los indígenas fueron atacados por brotes de viruela y en el año 1517 por una epidemia de sarampión, acabó con más del 95% de la estirpe que aún quedaba. En esta época por el camino de Bogotá – Tena – La Mesa – Guataqui, pasaron todos los conquistadores entre ellos Jiménez de Quesada, Nicolás de Federman. A partir de este momento este camino se convirtió en el más importante del centro del país, por ser la salida más directa de Bogotá hacia el río Magdalena, vía fluvial por la cual entró toda la civilización.</p>

	<p>Época de la Colonia: Entre 1548 y 1626 en el sector de Tena, se adjudicaron más de 13 estancias a los españoles por parte del Cabildo de Santafé y el Presidente de la Audiencia. En 1627 se inicia una serie de adjudicaciones y compras de estas estancias, por parte de los Jesuitas, quienes volvieron a integrar todo el sector del Valle de Tena. Estos explotaron la Hacienda hasta el año de 1767 fecha que fueron expulsados. En este periodo se cuenta que se establecieron los primeros cultivos de café, y se explotó una mina de diamantes que fue escondida por estos, al momento de su partida. En 1784 la Hacienda es adquirida por Clemente Alguacil, administrándola hasta 1819, año en el que huyo hacia Santo Domingo, naufragando su barco y muriendo sin dejar herederos.</p> <p>Época de la Independencia: Por aquí transitaron todos los próceres de la independencia, entre 1810 y 1819. Se tiene conocimiento que en la antesala de la independencia aquí residió algunos días Policarpa Salavarrieta.</p> <p>Época de la Republica: Al inicio de la Republica y como recompensa por sus servicios, el Congreso dono la Hacienda de Tena al Libertador Bolívar y al General Santander, quienes la traspasaron a sus hermanas Juana Bolívar y Josefa Santander. En 1845 Juana cede sus derechos a Josefa. Se dice que Santander después de ser Presidente, año de 1839, vivió una corta temporada en Tena siendo alcalde. Hasta 1856 la hacienda fue propiedad de la familia Santander, a partir de esta fecha se fue fraccionando hasta el año 1948, donde la mayor parte era de los Rodríguez Maldonado quienes la administraban en fraternal convivencia con más de 200 arrendatarios. Por efectos de la violencia a partir de 1948, se abandonó la hacienda, por lo que sus casas y capilla fueron saqueadas hasta llegar a su deterioro. En 1907 se instaló el alumbrado eléctrico del caserío, uno de los primeros del país. En la hacienda de Tena se hospedaron personalidades como Pablo Murillo, Simón Bolívar, el General Santander, el príncipe Napoleón Bonaparte, 21 Presidentes de la Republica, diplomáticos, barones, condes, marqueses.</p>
<p>Tena en la actualidad</p>	<p>En la actualidad Tena hace parte del corredor turístico Mosquera – Tena- La Mesa – Girardot, de los más importantes en el Departamento de</p>

	<p>Cundinamarca. Se observa interés por parte de los habitantes de Bogotá en visitarlo. En un recorrido entrando desde Tierra Santa hasta más delante de La Gran Vía, este corredor ofrece a los visitantes gran variedad gastronómica, con restaurantes para todos los gustos. Los senderos son frecuentemente visitados por caminantes, donde las cajas de compensación y diferentes operadores turísticos anualmente programan caminatas ecológicas. La cascada El Tambo es también otro de los atractivos que es muy visitado. La economía municipal se basa en la parte agrícola en cultivos como café, frutales, caña panelera. La inspección de La Gran Vía tiene una buena dinámica de crecimiento.</p>
<p>Accesibilidad a la Región</p>	<p>Aérea: El aeropuerto internacional El Dorado, de la ciudad de Bogotá se localiza a 28 kilómetros del ingreso al municipio de Tena, esto es poco menos de una hora en tiempo. Observando el proyecto Bogotá Región, este aeropuerto corresponde a toda la región cubriendo al municipio de Tena, siendo el municipio más cercano de la Región del Tequendama.</p> <p>Terrestre: El acceso principal al municipio se hace por el corredor turístico Mosquera – Girardot, ingresando al municipio en el sector de Tierra Santa, a 23 kilómetros desde Mosquera; transitándose el municipio en una longitud de 18 kilómetros, por una vía en buen estado.</p> <p>El servicio de transporte intermunicipal es frecuente, sin embargo, las rutas que ingresan al casco urbano no lo son.</p>

Nota: Plan de Desarrollo Turístico de Tena

3. Antecedentes

Dentro de los procesos democráticos que se desarrollan en Colombia, están las elecciones regionales que se celebran cada 4 años, uno de los procesos fundamentales para que una campaña política sea exitosa es la identificación de necesidades de la población para estructurar un plan de gobierno acorde a lo que demanda el territorio. En una reunión sectorial con los actores de turismo del municipio de Tena Cundinamarca, el entonces candidato y hoy alcalde del municipio en compañía del autor de este proyecto de investigación, recogieron todos los requerimientos de este sector que fueron plasmados en el plan de gobierno.

Una vez ganadas las elecciones y posesionado el señor alcalde, se inició con el proceso de estructuración y adecuación del Plan de Desarrollo: Tena Progresiva en las mejores manos 2020-2023, siendo el suscrito autor de este trabajo uno de los asesores para construir las metas del sector turismo para los próximos años. Este plan fue aprobado por el concejo municipal sin ninguna oposición, además fue merecedor de un reconocimiento por ser uno de los planes más aterrizados a las necesidades actuales.

Hoy, la elaboración de la marca turística de Tena Cundinamarca es una de las metas a cumplir en este cuatrienio por la administración municipal, es decir, este trabajo de investigación podrá servir como base teórica para la estructuración y posterior elaboración de lo que será la marca turística del municipio.

4. Metodología

4.1 Enfoque de investigación

Según Sampieri (2017), con el enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo) se logra una perspectiva más amplia y profunda del objeto de estudio por ende se aplica en esta investigación la cual abordará la toma de algunos datos cuyas fuentes se tomarán en medidas y otras a manera de características.

Es importante mencionar que tanto el enfoque cuantitativo como el cualitativo son importantes y valiosos, ninguno prevalece respecto al otro; al contrario, se trabajan de forma conjunta, lo cual permite comprender la realidad que se va a estudiar de una manera más integral.

Desde el enfoque cualitativo se abordarán contenidos paisajísticos, descripciones de los atractivos del municipio, aspectos culturales, entre otros. En conjunto desde el enfoque cuantitativo se investigará cifras presupuestales disponibles para este proyecto, encuestas a los actores que rodean el turismo, evaluación de un posible mercado para el destino.

4.2 Tipo de investigación

Al no disponer de investigaciones previas, se empleará el método exploratorio que permitirá conocer de primera mano opiniones de expertos, usuarios, clientes, lo cual será muy útil porque se trata de información única y novedosa.

Se usa este método con el fin de estudiar e integrar a la población necesaria para comprender mejor la situación turística actual y definir cuáles serán los componentes de la marca turística del municipio.

4.3 Instrumento de investigación

Para la recolección de datos se emplearán los siguientes instrumentos:

- ✓ Entrevistas: Que permitirán conocer de primera mano las percepciones, opiniones y conocimientos directos de los actores vinculados a la investigación.
- ✓ Encuestas: Que permitirán tener un mayor alcance o amplitud, aunque con menor profundidad que las entrevistas.
- ✓ Observación de campo: Que permitirá la relación directa con el objeto de estudio, en este caso el municipio, para identificar los comportamientos políticos, económicos, socio-culturales y tecnológicos.

Esta información será presentada en la siguiente tabla donde se plasma en simultánea cada uno de los objetivos específicos, el instrumento, la fuente de información (primaria, secundaria, terciaria), las variables y el tipo de información que se encuentre.

Tabla 2

Instrumentos de Investigación

Objetivo específico	Instrumento empleado	Variables	Fuente de información
1. Realizar un análisis de situación que soporte establecer las potencialidades turísticas del municipio conducentes a la determinación de la marca	Análisis PEST Matriz MEFE Matriz MEFI		
2. Analizar modelos de branding coherentes para establecer los lineamientos de la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca.	Análisis de modelos ya establecidos		

Nota: Elaboración propia

5. Capítulo I

5.1. Análisis de situación que soporte establecer las potencialidades turísticas del municipio conducentes a la determinación de la marca

Para el presente capítulo, se emplea el modelo de Análisis Estratégico: marco de trabajo, establecido por Lozano (2009) dentro los estudios de gerencia estratégica de innovación. Ver Figura 2

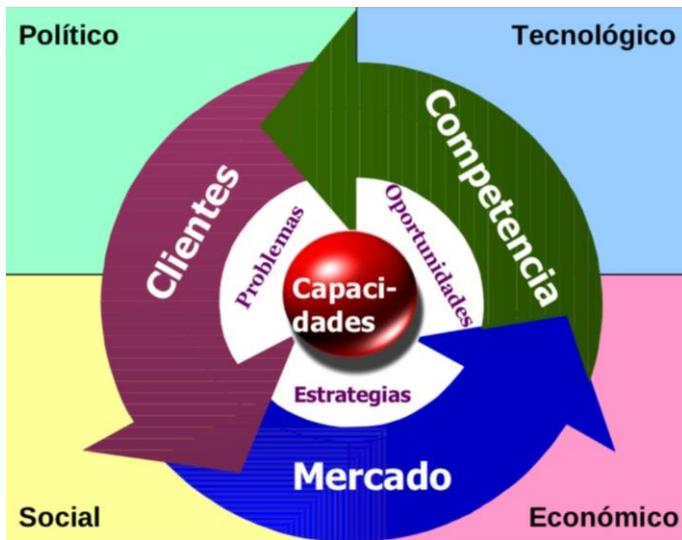


Figura 2. Análisis estratégico: Marco de trabajo. Gerencia Estratégica de Innovación Tecnológica (2019)

5.1.1. Análisis de entorno.

5.1.1.1 Análisis político. El gobierno municipal de Tena tiene como objetivo en el plan de desarrollo propiciar los instrumentos político-administrativos, financieros y de gobernanza para la planificación, gestión, promoción, y seguridad de la industria del turismo responsable, regenerativo, y de naturaleza en el municipio con un enfoque de economía circular.

Al ser una industria naciente en el municipio de Tena, la administración municipal busca consolidar una apuesta de destino autónomo, innovador y sostenible, capaz de generar e incentivar la vocación turística del municipio.

Con lo relacionado a la organización y gobernanza para el desarrollo turístico, el gobierno local está en la tarea de fortalecer los espacios de participación ciudadana y alianzas estratégicas con el fin de promover la implementación de las NTS.

Amenazas de operar con el gobierno local:

- Sectarismo hacia algún grupo social
- Poca disponibilidad de recursos para la gestión del turismo
- Ausencia de personal sin conocimientos específicos en turismo

5.1.2 Análisis tecnológico.

El municipio de Tena en aras de la innovación tecnológica y la facilidad de acceso a la misma, posee el Centro Interactivo en el casco urbano del municipio y cuenta con 22 equipos de cómputo a disposición de la comunidad en general. Además de eso el parque principal de Tena cuenta con una (1) zona wifi libre.

Según cifras del Ministerio de las Tecnologías de Información y Comunicaciones MINTIC, el municipio registra 26 usuarios de internet y la misma cantidad de hogares con este servicio, es decir, la accesibilidad tecnológica en Tena es demasiado baja.

De las tecnologías que impactan el mercado turístico local, se puede decir que están ligadas al uso autónomo de Smartphone por parte de quienes visitan el territorio. Algunos visitantes han afirmado que Tena ha sido de su interés por publicaciones de otras personas a través de portales web o redes sociales.

La capacidad de innovación tecnológica del municipio es baja debido a las limitaciones de recursos financieros, consecuencia que ha dejado la pandemia Covid – 19.

El grado de pre-disposición al uso de la tecnología es alto, aun en el territorio no hay una buena familiarización con el uso tecnológico por parte de la población. Respecto a los prestadores de servicios turísticos, la mayoría no hace inclusión tecnológica para la operación y prestación de los servicios.

5.1.3 Análisis social.

En general en la provincia del Tequendama se ha registrado una tendencia de migración de la población, en especial de los jóvenes en busca de mejores oportunidades de vida.

5.1.3.1 Niveles de educación. En el municipio de Tena para el año 2016 se registraron 1904 matriculados en las 14 sedes educativas.

A pesar de que se encuentran varias instituciones educativas, el nivel es muy bajo en el municipio, obligando a los jóvenes a salir en busca de una mejor calidad educativa, y un gran número no vuelve a Tena.

Estructura de la población por sexo y edad.

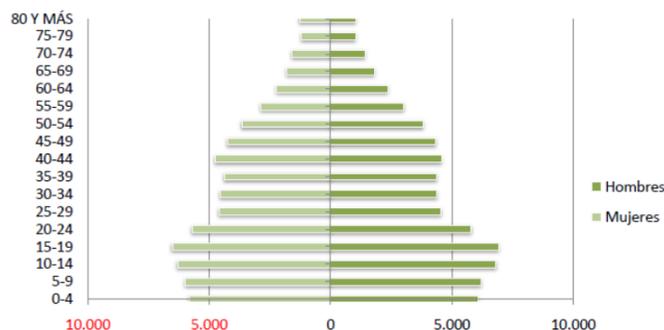


Figura 3. Distribución de la población del Tequendama por edades 2010. DANE (2010)

De esta gráfica se puede destacar, que a pesar de que la mayoría de población se concentra en las edades de 0 a 9 años y 10 a 19 años, la región ha perdido gran parte de la población joven por falta de oportunidades laborales y educativas, lo que trae como consecuencia de que después de que salen del municipio, son muy pocos los que vuelven a desarrollarse laboralmente en el territorio.

5.1.3.2 Empleo y subempleo. Actualmente el municipio tiene una tasa de empleo informal muy alta, además de esto otra gran parte de la población se dedica a los cultivos para su sustento diario sin aportar económicamente al municipio por lo cual no generan un mayor impacto al PIB.

Según datos consultados en las oficinas de la alcaldía municipal, hasta el año 2019 de las personas que contaban con un trabajo, el 47.3% laboraban en la compra y venta de productos no fabricados por ellos mismos, el 16.4% laboraban en alojamientos, restaurantes y cafeterías, 7.7% laboraban en sectores diferente a industria, comercio o servicios, el 7.4% laboraban con productos elaborados por ellos mismos, y el 21.2 desempeñaban otros oficios y/o servicios.

