

**Necroturismo como alternativa de desarrollo turístico en el Municipio de San
Bernardo, Cundinamarca**

Andrés Eduardo Orjuela
Dayana Lorena Avila Higuera
Yuri Yineth Ramírez Olaya

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

**Necroturismo como alternativa de desarrollo turístico en el Municipio de San
Bernardo, Cundinamarca**

Andrés Eduardo Orjuela
Dayana Lorena Avila Higuera
Yuri Yineth Ramírez Olaya

Director
Patricia Pérez Ramírez

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

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

2019

Dedicatoria

Agradezco primero a Dios por permitir llegar hasta aquí ya último ciclo de mi carrera profesional a mi mis papas, mi hermana y todos los que estuvieron presentes en el proceso de realizar mi proyecto grado, son personas las cuales tengo en mi vida y siempre lo estarán, aquella persona que estuvo presente durante el periodo de todo este proyecto, la cual siempre estuvo colaborándome y apoyando en cada cosa que lograba, gracias a Dios por poner en mi camino personas maravillosas que desean lo mejor para mí.

Andrés Orjuela Mesa

A Dios por darme la fuerza y la sabiduría para lograr con éxito todo aquello que me proyecte realizar durante mi carrera y llegar hasta el final, a pocos pasos de culminar una gran etapa en mi vida. A mi madre Luz Marina Olaya, quien fue un gran apoyo y me brindo el impulso para seguir adelante con mis proyectos, con su paciencia y amor de madre no me dejo decaer en ciertos momentos que creí que no podía más que, ahora con satisfacción veo los sueños se cumplen con dedicación, amor y sacrificio.

Yury Ramírez Olaya

Principalmente le dedico este logro a Dios por bendecirme con la vida, por darme la fuerza y el entendimiento para poder culminar cada paso en este proceso, También le agradezco a mi madre y a mi familia, por su amor, apoyo y paciencia, ya que gracias a eso logré llegar hasta acá y convertirme en lo que soy. Es grato decir que soy hija, hermana y tía de una gran familia. Agradezco a los Tutores de nuestro proyecto de grado, por haber compartido conocimientos en nuestro proceso, por habernos guiado en cada paso para lograr ser grandes profesionales y llevar en alto el nombre de nuestra universidad.

Lorena Ávila Higuera

Resumen

Por medio de este trabajo se realizó un análisis al municipio de San Bernardo Cundinamarca con el contenido de necroturismo, donde se evidencia si es viable ante la misma comunidad y los turistas que van a conocerlo ya sea por su cultura o por su estructura arquitectónica. Todo se realiza con el fin de generar un sentido de pertenencia entre los habitantes del municipio, que puedan aprovechar aquel recurso tan innovador y llamativo como lo es el cementerio principal y el mausoleo José Arquímedes Castro.

Los lineamientos que se plantean en este proyecto, se dan basados en los intereses, el potencial y el impacto que puede generar tanto como en los turistas, como en la población local. El necroturismo como propuesta innovadora ante la utilización de los atractivos turísticos de este municipio, busca ser diferenciable ante los otros tipos de productos que se dan en este ámbito turístico.

Se generó un acercamiento con los residentes del municipio y con aquellas personas administrativas de la alcaldía municipal de San Bernardo Cundinamarca que nos brindaron información para enfocarnos en los recursos que actualmente cuenta el municipio y evidenciar aquellos vacíos con los que se cuenta y por medio de los cuales se puede tener una ventaja competitiva antes los municipios de su alrededor.

Palabras clave: Necroturismo, Turismo Arquitectónico, Innovación, Cementerio y Mausoleo.

Abstract

The following paper presents a proposal aimed to contribute to tourism development through activities related to nature tourism in the northeast of Cundinamarca, considering that the department has a large number of ecosystems that the development of this activity. First, the research took into account mainly related theories sustainability, the community, natural resources, nature tourism, natural monuments and eco-tourist profile. Secondly, the methodology used for academic activity was a mixed approach, which allowed identifying activities and places that make up a tourist product. Finally, it was manage to generate a tourist route involving nature and cultural aspects of seven natural attractions that allows tourists to raise awareness about the care that must be taken on environment and the implications that can be generated if there is not proper handling of these. The development of the investigation was carried out with the support of public and private entities, which allowed getting information about the natural attractions, the strengths and weaknesses of each place and how the community can be benefit from tourism.

Keywords: Nature Tourism, Tourist Route, Sustainability and Natural Attractions.

Tabla de contenidos

Introducción.....	9
Planteamiento del problema	10
Pregunta de investigación	10
Descripción del problema.....	10
Justificación del problema	12
Objetivos.....	14
Objetivo general.....	14
Objetivos específicos	14
Marcos de referencia	15
Marco teórico	15
San Bernardo, Cundinamarca.....	16
En Colombia.....	19
Marco conceptual.....	19
Turismo.	19
Necroturismo.	19
Potencialidades turísticas.	19
Momificación.	20
Mausoleo.	20
Turismo funerario.....	21
Oferta turística.....	21
Patrimonio cultural.....	21
Patrimonio natural.	22
Infraestructura.	22
Superestructura turística.....	22
Potencialidades turísticas.	23
Marco geográfico	24
Localización.	25
Marco legal	25
Según los artículos de la ley 300 de 1996.	26
Según la ley 11001 de 2006.....	26

Según los artículos de la ley general de cultura 397-1997.	26
Según los artículos de la ley 1185 de 2008.	28
Metodología de la investigación.....	30
Investigación descriptiva	30
Enfoque mixto.....	30
Investigación cuantitativa.....	31
Investigación cualitativa.....	31
Características que posee el enfoque cualitativo de investigación.....	33
Encuestas.....	36
Muestra y población.....	36
Población.....	36
Capítulo I - Análisis de las potencialidades turísticas relacionadas con el Necroturismo en el municipio de San Bernardo Cundinamarca	38
Recursos turísticos y potencialidades turísticas del municipio San Bernardo.....	38
Características generales del Municipio.....	39
Caracterización de los atractivos turísticos de San Bernardo, Cundinamarca.....	39
Inventario turístico del municipio San Bernardo.....	41
Atractivos turísticos.....	43
FODA.....	49
Análisis FODA.....	50
Análisis.....	50
Capítulo II - Perfil de turista interesado en realizar actividades de necroturismo en el municipio de San Bernardo Cundinamarca	52
Muestra y población.....	52
Estudio de información de los turistas de San Bernardo Cundinamarca	53
Encuesta.....	54
Análisis general.....	60
Encuesta a turistas en la Candelaria, Bogotá	61
Género.....	61
Edad.....	62
Origen y/o procedencia.....	63

¿Qué tipo de turismo prefiere hacer?	64
¿Con qué frecuencia se desplaza del lugar en que reside para realizar actividades turísticas?.....	64
¿Cuánto es su presupuesto al viajar?.....	65
¿Sabe que significa el termino necroturismo?.....	66
Según lo anterior ¿Ha realizado actividades de necroturismo?.....	66
¿Le gustaría visitar lugares donde haya momias como atractivo turístico?	67
¿Accedería a pagar por un servicio turístico con estas características?	68
¿Alguna vez ha escuchado o visitado San Bernardo, Cundinamarca?.....	68
¿Sabe usted que San Bernardo tiene un atractivo de momias como fenómeno natural?	69
Según lo anterior ¿Contemplaría hacer alguna actividad que involucre el municipio y las momias de San Bernardo?	70
Análisis general.	70
Perfil potencial	71
Capítulo III - Establecer lineamientos para el desarrollo de la actividad turística relacionada con el Necroturismo.....	72
Lineamiento para el desarrollo turístico	72
El turismo responsable.	72
Valoración de los atractivos turísticos.	72
Atractivos turísticos, capacitación y formación.....	74
Infraestructura y servicios.	75
Promoción y comercialización.....	77
Conclusiones.....	79
Referencias	80
Anexos.....	83

Introducción

Cuando se habla sobre la muerte en general se tiende a tomar como un tabú donde el sentimiento que cada persona refleja ante esa situación es un eje bastante importante. El visitar un cementerio o los lugares donde reposan los restos de las personas cercanas da lugar a un tipo de experiencias que abarcan diferentes emociones que pueden denotar entre miedo o nostalgia, y al finalizar estas vivencias de recuerdos, terminan en un sentimiento de realización personal, normalmente positivos en la mayoría de los casos que refuerzan el pensamiento de realizar de nuevo esta actividad, también se manejan rituales, visitas al cementerio o misas donde se manifiesta de nuevo este vínculo personal que busca una satisfacción emocional.

Este proyecto se desarrolla en tres capítulos, el primero refleja las potencialidades turísticas referentes al necroturismo, donde aprovecha activamente este recurso atrayendo múltiples beneficios a residentes y externos, logrando enfatizar la muerte desde otra perspectiva y generar una cultura innovadora en el marco de la cotidianidad.

En el segundo capítulo se identifica el perfil del turista, donde se encuentra el turista potencial, interesado en generar curiosidad y explorar más allá sobre personas momificadas en tiempo pasados y contribuir en una investigación de este ámbito como dudoso o sin gran importancia.

En el tercer capítulo se establecen los lineamientos para el desarrollo de la actividad turística relacionada con el necroturismo, para obtener un turismo sostenible, económico y ambiental en el Municipio de San Bernardo Cundinamarca.

Planteamiento del problema

Pregunta de investigación

¿Bajo qué lineamientos el necroturismo puede ser una alternativa de desarrollo turístico para el municipio de San Bernardo en Cundinamarca?

Descripción del problema

Referente a la actividad turística, el municipio tiene un potencial turístico que no ha sido debidamente aprovechado según lo refleja la página principal de la alcaldía del municipio de San Bernardo Cundinamarca (Cundinamarca, 2019), ya que es un fenómeno único en el mundo de la momificación natural de los cadáveres. La afluencia de turistas nacionales y extranjeros es importante para los residentes del municipio como para los colombianos en general ya que intervienen en el acercamiento directo de un solo municipio, pero inculcan el interés de querer saber más del resto de país.

El tipo de atractivos que se encuentran en el municipio de San Bernardo son potenciales para la práctica del Necroturismo, que es visto por los turistas como algo sorprendente. Este municipio no cuenta con operadores turísticos que intervengan el proceso natural de este fenómeno, haciéndolo algo llamativo a la vista del espectador.

Al momento de los turistas llegar al municipio se puede evidenciar que la infraestructura con que se cuenta es insuficiente y no existe la debida promoción turística. Por otra parte, la poca disponibilidad de recursos financieros ha limitado en los últimos años el impulso decidido a expresiones culturales que tiendan a rescatar nuestra identidad y nuestro patrimonio cultural.

El plan de desarrollo del municipio muestra en su diagnóstico la ficha técnica de caracterización municipal del DNP, donde se ve reflejado la situación económica del sector y destacando con estas otras actividades con una alta cifra porcentual (63,6%), este indicador abarca diferentes sectores como el turismo que tiene un gran potencial económico y de empleo (DNP, 2019). Haciendo referencia que las actividades más fuertes del municipio pueden ser articuladas con el turismo para fortalecer la economía general del mismo y abarcando siempre la satisfacción de las necesidades de cada uno de los turistas.

Ficha de caracterización municipal.

Industria manufacturera	2,0
Comercio	2,3
Intermediación financiera	1,1
Petroleo y gas natural	-
Actividades inmobiliarias	0,8
Otros	63,6
Valor agregado municipal	68,9
Valor agregado Per cápita	6.458.581

Nota. Terridata (2016).

Lo que hace que San Bernardo sea un atractivo que está en constante crecimiento turístico, con un adecuado manejo y promoción se puede posicionar a nivel nacional y hasta internacional, se debe tener en cuenta que existe un gran potencial turístico en el municipio, pero por falta de infraestructura y publicidad no es un destino muy conocido, viéndose afectado también por carencia de conocimiento y capacitación de los mismos residentes del municipio de San Bernardo.

La alcaldía no genera respaldo a las entidades turísticas del sector según la página principal (Cundinamarca, 2019), a pesar de ser el primer potencial económico que se puede encontrar, la falta de apoyo a los empresarios y la falta de innovación para poder implementar este nuevo turismo al municipio, el cual genere beneficios a la comunidad y que las empresas puedan tener una regulación adecuada y un seguimiento óptimo ante la situación que se está presentando en el municipio, pero no todo es malo, el plan de desarrollo pone en prioridad el mantenimiento de la infraestructura de transporte del municipio, donde especifica cuáles serán jerárquicamente tratadas, todo con el fin de que San Bernardo se vuelva cada vez más competitivo.

Tabla 2.

Jerarquización de vías urbanas.

Tipo	Descripción
Vía Urbana de Primer Orden (V-U-1)	Cuya función será la de interconectar los centros donde discurren las principales actividades urbanas con los diferentes barrios.
Vía Urbana de Segundo Orden (V-U-2)	Cuya función será la de la penetración en los diferentes sectores urbanos y los límites de comunidades.
Vía Urbana de Tercer Orden (V-U-3)	Cuya función es interconectar los barrios entre sí.
Vía Urbana Peatonal (V-U-4)	Cuya función será la de permitir el desplazamiento peatonal dentro de las diversas zonas de un mismo barrio.
Vía de Penetración Rural	Cuya función es interconectar la cabecera municipal con las Veredas y Veredas entre sí.

Nota. Alcaldía de San Bernardo (2018).

Según lo anterior, si no interviene la comunidad va estar en una gran desventaja con el tema de la economía, ya que su principal fortalecimiento es el turismo. El mausoleo José Arquímedes Castro es el principal producto turístico para ofrecer y es el que puede llegar a aumentar la economía y disminuir el desempleo, y así también se podrían beneficiar muchas familias del municipio generando diversas oportunidades.

Justificación del problema

El necroturismo es un tipo de turismo que ha tenido un desarrollo a nivel mundial, donde se ha podido demostrar el interés de los turistas que practican las actividades que aquí se generan; El municipio de San Bernardo Cundinamarca cuenta con atractivos turísticos como lo son el Mausoleo y el cementerio quienes cuentan con una estructura física dispuesta para esta actividad.

Este tipo de turismo es un reactivador de la economía del municipio, con un enfoque presentando de una manera innovadora y enfocada a un turismo alternativo que genera

beneficios tanto locales como visitantes en el turismo propio de este. Los lineamientos se enfocan en que el municipio cuenta con una característica diferenciadora a cualquiera de sus alrededores y es poder contar con un fenómeno de momificación de forma natural, el cual permite que su cementerio y mausoleo José Arquímedes Castro sean atractivos altamente importantes y reconocidos poco a poco a nivel nacional e internacional, por este evidente motivo es de gran interés poder aprovecharlo y convertir esta alternativa en una imagen representativa para el municipio.

Donde podemos evidenciar que mediante los lineamientos de promoción y comercialización se plantean estrategias para que el municipio sea reconocido nacional e internacionalmente, la infraestructura y servicios hace parte de los parámetros establecidos para que se fortalezca con la adecuación correcta, la capacitación y formación son relevantes para el municipio porque manifiestan sus conocimientos y experiencias a los turistas, siendo indispensable su formación continua para prestar un excelente servicio, y por ultimo pero no el menos importante es la valoración de los atractivos turísticos, en donde se establecen acciones donde el municipio puede aportar para estas estrategias planteadas con la ayuda de las entidades responsables ante estas situaciones.

Objetivos

Objetivo general

Determinar con que lineamientos el Necroturismo se puede convertir en una alternativa de desarrollo turístico para el municipio de San Bernardo, Cundinamarca.

Objetivos específicos

Realizar un análisis de las potencialidades turísticas relacionadas con el Necroturismo en el municipio de San Bernardo Cundinamarca.

Definir el perfil del turista interesado en realizar actividades de Necroturismo en el municipio de San Bernardo Cundinamarca.

Establecer lineamientos para el desarrollo de la actividad turística relacionada con el Necroturismo.

Marcos de referencia

Marco teórico

El ser humano lleva enterrando a sus difuntos desde aproximadamente 100.000 años. La muerte es una parte inamovible de la vida (Martinez, 2014) y a lo largo de la historia, la humanidad ha mostrado una gran preocupación e inquietudes respecto a la misma. Los ritos y costumbres funerarias son prácticas estrechamente relacionadas a las creencias religiosas de una sociedad, acerca de la naturaleza de la muerte y la vida posterior a la misma. Estos rituales varían en función de las creencias y cultura de las diferentes sociedades. El estudio del comportamiento de las mismas permite comprender mejor su forma de vivir, sus valores, y más profundamente sus pensamientos. La fisonomía de estos lugares de enterramiento también permite analizar las creencias religiosas existentes, siendo en España la religión católica una influencia decisiva en el emplazamiento de los mismos (Diaz, 2015). La forma y el lugar de enterramiento han variado a lo largo de la historia.

Hoy en día, las almas de nuestros seres queridos descansan en estos cementerios, constituyéndose grandes recursos monumentales dignos de ser visitados. Con el paso del tiempo, las costumbres han ido evolucionando, tras el fallecimiento de la persona, esta es trasladada al tanatorio, lugar en el cual sus más allegados rinden culto y acompañan a su familia. Consiguientemente, el féretro es trasladado a la Iglesia (en caso de ser un funeral católico), o directamente al cementerio o crematorio. La fe católica contempla la muerte como un viaje que emprende el fallecido hasta el Cielo o el Infierno, según corresponda. En caso de que el fallecido haya llevado una vida terrenal libre de pecado, será conducido al Cielo; pero si por el contrario ha actuado en contra de los Mandamientos de la Ley de Dios, su alma será destinada al Infierno. A lo largo de la historia, las diferentes culturas han ido dejando vestigios de sus enterramientos que han perdurado hasta nuestros días. Los lugares de enterramiento se han convertido en destinos culturales de un gran valor incalculable, ya que entremezclan arte, historia y antropología, algunas de las inquietudes que llaman al visitante cultural. Pasear por estos lugares es algo curioso y particular, plagado de misterio e historias del pasado. Siempre sin olvidar que no dejan de ser lugares sagrados, en los cuales descansan los restos de nuestros seres queridos, por lo tanto, las visitas a estos lugares deben ser realizadas ante el respeto y la conservación.

Los cementerios son fundamentales en nuestra historia, reflejando los hábitos y prácticas relacionadas con la muerte. Estos espacios urbanos hacen parte de la cultura de la zona y la comunidad a la que pertenecen. En ellos se pueden admirar tumbas, nichos, mausoleos, grabados, así como cristos, ángeles, vírgenes, cruces o epitafios. En Europa destacan cementerios como: Cementerios de Montparnasse o el de Père Lachaise en París, el Cementerio de Highgate, de Londres, el Viejo Cementerio Judío de Praga o las Catacumbas en Roma.

La Asociación de cementerios significativos de Europa (ASCE) una asociación sin fines de lucro, es la que comenzó a organizar la ruta que se ha ido ampliando (comenzó con 49 cementerios y ahora ya superan los 63 cementerios). La lista es dinámica y hay otros cementerios en proceso de estudio por la ASCE para su aceptación a la ruta, uno de los últimos en adherirse ha sido el cementerio de Alcoy.

Según Porras (2018) en los últimos años se ha puesto de moda una tipología de turismo que tiene como protagonistas a los cementerios: El necroturismo. Aunque no existe una definición académica del término, muchos lo definen como “Una modalidad turística que apuesta por dar a conocer el rico patrimonio artístico e histórico que albergan los camposantos de muchas ciudades del mundo”. En este sentido, las visitas a cementerios suponen una forma de ver arte y hacer turismo.

San Bernardo, Cundinamarca.

El municipio de San Bernardo cuenta con atractivos turísticos como lo es el museo de las momias que tiene por nombre Mausoleo José Arquímedes Castro, llamado así en honor al reverendo padre que construyó la iglesia y el cementerio, él fue momificado y se encuentra a la entrada de este museo; este lugar tiene un funcionamiento desde hace aproximadamente 48 años.

San Bernardo tiene un mausoleo de momias que se ha constituido como atractivo turístico y científico, por el cual es reconocido regional y nacionalmente. Desde los años ochenta aparecieron cuerpos en estado de momificación que fueron desenterrados luego de cinco a siete años de las tumbas del cementerio. Existen varias explicaciones en torno al fenómeno natural de la momificación: los pobladores lo atribuyen a la dieta, consumo de guatila y balú, también a la composición particular del suelo.

En 1956 el cementerio fue trasladado a donde se encuentra actualmente, en este último camposanto es donde se ha presentado de manera natural y aleatoria la momificación total o parcial de algunos habitantes que han muerto en San Bernardo.

La tradición oral ha construido relatos no comprobados alrededor de este proceso, algunas de las razones que circulan entre los habitantes y visitantes han adquirido un tono de leyenda, basado en las prácticas alimenticias o el consumo de productos naturales propios de la región, la constitución corporal de las personas, las condiciones particulares del clima, el suelo y los vientos, así como la intencionalidad de la momificación.

El Mausoleo es un lugar patrimonial funerario, que invita a la reflexión sobre la muerte desde los puntos de vista histórico, religioso, científico y cultural. Es un escenario que transmite, a través de los restos humanos, en su estado singular de momificación natural, un testimonio imperecedero para las nuevas generaciones. Este escenario nos permite inmortalizar momentos, lugares y personas, es como un gran museo de fotografías, en donde las personas que aquí se encuentran hacen parte de la memoria del municipio con sus rasgos faciales, su lenguaje corporal y su ropa que evocan parte de lo que fueron. Sus historias de vida trascienden en el tiempo para rescatar la memoria y la identidad de San Bernardo, comunicándose a través de su imagen con sus descendientes, familiares, vecinos, amigos y visitantes, este museo presenta los rostros de los que vivieron en San Bernardo, están aquí para transmitir de forma momificada lo que fueron algunos habitantes de esta zona rural de Cundinamarca.

En un principio, los cementerios no fueron lugares concebidos para su visita turística, y todavía hoy la sociedad los sigue vinculando a la muerte y al descanso eterno. “El rol que cumplían los cementerios antes y ahora está cambiando: en la actualidad se exponen también como puntos de interés turístico”. (Plibersek, 2012)

La Administración Pública juega un papel clave en el desarrollo turístico de las ciudades. Su implicación en el sector es fundamental, ya que es la encargada de la gestión del territorio (mantenimiento, limpieza, señalización turística, ordenación urbana, etc.), y colabora económicamente en la creación y promoción de los productos turísticos. Para ello, se lleva a cabo un estudio de las oportunidades y potencialidades con las que cuenta el territorio en cuestión, a partir de sus diferentes recursos. Después, el organismo público realiza el aporte de la inversión económica para la construcción de los correspondientes

equipamientos y servicios turísticos. Y, el último paso lo constituye el fomento de la llegada de turistas al destino a través de su promoción.

Múltiples son las ocasiones en las que se han dado inversiones de miles de millones de euros, por parte de las Administraciones Públicas, en proyectos turísticos totalmente inviables. Un ejemplo del problema anteriormente citado es la construcción de aeropuertos en espacios de baja competitividad, como el de Huesca, a tan sólo 91 km. del de Zaragoza. Por otro lado, se han realizado grandes esfuerzos en la creación de nuevos recursos turísticos mediante la construcción de museos y centros de interpretación centrados en las temáticas más enrevesadas. Pero, pocos son los gestores públicos que han tomado conciencia del gran monumento al aire libre que encierra la historia de la localidad, siendo un reflejo del paso del tiempo y su historia, el cementerio.

En los últimos años, a partir de la creación de la Asociación Europea de Cementerios (ASCE), se está proliferando la afluencia turística en estos lugares, llegando a convertirse en grandes atractivos turísticos, tal es su importancia que en algunos paquetes turísticos ya se muestran incluidos como visita obligatoria. Y, aunque hoy en día nadie pone en duda la importancia de los cementerios como parte integrante del patrimonio, todavía hay que realizar grandes esfuerzos para la puesta en valor de la riqueza que albergan. Hay que dar a conocer el enorme patrimonio que esconden, y esto es labor de los organismos públicos. Del mismo modo, se debe fomentar su conservación para poder ser transmitidos a generaciones futuras. Algunas de las actuaciones desarrolladas para la divulgación de esta riqueza histórico-cultural han sido la creación de diversas actividades y visitas guiadas, acciones respetuosas y participativas que favorecen la promoción y valorización de un municipio.

Según Marmol (2012), la creatividad y la voluntad de los gestores son dos de los principales factores de éxito que permitirán el desarrollo y la consolidación del turismo de cementerios como una alternativa más dentro del llamado turismo sostenible". Por lo tanto, la gestión correcta de estos recursos puede ser muy útil para aquellos destinos que están consolidándose en el mercado turístico y no son lo suficientemente conocidos.

En Colombia.

Existen momias de los antepasados indígenas, las cuales forman parte del patrimonio cultural, histórico y arqueológico colombiano; estas momias se encuentran preservadas y presentadas en el Museo Nacional y el Museo del oro.

Marco conceptual

Turismo.

“El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y la permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio” (Walter Huzinker, 2008), a lo que podemos referir como otro punto de vista el hecho en donde se realice un intercambio, así como nos muestra el siguiente autor: “Es el conjunto que comprende todos los procesos, especialmente los económicos, que se manifiestan en la afluencia, permanencia y regreso del turista hacia, en y fuera de un determinado municipio, país o estado” (Schrattenhofen, 2010).

Necroturismo.

Se puede implementar metodologías de desarrollo tradicional en la industria turística pues este a su vez logra sostener y sustentar el análisis de las fuentes emergentes de la sociedad en el ámbito turístico. Tal y como (Muro, 2016), mencionan que, para el diseño, la implementación y la aplicación en los productos turísticos se debe establecer una tarea estratégica que abarque la participación de todos los actores involucrados en el desarrollo de la misma y teniendo en cuenta lo siguiente.

La idea o identificación inicial donde surge como tal el plan de marketing y la creación del producto, busca dar una conceptualización y comprensión del lugar, mediante el cual se describirá su esencia, y para el desarrollo de esto se necesita realizar un inventario de los recursos disponibles y que posea el destino y de este modo darle una finalidad que pretenda el mejoramiento del mismo y por ende llamar la atención de los visitantes.

Y de esta forma surge como etapa previa la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos.

Potencialidades turísticas.

El objetivo de calcular este índice es poder establecer las prioridades en cuanto a la necesidad de la planificación turística, e identificar los puntos de los atractivos turísticos a partir de los cuales podrán articularse en la estrategia de desarrollo.

Es en la valoración del destino, donde es necesario definir y caracterizar los recursos y atributos con los que cuenta. Y de esta forma el siguiente autor dice (Mass, 2009).

“El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, una serie de etapas como ya se han mencionado anteriormente donde abarca, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos”. Para calcular estos recursos se tomará los índices de potencialidad basados en el inventario y los recursos, para esto los elementos del sistema que se consideran en la ponderación, de forma directa sobre los recursos son:

- ✓ Accesibilidad
- ✓ Equipamiento
- ✓ Preferencias de la demanda

Por consiguiente, (Sectur, 2002), afirma que toda zona que se considere para desarrollar y ampliar el turismo debe evaluar detalladamente los atractivos, infraestructura, accesibilidad y todo lo que conforma la evaluación de un producto turístico, dando paso al estudio y evaluación de otros factores que pueden influir en el desarrollo de este como (competidores, comunidad, salud, política).

Por lo anteriormente dicho se puede concluir que la evaluación del potencial turístico del territorio es vital importancia para la planificación de la actividad turística, ya que no se trata la enumeración, clasificación y catalogando los recursos. Va más allá, pues este estipula la posibilidad de conocer y elegir los atractivos turísticos que cuentan con los espacios que se adecuan al producto que se establecerá.

Momificación.

Transformación de un cadáver en momia, para deshidratar los cuerpos, los egipcios ponían a macerar el cadáver en natrón, durante unos cincuenta días, una vez extraídas sus viseras, el cadáver se lavaba y purificaba (Modigliani, 1980).

Mausoleo.

Monumento o espacio funerario, conservación de cuerpos. Con el objetivo de mantener y proteger en buen estado los restos de un ser humano difunto, haciendo que sea un espacio de gran tranquilidad y silencio para los cuerpos (Mavrocordato, 1980).

Turismo funerario.

Es un tipo de turismo cultural, que consiste en visitar bien los cementerios donde han sido enterrados personajes ilustres o bien tumbas realizadas por grandes arquitectos, (TURISTICO, 2018)

Oferta turística.

Se entiende por este concepto al conjunto de bienes y servicios turísticos que se ofrecen al turista, con la finalidad de satisfacer sus requerimientos. El análisis económico entiende por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a precio dado y por un periodo dado.

La oferta turística está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico. Podemos diferenciar una oferta básica compuesta por los servicios de alojamiento, transporte y alimentación y una oferta complementaria compuesta por servicios de esparcimiento y otros que ayudan al bienestar del turista. El atractivo turístico es parte de la oferta. Las principales características de la oferta turística son su rigidez y heterogeneidad.

La primera proviene de la lentitud de adaptar la oferta de servicios a los requerimientos de la demanda, la imposibilidad de las empresas prestatarias de almacenar el producto turístico, como así también la imposibilidad de trasladar el mismo, motivo por el cual es el turista el que se traslada a la fuente de producción. Decimos que la oferta es heterogénea por los diversos servicios que la integran y estos a su vez son altamente complementarios porque un aumento en el precio de uno de ellos, provoca la disminución de la compra de ese servicio y del conjunto.

Patrimonio cultural.

Los monumentos, obras arquitectónicas, de escultura o de pintura monumental, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. Los conjuntos grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. Los lugares obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, así como las zonas, incluidos los lugares

arqueológicos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

Patrimonio natural.

Los monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas o por grupos de esas formaciones que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico, las formaciones geológicas y fisiográficas y las zonas estrictamente delimitadas que constituyan el hábitat de especies animales y vegetales amenazadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o de la conservación, los lugares naturales o las zonas naturales estrictamente delimitadas, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

Infraestructura.

Para que el sistema turístico pueda funcionar se requiere que a los atractivos y a la planta turística se sume la infraestructura. En la economía moderna se entiende por infraestructura a la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Forman parte de la misma: la educación, los servicios sanitarios, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. Uno de las funciones primordiales de la infraestructura es vincular entre sí a los asentamientos humanos y resolver las necesidades internas de los mismos, a fin de permitir la circulación de mercaderías, personas, fluidos, energías y noticias. Una forma de dividir la infraestructura es en externa e interna. Es externa porque es general y sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguno de ellos.

Superestructura turística.