5.1.4 Análisis económico.

5.1.4.1 Análisis de presupuesto de ingresos. Los ingresos que percibe el municipio de Tena están clasificados como:

Corrientes los cuales los compone los ingresos tributarios que se encuentran representados en el recaudo por impuesto predial unificado en la zona urbana y rural, impuesto de industria y comercio por concepto de actividades comerciales, actividades de

servicios, avisos y tableros, impuesto de delineación, sobretasa bomberil, sobretasa a la gasolina, estampillas y contribuciones sobre contratos y **no tributarios**, los cuales comprenden los cobros realizados por concepto de tasas y derechos, la expedición de constancias, certificaciones de paz y salvos, servicios administrativos y licencias de construcción; el cobro de multas y sanciones establecidas en el código nacional de policía, por gobierno y por el concepto de industria y comercio; los intereses generados de recursos propios, el concepto de venta de servicio de tránsito y transporte, rentas contractuales del alquiler de maquinaria y de equipos; las transferencias de libre destinación y de propósito general de los municipios categorías 4,5 y 6; el fondo local de salud.

En los últimos años la evolución financiera del municipio ha venido en constante crecimiento, lo que ha permitido que la administración municipal hoy en día pueda invertir en temas que no tenían inversión en años pasados, como lo es el sector turismo.

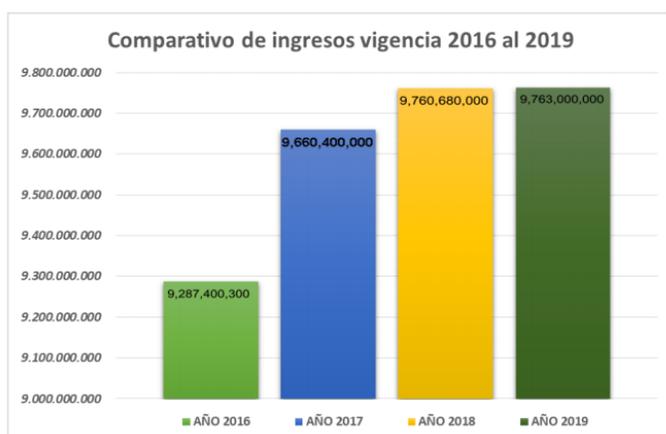


Figura 4 Comparativo de ingresos vigencia 2016-2019. Plan de desarrollo municipal Tena (2020)

Respecto a los incentivos fiscales al turismo, en el subprograma 1: Organización y gobernanza para desarrollo turístico, del programa Tena territorio turístico, responsable, regenerativo, sostenible y de naturaleza, del plan de desarrollo municipal (2020) la alcaldía municipal establece en la meta número 136 la formulación e implementación en el cuatrienio de un plan de estímulos financieros para MYPIMES, que trabajen en pro del turismo del municipio.

Los presupuestos establecidos para el turismo en este cuatrienio son los siguientes:

Tabla 3

Plan plurianual de inversiones

Programa	2020	2021	2022	2023	TOTAL
Tena territorio turístico responsable, Regenerativo, sostenible y de naturaleza	1,077,451	2,080,000	2,084,600	586,293	5,828,346

Nota: Plan de desarrollo municipal Tena (2020)

Este presupuesto está destinado a las actividades relacionadas al turismo como pueden ser publicidad, promoción, mercadeo, etc. Es ajeno a las obras de infraestructura que están proyectadas, gastos de funcionamiento, y demás gastos en los que incurra la coordinación de turismo del municipio.

La pandemia Covid-19 trajo consigo una gran afectación económica a las finanzas públicas, dejando como consecuencia la disminución de la inversión que estaba proyectada para el turismo, afectando de forma directa a la gobernanza del turismo.

5.1.5 Análisis situacional.

5.1.5.1 Clientes.

5.1.5.1.1 Análisis de segmento de mercado. Según el plan de desarrollo turístico de Tena (2010) el flujo de viajeros proviene en un 90% de la ciudad de Bogotá, que se divide en seis grandes grupos.

El primer grupo son los transeúntes que toman la ruta en vehículo propio, cuyo destino final son los grandes clubes y conjuntos cerrados de estrato 5 y 6 localizados entre La Mesa y Girardot. Así mismo llegan a fincas de recreo de estrato alto. En lo que corresponde a Tena estos viajeros paran en establecimientos gastronómicos cuyo mercado va dirigido a este tipo de clientes.

El segundo grupo son los viajeros que se desplazan en vehículo propio y llegan a sus fincas de recreo y centros vacacionales de estrato 3 y 4, algunos de estos, en un porcentaje bajo, paran en establecimientos comerciales cuyo mercado está dirigido desde estrato 3 a 6.

El tercer grupo corresponde a viajeros de estratos 2 y 3 que se desplazan en buses intermunicipales que llegan a fincas de recreo, clubes vacacionales y hoteles. Estos llegan directamente a los sitios de destino sin parar en la vía.

El cuarto grupo corresponde a instituciones educativas que siguiendo su pensum académico planean sus salidas pedagógicas a sitios cercanos a Bogotá. Vienen en buses de turismo de 40 personas, no se tiene un registro exacto de los buses que circulan en el sector. Estos utilizan algunos de los restaurantes del sector entre semana para tomar el desayuno en gran mayoría y en algunas ocasiones el almuerzo.

El quinto grupo corresponde a grupos de empresas que proyectan salidas de tipo institucional entre semana, desarrollan actividades como caminatas y posteriormente una tarde recreativa, No se tiene registro de la cantidad de visitantes.

El sexto grupo hace referencia a grupos de asociaciones de pensionados y grupos religiosos que desarrollan actividades de día solar. No se tiene registro.

Hay un grupo importante que está tomando mucho peso y son los deportistas; uno de los efectos de la pandemia es que ha incentivado el uso de la bicicleta y en Tena este deporte tiene mucha influencia. Todos los fines de semana se ven grandes lotes de ciclistas en este territorio. No hay registro de la cantidad de deportistas.

A este último grupo mencionado se le proyecta una obra de infraestructura, tipo monumento, que incluirá la marca turística que se establezca desde la administración municipal para generar recordación del territorio.

5.1.5.2 Motivaciones del cliente.

Las motivaciones establecidas a continuación son las evidenciadas a través de videos que algunos visitantes han subidos a diferentes redes sociales después de visitar el municipio.

- ✓ Cercanía a Bogotá D.C.
- ✓ El municipio posee los tres clima (frio, templado, caliente)
- ✓ Recursos naturales atractivos para la desconexión de la rutina
- ✓ Recorridos por caminos reales
- ✓ Variedad gastronómica
- ✓ Buena y fácil accesibilidad por carretera

5.1.5.3 Necesidades no satisfechas. Para la identificación de las necesidades no satisfechas, el autor de esta investigación recurrió a la virtualidad apoyado en la red social Facebook, donde el público Tenense dio las siguientes respuestas a la pregunta ¿Cuáles consideran que son las necesidades no satisfechas en el sector turismo de Tena?

- ✓ Guillermo Guevara Aldana (Líder social de Tena)

“En mi concepto, considero que falta una política de promoción y publicidad con fuerza tal que permita dar a conocer de manera especial en la Capital todos y cada uno de los lugares con los que contamos a nivel turístico, con fotografías, ubicación precisa, en fin, una oferta digna que permita catapultarnos y aprovechar estos para promocionar nuestro municipio. Y a nivel interno creo que se debería colocar un PIT (Punto de Información Turística); en cada uno de los centros urbanos, atendido por empleados y contratistas del municipio los fines de semana por turnos, como una contraprestación a la oportunidad laboral, que sería creo máximo por ahí una vez al semestre.

Finalmente, un espacio como el que hay en el parque principal se debería utilizar adicionalmente a una buena atención al turista, como centro de promoción de los sitios turísticos, fotografías antiguas, exposiciones de las diferentes fundaciones existentes y centro de comercialización de productos propios de nuestros terruños. Sería un valor agregado al aprovechamiento del mismo mediante un contrato de arrendamiento con un canon muy bajo para lograr este beneficio que considero el más importante”.

✓ Sandra Mayerly Rico Amaya (Productora de pulpa de fruta Tenense)

“Promover las empresas y microempresas de la región, y hacer uniones para cooayudarnos entre todos. Incentivar la articulación”.

✓ Oscar Flórez Rincón (Comerciante Tenense)

“Exportar el turismo gastronómico que está en auge, desarrollar productos turísticos, crear la marca del municipio que permita la divulgación por todo el país. La formación en turismo para los estudiantes. Entre otros”.

✓ Bibiana Barrero Pérez (Habitante del municipio)

“Incentivos a quienes quieren crear empresa turística en las fincas existentes”.

5.1.5.4 Potencial para el posicionamiento y la diferenciación.

Para establecer los principales potenciales y factores de diferenciación del municipio de Tena se acude a realizar encuestas a través de las redes sociales facebook, instagram y whatsapp. Estas encuestas se realizan a dos grupos de personas, el primer grupo son residentes del municipio y estos responderán a la pregunta ¿Cuáles considera usted que son los principales potenciales turísticos del municipio de Tena que nos diferencian frente a los otros municipios de la provincia Tequendama? Y el segundo grupo de personas, que no son

residentes del municipio, responderán a la pregunta ¿Cuándo le mencionan “municipio de Tena Cundinamarca” que es lo primero que le llega a la mente?

Las respuestas registradas del primer grupo después de realizadas las encuestas fueron las siguientes:

Grupo 1: Pregunta: ¿Cuáles considera usted que son los principales potenciales turísticos del municipio de Tena que nos diferencian frente a los otros municipios de la provincia Tequendama?

La encuesta se le realizó a un grupo de doce personas, dentro de las cuales destaca el alcalde municipal, funcionarios de alcaldía, empresarios, y habitantes del municipio. Las respuestas fueron las siguientes:

Tabla 4

Registro de respuestas del grupo 1

Potenciales turísticos según la comunidad	Cantidad de respuestas	Potencial Turístico
Cascada El Tambo	4	14,81%
Camino reales	4	14,81%
Laguna de Pedro Palo	4	14,81%
Producción agrícola	2	7,41%
Turismo patrimonial	2	7,41%
Diferentes pisos térmicos	2	7,41%
Cercanía a Bogotá	2	7,41%
Corredor gastronómico	2	7,41%
Turismo contemplativo	1	3,70%
Turismo de naturaleza	1	3,70%
Turismo científico	1	3,70%
Turismo de aventura	1	3,70%
Laguna San Martín	1	3,70%
Total	27	100%

Nota: Elaboración propia

Con base en esta información se puede determinar, según la comunidad local, que los principales potenciales turísticos que diferencian al municipio de Tena son la Cascada El Tambo, los caminos reales y la Laguna de Pedro Palo.

5.1.5.5 Posicionamiento. Las respuestas registradas del segundo grupo después de realizadas las encuestas fueron las siguientes:

Grupo 2: Pregunta: ¿Cuándo le mencionan “municipio de Tena Cundinamarca” que es lo primero que le llega a la mente?

La encuesta se realizó a un grupo de veintidós personas de la ciudad de Bogotá. Las respuestas fueron las siguientes:

Tabla 5

Registro de respuestas del grupo 2

Visión de las personas frente al municipio de Tena	Numero de coincidencias en respuestas	Potencial Turístico
Naturaleza	5	22,73%
Senderismo	4	18,18%
Laguna de Pedro Palo	2	9,09%
Hermosos Paisajes	2	9,09%
Cultura	2	9,09%
Turismo	1	4,55%
Gastronomía	1	4,55%
Ciclo montañismo	1	4,55%
Cascadas	1	4,55%
Campamentos	1	4,55%
Bosques	1	4,55%
Agricultura	1	4,55%
Total	22	100%

Nota: Elaboración propia

Estos datos permiten tener una visión más clara de cómo están viendo a Tena las personas residentes y no residentes del municipio, arrojando resultados concretos para determinar que

el posicionamiento del municipio y su marca debe girar en torno a la naturaleza y el agua, destacando las cascadas, los caminos reales y la Laguna de Pedro Palo.

5.1.5.6 Procesos de toma de decisión. El momento más importante de un viaje es la toma de decisión sobre el destino que el viajero desea conocer, atraído por aquellas características especiales que posee el destino por el cual este se va a decidir.

Actualmente en el sector turístico el proceso de toma de decisión del turista se ha complicado ya que está sobre informado, es tanta, tan variada y tan sesgada la información disponible que el viajero tiene un complicado proceso de descarte.

Según Fernández (2014) el proceso de decisión del turista para elegir su destino de vacaciones se podría interpretar de la siguiente forma:

- 1) En un conjunto de consideraciones iniciales, el viajero basándose en sus experiencias de vacaciones pasadas, en la percepción que tiene de los diferentes destinos y de la información actual, inicia el proceso mediante el cual evalúa las mencionadas variables.
- 2) El viajero añade o descarta los destinos opcionados en este proceso de recopilación y descarte de opciones, busca y compara canales de reserva, despejando dudas y acercándose al momento de la reserva.
- 3) Una vez el viajero elige el destino a visitar, procede a seleccionar el canal de compra y reserva los servicios que desea tener.
- 4) Después del viaje el viajero construye una experiencia y expectativas futuras que tendrá en cuenta, convirtiéndose en un multiplicador del destino con su círculo social.

Tendencias tecnológicas.

Con la difusión tecnológica de los últimos años, el acceso a internet fijo o en móvil se ha convertido en algo universal. Con lo que es prácticamente imposible que el futuro viajero no obtenga información de internet sobre los destinos que desea conocer.

Se pueden identificar diferentes fuentes para obtener información sobre un viaje:

- ✓ Asesoría personalizada o información generalista en agencias de viajes on line.
- ✓ Buscadores o mega buscadores para facilitar la comparativa, principalmente en precio. Factor altamente valorado en el sector en los últimos tiempos.
- ✓ Referencias de amigos, familiares, etc. y usando de manera extendida plataformas como trip advisor para conocer opiniones de otros consumidores.