Para que el sistema turístico funcione adecuadamente requiere del auxilio de un subsistema superior que regule todo el sistema, al que llamaremos superestructura. La superestructura turística comprende todos los organismos especializados tanto públicos, como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes del sistema, así como armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico ((Boullon, 1985).

Potencialidades turísticas.

De acuerdo con (Blanco, 2008) para la evaluación de los atractivos del territorio con potencial para el desarrollo del turismo se debe identificar los atractivos y agruparlos en cinco categorías, a saber:

- Atractivos naturales
- Patrimonio histórico y museos
- Folklore y manifestaciones de la cultura tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas (incluye las fincas agropecuarias, las agroindustrias y otras formas de procesamiento artesanal)
- Acontecimientos programados y manifestaciones culturales contemporáneas.

La clasificación propuesta por CICATUR en (Blanco, 2008) es la siguiente:

- Atractivos naturales:
 - Montañas
 - Planicies
 - Volcanes
 - Playas y arrecifes
 - Lagos
 - Ríos
 - Caídas de agua
 - Grutas y cavernas
 - Sitios de pesca y caza
 - Observación de flora y fauna
 - Parques nacionales, termas.
- Atractivos artificiales
- Museos y manifestaciones culturales: Sitios históricos y arqueológicos, museos, obras de arte, ciudades o pueblos construidos con sistemas o estilos propios.
- Folklore: Manifestaciones religiosas y populares, ferias y mercados, música, danzas, artesanías, grupos étnicos, gastronomía típica.
- Realizaciones técnicas y científicas: Explotaciones agropecuarias, mineras e industriales, obras de ingeniería como puentes y represas y centros de investigación científica.

- Acontecimientos programados: Incluye distintas actividades organizadas donde el turista puede participar como actor o espectador, por ejemplo: de música, teatro, deporte, fiestas religiosas o profanas, ferias populares y exposiciones, vida nocturna, carnavales, rodeos, congresos, etc.

Marco geográfico

San Bernardo es un municipio del departamento de Cundinamarca (Colombia), ubicado en la Provincia del Sumapaz a 99 km de Bogotá, su alcalde es el señor Libardo Morales Cabezas

2016-2019.

Limita por el Norte con el Municipio de Arbeláez, por el Oriente con Bogotá D. C., por el Sur con el Municipio de Venecia y el municipio de Cabrera, y por el Occidente con el Municipio de Pandi.

Extensión total.248.98 Km², extensión área urbana.0.6 Km², extensión área rural 248.38 Km².Altitud de la cabecera municipal (Metros Sobre el Nivel del Mar).1.600 msnm. Temperatura media (en grados centígrados) 20°C.Distance a una ciudad referencia 99 km de Bogotá, D.C.

Gentilicio San Bernardino/a, es de tener en cuenta que cada uno de los límites es identificado con ríos, quebradas e imponentes montañas que se extienden a lo largo y ancho del territorio. Por esas condiciones orográficas en las que sobresalen importantes pendientes y valles en la comunicación terrestre desde el casco urbano hacia las veredas, es en cierta medida complicada si se tienen en cuenta las dificultades de los terrenos para la construcción de vías. Precisamente el casco urbano se encuentra ubicado en el noroccidente del municipio de donde se deduce que la mayor parte de su territorio.

Localización.

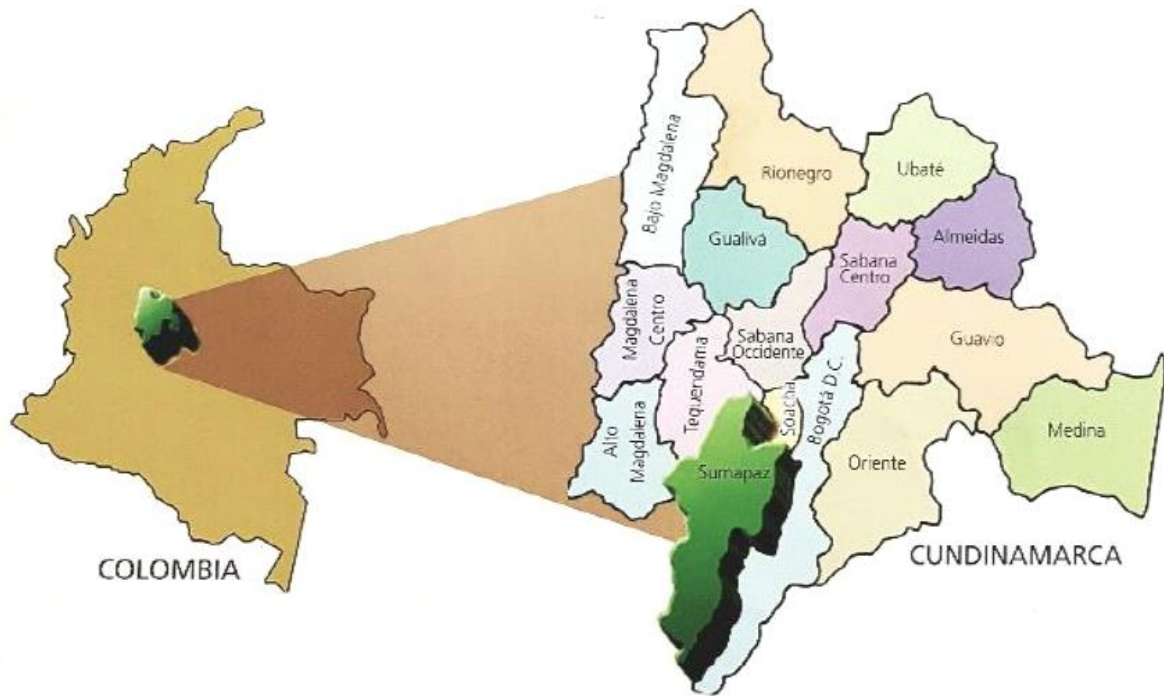


Figura 1. Mapa de San Bernardo. Alcaldía de San Bernardo (2016).

- Extensión área rural: 248.38 Km²
- Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 1.600 msnm
- Temperatura media: 20°C
- Precipitación mm/año: 1.200
- Balance hídrico mm/año: 315.3
- Índice de humedad: 35.6
- Evapotranspiración mm/año: 884.7
- Zona de vida: Bosque húmedo

Marco legal

El ámbito legal para el proyecto de grado es un eje importante, porque soporta el desarrollo de actividades turísticas que impacten positivamente a las comunidades, razón por la cual se contempla la ley 300 de 1996 como primera instancia y luego aquellas normas que hablan de la normativa que debe llevar la propuesta turística planteada en el municipio de San Bernardo Cundinamarca.

Según los artículos de la ley 300 de 1996.

- Artículo 1: Importancia de la industria turística. Modificado por el art. 2, Ley 1558 de 2012. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.
- Artículo 7: Dirección operativa. La dirección operativa tendrá a su cargo los aspectos operativos del turismo que corresponden al Ministerio de Desarrollo Económico para lo cual contará con las divisiones de normalización y control, y de información, estadística y registro nacional de turismo.
- Artículo 14: Armonía regional. Los departamentos, los distritos, los municipios, los territorios indígenas, así como las regiones y provincias a las que la ley diese el carácter de entidades territoriales, ejercerán sus funciones constitucionales y legales relacionadas con el turismo, de manera coordinada y armónica, con sujeción a las normas de carácter superior y a las directrices de la política nacional turística, a fin de garantizar un manejo unificado, racional y coherente del turismo.
- Artículo 61: Registro Nacional del turismo “El Ministerio de Desarrollo Económico llevara un Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia”. (A.N, 1993).

Según la ley 11001 de 2006.

- Artículo 17: Promoción del Patrimonio Histórico y Cultural. La Política de Turismo que diseñe el Ministerio de Comercio Industria y Turismo deberá contener un plan específico y prioritario de proyectos de promoción y mercadeo relacionados con los sitios en Colombia, declarados por la Unesco como “Patrimonio Mundial de la Humanidad cultural o natural”.

Según los artículos de la ley general de cultura 397-1997.

- Artículo 11. Régimen Especial de Protección de los bienes de interés cultural. Los bienes materiales de interés cultural de propiedad pública y privada estarán sometidos al siguiente Régimen Especial de Protección.
- Artículo 15. De las faltas contra el patrimonio cultural de la Nación. Las personas que vulneren el deber constitucional de proteger el patrimonio cultural de la Nación, incurrirán en las siguientes faltas: Las que constituyen conducta punible: 1. Si la

falta constituye hecho punible por la destrucción, daño, utilización ilícita, hurto o receptación de bienes materiales de interés cultural, o por su explotación ilegal, de conformidad con lo establecido en los artículos 156, 239, 241-13, 265, 266-4 y 447 de la Ley 599 de 2000 Código Penal, o los que los modifiquen o sustituyan es obligación instaurar la respectiva denuncia penal y, si hubiere flagrancia, colocar inmediatamente al retenido a órdenes de la autoridad de policía judicial más cercana, sin perjuicio de imponer las sanciones patrimoniales aquí previstas.

- Artículo 28. El gestor cultural. Impulsa los procesos culturales al interior de las comunidades y organizaciones e instituciones, a través de la participación, democratización y descentralización del fomento de la actividad cultural.
- Artículo 49. Fomento de museos. Los museos del país, son depositarios de bienes muebles, representativos del Patrimonio Cultural de la Nación. El Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, tiene Ley 397 de 1997 47/ 66 bajo su responsabilidad la protección, conservación y desarrollo de los Museos existentes y la adopción de incentivos para la creación de nuevos Museos en todas las áreas del Patrimonio Cultural de la Nación. Así mismo estimulará el carácter activo de los Museos al servicio de los diversos niveles de educación como entes enriquecedores de la vida y de la identidad cultural nacional, regional y local.
- Artículo 53. Conservación y restauración de las colecciones y sedes de los museos. El
- Ministerio de Cultura fomentará y apoyará programas de conservación y restauración de las colecciones que albergan los museos del país, así como en los casos que sea necesario, programas de conservación, restauración, adecuación o ampliación de los inmuebles que les sirven de sede, a través de los organismos especializados en el área. Para ello creará y reglamentará las instancias de consulta, aprobación y control necesarias para su desarrollo y procurará la vinculación de entidades y gobiernos departamentales y municipales.
- Artículo 55. Generación de recursos. El Estado, a través del Ministerio de Cultura, estimulará y asesorará la creación de planes, programas y proyectos de carácter comercial, afines con los objetivos de los museos, que puedan constituirse en fuentes de recursos autónomos para la financiación de su funcionamiento. Así

mismo, el Ministerio de Cultura podrá adquirir y comercializar bienes y servicios culturales para fomentar la difusión del patrimonio y la identidad cultural dentro y fuera del territorio nacional.

- Artículo 63. Fondos mixtos de promoción de la cultura y de las artes. Con el fin de promover la creación, la investigación y la difusión de las diversas manifestaciones artísticas y culturales, créase el Fondo Mixto Nacional de Promoción de la Cultura y las Artes.
- Artículo 73. De la participación del Ministerio de Cultura en los fondos mixtos de promoción de la cultura y las artes. A partir de la vigencia de la presente ley, el Ministerio de Cultura será el representante de la Nación en los actuales fondos mixtos de promoción de la Ley 397 de 1997 62/ 66 cultura y las artes, de los cuales forma parte el Instituto Colombiano de Cultura, Colcultura, sin perjuicio de lo previsto en el régimen de transición. Igualmente, autorizase al Ministerio para participar en la creación de nuevos fondos mixtos.

Según los artículos de la ley 1185 de 2008.

- Artículo 7: El artículo 11 de la Ley 397 de 1997 quedará así: “Artículo 11. Régimen
- Especial de Protección de los bienes de interés cultural. Los bienes materiales de interés cultural de propiedad pública y privada estarán sometidos al siguiente Régimen Especial de Protección: Plan Especial de Manejo y Protección. La declaratoria de un bien como de interés cultural incorporará el Plan Especial de Manejo y Protección -PEMP-, cuando se requiera de conformidad con lo definido en esta ley. El PEMP es el instrumento de gestión del patrimonio cultural por medio del cual se establecen las acciones necesarias para garantizar su protección y sostenibilidad en el tiempo.
- Artículo 13: Adiciónese un párrafo al artículo 49 de la Ley 397 de 1997, con el siguiente contenido: “Párrafo. Para el desarrollo de los museos existentes y el inventario y registro de sus colecciones, el Ministerio de Cultura, a través del Museo Nacional, hará entrega a los museos que este determine, de equipos de cómputo a título de cesión gratuita”.

- Artículo 14: Inventario de Bienes del Patrimonio Cultural y Registro de Bienes de Interés Cultural. En relación con los bienes del patrimonio cultural y los bienes de interés cultural, se establecen las siguientes obligaciones y competencias:
- Inventario de bienes del patrimonio cultural. Como componente fundamental para el conocimiento, protección y manejo del patrimonio cultural, corresponde al Ministerio de Cultura definir las herramientas y criterios para la conformación de un inventario del patrimonio cultural de la Nación, en coordinación con las entidades territoriales. Este inventario, por sí mismo, no genera ningún gravamen sobre el bien, ni carga alguna para sus propietarios, cuando los haya.
- Registro de bienes de interés cultural. La Nación, a través del Ministerio de Cultura y de sus entidades adscritas (Instituto Colombiano de Antropología e Historia y Archivo General de la Nación), así como las entidades territoriales, elaborarán y mantendrán actualizado un registro de los bienes de interés cultural en lo de sus competencias. Las entidades territoriales, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia y el Archivo General de la Nación, remitirán anualmente al Ministerio de Cultura, Dirección de Patrimonio, sus respectivos registros con el fin de que sean incorporados al Registro Nacional de Bienes de Interés Cultural. El Ministerio de Cultura reglamentará lo relativo al registro.
- Artículo 15: Modifíquese el numeral 10 correspondiente a la conformación de los Consejos Departamentales de cultura, del artículo 60 de la Ley 397 de 1997, el cual quedará así: “10. Un representante de cada uno de los sectores artísticos y culturales”.
- Artículo 16: De la acción de cumplimiento sobre los bienes de interés cultural. El efectivo cumplimiento de las leyes o actos administrativos que tengan relación directa con la protección y defensa de los bienes que conforman el patrimonio cultural de la Nación, podrá ser demandado por cualquier persona a través del procedimiento establecido para la acción de cumplimiento en la Ley 393 de 1997 o en las disposiciones que la modifiquen o sustituyan.

Metodología de la investigación

Investigación descriptiva

El método descriptivo aparece a partir de un campo de trabajo que permite observar y describir el comportamiento general de un sujeto que quiere llegar a tener una buena experiencia en el sitio turístico, el cual podemos identificar a partir de ese comportamiento las falencias que tenga el turista hacia el mausoleo y así enfatizarnos principalmente con aquellas preferencias que esperan obtener durante su estadía. Según (Babbi, 1979), “la investigación descriptiva se maneja sobre las realidades de los hechos y se caracteriza en fundamentos capaces de presentar una interpretación correcta”, así que tenemos que tener datos concisos, preguntas abiertas y cerradas el cual nos arroje resultados claros para poder implementar estrategias para la protección y mejoramiento del mausoleo que se encuentra en el departamento de San Bernardo. No obstante, Hernandez (1998) nos indica que un método descriptivo nos permite a nosotros resaltar eventos y situaciones reales, las cuales se manifiestan por determinados fenómenos y busca especificar las propiedades de las personas, grupos o comunidades o cualquier otro fenómeno que este cometido algún análisis.

Enfoque mixto.

Considerando las características de este enfoque, la propuesta que se origina por este proyecto tiene un estudio cuantitativo y cualitativo lo cual se muestra a continuación.

El enfoque cualitativo se empleará y desarrollará como un medio para descubrir y refinar preguntas de investigación y al basarse en métodos de recolección de datos tras descripciones y las observaciones y por su flexibilidad se mueve entre los eventos y la interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría expuesta; tal y como lo detalla el siguiente autor (Hernandez, 2006) dice: “El enfoque cualitativo es inductivo, necesitamos conocer con mayor profundidad el “terreno que estamos pisando”. En la investigación cualitativa, ya que en esta no se busca precisar ni acotar el problema o fenómeno de estudio al comenzar el proceso. Tales elementos del planteamiento son más bien enunciativos y constituyen en punto de partida de la investigación”.

El enfoque cuantitativo permite que la formulación del planteamiento sea lógico y coherente frente al problema de investigación y de esta forma justificar la investigación y así analizar su viabilidad” según (Hernandez, 2006).

Por consiguiente, también (Hernandez, 2006) dice: “Para obtener tales resultados el investigador recolecta datos numéricos de los objetos, fenómenos o participantes, que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos”.

Ante el enfoque cualitativo plantea (Hernandez, 2006) que es más de tipo interpretativo, dado que este incluye aspectos de procesos inductivos como pueden ser de tipo exploratorio, descriptivo, y de esta forma logra construir un enfoque que puede generar perspectivas teóricas.

A causa de lo dicho anteriormente se estipulan las siguientes características por el autor (Hernandez, 2006) “La investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de los seres vivos, principalmente el de los humanos y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente).

El investigador se introduce en las experiencias individuales de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado. Así, en el centro de la investigación está situada la diversidad de ideologías y cualidades únicas de cada uno de los individuos”.

Investigación cuantitativa.

Este método tiene un proceso claro y preciso sobre la forma en que se investiga; se parte en primera instancia de un marco teórico que ha sido aceptado por la comunidad científica y de ahí surgen una serie de hipótesis sobre las posibles relaciones esperadas entre las variables que hacen parte del problema que se estudia. A continuación, se pasa a recolectar la información necesaria derivada de datos empíricos y de los conceptos con los que se construyeron las hipótesis conceptuales y de esta forma poder analizar los datos y contrastarlos con la teoría, teniendo en la mira si las hipótesis planteadas se aceptan o se rechazan. El proceso hipotético-deductivo según (Rodríguez, 2005) “se inicia este proceso con una fase de deducción de hipótesis conceptuales y continua con la operacionalización de las variables y la definición de los indicadores, la recolección, y el procesamiento de los datos.

Investigación cualitativa.

Por su enfoque metodológico y su fundamentación epistemológica tiende a ser de orden descriptivo, orientado a estructuras teóricas y suele confundirse con la investigación etnográfica dado su origen y su objeto de investigación. Utiliza preferentemente

información cualitativa, descriptiva y no cuantificada. Estos paradigmas cualitativos e interpretativos son usados en el estudio de pequeños grupos: comunidades, escuelas, salones de clase, etc.

Se caracteriza por la utilización de un diseño flexible para enfrentar la realidad y las poblaciones objeto de estudio en cualquiera de sus alternativas. Trata de integrar conceptos de diversos esquemas de orientación de la investigación social. En la literatura estos nuevos paradigmas aparecen con nombres diversos bajo la clasificación de enfoques cualitativos. Éstos a su vez derivan algunas modalidades como: historias de vida, etnociencia, etnometodología, macro y microetnografía, teoría fundada, estudios de casos cualitativos.

- Características: La investigación está siempre influida por los valores:
- Del investigador.
- De la teoría que utiliza.
- Del contexto.
- De estructuras etnográficas.
- Las investigaciones cualitativas que tienen como eje el paradigma cualitativo, presentan valores fundamentales que podemos enunciar así:

La investigación está al servicio del hombre en toda su magnitud. La elección del problema, los métodos de investigación, el uso de conocimiento científico y la generación de tecnología, se someten radicalmente al servicio específico de las personas afectadas por el proceso.

- Criterio de calidad por el cual el análisis cuantitativo y los métodos positivos de investigación se someten, estrictamente, al enfoque cualitativo. La transformación y el cambio deben ocurrir dentro del proceso de la investigación, al igual que la interacción entre teoría y práctica.

- Proceso por el cual la investigación se extiende como proceso formativo y no como producto sumativo.

- Cualificar el recurso humano, para lo cual la formación de investigadores requiere unificar criterios y procesos fundamentales en el desarrollo teórico práctico de la investigación.

- Desarrolla instrumentos de recolección de información y análisis de los datos.

(Tamayo, 2003)

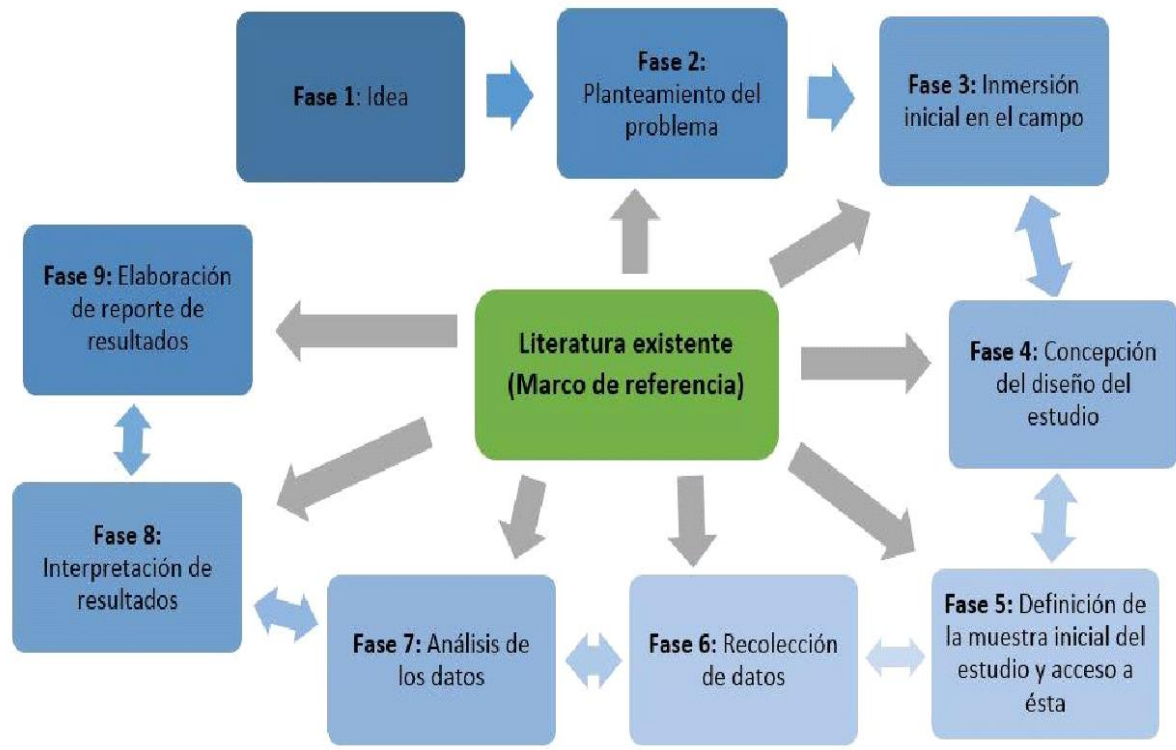
Características que posee el enfoque cualitativo de investigación.

El enfoque cualitativo también se guía por áreas o temas significativos de investigación. Sin embargo, en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven primero para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes, y después, para refinarlas y responderlas. La acción indagatoria se mueve de manera dinámica en ambos sentidos: entre los hechos y su interpretación, y resulta un proceso más bien “circular” y no siempre la secuencia es la misma, varía de acuerdo con cada estudio en particular.

El enfoque cualitativo posee las siguientes características:

- El investigador o investigadora plantea un problema, pero no sigue un proceso claramente definido. Sus planteamientos no son tan específicos como en el enfoque cuantitativo y las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo.
- Bajo la búsqueda cualitativa, en lugar de iniciar con una teoría particular y luego “voltar” al mundo empírico para confirmar si ésta es apoyada por los hechos, el investigador comienza examinando el mundo social y en este proceso desarrolla una teoría coherente con los datos (Esterberg, 2002),
- En la mayoría de los estudios cualitativos no se prueban hipótesis, éstas se generan durante el proceso y van refinándose conforme se recaban más datos o son un resultado del estudio.
- El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni completamente predeterminados. No se efectúa una medición numérica, por lo cual el análisis no es estadístico. La recolección de los datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos subjetivos). pregunta cuestiones abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe y analiza y los convierte en temas que vincula, y reconoce sus tendencias personales (Todd, 2005).

- El investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades.
- El proceso de indagación es más flexible y se mueve entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. Su propósito consiste en “reconstruir” la realidad, tal como la observan los actores de un sistema social previamente definido.
- El enfoque cualitativo evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir, no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad (Corbetta, 2003) .
- La investigación cualitativa se fundamenta en una perspectiva interpretativa centrada en el entendimiento del significado de las acciones de seres vivos, sobre todo de los humanos y sus instituciones (busca interpretar lo que va captando activamente).
- Postula que la “realidad” se define a través de las interpretaciones de los participantes en la investigación respecto de sus propias realidades. De este modo convergen varias “realidades”, por lo menos la de los participantes, la del investigador y la que se produce mediante la interacción de todos los actores.
- Por lo anterior, el investigador se introduce en las experiencias de los participantes y construye el conocimiento, siempre consciente de que es parte del fenómeno estudiado.
- Las indagaciones cualitativas no pretenden generalizar de manera probabilística los resultados a poblaciones más amplias ni necesariamente obtener muestras representativas; incluso, regularmente no buscan que sus estudios lleguen a replicarse.
- El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.



Dentro del enfoque cualitativo existe una variedad de concepciones o marcos de interpretación, como ya se comentó, pero en todos ellos hay un común denominador que podríamos situar en el concepto de patrón cultural (Colby, 1996), que parte de la premisa de que toda cultura o sistema social tiene un modo único para entender situaciones y eventos. Esta cosmovisión, o manera de ver el mundo, afecta la conducta humana. Los modelos culturales se encuentran en el centro del estudio de lo cualitativo, pues son entidades flexibles y maleables que constituyen marcos de referencia para el actor social, y están contruidos por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia personal. (Creswell, 1997) y (Neuman, 1994) sintetizan las actividades principales del investigador(a) cualitativo(a) con los siguientes comentarios:

- Adquiere un punto de vista “interno” (desde dentro del fenómeno), aunque mantiene una perspectiva analítica o una cierta distancia como observador(a) externo(a).
- Utiliza diversas técnicas de investigación y habilidades sociales de una manera flexible, de acuerdo con los requerimientos de la situación.

- No define las variables con el propósito de manipularlas experimentalmente. Produce datos en forma de notas extensas, diagramas, mapas o “cuadros humanos” para generar descripciones bastante detalladas.
- Extrae significado de los datos y no necesita reducirlos a números ni debe analizarlos estadísticamente (aunque el conteo puede utilizarse en el análisis).
- Entiende a los participantes que son estudiados y desarrolla empatía hacia ellos; no sólo registra hechos objetivos, “fríos”.
- Mantiene una doble perspectiva: analiza los aspectos explícitos, conscientes y manifiestos, así como aquellos implícitos, inconscientes y subyacentes. En este sentido, la realidad subjetiva en sí misma es objeto de estudio.
- Observa los procesos sin irrumpir, alterar o imponer un punto de vista externo, sino tal como los perciben los actores del sistema social.
- Es capaz de manejar paradojas, incertidumbre, dilemas éticos y ambigüedad. (Roberto Hernandez Sampieri C. F.).

Encuestas.

A diferencia del resto de técnicas de entrevista, la particularidad de la encuesta es que realiza a todos los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden y en una situación social similar; de modo que las diferencias localizadas son atribuibles a las diferencias entre las personas entrevistadas. (Unavarra, Tipos de encuesta, s.f.).

Muestra y población.

Según (Wigodski, s.f., pág. 1) las estadísticas no tienen ninguna importancia si no se relacionan con el entorno al cual se quiere investigar. Por lo tanto, resaltar la importancia de saber el concepto de población y muestra es fundamental.

Población.

Es el conjunto total de los individuos, medidas u objetos que tienen unas características particulares en común a las que tiene como finalidad la investigación. Tenemos:

Homogeneidad: Todos los miembros de la población a investigar deben tener características similares según las variables que se consideren en el estudio.

Tiempo: Es el periodo de tiempo donde se ubicaría la población de interés, valorando si quien se estudia es población de diferentes generaciones o de años atrás.

Espacio: Se refiere al lugar donde se ubica la población de interés, teniendo en cuenta factores limitantes al área o comunidad en específico.

Cantidad: Se refiere al tamaño de la población siendo esta la más importante ya que es la que determina o afecta al tamaño de la muestra.

Muestra: Es un subconjunto representativo de la población. Hay diferentes tipos de muestra y de está dependerá la calidad y lo representativo del estudio.

Aleatoria: En esta se selecciona al azar y todos tienen la misma oportunidad de participar.

Estratificada: Cuando se subdivide en estratos o alguna característica en particular, pero estas deben corresponder a la población.

Sistemática: Cuando se establece un criterio o patrón al seleccionar la muestra.

Población: Todas las personas interesadas en el turismo de cementerios, muerte e historia.

Capítulo I - Análisis de las potencialidades turísticas relacionadas con el Necroturismo en el municipio de San Bernardo Cundinamarca

Recursos turísticos y potencialidades turísticas del municipio San Bernardo

San Bernardo se caracteriza por estar ubicado entre los pisos térmicos templados y páramo, que junto a la fertilidad de sus tierras lo convierten en uno de los principales abastecedores de alimentos del municipio. Podemos visualizar que San Bernardo posee sus potencialidades turísticas con un buen número de lugares a visitar y que no han sido promocionados, tanto así que el Necroturismo se podría volver una opción principal de recurso turístico, una maravilla única que podemos ver en nuestro país, como también las cuevas naturales, paredes rocosas para ser escaladas y lugares para camping.

Para esta investigación definiremos brevemente que el potencial turístico de un territorio de enfoque material e inmaterial se basa en la capacidad que tiene para atraer turistas cumpliendo con sus necesidades y expectativas, para esto es de vital importancia el abastecimiento de los atractivos con adecuadas instalaciones e infraestructura.

Según la metodología de investigación de (Gleini, 2013) y (Gutierrez, 2014) el desarrollo para un índice de potencialidades turísticas debe considerarse tres componentes básicos; la accesibilidad, infraestructura, y servicios y naturales. Basado en estos autores y en otros métodos de análisis de potencialidades turísticas.

Para Aro (2007) un método de estudio de potencialidades turísticas está basado en el análisis de las cualidades de los recursos biogeográficos, socioeconómicos y culturales. Donde su metodología es un inventario de recursos y análisis multicriterio de atractivos, componentes del destino y autenticidad.

Afirman Rojo Gil & Martinez Leal (2013), clasifica los recursos turísticos según el modelo de Godfrey, Clarke y Defert “En el momento de realizar un inventario de un destino se determina el potencial turístico del mismo y es posible planificar el desarrollo del propio destino. Las características del recurso determinaran las posibilidades de explotación”.