5.1.6 Competencia.

Se considera competencia directa los municipios de la provincia Tequendama (Anapoima, Anolaima, Apulo, Cachipay, El Colegio, La Mesa, Quipile, San Antonio del Tequendama, Viota) ya que a la hora de que el cliente toma de la decisión de cual municipio visitar, todos los anteriores incluido Tena, poseen varias características en común en lo que respecta a turismo.

Teniendo claro esto, las características que se mencionan a continuación se hacen por municipios y otras en contexto general a nivel de la región Tequendama.

5.1.6.1 Fortalezas.

Los diez municipios de la provincia presentan las siguientes fortalezas:

- ✓ Riqueza histórica: En los diez municipios ocurrieron sucesos importantes que dejaron un gran legado histórico, en algunos de ellos todavía se conservan edificaciones donde se puede ir a narrar estas historias que enmarcaron la independencia del país.
- ✓ Caminos reales: Estos senderos que fueron construidos durante la época colonial, con el fin de unir los principales poblados de la Nueva Granada también cruzan varios municipios de esta provincia. En su gran mayoría todos están en buenas condiciones facilitando su transitabilidad.
- ✓ Riqueza de recursos naturales: La provincia posee una gran riqueza en fauna y flora, lo que la hace muy atractiva para actividades relacionadas con turismo de naturaleza.
- ✓ Cultura cafetera: Los diez municipios se caracterizan por tener grandes extensiones de cultivos de café en sus territorios, que en los últimos tiempos se han adaptado para recibir turistas nacionales e internacionales.

5.1.6.2 Estrategias comerciales. Las estrategias que han resaltado durante los últimos años han sido la participación en ferias como la Vitrina Turística de ANATO, Expo Cundinamarca, entre otras; también las ferias comerciales que se realizan en cada uno de los municipios buscando allí la comercialización directa con clientes y operadores turísticos.

5.1.6.3 Tecnologías usadas.

Desafortunadamente esta provincia ha tenido un avance tecnológico muy lento, y su uso para fines turísticos ha sido deficiente. Todos los municipios tienen zona wifi gratis en sus parques principales, pero no están ligadas a proveer información turística a visitantes.

5.1.6.4 Grupos estratégicos. Siendo este el primer año de administración municipal de los gobiernos actuales, los municipios aún no han hecho público cuales son los grupos estratégicos para el desarrollo turístico en este cuatrienio. Esta actividad se ha retrasado a consecuencia de la pandemia.

5.1.6.5 Control de clientes. Para el manejo de clientes, según Fontur (2020) los siguientes municipios poseen Punto de Información Turística PIT:

- ✓ Anapoima
- ✓ La Mesa
- ✓ Mesitas del Colegio

Se consultó en las páginas oficiales de las alcaldías de los municipios mencionados, y no hay datos suministrados por parte de estos puntos de información turística.

5.1.7 Mercado.

5.1.7.1 Factores clave del éxito. Los factores claves del éxito que están presentes en el municipio de Tena son:

- ✓ Señalización para el turismo: Hace dos años se inició el proyecto de señalización turística que tiene como objetivo instalar esta misma en todos los lugares de interés para el turismo. Aun hacen falta algunos lugares por señalar.
- ✓ Accesibilidad: En materia vial el municipio es privilegiado, ya que la vía principal hasta el municipio está en perfectas condiciones además de que es de tres carriles. También el municipio posee más de 60 kilómetros de vías terciarias que interconectan todas las veredas. Estas vías reciben mantenimiento anual.
- ✓ Programa Orientadores Turísticos: Actualmente el municipio en alianza con el Sena están capacitando un grupo de personas para que realicen recorridos guiados a visitantes por el municipio. Esto con el fin de promover el empleo a la población local.
- ✓ Sostenibilidad: Si bien es cierto que en los últimos años la gestión del turismo en el municipio no ha avanzado tanto, si han nacido iniciativas para promover la sostenibilidad en el territorio. Actualmente ya no se ven tantos bañistas en las cascadas, tampoco se ve tanta basura en los diferentes caminos reales. Esto evidencia que los actores del turismo local ya comprenden la importancia de la sostenibilidad, facilitando la actividad de promover el eco turismo.

5.1.7.2 Sistema de distribución. Actualmente el municipio no cuenta con empresas operadoras de turismo locales. Por lo general quienes ofertan el destino, regularmente en Bogotá, lo hacen sin generar un impacto positivo en la economía local. Sumado a esto, se ha detectado que hay operadores informales que traen visitantes sin ningún tipo de seguro ni documentación que respalde la actividad que desempeñan.

5.1.7.3 Composición de la planta turística del municipio. Según el plan de desarrollo municipal (2017) en el municipio de Tena están registrados en industria y comercio 33 establecimientos gastronómicos que componen el corredor gastronómico de municipio; estos suman una capacidad de 2302 comensales. Así mismo se registran 10 establecimientos para hospedaje y turismo con una capacidad para alojar 251 personas por noche.

No se registra otra clase de operadores o prestadores de servicios turísticos.

5.1.7.4 Barreras de entrada y salida.

- ✓ Aunque no existen cifras exactas, el municipio registra un alto crecimiento de visitantes en bicicleta por los caminos reales. A pesar de que deterioran los caminos con su deporte, son visitantes que si aportan el crecimiento económico de los establecimientos que componen la planta turística del municipio.
- ✓ Aunque hay caminantes que realizan recorridos por los senderos ecológicos del municipio, muchos de ellos no hacen aportes económicos en el territorio, pero por otro lado si realizan voz a voz sobre el destino.

5.1.7.5 Ciclo de vida de los atractivos y recursos turísticos. Es importante establecer en qué etapa del ciclo de vida se encuentran los atractivos y recursos del municipio, esto con el fin de identificar plenamente cuales se convertirán en prioridad para la administración municipal en materia de inversión y promoción. Además, servirá como referente para incluirlos dentro de los componentes de la marca. Este análisis se realizará en el estado del arte de atractivos y recursos turísticos.

Según Butler (1989) un atractivo turístico tiene un ciclo de evolución similar al de los productos/servicios, y comprende 6 etapas: exploración, implicación de autoridades locales, desarrollo, consolidación, estancamiento, y declive o rejuvenecimiento. Aunque es importante aclarar que no todos los atractivos y recursos pasan por todas las etapas, esto dependerá de la naturaleza con que se desarrollen.

El modelo teórico del ciclo de vida de los destinos turísticos realiza un análisis de las fases evolutivas del desarrollo de un destino turístico a partir de los cambios en el crecimiento de los visitantes (turistas) que recibe y la consecuente expansión de las infraestructuras para el turismo, dando especial relevancia a la planificación y gestión que acompañan a este desarrollo, así como a la caracterización de los visitantes, de los locales y de la relación entre ambos.

A continuación, se presenta la figura que representa la curva del ciclo de vida de los destinos turísticos, que se puede aplicar a los atractivos y a los recursos del municipio de Tena.

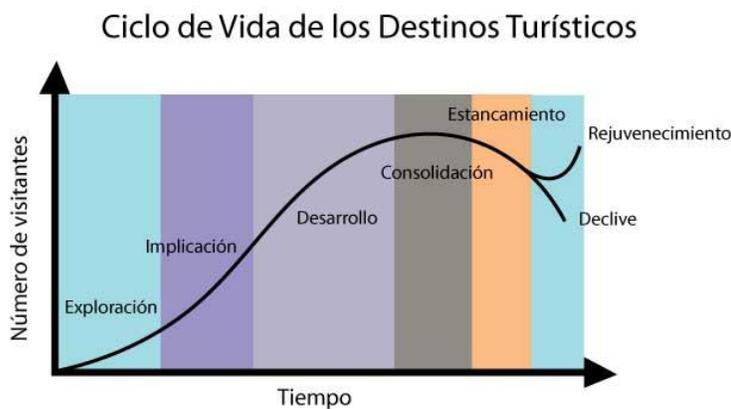


Figura 5. Ciclo de vida de los destinos turísticos. Butler (1989)

5.2. Estado del arte de atractivos y recursos turísticos de Tena Cundinamarca

Mediante esta investigación documental se busca recuperar y trascender el conocimiento acumulado sobre los atractivos y recursos turísticos de Tena, posibilitando la comprensión crítica sobre estos conocimientos acumulados, con el fin de generar nuevos conocimientos y comprensiones sobre el tema central de investigación. Con esto se busca desarrollar una perspectiva teórica a partir de la revisión, análisis crítico e interpretación de documentos existentes (s.a., 2017).

Para el estudio de los atractivos y recursos turísticos de Tena es importante considerar el factor de la funcionalidad turística, el estudio de ésta como proceso, articula el análisis y diagnóstico turístico, para identificar las capacidades y limitaciones de uso turístico de los atractivos y recursos; reconociendo los problemas y las potencialidades relevantes, aportando así una posición para futuras propuestas operativas y planes estratégicos que contribuyan a integrar, mejorar y adaptar los recursos y atractivos turísticos de Tena.

A consideración del autor de este trabajo, se mencionan los siguientes atractivos y recursos turísticos de Tena, que aún existen en el territorio y pueden ser factor de éxito para la reactivación del turismo del municipio.

A continuación, se presenta el listado de fichas de inventario turístico del municipio de Tena Cundinamarca.

INDICE DE FICHAS DE INVENTARIO TURISTICO DE TENA CUNDINAMARCA	
1. Capilla de Nuestra Señora de Las Mercedes	Patrimonio Cultural Material Inmueble
2. Parque Principal	
3. Iglesia Nuestra Señora del Rosario	
4. Casa Mon Plaisir	
5. Alcaldía	
6. Sendero Casco Urbano - Los Alpes	
7. Sendero El Aguacatazo - Laguna - Patio Bonito	
8. Sendero Patio Bonito - Tambo - Tena	
9. Sendero Puerto Araujo - Casco Urbano	
10. Petroglifos	
11. Represa San Martin	
13. Chupao Tenense	Patrimonio Cultural Inmaterial
14. Fritanga	
16. Artesanía	
17. Fiesta de la Virgen del Carmen	Patrimonio Cultural Festividades y Eventos
18. Expo Tena	
19. Festival del Turismo en La Gran Via	
20. Clasica de Ciclomontañismo	
21. Reserva Natural Laguna de Tenasuca	Sitios Naturales
22. Cascada El Tambo	
23. Quebrada La Honda	
24. Reserva Forestal Laguneta	
25. Reserva La Pacuala	
26. Bosque de Niebla	

Tabla 6

Funcionalidad turística del inventario de recursos y atractivos turísticos de Tena Cundinamarca

Funcionalidad turística del inventario de recursos y atractivos turísticos de tena Cundinamarca		
Nombre	Capacidades Turísticas	Limitaciones Turísticas
1. Capilla de Nuestra Señora de Las Mercedes	Este lugar es emblemático, y guarda gran parte de la historia de Tena. Se conserva aún la infraestructura y algunos detalles de construcción original.	Hay detalles en la infraestructura que pueden poner en riesgo a los visitantes del lugar. Acá funciona la biblioteca municipal, abierta de lunes a viernes. Fines de semana no abre.
2. Parque Principal	Es una gran plaza, funcional para cualquier tipo de evento. Además cuenta con tarima y un kiosco adicional para el desarrollo de diferentes actividades.	No posee limitaciones ya que fue renovada hace poco, y cuenta con todos los servicios de apoyo para facilitar la prestación de servicios turísticos.
3. Iglesia Nuestra Señora del Rosario	Edificación original construida por los dueños de la hacienda de Tena. Conserva detalles de construcción original. Lugar de fácil acceso al público.	Es una iglesia que no está en el parque principal, lo que hace que pocas personas la visiten para la tradicional foto en la fachada.
4. Casa Mon Plaisir	Fue la casa de la hacienda de Tena, conserva toda la arquitectura original, elaborada en piedra. Es un icono del municipio ya que	No es de propiedad del estado, está en manos de privados quienes no han hecho mejoras durante los últimos años,

	según los historiadores en este lugar se hospedaron próceres de la independencia y presidentes de la república.	generando un rápido deterioro a la infraestructura de la misma. En general la casa no está bien conservada.
5. Alcaldía	Al ser la casa de gobierno de Tena, se convierte en uno de los principales puntos de información a turistas en el casco urbano.	No hay atención al público los fines de semana, y no cuenta con un espacio destinado exclusivamente al turismo.
6. Sendero Casco Urbano - Los Alpes	Sendero natural y de carácter público. Rodeado de abundante fauna y flora. En algunos tramos hay elementos que conservan la historia de Tena.	No está señalizado. La accesibilidad es regular por la falta de mantenimiento.
7. Sendero El Aguacatazo - Laguna - Patio Bonito		
8. Sendero Patio Bonito - Tambo - Tena		
9. Sendero Puerto Araujo - Casco Urbano	Sendero natural y de carácter público. Rodeado de abundante fauna y flora. En algunos tramos hay elementos que conservan la historia de Tena. Es el sendero del municipio más reconocido a nivel regional.	Algunos tramos del sendero están alto riesgo de colapso para quienes transitan por el lugar.
10. Petroglifos	Son de gran valor patrimonial. Dan evidencia de que en el municipio si existieron asentamientos indígenas como lo mencionan los historiadores.	No son reconocidos siquiera a nivel local. Desde la gobernanza nunca se ha visto como una fortaleza para potenciar el turismo del municipio.

11. Represa San Martin	No se hace reconocimiento a las capacidades turísticas ya que es un lugar con acceso restringido.	Es un espacio de reserva natural, dedicado 100% a la conservación de la fauna y flora. Según la directriz de la Corporación Autónoma Regional CAR al acceso a este lugar debe estar restringido.
13. Chupao Tenense	Representaciones gastronómicas ancestrales, elaboradas en su mayoría con productos orgánicos del municipio.	Aunque el corredor gastronómico del municipio es extenso, estas preparaciones no se encuentran en todos los establecimientos gastronómicos.
14. Fritanga		
16. Artesanía	Son creaciones elaboradas por manos tenenses, a algunos artesanos la administración municipal les dan un espacio la elaboración y comercialización de las mismas.	No siempre están disponibles para la comercialización, y en otras ocasiones dejan de ser producidas por largos periodos de tiempo.
17. Fiesta de la Virgen del Carmen	Son los eventos insignia del municipio, tienen una gran convocatoria regional. En estos se destaca el talento de los habitantes del municipio ya que en el marco de cada evento se realizan actividades que involucran toda la	En cada evento de estos todos los servicios turísticos del municipio se copan. Lo que hace que muchos interesados dejen de venir.
18. Expo Tena		
19. Festival del Turismo en La Gran Vía		
20. Clásica de Ciclo montañismo		

	comunidad, generando interés en público externo.	
21. Reserva Natural Laguna de Tenasuca	No se hace reconocimiento a las capacidades turísticas ya que es un lugar con acceso restringido.	Es un espacio de reserva natural, dedicado 100% a la conservación de la fauna y flora. Según la directriz de la Corporación Autónoma Regional CAR al acceso a este lugar debe estar restringido.
22. Cascada El Tambo	Es el recurso natural que convoca más visitantes al municipio, imponente por su belleza y pureza del agua.	A pesar de que son los recursos naturales que más visitantes atraen al municipio, no disponen de servicios de primeros auxilios, la señalización turística es muy básica, y en algunos tramos el acceso es complicado.
23. Quebrada La Honda	Está ubicada en el sendero Puerto Araujo - Casco Urbano. Es el recurso más privilegiado del municipio, ya que su acceso se encuentra en perfectas condiciones. En este lugar está permitido el acceso a bañistas.	
24. Reserva Forestal Laguneta	No se hace reconocimiento a las capacidades turísticas ya que es un lugar con acceso restringido.	Es un espacio de reserva natural, dedicado 100% a la conservación de la fauna y flora. Según la directriz de la
25. Reserva La Pascuala		

26. Bosque de Niebla	Hay predios en este sector que aunque son privados, algunos de sus propietarios los utilizan para hacer recorridos sin generar tanto impacto ambiental.	Corporación Autónoma Regional CAR al acceso a este lugar debe estar restringido.
----------------------	---	---

Nota: Elaboración propia

5.3. Construcción de la matriz de evaluación de factores internos (MEFI)

Esta matriz se realiza a través de una auditoría interna para identificar tanto las fortalezas como debilidades que existen actualmente en el municipio de Tena Cundinamarca. Servirá para formular estrategias, ya que resume y evalúa las principales fortalezas y debilidades en áreas funcionales del municipio de Tena, ofreciendo una base para identificar y evaluar las relaciones entre ellas. Hernández (2016).

Matriz EFI			
Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
FORTALEZAS			
Seguridad para el turista.	0,04	4	0,16
Cercanía a grandes mercados	0,04	4	0,16
Acceso a servicios de salud	0,04	4	0,16
Senderos y Caminos reales	0,04	4	0,16
Cascada El Tambo	0,01	4	0,04
Laguna de Pedro Palo	0,02	4	0,08
Corredor Gastronomico	0,02	3	0,06
Conexión a redes de internet	0,02	3	0,06
Posibilidades de crecimiento y expansion	0,03	3	0,09
Vías de acceso al municipio	0,04	3	0,12
Eventos y festividades	0,04	3	0,12
Gobernanza en funcion del turismo	0,04	4	0,16
Elementos historicos y culturales	0,02	3	0,06
Interconexion vías rurales	0,02	3	0,06
Acceso a servicios publicos	0,04	3	0,12
Subtotal FORTALEZAS			1,61
DEBILIDADES			
Transporte interno	0,04	1	0,04
Servicio de recoleccion de basuras rural	0,04	2	0,08
Acceso a atractivos turisticos rurales	0,06	1	0,06
Casa Mon Plaisir	0,02	2	0,04
Capacidad hotelera	0,04	2	0,08
Inexistencia de productos definidos	0,04	1	0,04
Estado de las vías alternas de acceso	0,04	1	0,04
Señalización turística	0,04	1	0,04
Calidad del servicio de transporte externo	0,02	2	0,04
Transporte especializado	0,02	2	0,04
Acceso a atractivos turisticos urbanos	0,05	2	0,1
Poca tecnología en las empresas	0,05	1	0,05
Cultura turística en la comunidad	0,05	1	0,05
Atencion al cliente	0,02	1	0,02
Capacitaciones Prestadores de Servicios	0,01	1	0,01
Subtotal DEBILIDADES			0,73
Total	1		2,34

Figura 7. Matriz EFI Municipio Tena Cundinamarca. Elaboración propia.

5.3.1. Resultados Matriz EFI.

El total ponderado de 2.34 caracteriza que en este momento el municipio de Tena es debil en lo interno. Sin embargo el peso de las fortalezas es de 1.61, lo que determina que las fuerzas internas del municipio son favorables y pueden seguir mejorando. La ventaja de Tena es que tiene mas fortalezas que debilidades, no obstante, el valor total por debajo de 2.5, indica que Tena es debil en el factor interno en su conjunto.

5.4. Construccion de la matriz de evaluacion de factores externos (MEFE)

La matriz de evaluacion de factores externos resume y evalua la informacion politica (P), economica (E), socio - cultural (S), y tecnologica (T) del municipio de Tena Cundinamarca, y calcula los resultados a traves de las oportunidades y amenazas identificadas en el entorno.

Matriz EFE			
Factor crítico de éxito	Peso	Clasificación	Puntuación
OPORTUNIDADES			
Generar nuevos productos aplicados a las tendencias del mercado nacional	0,1	3	0,3
Generar nuevos productos aplicados a las tendencias del mercado internacional	0,06	3	0,18
Aplicar la normatividad nacional para lograr el desarrollo sostenido y acorde con el gobierno de la nación.	0,08	4	0,32
Aplicar la normatividad departamental para lograr el desarrollo sostenido y acorde con el gobierno del departamento.	0,1	4	0,4
Aplicación de nuevas tecnologías requeridas para diferentes procesos	0,08	3	0,24
Subtotal OPORTUNIDADES			1,44
AMENAZAS			
No hay estrategias para promover la competitividad dentro del sector	0,1	2	0,2
No hay productos turísticos en el municipio	0,1	1	0,1
Aun no hay visión para el desarrollo de nuevos productos	0,1	2	0,2
El municipio no tiene normas establecidas para el turismo, al no haberlas, no hay un horizonte con respecto a la industria turística local.	0,15	2	0,3
Crisis financiera por la pandemia	0,13	2	0,26
Subtotal AMENAZAS			1,06
Total	1		2,5

Figura 8. Matriz EFE Municipio Tena Cundinamarca. Elaboración propia.

5.4.1. Resultados Matriz EFE.

En este caso el peso ponderado total de las oportunidades es de 1.44 y el de las amenazas es 1.06, lo cual establece que el ambiente externo es favorable para municipio de Tena. Sin embargo es importante que la administración municipal aproveche con eficacia las oportunidades existentes y minimice los posibles efectos negativos de las amenazas externas.

5.5. Visión general del municipio

Finalmente, para tener una visión general del municipio, se debe elaborar un gráfico que abarque las dos matrices.

Según Hernández (2016), la información que ofrece el gráfico le sirve al municipio para tomar decisiones estratégicas de la siguiente manera:

- ✓ Si la esfera se encuentra en los cuadrantes I, II o IV: **Crecer y construir.**
- ✓ Si la esfera se encuentra en los cuadrantes III, V o VI: **Retener y mantener.**
- ✓ Si la esfera se encuentra en los cuadrantes VII, VIII o IX: **Cosechar o desinvertir.**

Tabla 7.

Gráfico de referencia por cuadrantes

I	II	III
IV	V	VI
VII	VIII	IX

Nota: Aprendiendo calidad (2016)

Tanto en el eje X (EFE), como en el eje Y (EFI):

- ✓ Los valores de 1.0 a 1.99 representan una posición interna débil.
- ✓ Una puntuación de 2.0 a 2.99 se considera la media.
- ✓ Resultados entre 3.0 a 4.0 representan una posición fuerte.

A continuación, el gráfico de la MEFI y MEFE del municipio de Tena Cundinamarca:

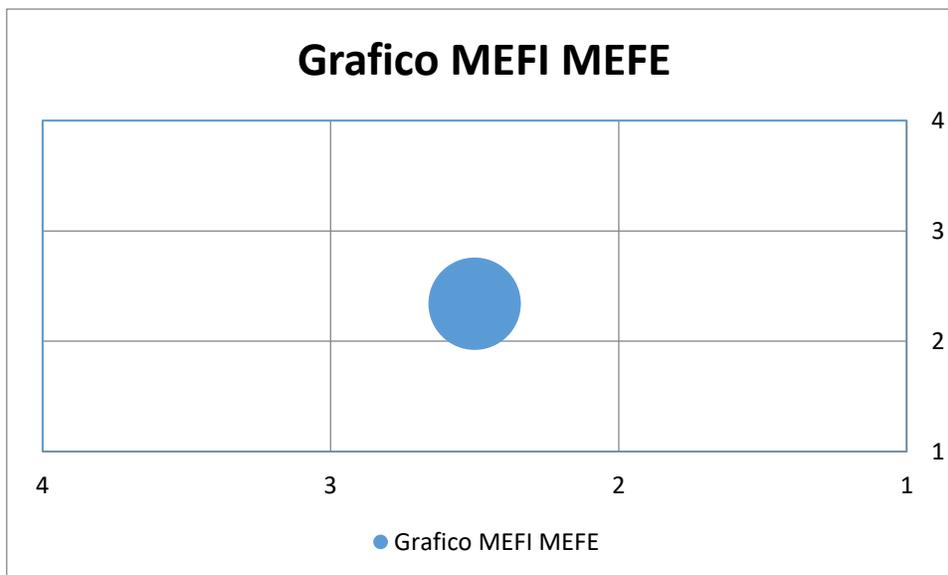


Figura 9. Gráfico MEFI MEFE de Tena Cundinamarca. Elaboración propia

Con base en el anterior grafico se puede determinar que el turismo en el municipio de Tena Cundinamarca esta en una situacion aceptable en la que puede mantenerse por ahora, la pretencion de la marca turistica es mejorar la situacion actual del municipio.

6. Capítulo II

6.1. Análisis de modelos de branding coherentes para establecer los lineamientos de la marca del municipio de Tena Cundinamarca

6.1.1. Elementos en los que se centra el branding.

Segun Romero (2018) los elementos mas habituales donde incide el branding son:

6.1.1.1 Identidad de la marca.

La identidad de la marca es la forma en que las personas van a reconocer la marca del municipio. Esto se logrará a través del logotipo que se establezca u otros elementos visuales asociados al municipio, como lo pueden ser las cascadas o los caminos reales.

6.1.1.2 Imagen de la marca.

La imagen de la marca de Tena Cundinamarca será esa idea que las personas crean en sus mentes sobre el municipio, o también lo que esperan encontrar en él. En este caso, según las respuestas obtenidas en las encuestas de este trabajo, se tiene claro los componentes principales de la imagen de la marca serán naturaleza, agua y senderismo.

6.1.1.3 Personalidad de la marca.

La personalidad de la marca no difiere de la personalidad de las personas. Se debe tener en cuenta a la hora de diseñar la marca del municipio la atribución de cualidades emocionales, dirigidas a ese público al que se quiere llegar buscando la atracción del mismo.

6.1.1.4 Diferenciación de la marca.

La marca de Tena Cundinamarca debe tener la capacidad de destacar sobre la competencia, es decir debe hacerse notar sobre los otros 9 municipios de la provincia Tequendama. Para esto desde la administración municipal y la coordinación de turismo se debe claro de qué forma se quiere mostrar el municipio para buscar esta diferenciación.

6.1.1.5 Comunicación de la marca.

Este elemento es esencial ya que se debe tener claro cuales serán los mensajes que la marca buscará difundir a través de acciones publicitarias, desde sencillos folletos hasta anuncios en televisión. Si en algún momento la administración municipal decide buscar la expansión de la marca y llegar a más personas tiene que buscar el medio para llegar a clientes potenciales.

6.1.1.6 Coherencia de la marca.

La coherencia es la diferencia entre lo que una marca promete y que realmente hace. La marca debe ser capaz de cumplir todas sus promesas, tanto comerciales como de valores de marca.

Un buen ejemplo de coherencia de marca turística es el de Costa Rica. Desde hace muchos años este país se posiciona como un destino ecoturístico. Todas sus acciones de comunicación se dirigen hacia ello. También su oferta en el país están enfocadas a actividades “verdes” relacionadas con la ecología, la sostenibilidad, el conocimiento, la protección del medio ambiente y de su diversidad.

6.1.2. Herramientas para construir la marca

Para la construcción de la marca es importante tener en cuenta los elementos que la constituyen y dan forma, tales como:

6.1.2.1 Elección del logotipo.

Para la creación de este se debe tener claro desde la gobernanza cual es la imagen que se quiere transmitir al público, según las encuestas de este trabajo, lo ideal sería transmitir una imagen de naturaleza y agua. Es importante estudiar los municipios considerados como competencia para buscar la diferenciación de la marca de Tena.

El logotipo debe responder a una serie de características adecuadas para que sea efectivo y defina bien al municipio. El logotipo debe ser:

- Sencillo
- Atemporal
- Original
- Versátil

6.1.2.2 Elección de tipografía.

La tipografía es un aspecto clave en el diseño gráfico y publicidad, con un tipo de letra u otro se da vida a la marca, se crean sentimientos, valores, y le da sentido al mensaje que se desea transmitir. Esta tiene una importancia clave como transmisora de ideas, información y valores. Esta definirá la identidad del municipio de Tena reforzando su significado y el mensaje que se requiere transmitir. (Urbanco, 2017)

Se deben tener en cuenta los siguientes aspectos antes de tomar la decisión de qué tipografía se utilizara para la marca:

- Legibilidad
- Clara y fácil de leer, sin decoración excesiva que haga que los usuarios pierdan el sentido del mensaje.
- Poder comunicativo, para transmitir y persuadir acerca de un mensaje.
- Forma e imagen visual. No mezclar tipografías.
- Que tenga relación con el entorno en el que está comunicando.

6.1.2.3 Elección del color.

Los colores empleados serán fundamentales a la hora de construir la marca, ya que estos transmiten sensaciones y emociones al primer golpe de vista. Este factor es el más importante de todos ya que detrás de cada color hay un amplio abanico de significados y percepciones que influyen en las decisiones de las personas. Es fundamental la psicología del color. Los colores deben ir ligados a lo más representativo del municipio; en este caso como lo más representativo de Tena es el agua y la naturaleza deben predominar el azul y el verde.