Fundamentándonos en el modelo de Godfrey, Clarke y Defert, adecuado para facilitar la determinación de las potencialidades turísticas de San Bernardo, donde se da inicio a construir un listado de todos los recursos existentes del municipio, luego y siguiendo los

criterios se ordena y clasifica los recursos por su calidad, importancia o si es necesario por su diversidad.

Características generales del Municipio.

El turista que va a San Bernardo podrá ser testigo del gran paisaje que se observa desde la carretera que sale desde Arbeláez, este municipio se encuentra a tres horas de Bogotá saliendo por la autopista sur, pasando por los municipios de Silvania, Fusagasugá y Arbeláez.

Dadas las características bioclimáticas y físico bióticas de san Bernardo, encontramos que su importancia a escala regional se centraliza en la producción agrícola, en el manejo del agua y específicamente su oferta hídrica, constituyéndose en una fuente importante de agua para la región, la cuenca del río negro ha sido el principal eje estructurante de los sistemas de ocupación del territorio, en su cuenca se desarrollan el 60% de las actividades productivas, económicas y sociales. Esta cuenca ocupa el 51% del área municipal concentrando el 70% de la población.

Las actividades económicas de San Bernardo corresponden principalmente al sector primario, donde sobresale la agricultura especialmente la fruticultura (lulo, mora, tomate de árbol, curuba, entre otros), y la ganadería en menor escala. El estudio de estas y de otras posibles actividades son recomendables para hacer más eficiente y sostenible la economía que hace parte del proceso de planeación y ordenamiento territorial municipal.

En las otras actividades se alojan las funciones turísticas; sus ferias y fiestas (realizadas a finales del mes de junio y principios de julio, gozan de gran reconocimiento por su buena calidad y organización), el Templo parroquial, caminos reales, el cerro de Paquilo, las cuevas naturales, el mausoleo de las momias, la piedra del sol, las lajas, el mirador de portones y la planta de tratamiento de agua.

Caracterización de los atractivos turísticos de San Bernardo, Cundinamarca.

Páramo de Sumapaz.

Encontramos que el páramo Sumapaz hace parte de uno de los sitios más representativos del municipio, porque comparte ciertas hectáreas de su terreno con los departamentos del Huila y Meta, sobre la cordillera oriental; presentando características relevantes como las diversas lagunas con agua de gran pureza, zonas montañosas que aún no han sido totalmente exploradas. Resaltando que nacen diversos ríos que son de gran fuente hídrica para gran parte de Colombia.

El municipio se beneficia de este atractivo para hacer recorridos por los senderos que brinda este recurso natural, ayudando a aprovechar el ecoturismo entre sus residentes y turistas.

Ruta del antiguo cementerio. Es una ruta que está ubicada cerca al parque central del municipio, en donde se puede contemplar las ruinas que se consume lo que queda de estructuras de este lugar, pero donde se evidencia la naturaleza viva y muerta que hace parte del atractivo en general, contando por si mismas las historias de la población que antiguamente eran sepultadas en este lugar.

Piedras del Pescado. Esta ruta se encuentra ubicada al Nor-oeste del municipio más exactamente en la vereda la Unchia a 30 minutos del casco urbano pasando por el alto de la primavera, esta se encuentra dentro de la quebrada la Unchia.

En ella se puede observar la figura de un pez y de pequeñas efigies rupestres además se puede deducir que este lugar fue un paraje en el que resaltaban la importancia de los animales acuáticos que eran fuente alimenticia de igual forma era un camino o ruta que los conducía hacia la piedra del sol.

El Templo Parroquial. La Asunción de Nuestra Señora, uno de los templos más altos del país.

El Mausoleo de Momias. Ubicado en el cementerio donde por sus características, el fenómeno de momificación es único en el mundo. En temporada se hacen guías explicativas sobre el fenómeno.

La planta de tratamiento. (Una de las mejores del país) que ofrece visitas guiadas todos los días del año y una buena muestra de plantas ornamentales, así como otra perspectiva en lo que a panorámica se refiere.

Piedra del Sol. Contiene petroglifos indígenas que son figuras talladas en piedra. Senderismo por caminos reales que se extienden por los alrededores del caso urbano. Algunos llevan a Arbeláez y a Pandi.

Antiguo Cementerio. Ubicado en la primera calle del municipio que, aunque está abandonado ofrece un importante registro histórico. Es un escenario que transmite, a través de los restos humanos, en su estado singular de momificación natural, un testimonio imperfecto para las nuevas generaciones.

Acuatourismo, Salto de Agua negra Lajas –Rio negro, Paramo del Sumapaz, Cabalgatas, rapel, torrentismo, cuevas tracking y más aventura.

Inventario turístico del municipio San Bernardo.

La elaboración de un inventario con la información descriptiva de los recursos que posee el municipio de San Bernardo es la base para determinar el potencial turístico del mismo y poder planificar el desarrollo del municipio y determinar si el Necroturismo es una oportunidad de turismo alternativo para el desarrollo turístico a partir de estas actividades de los San Bernardinos.

En el municipio de San Bernardo Cundinamarca se encuentra gran variedad de aspectos comerciales en donde el turista puede encontrar un apoyo complementario para que su estadía se más placentera, a pesar de ser un municipio pequeño cuenta con recursos al alcance de turistas y residentes. Se genera un sentido de pertenencia en aquellos que conforman el círculo comercial en el municipio donde pueden ofrecer sus productos y servicios estando al alcance de todos.

Tabla 3.

Recursos turísticos.

	NOMBRE	UBICACIÓN
Alojamientos	El paraíso	Calle 4
	El parque	Calle 6
	La alborada	Plazoleta santa teresa
	La estación	Calle 3
	El edén	Calle 3
	Rincón Santandereano	Calle 5 ^a Calle 5a zona comercial
	Sazón de mamá	Calle 4
	El buen gusto	Calle 5a zona comercial
	Guatilandia	Calle 3
	El rincón de viejo Wiilly	Calle 3
	La patetoche	Calle 8
	Bora Bora	Calle 6 ^a

Restaurantes y fuentes de soda.	La fogata	Calle 6 ^a
	Panadería Sebastián	Calle 5a zona comercial
	Tienda del café.	Calle 5
	Restaurante Mile.	Calle 5
	Tienda de soda.	Calle 5
Bancos – Entidades financieras.	Bancolombia.	Calle 5a zona comercial.
	Banco de Bogotá.	Calle 5a zona comercial.
	BBVA.	Calle 8
Promotores de la salud.	Convida.	Calle 6
	Ecoops.	Vía cementerio
Funerarias	San Bartolomé.	Calle 3
	Preexequeales del Sumapaz.	Calle 6 ^a
	Funeraria de la paz.	Calle 5
Droguerías	Droguería calidad de drogas	Calle 4
	Droguerías orbidrogas	Calle 4
	Tienda naturista	Calle 5
Transporte	Agencia de transporte San Bernardo	Calle 4
	Carritos intermunicipales.	Calle 4
Almacenes	Almacén rojas.	Calle 5 ^a Zona comercial
	Almacén de calzado	Calle 4
	Arqa	
	Tienda de ropa americana	Calle 5
Entidades complementarias	Claro	Calle 5 ^a Zona comercial
	Alcanos de Colombia	Calle 5 ^a Zona comercial
	Ferrecentro	Calle 5 ^a Zona comercial

	Plaza de mercado	Calle 4
	Agrinter.agropecuario	Calle 4
	Estación de policía	Calle 5
	El Templo Parroquial	Calle 6 ^a
	Despacho parroquial	Calle 6 ^a
	El Mausoleo de Momias	Diagonal 3 ^a
	Piedra del Sol	Vereda del Carmen
	Piedra del Pescado	Vereda Unchia
	Cementerio	Diagonal 3 ^a
	Polideportivo San Bernardo	Calle 8

Nota. Elaboración propia.

Atractivos turísticos.

El municipio de san Bernardo también permite tener conexión con otros entornos turísticos que son representativos del municipio y permite que el turista enfoque su interés en el mismo, manejando un nivel de satisfacción al encontrar atractivos naturales y culturales que suplen cada una de sus necesidades sin ir con ese enfoque inicialmente.

Pero logra ser un determinante importante para que el turista quiera volver o quiera extender su satisfacción ante conocidos o allegados, logrando que sean bastantes los turistas internos y externos que quieran visitar el municipio.

Tabla 4.

Inventario turístico – Templo parroquial.

GENERALID			
ADES			
Nombre	El Templo Parroquial "La Asunción de Nuestra Señora		
Departamento	Cundinamar ca	Municipio	San Bernardo
Vereda o localidad	Casco urbano San Bernardo Cundinamarca		
Dirección	Calle 6 ^a		
Indicaciones para acceso	Frente al parque principal y alcaldía municipal		

Características	
Descripción	
Templo parroquial "La Asunción de Nuestra Señora" en donde actualmente se encuentra el mausoleo, mientras el cementerio se encuentra en una adecuación de su infraestructura.	
PUNTAJES DE VALORACIÓN	
Calidad	
Estado de conservación (21)	20
Constitución del bien (21)	20
Representatividad general (28)	28



Nota. Elaboración propia.

Tabla 5.

Inventario turístico – Polideportivo San Bernardo.

GENERALID ADES			
Nombre	Polideportivo San Bernardo		
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Bernardo
Vereda o localidad	Casco urbano San Bernardo Cundinamarca		
Dirección	Cra. 5 #8-2		
Indicaciones para acceso	Por la calle principal, abajo del parque central.		
Características			
Desc ripci ón			
Es un centro deportivo con una ubicación central dentro del municipio de San Bernardo			

Cundinamarca, en donde realizan encuentros deportivos internamente	
PUNTAJES DE VALORACIÓN	
Calidad	
Estado de conservación (21)	19
Constitución del bien (21)	19
Representatividad general (28)	23

Nota. Elaboración propia.

Tabla 6.

Inventario turístico – Mausoleo


GENERALIDAD			
ADES			
Nombre	El Mauseleo de Momias		
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Bernardo
Vereda o localidad	Casco urbano		
Dirección	Diagonal 3ra n 9 a		
Indicaciones para acceso	Via cementerio, pasando por la clinica del municipio		
Características			
Descripción			
Ubicado en el Cementerio donde por sus características, el fenómeno de momificación es único en el mundo. En temporada se hacen guías explicativas sobre el fenómeno.			
PUNTAJES DE			

VALORACIÓN	
Calidad	
Estado de conservación (21)	20
Constitución del bien (21)	20
Representatividad general (28)	28

Nota. Elaboración propia.

Tabla 7.

Inventario turístico – Piedra del sol


GENERALID			
ADES			
Nombre	Piedra del Sol		
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Bernardo
Vereda o localidad	Vereda		
Dirección	Vereda el Carmen		
Indicaciones para acceso	Contiene petroglifos indígenas (figuras talladas en piedra) muy cerca al coliseo de ferias.		
Características			
Descripción			
<p>Esta ruta se encuentra ubicada al Nor- Este del municipio más exactamente en la vereda el carne a 20 minutos del casco urbano pasando por el puente de Guatemala en la finca de la Lic. En ella se resalta los petroglifos que plasmaron nuestros ancestros teniendo un significado mitológico; la incidencia del sol en la producción agrícola y ambiental</p>			
PUNTAJES DE VALORACIÓN			
Calidad			

Estado de conservación (21)	18	
Constitución del bien (21)	19	
Representatividad general (28)	23	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 8.

Inventario turístico – Piedra del pescado.


GENERALID ADES			
Nombre	Piedra del Pescado		
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Bernardo
Vereda o localidad	Vereda		
Dirección	Vereda la Unchia		
Indicaciones para acceso	Vereda la Unchia a 30 minutos del casco urbano pasando por el alto de la primavera, esta se encuentra dentro de la quebrada la unchia.		
Características			
Descripción			
<p>En ella se puede observar la figura de un pez y de pequeñas efigies rupestres además se puede deducir que este lugar fue un paraje en el que resaltaban la importancia de los animales acuáticos que eran fuente alimenticia de igual forma era un camino o ruta que los conducía hacia la piedra del sol.</p>			
PUNTAJES DE VALORACIÓN			
Calidad			

Estado de conservación (21)	19	
Constitución del bien (21)	19	
Representatividad general (28)	21	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 9.

Inventario turístico - Cementerio.

GENERALID ADES					
Nombre	Cementerio				
Departamento	Cundinamarca	Municipio	San Bernardo		
Vereda o localidad	Casco urbano				
Dirección	Diagonal 3ra n 9 a				
Indicaciones para acceso	Via principal por clínica principal del municipio				
Características					
Descripción					
El camino que divide la capilla entre las tumbas conduce a la entrada del museo de las momias, lugar que a simple vista es una pequeña y simple edificación de apariencia alargada que no tiene mucha atracción, tal vez no la necesite por lo mismo que contiene en su exhibición las momias o, aún mejor, el misterio de los cuerpos momificados de San Bernardo.					
PUNTAJES DE VALORACIÓN					
Calidad					
Estado de conservación (21)				21	
Constitución del bien (21)			21		

Representatividad general (28)	28	
---	----	--

Nota. Elaboración propia.

FODA

Siendo la matriz FODA una herramienta de análisis aplicada para hacer un estudio en un momento definido en el tiempo y permitir obtener un diagnóstico que nos lleva a la toma de decisiones con la ayuda de su objeto primario que radica en adquirir resultados sobre la manera en que el objeto sea capaz de confrontar los cambios en el entorno, las oportunidades y amenazas a partir de las fortalezas y oportunidades.

Análisis FODA.

FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
a Interés de turismo por parte del Gobierno. b Proyectos arreglo de vías. c Interés del perfil al cual va dirigido. d Tecnología. e Presupuesto accesible para la visita al municipio. f Potencializar el necroturismo.	a Afluencia de personas. b La ubicación del municipio no es de fácil acceso c Desconocimiento del necroturismo.
<div style="border: 1px solid black; border-radius: 15px; padding: 5px; display: inline-block; background-color: #c8e6c9;"> MATRIZ DE FODA </div>	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1 Momificación natural. 2 Oferta hídrica. 3 Atractivos turísticos. 4 Proyectos turísticos del plan de desarrollo. 5 Tecnología. 6 Infraestructura cultural y turística. 7 Inversión Infraestructura. 8 Programas de turismo para comunidad. 9 Declaratoria.	1 No hay políticas de protección por parte del municipio para sus fuentes naturales. 3 Baja calidad de los prestadores de servicios. 4 Los prestadores de servicios no cuentan con el registro nacional de turismo. 5 Insuficientes servicios de transporte. 6 Limitada Información y formación turística.
FACTORES INTERNOS	

Figura 3. Análisis FODA. Elaboración propia.

Análisis.

En el FODA observamos las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de nuestra propuesta de necroturismo, en el cual encontramos un número de estrategias que incentivan al municipio de San Bernardo a buscar un mejor desarrollo económico, cultural y turístico.