6.1.2.4 Elección del eslogan.

Frase corta que acompaña al logotipo. En esa frase deben estar resumidos los componentes más importantes del municipio, debe provocar emociones, y debe ser tan reconocible como los demás elementos del municipio.

Para definir un eslogan que represente correctamente al branding del municipio de Tena, Romero (2018) aconseja lo siguiente:

- Definir bien el logotipo y el estilo visual del branding. Esto ayudará a definir la verbalización del concepto del municipio.
- Simplificarlo lo máximo posible.
- No mentir. Huir de términos como el mejor, el único si no son verdad e intentar encontrar la verdad del municipio.
- Adaptar el eslogan al mercado del municipio.
- Que suene bien

6.1.3. Modelos e implicaciones de la marca en la imagen del destino.

El sector turístico busca adelantarse a la demanda futura conociendo cada tipología de cliente, acotando el tiempo que dedicará, su distribución anual y la elección del destino. La percepción obtenida entra las expectativas de los turistas, y lo realmente obtenido una vez

terminado el viaje es vital para la elaboración y consolidación de la marca de destino, su imagen y la fidelización de los consumidores ante futuras visitas.

6.1.3.1 La imagen del destino.

Cada vez más, las experiencias positivas de los turistas en el destino buscan no sólo la repetición de visitas al mismo, sino, además, la recomendación a los amigos, familiares y contactos de las redes sociales de internet. La imagen es clave para atraer a los turistas, es un elemento crítico en la elección del proceso de destino, con independencia de si es representativa de lo que un lugar tiene que ofrecer. Sin embargo, el alcance de los objetivos de la imagen, puede ser mayor si se realiza en el contexto de la marca (Crompton, 1992).

Para relacionar la marca con la imagen del destino, sus variables e implicaciones, se seleccionan cuatro modelos que pueden definir y delimitar esta relación sinérgica.

6.1.3.2 Modelo de Baloglu y McCleary: Modelo de formación de la imagen – destino.

Para Baloglu y McCleary (1999) la imagen de un destino turístico no es sólo el resultado de las acciones de marketing, comunicación o promoción como componente cognitivo; además existe un componente afectivo necesario para poder entender los modelos que interrelacionan marca con destino turístico.

Parten de la existencia de tres niveles de evaluación de la imagen: cognitivo, afectivo y global (Gunn 1972). El significado cognitivo se refiere al valor de los caracteres físicos del destino, mientras que el afectivo está determinado por valores más motivacionales (Hanyu, 1993: 161). Esta última imagen global se compondría por la suma de las evaluaciones tanto cognitivas como afectivas (Stern y Krakover, 1993).

También se contemplan dos tipos de factores que sirven para completar dichos niveles evaluativos de la imagen: Factores estímulo y factores personales. Los primeros son aquellos relacionados con la experiencia previa e información externa obtenida por diversos medios, mientras que los factores personales engloban valores como la motivación, personalidad y entorno social (edad, estudios, estado civil, etc.).

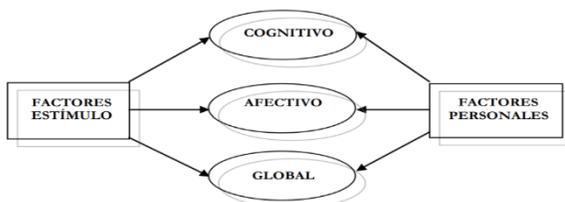


Figura 10. Modelo de Baloglu y McCleary. Baloglu y McCleary (1999)

6.1.3.3 Modelo de Ekinci y Hosany: Personalidad del destino.

Ekinci y Hosany (2006) aportan relevantes implicaciones para el desarrollo de estrategias de marketing, con la creación y gestión de un destino con base a su personalidad como fórmula de posicionamiento y diferenciación efectiva.

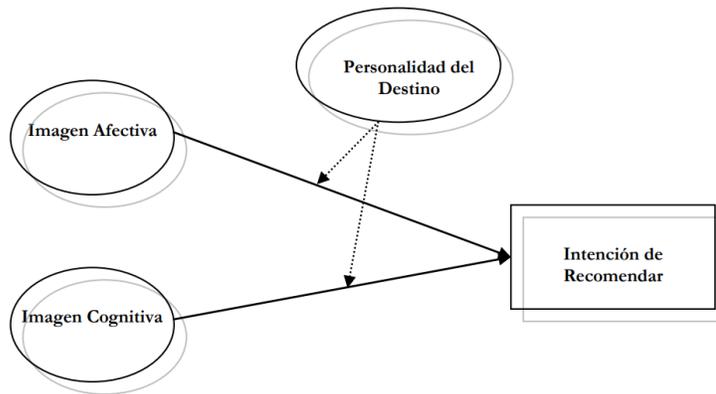


Figura 11. Modelo de Ekinci y Hosany. Ekinci y Hosany (2006)

Debido a la creciente competencia en el mercado del turismo, la personalidad de destino se convierte en una variable clave para el desarrollo de marcas de destino y la elaboración de una identidad única para los lugares turísticos.

El Modelo de Ekinci y Hosany indica que la percepción de la personalidad de destino tiene tres dimensiones: Sinceridad, entusiasmo, y convivencia. El estudio también encontró que la personalidad de destino tiene un impacto positivo en la imagen percibida y la intención de recomendar.

Los aportes sugieren que un destino debe contar tanto con la personalidad suficiente para diferenciarse, como con los valores necesarios para que el turista recomiende su visita. Un destino puede mejorar el impacto positivo de la imagen sobre la intención de recomendar mediante el desarrollo de fuertes características de su personalidad a través de una estrategia de marketing focalizada en ese sentido. El modelo, por otra parte, no tiene en cuenta aspectos relevantes como la satisfacción del turista en la visita o la calidad percibida.

El análisis que busca el modelo de Ekincy está enfocado a determinar los efectos de la personalidad, proponiendo que la intención de recomendar los destinos es mayor cuando se percibe un lugar con fuerte personalidad.

6.1.3.4 Modelo de Boo, Busser y Baloglu: Lealtad de marca y destino turístico.

Boo et al. (2008) desarrollan un modelo de imagen basado en el concepto de valor de marca del cliente y su aplicación al contexto de destino. El propósito de los autores es aplicar el concepto de valor de marca basada en el cliente a la evaluación del destino en un modelo integrado. Sus objetivos son:

- 1 - Desarrollar un modelo válido y fiable de las marcas de destino basado en el consumidor.
- 2 - Evaluar empíricamente las dimensiones de la marca de destino.
- 3 - Relacionar las dimensiones de una marca.

El proceso utilizado por los autores se basó en una perspectiva multidimensional de las marcas de destino centradas en el cliente. Pretende ofrecer un modelo de medición válida y confiable que permita evaluar la posición competitiva de una marca y considerar su singularidad y superioridad. Los resultados están enfocados a la estrategia de promoción, la búsqueda del éxito en la adaptación de la marca en los segmentos de mercado, y la comunicación de las excelencias que el destino aporta a los consumidores.

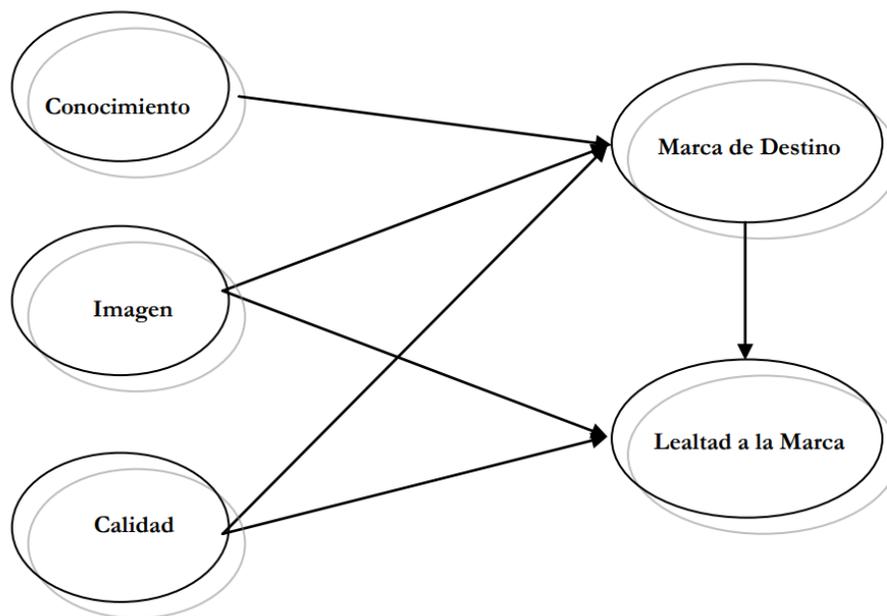


Figura 12. Modelo de Boo, Busser y Baloglu. Boo et al. (2008)

Las cuatro premisas para la medición de la marca del destino, en las que se basa son:

- 1 - Puede ser medida empleando el concepto de valor basado en el cliente.

- 2 - Debe ser evaluada en comparación con otros destinos competitivos en la categoría de destino de la misma marca.
- 3 - Los destinos en cuestión deben ser reconocidos entre los turistas.
- 4 - Los turistas deben tener experiencia en los destinos estudiados.

El modelo sugiere que la experiencia en el destino tiene un efecto positivo en el valor de marca, sin embargo, los turistas que tengan una experiencia positiva en el destino no necesariamente son leales al mismo.

6.1.3.5 Modelo de Qu: Integración de los conceptos de la marca e imagen de destino.

Qu (2010), busca acercar la dimensión de la marca a la imagen del destino turístico. Para ello propone la imagen de marca para el destino como un conjunto multidimensional, influenciado por el conocimiento y las sensaciones afectivas que influyen conjuntamente en el comportamiento turístico.

Muestran el papel integrador entre ambos conceptos como un medio de influencia en el comportamiento del consumidor para un mercado turístico cada vez más competitivo, y donde los destinos turísticos deben establecer una fuerte imagen de marca como reflejo de la unión cognitiva y afectiva de la imagen para fidelizar y aumentar los turistas de un determinado enclave.

El modelo sugiere la existencia de una imagen única como un nuevo componente de las asociaciones de marca de destino. Propone que la imagen global del destino es un mediador entre sus asociaciones de marca (componentes cognitivos, afectivos y únicos) y los comportamientos de los turistas en el futuro (la intención de volver y recomendar).

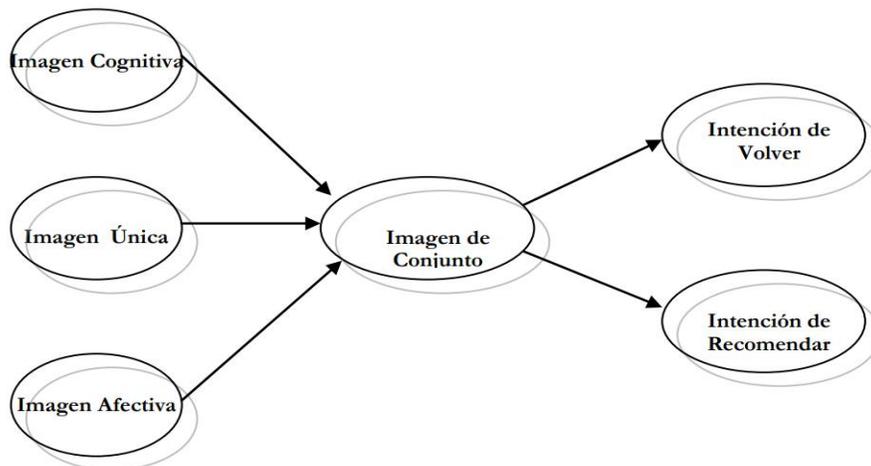


Figura 13. Modelo de Qu. Qu, Hyunjung Kim y Hyunjung Im (2010)

Los resultados mostraron que la imagen de destino tiene un papel integrador entre los tres componentes citados, la marca de destino y las intenciones de comportamiento. En definitiva, este modelo tiene como objetivo probar que la imagen de destino es un constructo multidimensional, en base a tres tipos de imágenes: cognitivas, única y afectivas, que en conjunto afectan a los comportamientos turísticos.

6.1.4. Comparativa de los modelos analizados.

MODELOS	<u>Baloglu y McCleary</u>	<u>Ekinci y Hosany</u>	<u>Boo et al.</u>	<u>Qu et al.</u>
VARIABLES	Factores estímulos/personales	Imagen afectiva/cognitiva	Conocimiento/imagen/calidad	Imagen cognitiva/única/afectiva
VARIABLE CLAVE	Afectiva	Personalidad del destino	Marca de destino	Imagen de conjunto
RESULTADO	Imagen global	Intención de recomendar	Lealtad a la marca	Intención de volver/recomendar

Figura 14. Cuadro resumen modelos. Imagen del destino y marca turística (2011).

Se puede decir que en los cuatro modelos considerados se recogen factores personales y afectivos, por un lado, junto a variables más racionales como el conocimiento o la calidad percibida por otro. Destaca en los resultados de cada uno de los modelos, la lealtad a la marca o la intención de recomendar, como fin de un proceso de estímulos recibidos por el consumidor turístico.

7. Capítulo III

7.1. Lineamientos necesarios para establecer la marca turística del municipio de Tena Cundinamarca

Para una correcta construcción de la marca turística del municipio de Tena es de vital importancia tener en cuenta los elementos en los que se centra el branding, haciendo previo análisis de cada uno de estos para que estén plasmados en la marca. Es importante también tener en cuenta cada una de las herramientas para construir la marca, estas serán guía para el correcto diseño y construcción de lo que será la próxima marca turística de Tena.

En los lineamientos necesarios para la construcción de la marca turística del municipio de Tena se tienen en cuenta las variables claves y los resultados de la comparativa de los modelos analizados en el segundo capítulo, y de estas se extrae lo siguiente:

7.1.1. Variable clave: Afectiva.

Con la inclusión de este lineamiento se busca representar en la marca aquellos elementos por los que las personas suelen recordar a Tena, no solamente visitantes sino también aquellos que algún momento fueron población local, pero migraron a otros lugares. De acuerdo al modelo estudiado, la variable afectiva trae consigo un impacto positivo en la intención de recomendar el destino y está determinada por valores más motivacionales.