Las fortalezas que existen en el municipio de San Bernardo Cundinamarca son que posee una variedad de atractivos turísticos con alto potencial para realizar dicha actividad,

enfocándonos en el tema del necroturismo. Existen diferentes oportunidades como el interés que tiene el gobierno para invertir en turismo y así mismo el de la población para potenciarlo, aprovechando el apoyo de los habitantes, también de los entes gubernamentales, la agricultura y los atractivos del municipio, el cual ayudará a tener afluencia de turistas. Las debilidades del tema de investigación es la formación de los prestadores de servicios que no cuentan con la calidad adecuada ni la capacitación para las actividades de turismo y por esta razón no tienen muchos de ellos un registro nacional de turismo que brinden la confianza de los turistas. Las amenazas que encontramos es la poca afluencia de personas donde se debe aprovechar que el necroturismo no es demasiado conocido por parte de los viajeros ni por parte de los habitantes, pues de esta manera se puede realizar un plan de acción para tener un mayor número de visitas anuales en San Bernardo.

Capítulo II - Perfil de turista interesado en realizar actividades de necroturismo en el municipio de San Bernardo Cundinamarca

El instrumento utilizado en la investigación es la encuesta, ya que con esta herramienta podemos saber el perfil del turista interesado en las actividades de necroturismo, también las preferencias de las personas para el momento de escoger los atractivos potenciales y ofrecer los mejores servicios en la aplicación de la propuesta de necroturismo. También nos ayuda a responder las dudas e interrogantes en cuanto a la investigación, siendo un instrumento de importante apoyo para la recolección de datos generales y generadores para el análisis.

Se realizan dos trabajos de campo, uno de ellos es en el municipio al cual estamos dirigidos y a sus turistas interesados en San Bernardo Cundinamarca y el otro se realiza en la Candelaria, Bogotá donde se encuentra gran parte de posibles turistas interesados en el necroturismo. Para estas dos encuestas y análisis se recopila la información requerida que facilitará el conocimiento del tema que se ofertará.

En el municipio de San Bernardo el mausoleo de las momias es encontrado en el cementerio, allí es donde los turistas de diferentes partes del mundo van a observar el fenómeno, también se realizan otros tipos de actividades por parte de instituciones académicas como estudios antropológicos. Aunque existen otros tipos de turismo, los visitantes llegan al municipio con la idea principal de realizar turismo aventura, caminatas ecológicas y/o aviturismo, pero sin dejar a un lado que estos turistas también se interesan por hacer una parada a conocer las momias. La cantidad de población que llega a visitar el mausoleo varían y todo depende la temporada, en temporada baja llegan 6 personas diariamente, fines de semana aproximadamente 100 personas, en temporada alta como semana santa llegan en un promedio de 700 a 1000 personas y en las ferias y fiestas, junto con los días festivos también es considerable la participación de turistas.

Muestra y población

Siendo la muestra una parte específica de la población que se está estudiando y que evidencia en sus resultados las unidades de población, donde deben ser de total confiabilidad y representativos para su aplicación.

Al seleccionar las dos poblaciones para hacer el muestreo, encontramos que en las estadísticas del observatorio del instituto distrital del turismo, arroja que la cantidad de

turistas que visitan La Candelaria mensualmente esta entre las 65.593 personas, mientras que en los datos recolectados de Roció Vergara Rodríguez funcionaria del mausoleo José Arquímedes castro, son en promedio 700 turistas al mes.

Tabla 10.

Fórmula.

La Candelaria.		San Bernardo.	
$\frac{Z^2XP(1-P)}{e^2}$		$\frac{Z^2XP(1-P)}{e^2}$	
$1 + (z^2xp (1-p))$		$1 + (z^2xp (1-p))$	
e^2N		e^2N	
N:	65.593	N:	700
e:	10%	e:	10%
z:	2.58	z:	2.58
p: 99% 10%		p: 99%	
z: 2.58		z: 2.58	
total 166		total: 135	
N = tamaño de la población		N = tamaño de la población	
e = margen de error		e = margen de error	
z = puntuación z		z = puntuación z	
p= nivel de confianza.		p= nivel de confianza	

Nota. Elaboración propia.

La población y muestra de La Candelaria y San Bernardo Cundinamarca está enfocado en el perfil a quien está dirigida la propuesta, a los turistas que frecuentan el municipio y a los turistas de uno de los lugares más visitados de Bogotá, La Candelaria. Teniendo en cuenta que no todas las personas tienen las mismas preferencias en cuanto a comprar un servicio, en este caso sentirse atraído por las actividades con momias.

Estudio de información de los turistas de San Bernardo Cundinamarca

Para tener una información más exacta se realizó la encuesta en la temporada de semana santa de este año (15 – 21 De abril 2019), donde a los encuestados se les resalto el interés

para realizar una actividad que se tiene propuesta de necroturismo, gracias a que el municipio cuenta con este fenómeno y la estructura para realizarlo. Junto con esto se enfatiza la importancia de las momias y como ha ido cambiando la cultura de los interesados, ya que en alguna época realizaban la visita solo por saciar el morbo, pero hoy en día las personas son más conscientes de que encontrarán el cuerpo de un ser humano y deben tener ese respeto por el mismo.

Encuesta.

Género.

Tabla 11.

Perfil del turista - Género.

Género:	Total, encuestados:	135
Masculino:	74	
Femenino:	62	

Nota. Elaboración propia.

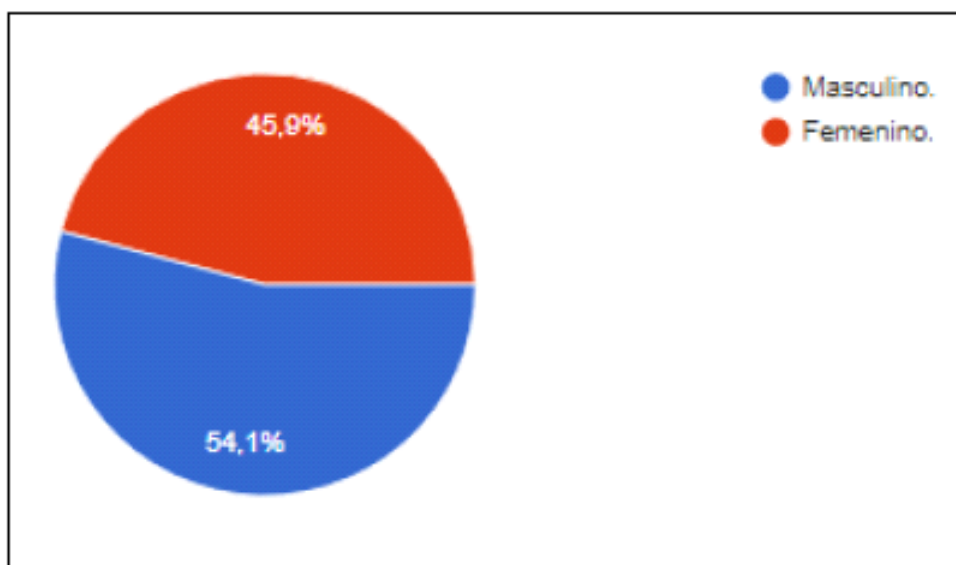


Figura 4. Perfil del turista - Género. Elaboración propia.

Detallando la tabla de 138 personas encuestadas, el 54,1% son de género masculino que equivale a 76 personas, mientras que el 45,9% son de género femenino que representa 62 personas, se puede evidenciar que las visitas son casi equitativas por parte de los dos géneros.

Edad.

Tabla 12.

Perfil del turista - Edad.

Edad	# Encuestados
18-25	57
25-35	44
35-50	32
Más de 50	2

Nota. Elaboración propia.

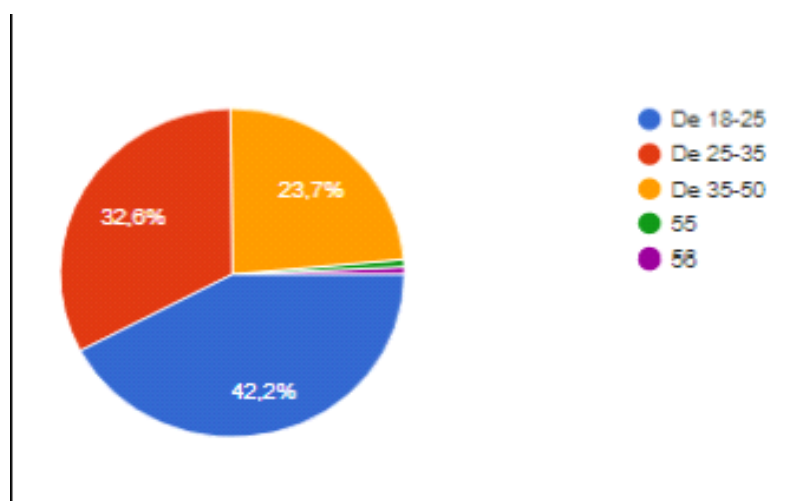


Figura 5. Perfil del turista - Edad. Elaboración propia.

Con un total del 42,2% se evidencia que las personas menores de 25 años son los clientes potenciales, sin dejar atrás a la población de 25 a 35 años, pues también dan un número significativo en las visitas al municipio.

¿Con qué frecuencia visita el municipio de San Bernardo?

Tabla 13.

Perfil del turista - Frecuencia de viaje.

Una vez al mes.	34
Más de una vez al mes.	15
Entre dos y tres veces al año.	47
Una vez al año.	39

Nota. Elaboración propia.

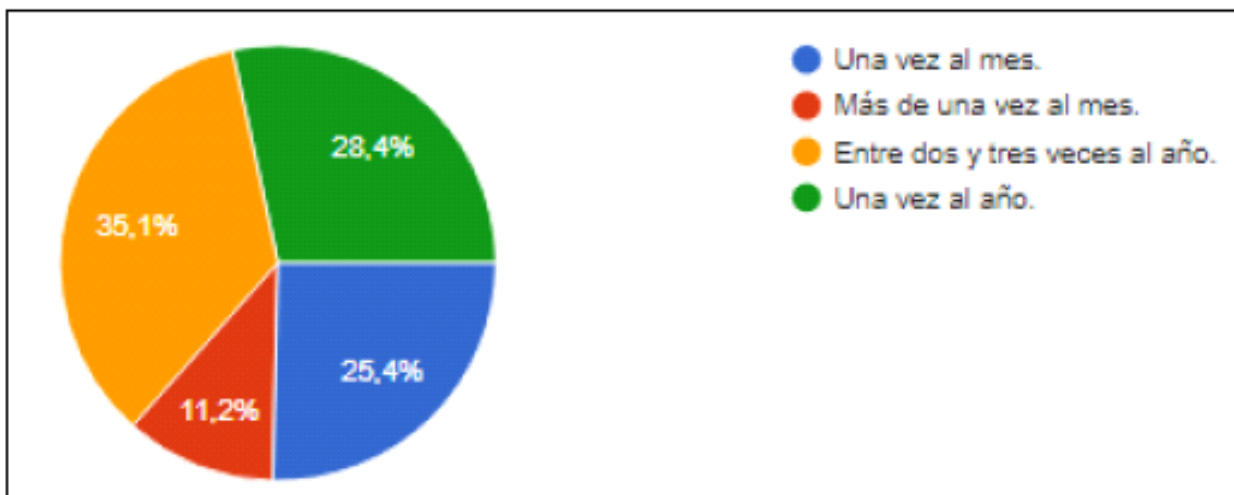


Figura 6. Perfil del turista – Frecuencia del viaje. Elaboración propia.

La mayoría de la población encuestada afirman visitar más de 1 vez al año el municipio, con esto constatamos que estas personas se encuentran interesadas en ir a San Bernardo, las razones y motivos pueden ser por cercanía o por el atractivo único que se encuentra en este lugar.

¿Cuánto dura su estadía en el municipio?

Tabla 14.

Perfil del turista - Estadía en el municipio.

Un día.	81
Dos días.	34
Más de dos días.	20

Nota. Elaboración propia.

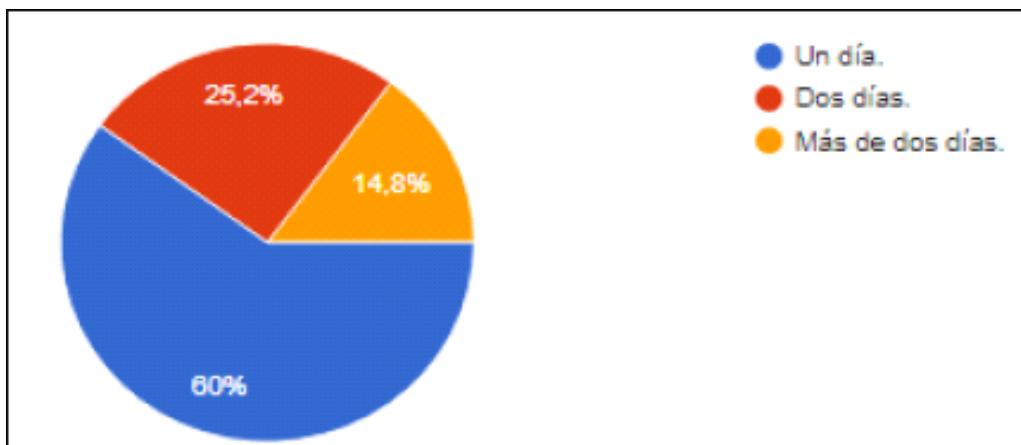


Figura 7. Perfil del turista – Estadía en el municipio. Elaboración propia.

El 60% de las personas solo se quedan 1 día en el municipio, por lo tanto, se puede deducir por su corta estadía que en su mayoría van por actividades específicas en el municipio.

¿Qué tan importante considera el Mausoleo José Arquímedes Castro para el desarrollo turístico del municipio?

Tabla 15.

Perfil del turista – Importancia del mausoleo.

Importante.	41
Muy importante.	95
Nada importante.	0

Nota. Elaboración propia.

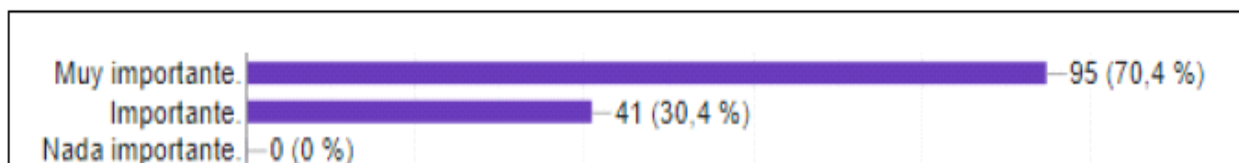


Figura 8. Perfil del turista – Importancia del mausoleo. Elaboración propia.

Gran parte del público encuestado asegura que el mausoleo es muy importante por diversas razones, las cuales son:

- Representación del municipio.
- Simbolismo del municipio.
- Patrimonio del municipio.
- Historia del municipio.

¿Conoce acerca del término Necroturismo?

Tabla 16.

Perfil del turista - Conocimiento hacía el Necroturismo.

Sí.	40
No.	95

Nota. Elaboración propia.