Esta variable tiene como resultado la imagen global, que se compone por la suma de las evaluaciones tanto cognitivas como afectivas que las personas perciben durante algún tipo de experiencia que haya tenido en el municipio.

Según la encuesta realizada en el presente trabajo los elementos que primero le llegan a la mente a las personas, es decir, lo primero que recuerdan de Tena son: Cascada El Tambo, Laguna de Pedro Palo y caminos reales. Sin duda alguna estos elementos deben ser parte de la marca.

7.1.2. Variable: Personalidad del destino.

Este lineamiento es clave para la construcción de la marca, y será vital para iniciar con el proceso de darle una identidad única al municipio de Tena. Con esta variable se buscan las dimensiones de la sinceridad y el entusiasmo de los visitantes, esperando de esto tres cosas, primero un impacto positivo en la imagen percibida del municipio, segundo la diferenciación destino, y tercero los valores necesarios para que el turista recomiende su visita.

La intención de recomendar se convierte en el resultado de la variable, dejando a un lado aspectos como la satisfacción del visitante y la calidad percibida. La convivencia que experimente el visitante en el municipio será la que determine la intención de recomendarlo.

7.1.3. Variable: Marca del destino.

Para efectos de investigación se llegó a común acuerdo con el docente tutor de este trabajo que no es coherente hablar desde ya de marca de destino, por cuanto esa no es una iniciativa particular ni privada sino que es una iniciativa que debe emanar de la gobernanza, es por eso que este trabajo presenta los lineamientos para que la administración municipal los utilice en el momento de definir cuál va a ser la marca del municipio. En cambio de esto se considera pertinente asumir esta variable como “valor del destino”, que enmarca aquello que hace diferente al municipio y lo caracteriza sobre otros.

Esta variable es indispensable ya que uno de sus objetivos es desarrollar un modelo válido y fiable de la marca turística de Tena basado en el consumidor. Ya se tiene claro que los visitantes del municipio vienen en busca de naturaleza y agua, y estos factores deben predominar en la marca.

El resultado de la variable es la lealtad a la marca, y esta debe estar ligada a un modelo de medición válido y confiable que permita evaluar la posición competitiva de marca y considerar su singularidad y superioridad.

La marca turística del municipio de Tena será evaluada en comparación con otros destinos competitivos de la región Tequendama, en la categoría de destino de la misma marca, es decir, municipios con objetivos turísticos similares a los de Tena, empleando el concepto de “valor de destino” basado en los visitantes de esta región.

7.1.4. Variable: Imagen de conjunto.

Esta variable posee una gran importancia respecto a las otras ya que en esta van incluidos todos aquellos elementos adicionales que complementan la marca. Si bien es cierto que el objetivo de la marca turística es impulsar los principales recursos y atractivos turísticos del municipio, también se deben considerar e incluir en la marca aquellas actividades que, aunque no sean muy turísticas también son representativas del municipio, en el caso de Tena, la producción agrícola, frutícola, la cultura cafetera y el corredor gastronómico.

El resultado de esta variable es la intención de volver / recomendar, pero lo más importante para lograr este resultado es que todos los elementos de dicha variable tengan un alto índice

de calidad y que esta sea percibida por los visitantes. Todos los elementos de esta variable también afectan a los comportamientos turísticos.

Tabla 8

Compilado variables, resultados y componentes de la marca

Variable Clave	Resultado	Componentes
Afectiva	Imagen global	Elementos por los que las personas suelen recordar el destino
Personalidad del destino	Intención de recomendar	Carácter local. Dimensiones de la sinceridad y el entusiasmo de los visitantes.
Marca del destino “Valor del destino”	Lealtad a la marca (destino)	Aquello que hace diferente al municipio y lo caracteriza sobre otros.
Imagen en conjunto	Intención de volver / recomendar	Elementos adicionales que complementan la marca

Nota: Elaboración propia.

Conclusiones

Sin duda alguna el municipio de Tena Cundinamarca posee un gran número de elementos que lo convierten en un territorio con vocación turística, aunque la disponibilidad de recursos financieros y la capacidad profesional para el turismo sean limitadas, este destino posee las fortalezas necesarias para ser impulsado y lograr posicionarlo aún más a nivel regional.

La construcción de la marca turística debe contener en su mayoría componentes afectivos que despierten sentimiento de identidad en la comunidad local, esto con el fin de que cada Tenense se apropie de la misma y se conviertan en los principales embajadores de la marca.

Tena ha sido reconocido a nivel regional como el “Manantial del Tequendama” pero las administraciones municipales no han trabajado en torno a ese eslogan. Se tiene claro que el turismo de Tena se basa en la naturaleza y el agua, y ahora que existe la disposición de la gobernanza para hacer las cosas bien, se puede concluir que la marca turística más indicada para el municipio es: “Tena, Manantial del Tequendama” ya que ha tenido trayectoria y posicionamiento.

Recomendaciones

Una de las enseñanzas más importantes que deja la pandemia covid – 19 es el uso de instrumentos tecnológicos para llegar a más personas, y es que la tecnología llegó para quedarse, es por eso que a la administración municipal de Tena se le recomienda involucrar más tecnología en todos los objetivos turísticos que tengan en el municipio. Es importante tener una buena planificación para invertir correctamente los recursos financieros ya que son limitados.

En conjunto con el docente tutor se evidencio que puede ser una buena estrategia que los municipios de la provincia Tequendama creen un “Clúster Región”, esto ya que la gran mayoría tienen relación en sus atractivos y recursos turísticos. Este clúster debe ir en búsqueda de promover un turismo formalizado, responsable, y sostenible. Esto con el fin de atraer inversión a la región, crecimiento y construcción de un área turística importante en Cundinamarca.

Una vez se establezca la marca turística del municipio de Tena, la tarea es involucrar a todos los actores del turismo para posicionar aún más el destino, y buscar los medios más efectivos para transmitir la marca a visitantes que aún no han descubierto o no tienen claro la ubicación de este destino.

Referencias

- ¿Qué es el estado del arte? (2017). Recuperado de <https://normasapa.net/que-es-el-estado-del-arte/> el día 17 de octubre de 2020
- Alcaldía Municipal de Tena Cundinamarca. (2020) Plan de Desarrollo Municipal. Recuperado de www.tena-cundinamarca.gov.co
- Baloglu, s. Y mcclary, k. (1999), “a model of destination image formation”, *annals of tourism research*, 26, i, 868-897.
- Boo, s., busser j., y baloglu s. (2008), “a model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations”, *Tourism Management*, 30, 219-231.
- Butler, R. (1989). Teoría del ciclo de vida de los destinos turísticos de Richard Butler. Entorno Turístico. Recuperado de: [https://www.entornoturistico.com/la-teoria-del-ciclo-vida-los-destinos-turisticos-richard-butler/#:~:text=Seg%C3%ban%20Butler%20\(1989\)%20un%20destino,estancamiento%2C%20y%20declive%20o%20rejuvenecimiento.](https://www.entornoturistico.com/la-teoria-del-ciclo-vida-los-destinos-turisticos-richard-butler/#:~:text=Seg%C3%ban%20Butler%20(1989)%20un%20destino,estancamiento%2C%20y%20declive%20o%20rejuvenecimiento.)
- Crompton, J. (1992), “Structure of vacation destination choice sets”, *Annals of Tourism Research*, 19, 420–434
- Ekinci, y. Hosany S. (2006), “Destination Personality: An Application of Brand Personality to Tourism Destinations”, *Journal of Travel Research*, 45- 127
- Fernández, E. (2014). El proceso de compra del turista. [Entrada de Blog]. Recuperado de <http://blogs.icemd.com/blog-e-turista-evolucion-del-comportamiento-del-turista-en-la-era-digital/el-proceso-de-compra-del-turista/>
- Fontur. (2019). Glosario. Fontur Recuperado de <https://www.fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Galiana, P. (2019). ¿Qué es el marketing turístico? [Todo lo que debes saber para triunfar en este mercado]. Recuperado de <https://www.iebschool.com/blog/marketing-digital-marketing-digital-2-marketing-digital/>
- Gobierno de Colombia. (2020). Políticas del sector turismo. Calidad y Desarrollo Sostenible. Mincomercio Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo>
- Gunn c. (1972), “vacationscape: designing tourist region”, in *austin bureau of business research*, university of texas.

- Hanyu, k. (1993), "the affective meaning of tokyo: verbal and nonverbal approaches", journal of environmental psychology, 13,161-172.
- Hernández, G. (2016). Herramientas para análisis de contexto: MEFI y MEFE. Aprendiendo de calidad. Recuperado de: <https://aprendiendocalidadyadr.com/herramientas-analisis-contexto-mefi-mefe/>
- Información Turística. (2020). Lista de PITS. Recuperado de <http://www.pitscolombia.com.co/umbraco/Surface/Mapa/listpits?Lat=0&lon=0&de pas=267>
- Kotler, P. (1997). Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. México: Prentice-Hall Hispanoamericana S.A.
- La importancia de la tipografía (2017) Recuperado de: <https://urbancomunicacion.com/la-importancia-la-tipografia/#:~:text=En%20definitiva%2C%20la%20tipograf%C3%ada%20tiene,del%20recorrido%20de%20cualquier%20marca.> El 22 de octubre de 2020
- Lozano, C. (2009) Gerencia Estratégica. Slideshare. Recuperado de <https://es.slideshare.net/jcfdezmxmanag/gerencia-estrategica>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2020). Normatividad Turismo. Turismo Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/normatividad-turismo>
- Nuño, P. (Noviembre 24 de 2017). Definición de marca. Emprendepyme.net Recuperado de <https://www.emprendepyme.net/que-es-una-marca.html>
- Nieto, A. (2018). Asociatividad y productividad campesina articulada al turismo: una aproximación a la cultura del progreso. En A. Nieto & L. Castellanos, Del turismo y el campesinado: aportes metodológicos desde una mirada prospectiva (pp. 9-57). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2019). Productividad agrícola y turismo: ejes de articulación para el cooperativismo con jóvenes campesinos. Sosquua. Revista Especializada En Gastronomía, 1(1), 58-80. Recuperado de <http://cipres.sanmateo.edu.co/index.php/sosquua/article/view/180>
- Obiol Menero, E. M. (10/11/03). Marcas Turísticas Y Territorio. Redalyc. Cuadernos de Turismo Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/398/39800907.pdf>

- Pérez, J., Gardey, A. (2012). Definición de turismo — Definición.de. Recuperado de [https://definicion.de/turismo/]
- Qu, h., hyunjung kim l y hyunjung im, h. (2010), “A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image”, *Tourism Management*, 32, 465-476.
- Razak A. (S.F.). Brand Management. [https://www.branfluence.com]
- Romero, A. (2018). Branding para empresas: Guía para crear una marca perfecta. Aula CM. Recuperado de: https://aulacm.com/branding-empresas-guia-crear-marca/
- Sampieri, r. H. (octubre de 2017). Metodología de la investigación. Recuperado de http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf
- Stern, e. y Krakover, S. (1993), “The Formation of a Composite Urban Image”, *Geographical Analysis*, Vol. 25, N° 2, 130-146.

Anexos

Anexo 1. Fichas técnicas de recursos y atractivos turísticos de Tena Cundinamarca

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre		CAPILLA NUESTRA SEÑORA DE LAS MERCEDES			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco Urbano				
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena				
1.6. Dirección/Ubicación	Casco Urbano (x:965347 - y:1006587 - a:1377 msnm)				
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
<p>Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar la Casco urbano se observa a mano izquierda en la parte alta la capilla.</p>					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.1.3.1				
2.2. Descripción					
<p>Su construcción se inició en 1927, para ser utilizada como mausoleo de la familia Rodríguez Maldonado, propietarios en ese entonces, de la Hacienda de Tena, su estructura se inspira en la Capilla de San Juan de los Caballeros de Segovia España. Para su construcción la familia se apoyó de maestros de la región y del artista francés Myl, que le imprimió un espíritu armonioso y estético de los franceses, el conjunto interior es agradable, numerosas ventanas, sencillo altar. Su frente está compuesto de sobria españada, puerta principal enmarcada en dos ventanas, con una inscripción en la parte superior "<i>Ad majorem Dei gloriam perpetuan parens memoriám</i>", que traduce "<i>Para mayor Gloria de Dios y a la memoria perpetua del Padre</i>". La primera ceremonia se realizó en 1936. (Enciclopedia Historica de Cundinamarca). En los años 50, fue saqueada dejándola en ruinas, sobre los años 90 se procedió a su reconstrucción. en la actualidad se utiliza como biblioteca municipal.</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD				PUNTAJE	
Estado de conservación (21)				14	
Constitución del Bien (21)				11	
Representatividad general (28)				18	
Subtotal				43	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6	
TOTAL				49	

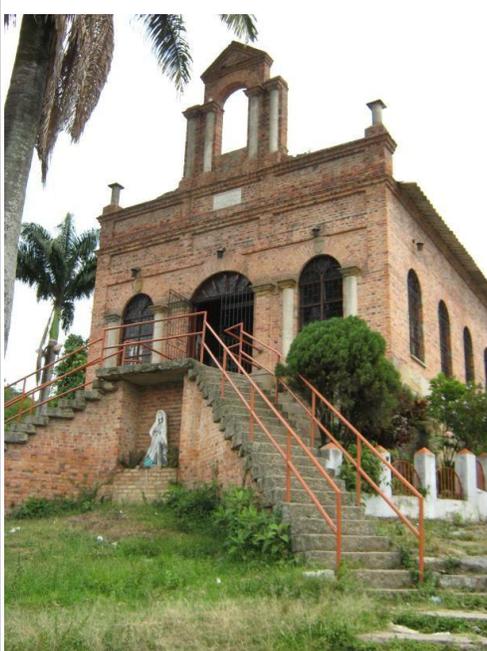


Figura 15. Formato Capilla Nuestra Señora de las Mercedes. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre			PARQUE PRINCIPAL		
1.2. Departamento		Cundinamarca	1.3. Municipio		Tena
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad					
Casco Urbano					
1.5. Administrador o Propietario					
Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación					
Casco Urbano (x:965570 - y:1006547 - a:1377 msnm)					
1.7. Teléfono/Fax					
(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)			1.9. Tipo de Acceso		
52 Km			Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
				<input type="checkbox"/>	Férreo
				<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:					
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar la Casco urbano, en la parte central encontramos el parque principal.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado		1.2.2			
2.2. Descripción					
<p>Es armonioso en su presentación, adornado con algunos árboles y zonas verdes delimitadas, en uno de sus costados se encuentra una construcción con forma de kiosco, utilizado como establecimiento comercial. En su costado norte se resalta las palmas que son tradicionales. Cuenta la historia que: en 1907, se dona al municipio un terreno de 4 hectáreas, "con el propósito de fomentar la población de Tena, para que se convierta en un municipio importante que atraiga nuevos vecinos de sanas costumbres". Por Decreto 117 de abril 30 de 1908 el Gobernador de Cundinamarca aprobó la demarcación de plazas y calles de la población, (Enciclopedia historica de Cundinamarca).</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD				PUNTAJE	
Estado de conservación (21)				16	
Constitución del Bien (21)				14	
Representatividad general (28)				22	
Subtotal				52	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6	
TOTAL				58	

Figura 16. Formato Parque principal. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	IGLESIA NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano					
1.5. Administrador o Propietario	Diócesis de Girardot					
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano (x:965317 - y:1006470 - a:1361 msnm)					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494315					
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar la Casco urbano se observa a mano izquierda La iglesia.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Descripción						
<p>Es una construcción a dos aguas, en piedra, ladrillo, adobe, con una sola nave central, que data de 1899. En la actualidad, la parroquia se encuentra en estado de recuperación. Cuenta la historia que: Por Decreto arzobispal del 24 de abril de 1818 fue creada la Parroquia de Tena, bajo la advocación de Nuestra Señora del Rosario. Don Clemente Alguacil le hizo donación a la Parroquia de ornamentos, alajas, muebles, enseres y utensilios bajo inventario firmado el 20 de febrero de 1819, recibido por el párroco Josef Antonio de Los Ríos (enciclopedia Histórica de Cundinamarca)</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD					PUNTAJE	
Estado de conservación (21)					10	
Constitución del Bien (21)					16	
Representatividad general (28)					20	
Subtotal					46	
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6	
TOTAL					52	




Figura 17. Formato Iglesia Nuestra Señora del Rosario. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS				
FORMULARIO SITIOS NATURALES				
1. GENERALIDADES				
CASA MON PLAISIR				
1.1. Nombre				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco Urbano			
1.5. Administrador o Propietario	Privado			
1.6. Dirección/Ubicación	Casco Urbano (x:965317 - y:1006470 - a:1361 msnm)			
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571			
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52 Km	1.9. Tipo de Acceso		
		Terrestre	X	Acuático
				Férreo
				Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:				
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar al casco urbano, a mano izquierda diagonal a la iglesia parroquial, podemos apreciar la construcción muy particular.				
2. CARACTERÍSTICAS				
2.1. Código Asignado	1.1.2.2			
2.2. Descripción				
<p>Casa construida en piedra estilo francés. Es propiedad privada, por lo que su acceso es restringido. Cuenta la historia que: En 1892 Lorenzo Merino vendió la hacienda el Rosario, que hacía parte de la antigua Hacienda de Tena, a Fould Freres (compañía francesa), representada por Carlos Rodríguez Fernández, quien luego, en 1905, la adquirió y desde entonces se levantaron nuevas edificaciones habitacionales e industriales, dándole a cada una de ellas nombre francés, por las vinculaciones estrechas a través de larga permanencia en París de los Rodríguez Maldonado (Enciclopedia Histórica de Cundinamarca). Entre estas edificaciones se encuentra la Mon Plaisir, la Petits Plaisir, que aun se observan y su estado de conservación es aceptable, lo que la hace llamativa para los visitantes.</p>				
PUNTAJES DE VALORACIÓN				
CALIDAD				PUNTAJE
Estado de conservación (21)				17
Constitución del Bien (21)				18
Representatividad general (28)				18
Subtotal				53
SIGNIFICADO				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6
TOTAL				59



Figura 18. Formato Casa Mon Plaisir. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	ALCALDÍA MUNICIPAL				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano				
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena				
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano (a:1379 msnm)				
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. Llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar la Casco urbano, y en la esquina nor occidental del parque principal se localiza el edificio de la Alcaldía.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.1.4.1				
2.2. Descripción					
<p>Es una edificación moderna, de dos pisos, en forma de "L", con zona de parqueo. Aquí se localiza las oficinas de la Alcaldía Municipal, el Banco Agrario, la Cooperativa AVP, Personería Municipal, el Juzgado, el Concejo Municipal. Su construcción se inició en febrero de 1976 y se concluyó el día 7 de abril de 1979.</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Estado de conservación (21)					19
Constitución del Bien (21)					9
Representatividad general (28)					17
Subtotal					45
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6	
TOTAL					51



Figura 19. Formato Alcaldía Municipal. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO SITIOS NATURALES							
SENDERO CASCO URBANO - LOS ALPES							
1.1. Nombre							
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Rosario						
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena						
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Rosario - (x:965369 - y:1006724 - a:1400 msnm) (x:964602 - y:1008231 - a:1664 msnm)						
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571						
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52 Km	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:							
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar la Casco urbano, nos dirigimos a la salida hacia los Alpes, en el parque de los novios nos desviamos a mano derecha hasta encontrar el inicio del sendero.							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.5						
2.2. Descripción							
<p>Tiene una long aproximada de 2.5 km en ascenso. al inicio se encuentra parte del camino empedrado, cruzándose con la quebrada Las Delicias, posteriormente se encuentra vía vereda poco transitada, a continuación hay un trayecto en sendero entre bosque nativo correspondiente a la reserva La Pacuala. para culminar se toma la vía pavimentada que llega a Los Alpes. Aquí encontramos venta de hermosas artesanías de la región y nacionales. Tiempo aproximado de recorrido 1 hora, alturas entre 1400 y 1664 msnm. Este sendero hace parte de la ruta No. 13 descrita en Rutas camineras de Colombia, Cundinamarca, publicado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo. El sendero fue recorrido por el Sabio Mutis a inicio de la Expedición Botánica el día 15 de julio de 1783. Anteriormente, En 1772 Mutis estuvo en el sector descubriendo la Quina.</p>							
PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de conservación (21)				14			
Constitución del Bien (21)				15			
Representatividad general (28)				25			
Subtotal				54			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12			
TOTAL				66			

Figura 20 Formato Sendero casco urbano – Los Alpes. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO SITIOS NATURALES							
SENDERO EL AGUACATAZO - LAGUNA DE TENASUCA - PATIO BONITO							
1.1. Nombre							
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Rosario - Catalamonte						
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena						
1.6. Dirección/Ubicación	(x:964932 - y:1008219 - a:1695 msnm) (x:967038 - y:1008673 - a:1864 msnm)						
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571						
1.8. Distancia (desde Bogotá)	40 Km	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:							
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se transita por esta ruta y a 33 km, se llega al sitio denominado La Pala, se continúa bajando aproximadamente 1km, llegando al sitio denominado El Aguacatazo, a unos 500 metros antes de los Alpes, a mano derecha de observa el ingreso al sendero.							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.5						
2.2. Descripción	<p>Tiene una long aproximada de 8 km. Se transita inicialmente por camino empedrado, en ascenso, hasta ingresar al sector de Laguna Seca donde nos adentramos a un bosque de niebla con vegetación nativa, musgos, helechos, orquídeas, nacimientos de agua y cuevas formadas por grandes rocas. Siguiendo el recorrido, se sale a un carretable que baja de la laguna, se toma a mano derecha, ingresando nuevamente al camino empedrado, que nos lleva hasta el carretable que bordea la Laguna. Posteriormente se desciende hacia Patio Bonito, pasando por sendero y carretable. Altura entre 1695 a 2100 msnm. tiempo de recorrido aproximado 2.30 horas. Este sendero hace parte de la ruta No. 13 descrita en Rutas camineras de Colombia, Cundinamarca, publicado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo. El sendero fue recorrido por el Sabio Mutis al inicio de la Expedición Botánica el día 15 de julio de 1783. En 1772 Mutis estuvo en el sector cuando descubrió la Quina.</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de conservación (21)				15			
Constitución del Bien (21)				17			
Representatividad general (28)				25			
Subtotal				57			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12			
TOTAL				69			



Figura 21. Formato Sendero El aguacatazo – Laguna de Tenasuca – Patio Bonito. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
1.1. Nombre	SENDERO PATIO BONITO - EL TAMBO - TENA					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Veredas: Catalamonte, Laguneta y Cátiva.					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación	(x:967003 - y:1008647 - a:1862 msnm) (x:965570 - y:1006547 - a:1377 msnm)					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)	37 Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 31 Km. al punto denominado Patio Bonito.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.5					
2.2. Descripción						
<p>Sendero de 4.5 km aproximadamente, se inicia en el sector de Patio Bonito, descendiendo por carretable y camino real empedrado, llegando a la quebrada La Coyancha, siguiendo por potreros hasta coger nuevamente el camino empedrado. Se ingresa a una zona de cafetales y se desciende hasta encontrar el camino que de Puerto Araujo va a Tena en el sector de El Tambo (x:966563 - y:1007585 - a:1606 msnm). 300 m después de este punto y en un desvío de 600 m, se puede visitar la cascada El Tambo. De aquí se continúa descendiendo hasta llegar al sitio denominado Puente Flandes. En este punto se toma un carretable en partes con huella, que nos lleva hasta el casco urbano de Tena. Este sendero hace parte de la ruta No. 13 descrita en Rutas camineras de Colombia, Cundinamarca, publicado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo.</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD					PUNTAJE	
Estado de conservación (21)					15	
Constitución del Bien (21)					15	
Representatividad general (28)					24	
Subtotal					54	
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		12	
TOTAL					66	



Figura 22. Formato Sendero Patio Bonito – El Tambo- Tena. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
SENDERO PUERTO ARAUJO - TENA						
1.1. Nombre						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Veredas: Laguneta, Cativa, La Honda					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación	(x:967003 - y:1008647 - a:1862 msnm) (x:965570 - y:1006547 - a:1377 msnm)					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)	33 KM	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se transita por la ruta 27 Km. al punto denominado Puerto Araujo. A 200 metros de este punto, a mano izquierda bajando, se observa el ingreso al sendero que inicia como un carreteable con huellas.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.5					
2.2. Descripción						
<p>Sendero de 8 km aproximadamente, se inicia en el sector de Puerto Araujo, descendiendo por carreteable y camino real empedrado. La mayoría del recorrido se hace paralelo a la quebrada La Honda. Los parajes que encontramos son de especial belleza. Se transita por la reserva de Laguneta donde hay sitios de Bosque de Niebla caracterizados por los nacimientos de agua los helechos, los musgos, vegetación nativa y arboles de mediana altura. Se pueden observar cascadas en el sector de San Carlos y la Cascada el Tambo. Este Camino hace parte de camino real que unía a Santafé de Bogotá con Tena, La Mesa, Anapoima, Neiva, Quito y Lima por lo que es "antiguo paso de libertadores". Así mismo por aquí bajo el sabio Mutis el 30 Abril de 1783 al inicio de la Expedición Botánica. Así mismo Mutis lo recorrió sobre 1772 al descubrir la Quina.</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD				PUNTAJE		
Estado de conservación (21)				19		
Constitución del Bien (21)				19		
Representatividad general (28)				26		
Subtotal				64		
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	18		
TOTAL				82		



Figura 23. Formato Sendero Puerto Araujo – Tena. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1.1. Nombre		PETROGLIFOS			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Guasimal				
1.5. Administrador o Propietario	Sector privado				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Guasimal				
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	55 KM	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar al casco urbano, se continua hacia la vereda Guasimal a 3 Km por vía en afirmado.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.4.1				
2.2. Descripción					
<p>En la vereda Guasimal se localizan dos piedras, una denominada La Quebrada y otra, La piedra de las Tristezas. Están muy intervenidas, en su entorno se localizan casas, en algunos casos, estas piedras han sido utilizadas para labores domésticas y en otros para materiales de construcción.</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Estado de conservación (21)					5
Constitución del Bien (21)					18
Representatividad general (28)					18
Subtotal					41
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6	
TOTAL					47



Figura 24. Formato Petroglifos. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	REPRESA SAN MARTÍN				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Guasimal				
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena				
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Guasimal				
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	55 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar al casco urbano, se continua hacia la vereda Guasimal a 3 Km por vía en afirmado, se llega al sector de tres esquinas y 700 mts. adelante encontramos la represa.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.1.5				
2.2. Descripción					
Esta es una represa construida a inicios del siglo XX para acumular agua y a través de tubería llevarla para dar movimiento a los trapiches y generadores de las Haciendas localizadas en la parte baja sobre el río Bogotá. En la actualidad, el Municipio adquirió el predio y está haciendo las respectivas adecuaciones para que sea un atractivo turístico de la zona de Guasimal, donde se vienen desarrollando fincas para hospedajes con piscinas y otros servicios para los visitantes. Se encuentra a una altura de 1100 msnm, con una temperatura promedio de 22° C.					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD				PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)				8	
Sin contaminación del agua (10)				7	
Sin contaminación visual (10)				5	
Estado de Conservación (10)				6	
Sin contaminación sonora (10)				7	
Diversidad (10)				6	
Singularidad (10)				5	
Subtotal				44	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6	
TOTAL				50	

Figura 25. Formato Represa San Martín. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	FRITANGA				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena				
1.6. Dirección/Ubicación					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
<p>Se puede adquirir en la ruta gastronómica, desde el kilómetro 94 (Tierra Santa) hasta el Kilómetro 76 (Después de la Gran Vía), donde se encuentra una variedad de establecimientos que ofrecen este exquisito plato. Así como en el casco urbano del Municipio.</p>					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.6.2				
2.2. Descripción					
<p>Un plato de fritanga tradicional se compone de: rellena, tajadas de hígado y corazón, huesos, costillas, carne, chicharrón, chorizo (todo del cerdo), acompañados de papa de año, papa criolla, plátano maduro, arepas, son la combinación especial para hacer de este, un plato exquisito.</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Colectiva (14)					13
Tradicional (14)					12
Anónima (14)					13
Espontánea (14)					13
Popular (14)					12
Subtotal					63
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		12
TOTAL					75