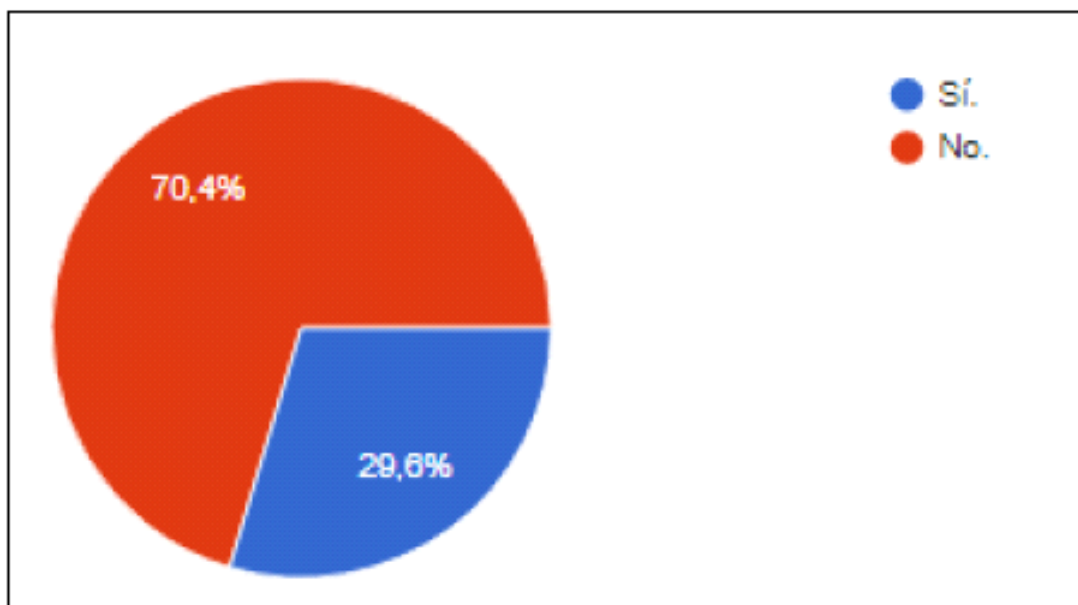


Figura 9. Perfil del turista - Conocimiento hacia el Necroturismo. Elaboración propia.

El 70,4% de los encuestados desconocen el término de necroturismo, una de las razones por las que se busca crear conciencia sobre la propuesta que se quiere implementar para el desarrollo turístico del municipio.

¿Le gustaría visitar lugares donde haya momias como atractivo turístico?

Tabla 17.

Perfil del turista - Visitar lugares de momias.

Sí.	125
No.	9

Nota. Elaboración propia.

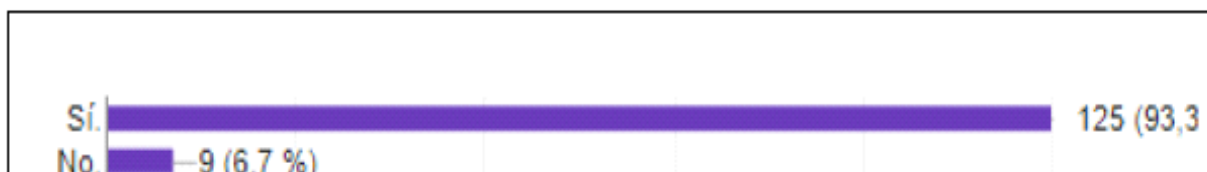


Figura 10. Perfil del turista - Visitar lugares de momias. Elaboración propia.

Más del 90% de los visitantes aseguran que irían a visitar más lugares donde se encuentren momias y uno de las explicaciones más recurrentes fue por la curiosidad y el gusto. También se encontraron estudiantes encuestados los cuales aseguran que las visitarían por temas profesionales.

¿Recomendaría a sus conocidos visitar a San Bernardo?

Tabla 18.

Perfil del turista - Recomendar San Bernardo.

Sí.	132
No.	3

Nota.: Elaboración propia.

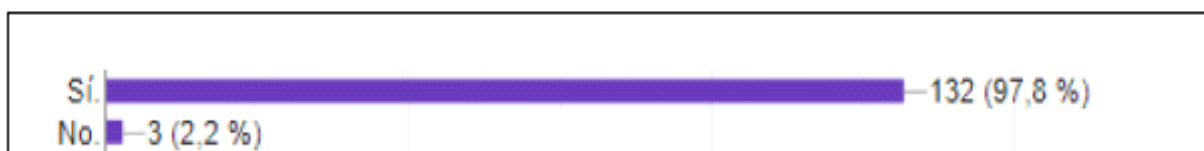


Figura 11. Perfil del turista - Recomendar San Bernardo. Elaboración propia.

Se evidencia un alto interés por parte de los turistas de recomendar a más personas el destino de San Bernardo, gracias a su experiencia en el municipio y la amabilidad de los habitantes.

¿Cuando usted va a elegir un destino turístico ¿Qué canales consulta?

Tabla 19.

Perfil del turista - Elegir un destino turístico.

• Web, blog y/o redes sociales.	76
Eventos culturales y ferias.	27
Voz a voz.	32

Nota. Elaboración propia.



Figura 12. Perfil del turista - Elegir un destino turístico. Elaboración propia.

Según la gráfica el 56% de las personas encuestada utilizan las plataformas virtuales para el desplazamiento turístico lo que indica que se debe aprovechar los canales tecnológicos para la implementación del proyecto.

¿Cuánto es su presupuesto al realizar una actividad turística proyectada para realizarla en un mes?

Tabla 20.

Perfil del turista - Presupuesto.

\$100.000 - \$500.000	50
\$500.000 - \$1.000.000	80
Más de \$1.000.000	5

Nota. Elaboración propia.

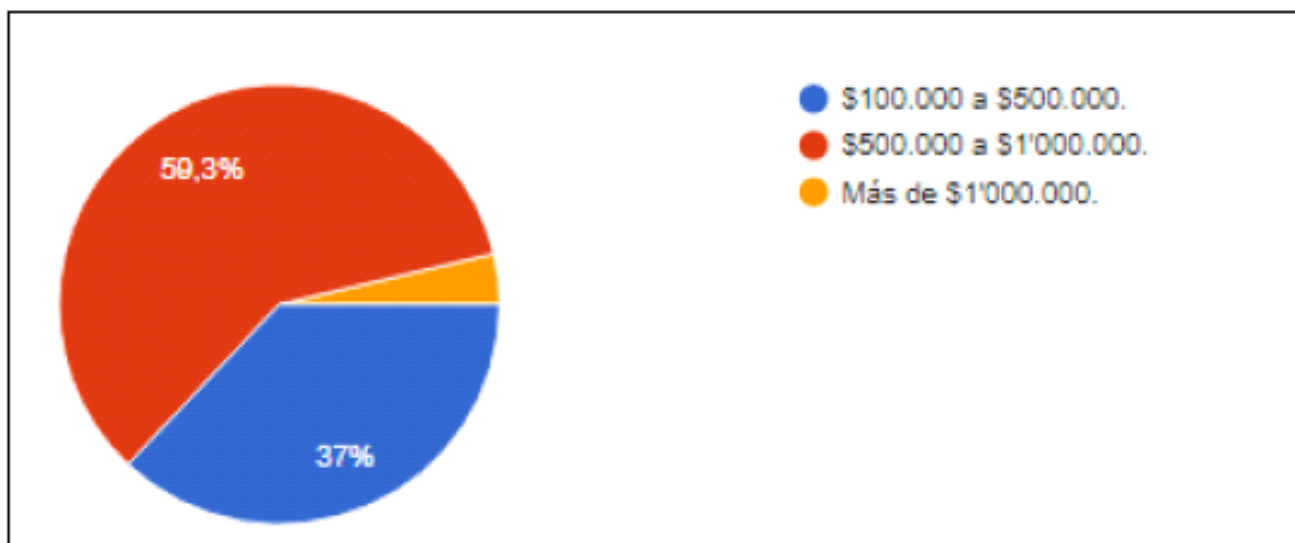


Figura 13. Perfil del turista - Presupuesto. Elaboración propia.

Se puede evidenciar un importante presupuesto de los turistas del municipio ya que el 59,3% destina entre quinientos mil a un millón para sus actividades turísticas.

Análisis general.

Observando la opinión de 135 personas encuestadas en San Bernardo, se determinó que el municipio recibe por lo menos una visita anual de estos turistas, quienes utilizan las redes sociales y portales web para escoger sus destinos y son menores de 25 años, ellos aseguran recomendar a sus amigos y familiares a que conozcan el municipio, gracias a su cultura, agricultura y la variedad de actividades que pueden realizar. También se evidencia que más del 50% de los encuestados está dispuesto a pagar de \$500.000 a \$1'000.000 de pesos por

viaje, un presupuesto bastante asequible para la visita al municipio y realizar las actividades determinadas en el mismo. Más del 90% de los encuestados aseguran no conocer el término "necroturismo", pero les interesa saber sobre el tema, ya sea por curiosidad, estudio, cultura o historia.

Gracias a lo anterior podemos deducir que se encontraron oportunidades de dar a conocer el mausoleo José Arquímedes Castro como una opción de necroturismo en San Bernardo, e incrementar la afluencia turística y los ingresos económicos de los prestadores de servicios involucrados en estas actividades.

Encuesta a turistas en la Candelaria, Bogotá

Es importante manejar puntos de comparación con lugares frecuentados por un tipo de turista similar al que atrae el municipio de san Bernardo, que es el protagonista de esta investigación, por este motivo se tomó la iniciativa de conocer realmente los intereses o motivaciones que manejan los turistas de la candelaria en Bogotá D.C, ya que sabemos que en este lugar se realizan caminatas nocturnas con una temática de necroturismo, se revelan atractivos importantes y con gran historia que representan la capital colombiana.

Se valida el tipo de turismo que los motiva a realizar sin importar la temporada, la frecuencia y presupuesto con el que cuentan al momento de realizar algún tipo de viaje. Finalmente se enfoca la atención de los turistas al nombrarles el necroturismo como una alternativa de turismo innovadora.

Género.

Tabla 21.

Perfil del turista Bogotá - Género.

Genero:	Total, encuestados:	166
Masculino:		72
Femenino:		94

Nota. Elaboración propia.

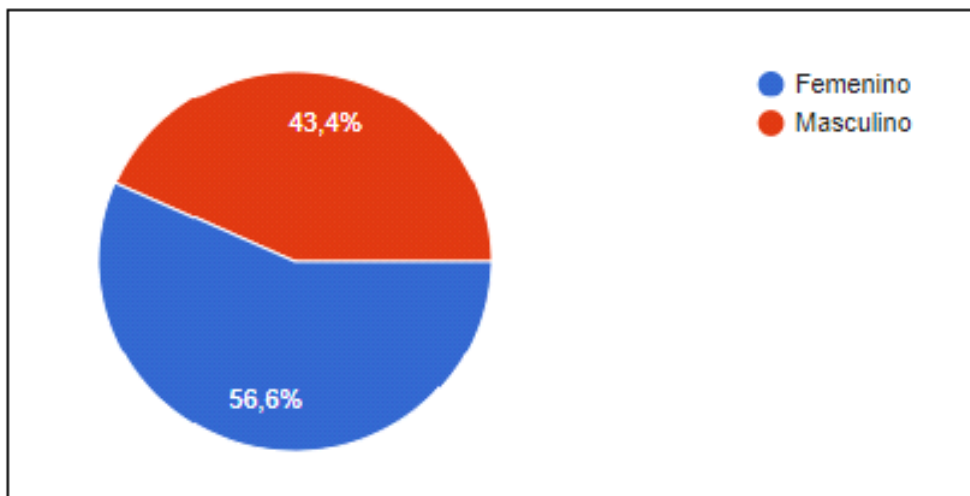


Figura 14. Perfil del turista Bogotá - Género. Elaboración propia.

Con 166 personas encuestadas el 56,6% son de género femenino que equivale a 94 personas, mientras que el 43,4% son de género masculino que representa 72 personas, se puede evidenciar que las visitas son casi equitativas por parte de los dos géneros, pero cabe resaltar que las mujeres son las más recurrentes en concurrir candelaria.

Edad.

Tabla 22.

Perfil del turista Bogotá - Edad.

18 a 25 años.	74
25 a 35 años.	64
35 a 50 años.	28

Nota. Elaboración propia.

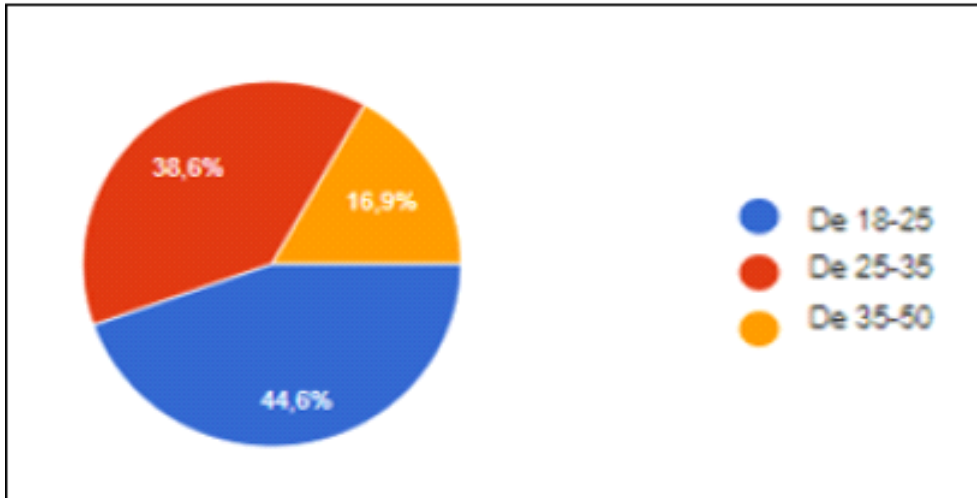


Figura 15. Perfil del turista Bogotá - Edad. Elaboración propia.

La mayoría de los encuestados está entre los 18 y 25 años, lo cual nos indica un factor demográfico importante basado en el estudio de mercado donde se evidencia el prototipo de consumidor que asiste a este espacio turístico de la candelaria.

Origen y/o procedencia.

Tabla 23.

Perfil del turista Bogotá - Origen y/o procedencia.

Nacionales.	81
Internacionales.	86

Nota. Elaboración propia.

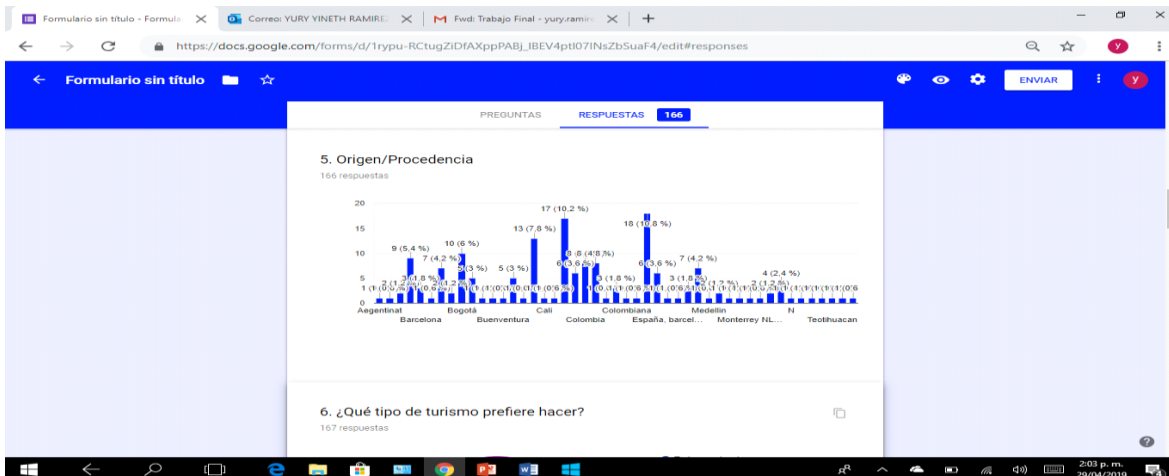


Figura 16. Perfil del turista - Origen y/o procedencia. Elaboración propia.