Figura 27. Formato Fritanga. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	ARTESANÍA					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad						
1.5. Administrador o Propietario	Sector privado					
1.6. Dirección/Ubicación	Municipio de Tena					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)			1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo
					<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se puede adquirir en la ruta gastronómica, desde el kilómetro 94 (Tierra Santa) hasta el Kilómetro 76 (Después de la Gran Vía), donde se encuentra una variedad de establecimientos que ofrecen estos productos. Así como en el casco urbano del Municipio.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.6.10					
2.2. Descripción						
En el campo de la artesanía son varias las personas y asociaciones que desarrollan esta actividad en el municipio, resaltándose la artesanía de telares, muebles en guadua y madera rústica, talla en piedra. Uno de los principales puntos, se encuentra en el sector de Los Alpes.						
PUNTAJES DE VALORACION						
CALIDAD					PUNTAJE	
Colectiva (14)					10	
Tradicional (14)					14	
Anónima (14)					12	
Espontánea (14)					10	
Popular (14)					6	
				Subtotal	52	
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		6	

Figura 28. Formato Artesanías. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FESTIVIDADES Y EVENTOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	FIESTA DE LA VIRGEN DEL CARMEN					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)		1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo
					<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Esta actividad se desarrolla en la Iglesia de Nuestra Señora del Rosario y las calles del casco urbano.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.7.1.5					
2.2. Descripción						
<p>Este evento se realiza a mediados del mes de julio en homenaje a la Virgen del Carmen y en el transcurrir del tiempo ha ganado importancia regional, ya que participan muchos de los transportadores de la Región del Tequendama, en el marco de este evento se hacen presentaciones culturales, homenaje al campesino, concurso labores del campo, caravana de vísperas, juegos pirotécnicos, alborada, día de Cundinamarca, desfile de carrozas, cabalgata, torneo de cintas y verbenas.</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Organización del Evento (30)						20
Beneficios socio culturales para la comunidad (20)						10
Beneficios económicos locales (20)						16
Subtotal						46
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6



Figura 29. Formato Fiesta de la Virgen del Carmen. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FESTIVIDADES Y EVENTOS							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	EXPO TENA						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano						
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena						
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano						
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571						
1.8. Distancia (desde Bogotá)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:							
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Esta actividad se desarrolla en el centro y las calles del casco urbano.							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.7.1.1						
2.2. Descripción							
<p>Evento que se celebra anualmente, en el casco urbano del Municipio de Tena. En el marco de estas festividades las principales actividades que se desarrollan son la Cabalgata, Festival Taurino, la Feria Agronundustrial , Feria Comercial y Ganadera, Exposición Equina Grado B, Exposición Bovina, Encuentro de Emulos, Concursos, Muestra de Productos Agrícolas, Presentación de Orquetas y Artistas de talla Nacional e Internacional. Este evento se desarrolla desde hace unos 60 años entre los meses de Agosto y Septiembre</p>							
PUNTAJES DE VALORACION							
CALIDAD							PUNTAJE
Organización del Evento (30)							20
Beneficios socio culturales para la comunidad (20)							10
Beneficios económicos locales (20)							16
Subtotal							46
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)							6



Figura 30. Formato Expo Tena. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FESTIVIDADES Y EVENTOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	FESTIVAL DEL TURISMO EN LA GRAN VÍA					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La Gran Vía					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación	La Gran Vía					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)		1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo
					<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.7.1.1					
2.2. Descripción						
<p>En el mes de Diciembre, La Gran Vía desarrolla el evento del Festival Turístico, con actividades como cabalgatas, Festival de Orquestas, Feria Comercial Ganadera y el Reinado Departamental de la Abuela con una antigüedad de 15 años. La fecha realización es el mes de Diciembre.</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Organización del Evento (30)						20
Beneficios socio culturales para la comunidad (20)						15
Beneficios económicos locales (20)						16
	Subtotal					51
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6



Figura 31. Formato Festival de Turismo en La Gran Vía. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FESTIVIDADES Y EVENTOS						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	COMPETENCIA CLASICA NACIONAL DE CICLOMONTAÑISMO					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación	Casco urbano					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)		1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Esta actividad se desarrolla en varios sectores, urbanos y rurales de Tena.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.7.4					
2.2. Descripción						
<p>Esta es apoyada por la Liga de Ciclomontañismo de Bogotá, la cual se ha desarrollado durante seis años con la participación de aproximadamente 400 deportistas en diferentes categorías de distintas partes del país. Fecha de realización mes de Marzo</p>						
PUNTAJES DE VALORACION						
CALIDAD						PUNTAJE
Organización del Evento (30)						20
Beneficios socio culturales para la comunidad (20)						15
Beneficios económicos locales (20)						16
Subtotal						51
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6



Figura 32. Formato Competencia clásica nacional de ciclo montañismo. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS								
FORMULARIO SITIOS NATURALES								
1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	RESERVA NATURAL LAGUNA DE TENASUCA (Pedro Palo)							
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vda Catalamonte							
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena							
1.6. Dirección/Ubicación	(x:965581 - y:1010061 - a:2011 msnm)							
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571							
1.8. Distancia (desde Bogotá)	42 Km	1.9. Tipo de Acceso						
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	
1.10. Indicaciones para el acceso:								
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 31 Km. al punto denominado Patio Bonito. Aquí se puede desarrollar dos actividades, hacer una caminata de 2.5 Km., por senderos y caminos en ascenso, o continuar en vehículo en un trayecto de 5 Km hasta llegar a la Laguna. Además se puede acceder por otros puntos ubicados sobre la vía principal como Puerto Lleras, la Pala, El Aguacatazo, recorriendo hermosos parajes.								
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	2.10.1.2							
2.2. Descripción								
<p>Es considerada la única laguna sagrada de los Muiscas localizada en tierras bajas. Su nombre original es TENASUCA. Es el atractivo más importante de la región del Tequendama y una de las principales reservas hídricas. En el entorno se observa un bosque nativo de páramo y potreros. El espejo de agua es de aproximadamente 10 hectáreas. El ingreso hasta sus aguas está restringido hasta tanto se realice el Estudio Ambiental y de Uso público. Sin embargo, la vista desde la parte alto del carreteable, es hermosa. La presencia de niebla es normal, por lo que se le llegó a llamar la Laguna de las Tristezas. Se conocen muchas leyendas como las de los actos ceremoniales que realizaban los Zipas, la de Kana, Dios del Trueno, la de la Sirena y la de Solaruya. Es considerada Patrimonio Nacional. Se encuentra a una altura de 2011 msnm, con una temperatura aproximada de 16°C.</p>								
PUNTAJES DE VALORACIÓN								
CALIDAD							PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)							10	
Sin contaminación del agua (10)							8	
Sin contaminación visual (10)							9	
Estado de Conservación							8	
Sin contaminación sonora (10)							10	
Diversidad (10)							10	
Singularidad (10)							10	
Subtotal							65	
SIGNIFICADO								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)					18
TOTAL							83	



Figura 33. Formato Reserva Natural Laguna de Tenasuca (Pedro Palo). Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	CASCADA EL TAMBO					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Cática					
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena					
1.6. Dirección/Ubicación	(x:966625 - y:1007301 - a:1546 msnm)					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)	55 Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
<p>Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar al casco urbano, se continua hacia el punto denominado Puente Flandes, aproximadamente 2 km., y de aquí 1 Km., por camino colonial y sendero. También se puede acceder desde Patio Bonito 2.5 km., por sendero o desde Puerto Araujo, 5 Km, por sendero.</p>						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	2.5.1					
2.2. Descripción						
<p>Es un salto de aproximadamente 60 m. de altura, formado por la caída de agua de la Quebrada La Honda, el Entorno especial ya que tiene la forma de un abotella, con anaas paredes cubiertas de vegetación nativa y musgos. Parte del acceso se realiza por predios privados, pro lo que se debe utilizar el sendero que está formado y no tomar otros caminos. Además no se debe tomar frutas de los árboles ni encender fogatas. El Municipio está interesado en adquirir estos predios para tener un manejo directo y elaborar el Plan Ambiental y de Uso Público. Se encuentra a una altitud de 1546 msnm, con una temperatura de 20°C.</p>						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD				PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)				10		
Sin contaminación del agua (10)				6		
Sin contaminación visual (10)				8		
Estado de Conservación				8		
Sin contaminación sonora (10)				10		
Diversidad (10)				9		
Singularidad (10)				7		
Subtotal				58		
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12		
TOTAL				70		



Figura 34. Formato Cascada El Tambo. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	QUEBRADA LA HONDA				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Veredas: Laguneta, Cátiva, La Honda				
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena				
1.6. Dirección/Ubicación	(x:968871 - y:1008357 - a:1809 msnm)				
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	33 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 27 Km., llegando al punto denominado Puerto Araujo, 200 mts adelante se toma el sendero al Casco Urbano de Tena, por el cual se puede apreciar gran parte de la Quebrada.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	2.5.4				
2.2. Descripción					
<p>Es una quebrada que conforma la principal micro cuenta con que cuenta el Municipio de Tena. Su nacimiento se localiza en la parte alta del Municipio, en límites con Bojacá. Tiene una extensión aproximada de 16 Km, sus riveras son ricas en fauna y flora nativa. Esta es una fuente muy importante, ya que suministra agua, además del Municipi de Tena, a los Municipios de Anapoíma y La Mesa, desemboca en el río Bogotá en la parte baja del Municipio, sobre la vereda La Honda. su altitud oscila entre 2300 y 900 msnm, la temperatura entre 14° C y 24° C.</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD				PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)				9	
Sin contaminación del agua (10)				6	
Sin contaminación visual (10)				7	
Estado de Conservación				8	
Sin contaminación sonora (10)				9	
Diversidad (10)				8	
Singularidad (10)				6	
Subtotal				53	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12	
TOTAL				65	



Figura 35. Formato Quebrada La Honda. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	RESERVA FORESTAL LAGUNETA				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Laguneta				
1.5. Administrador o Propietario	CAR - Municipios de Tena, Anapoima, La Mesa.				
1.6. Dirección/Ubicación	(x:968263 - y:1008464 - a:1781 msnm)				
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571				
1.8. Distancia (desde Bogotá)	36 Km	1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>
				Férreo	<input type="checkbox"/>
				Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:					
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 29 Km., llegando al Plan de la arepa, 1 Km después y a mano izquierda, se aprecia una valla de la Car donde se presenta la reserva, siendo éste su acceso principal.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	2.10.3				
2.2. Descripción					
<p>Es una reserva de aproximadamente 49 H, que está entre la vía de Mosquera a Girardot (km 30) y la que va de Puerto Araujo a San Antonio del Tequendama. Esta reserva la cruza el sendero Puerto Araujo - Tena, al quebrada La Honda y otras quebradas. Se observan pequeños ecosistemas con características de bosque de niebla. Esta propiedad fue adquirida por La Car, las alcaldías de Anapoima, La Mesa y Tena.</p>					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD				PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)				8	
Sin contaminación del agua (10)				8	
Sin contaminación visual (10)				9	
Estado de Conservación				8	
Sin contaminación sonora (10)				9	
Diversidad (10)				9	
Singularidad (10)				8	
Subtotal				59	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12	
TOTAL				71	



Figura 36. Formato Reserva Forestal Laguneta. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	RESERVA LA PACUALA					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Rosario					
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Rosario					
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571					
1.8. Distancia (desde Bogotá)	52 Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 43 Km. Llegando al punto denominado La Gran Vía, se gira a mano izquierda para ir hacia el casco urbano del municipio que está a una distancia de 3 Km por vía pavimentada en arreglo. Al llegar al casco urbano se toma el sendero que nos conduce hacia el sector de Los Alpes o a La Pala y a 1.5 km en ascenso, encontramos la reserva.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	2.10.3					
2.2. Descripción						
Reserva con vegetación nativa, variedad de nacimientos hídricos y fauna. Aquí nace la fuente que suministra agua al casco urbano municipal.						
PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)						8
Sin contaminación del agua (10)						9
Sin contaminación visual (10)						7
Estado de Conservación						7
Sin contaminación sonora (10)						8
Diversidad (10)						8
Singularidad (10)						5
Subtotal						52
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			6
TOTAL						58



Figura 37. Formato Reserva La Pacuala. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO SITIOS NATURALES							
1.1. Nombre		BOSQUE DE NIEBLA					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Tena				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Catalamonte						
1.5. Administrador o Propietario	Municipio de Tena y privados						
1.6. Dirección/Ubicación	(x:964807 - y:1008636 - a:1789 msnm)						
1.7. Teléfono/Fax	(091) 8494571						
1.8. Distancia (desde Bogotá)	42 Km	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:							
Se toma la ruta Mosquera - Girardot, al occidente de Bogotá. En el sector de Mondoñedo, se puede apreciar el Desierto de Sabrinsky. Se desciende 31 Km. al punto denominado Patio Bonito. Aquí se puede desarrollar dos actividades, hacer una caminata de 2.5 Km., por senderos y caminos en ascenso, o continuar en vehículo en un trayecto de 5 Km hasta llegar a la Laguna. Además se puede acceder por otros puntos ubicados sobre la vía principal como Puerto Lleras, la Pala, El Aguacatazo, recorriendo hermosos parajes. En el sector de la Laguna de Tansuca podemos apreciar en oportunidades la niebla.							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	2.10.3						
2.2. Descripción							
<p>Tena cuenta con áreas de bosque de niebla que se caracterizan por ser ecosistemas frágiles con nacimientos de agua, especies de helechos, musgos, arboles de tipo nativo tropical de mediana altura, humedad relativa alta, que encontramos en los recorridos de los senderos, especialmente entre el aguacatazo y la Laguna de Tenasuca y el sector de Puerto Araujo al sector del Tambo. Así mismo, hacia la parte alta de las veredas Laguneta, Catalamonte y Santa Bárbara.</p>							
PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)				9			
Sin contaminación del agua (10)				8			
Sin contaminación visual (10)				9			
Estado de Conservación				8			
Sin contaminación sonora (10)				9			
Diversidad (10)				9			
Singularidad (10)				8			
Subtotal				60			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6			
TOTAL				66			



Figura 38. Formato Bosque de Niebla. Plan de desarrollo turístico Tena (2010)