Se puede encontrar un amplio margen de procedencia de personas encuestadas que van desde personas de la capital a personas de otros países, permitiendo que la información recolectada tenga un argumento más completo respecto al perfil de turista global.

¿Qué tipo de turismo prefiere hacer?

Tabla 24.

Perfil del turista Bogotá - Preferencia al viajar.

Turismo de sol y playa.	26
Turismo Naturaleza.	42
Turismo Aventura.	32
Turismo Salud.	9
Turismo Cultura.	56
Otros.	1

Nota. Elaboración propia

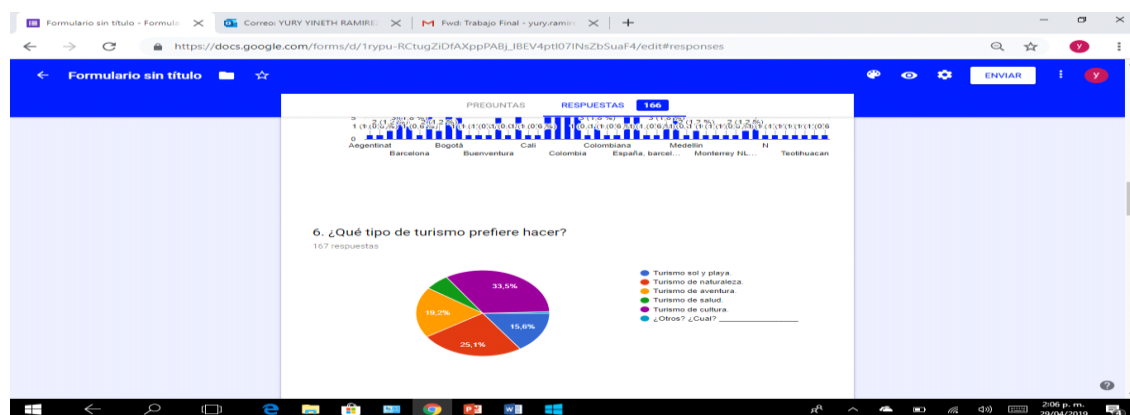


Figura 17. Perfil del turista Bogotá - Preferencia al viajar. Elaboración propia.

Con un total del 33,5% se evidencia que las personas encuestadas prefieren realizar turismo de cultura, pero sin dejar un lado el interés hacia el turismo de naturaleza que tiene un 25,1% de importancia para los turistas atraídos por la candelaria.

Esto es una oportunidad de introducción de estos turistas potenciales al necroturismo, viniendo ligado al turismo de cultura y conocimiento de la historia y costumbres del destino tratado.

¿Con qué frecuencia se desplaza del lugar en que reside para realizar actividades turísticas?

Tabla 25.

Perfil del turista Bogotá - Frecuencia al realizar actividades turísticas.

Una vez al mes.	19
Una vez cada seis meses.	99
Una vez al año.	49

Nota. Elaboración propia.



Figura 18. Perfil del turista Bogotá - Frecuencia al realizar actividades turísticas.
Elaboración propia.

El 59% de las respuestas que son una gran parte de las personas encuestadas realizan viaje por motivo de turismo una vez cada seis meses.

¿Cuánto es su presupuesto al viajar?

Tabla 26.

Perfil del turista Bogotá - Presupuesto al viajar.

\$100.000 - \$500.000	38
\$500.000 - \$1.000.000	40
Más de \$1.000.000	88

Nota. Elaboración propia.

Se evidencia que el 53.3% de turistas manejan un presupuesto de más de un millón de pesos para realizar sus actividades turísticas. Esto nos deja en evidencia que debido a los bajos costes que propondría la implementación de una propuesta necroturística en el municipio de san Bernardo, serían más que asequibles para público objetivo que se pretende manejar.

¿Sabe que significa el termino necroturismo?

Tabla 27.

Perfil del turista Bogotá - Necroturismo.

Sí.	61
No.	105

Nota. Elaboración propia.

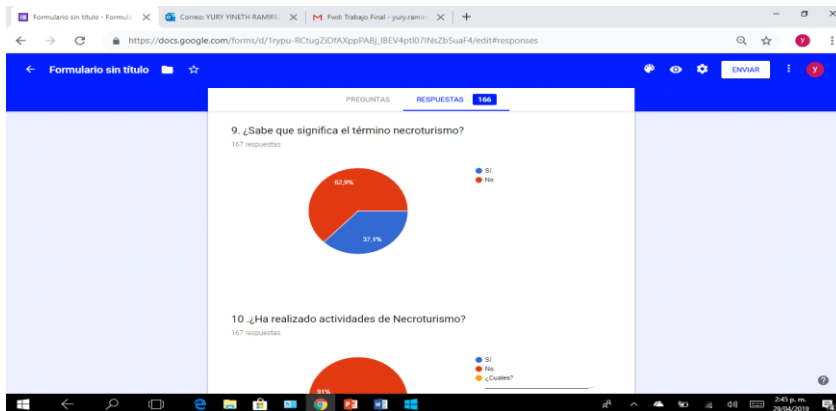


Figura 19. Perfil del turista Bogotá – Necroturismo. Elaboración propia.

En esta investigación el 62,9% equivalente a 105 personas encuestadas no conocen el término de necroturismo, pero el 37,1% restante no le es indiferente.

Según lo anterior ¿Ha realizado actividades de necroturismo?

Tabla 28.

Perfil del turista Bogotá - Actividades de necroturismo.

Sí.	14
No.	152

Nota. Elaboración propia.

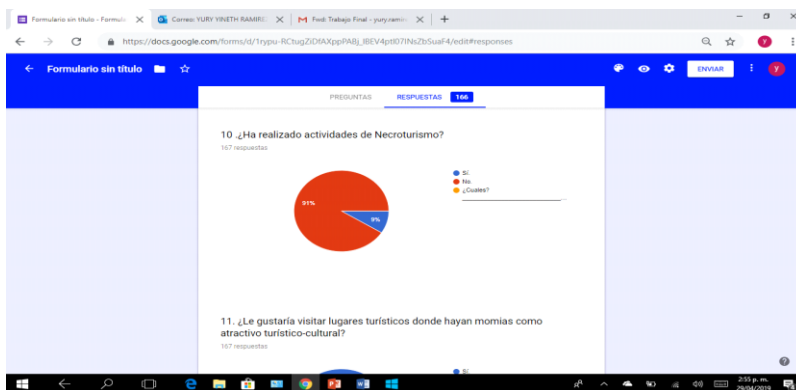


Figura 20. Perfil del turista Bogotá – Actividades de necroturismo. Elaboración propia.

El anterior gráfico denota la poca demanda que tiene a nivel turístico y general todas las actividades de necroturismo ya que solo el 9% de los encuestados han realizado alguna vez actividades de necroturismo, la mayoría de las personas encuestadas que respondieron sí lo hicieron en el cementerio central y otros en diferentes países. Tomando esto como un punto de partida donde la competencia es poca es un factor de diferenciación respecto a las otras propuestas turísticas que se pueden encontrar en destinos cercanos.

¿Le gustaría visitar lugares donde haya momias como atractivo turístico?

Tabla 29.

Perfil del turista Bogotá - Visitar lugares con momias.

Sí.	142
No.	24

Nota. Elaboración propia.

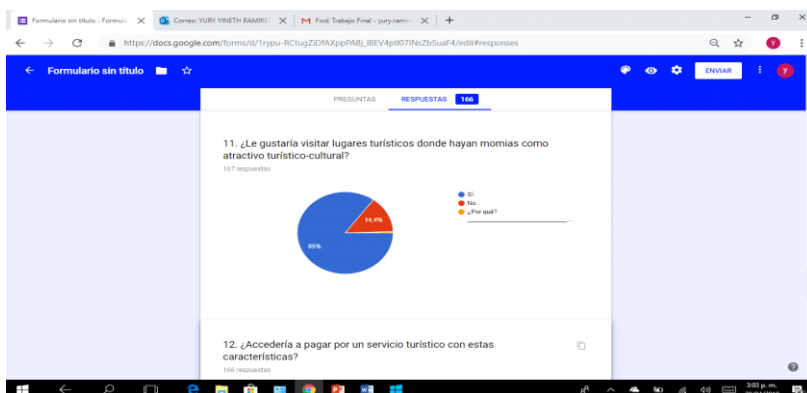


Figura 21. Perfil del turista Bogotá - Visitar lugares con momias. Elaboración propia

Aunque sean pocas las personas que han realizado actividades de necroturismo (pregunta número 10) para los turistas encuestados no es indiferente visitar lugares turísticos donde haya momias ya que el 85% correspondiente a 142 personas encuestadas les gusta realizar esta actividad. Se evidencia que hay una percepción de interés en la realización de necroturismo. Lo que es ideal para la implantación de una propuesta turística en el municipio de san Bernardo, captando así la atención de los turistas potenciales que desean realizar esta actividad.

¿Accedería a pagar por un servicio turístico con estas características?

Tabla 30.

Perfil del turista Bogotá - Pagar por un servicio turístico.

Sí.	90
No.	13
Tal vez.	63

Nota. Elaboración propia.



Figura 22. Perfil del turista Bogotá - Pagar por un servicio turístico. Elaboración propia.

De acuerdo a la pregunta realizada el 54,2% no tiene inconveniente en pagar por un servicio turístico relacionado con momias y el 38% no se encuentran seguros. Aquí se puede evidenciar la preocupación por parte de los posibles clientes debida a un costo, que de ser muy elevado influirá en el deseo que tengan de obtener este servicio turístico.

¿Alguna vez ha escuchado o visitado San Bernardo, Cundinamarca?

Tabla 31.

Perfil del turista Bogotá – Visitó San Bernardo. Elaboración propia.

Sí.	26
No.	140

Nota. Elaboración propia.

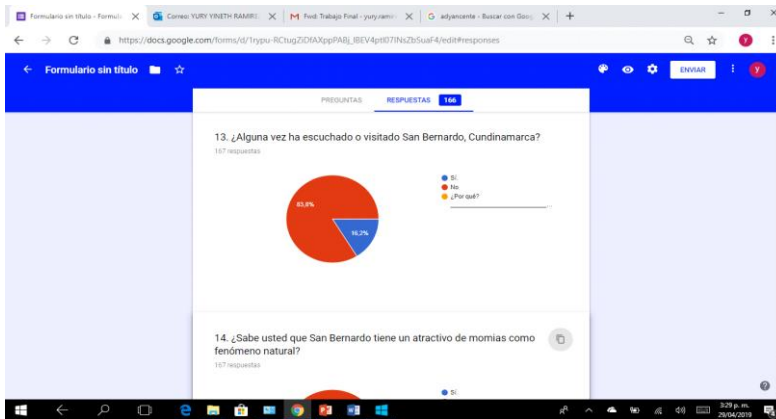


Figura 23. Perfil del turista Bogotá – Visitó San Bernardo. Elaboración propia.

El resultado de la pregunta realizada arroja que la mayoría de nuestros turistas encuestados no tienen conocimiento del municipio de San Bernardo Cundinamarca, pero el restante de la población lo ha visitado por el fenómeno de momificación o por actividades de turismo de aventura. Es de destacar la falta de publicidad que hay sobre el municipio, punto clave a solucionar para tener un amplio campo de captación de atención de los posibles turistas.

¿Sabe usted que San Bernardo tiene un atractivo de momias como fenómeno natural?

Tabla 32.

Perfil del turista Bogotá - Atractivo de momias San Bernardo.

Sí.	15
No.	151

Nota. Elaboración propia.



Figura 24. Perfil del turista Bogotá - Atractivo de momias San Bernardo. Elaboración propia.

Aunque algunos encuestados tenían referencias y han visitado este atractivo turístico que posee San Bernardo, se evidencia una oportunidad para aprovechar turísticamente el Museo José Arquímedes Castro y que exista un probable crecimiento a futuro en este municipio.

Según lo anterior ¿Contemplaría hacer alguna actividad que involucre el municipio y las momias de San Bernardo?

Tabla 33.

Perfil del turista Bogotá - Actividad de necroturismo.

Sí.	147
No.	19

Nota. Elaboración propia.

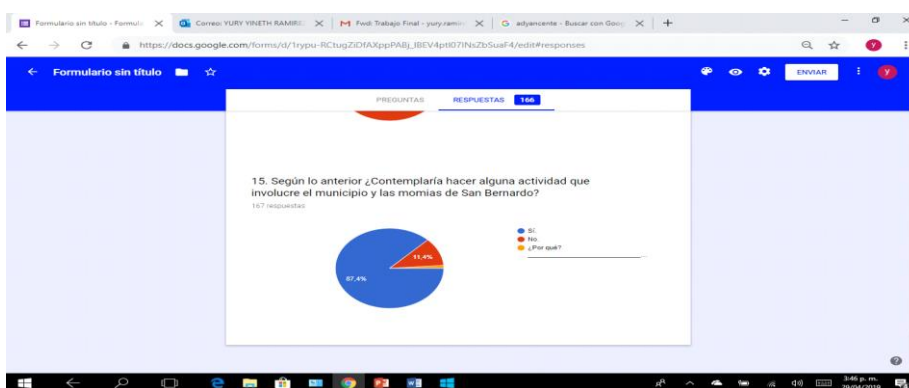


Figura 25. Perfil del turista Bogotá - Actividad de necroturismo. Elaboración propia.

El 87,4% de encuestados contempla realizar alguna actividad que involucre la visita al museo de momias, esto conlleva a ver la prioridad que tiene comercial y turísticamente el museo, así como la oportunidad gubernamental que posee el municipio de San Bernardo para aprovecharlo de manera económica, cultural y turística.

Análisis general.

Se realizaron 166 encuestas en el sector de la candelaria Bogotá, ya que en este sitio se muestra una alta población de personas interesadas en las caminatas nocturnas con temática de necroturismo, turismo cultural, historia y de aventura donde estos interesados son proporcionalmente turistas nacionales e internacionales.

Según lo anterior se evidenció un alto interés del necroturismo por parte de los turistas, quienes tienen un rango de 18 a 50 años y les gusta invertir en el turismo de cultura, también se ve una oportunidad porque este tipo de perfil está dispuesto 1 vez cada 6 meses a viajar e invertir más de \$1'000.000 de pesos con el fin de conocer, y como resultado

muestran una aceptabilidad al municipio y sus momias, porque sin importar que no conocen el termino, aseguran que les gustaría saber sobre San Bernardo y su fenómeno natural.

Perfil potencial

Las encuestas realizadas en San Bernardo y Bogotá, arrojaron resultados representativos donde se prueba que el municipio y el necroturismo son aceptados por los turistas analizados.

Tabla 34.

Perfil potencial.

Perfil potencial de Necroturismo para San Bernardo, Cundinamarca.	
Edad.	18-50 años.
Genero.	Masculino, femenino o/y otros.
Interés.	Cultura, Historia y actividades relacionadas con momias, cementerios y el municipio de San Bernardo Cundinamarca.
Poder adquisitivo.	Entre los \$100.000- \$1.000.000
Origen/ procedencia.	Nacionales e internacionales.

Nota. Elaboración propia.

De esta forma seleccionamos el perfil potencial interesado, este tipo de perfil le gusta dedicar su tiempo a conocer nuevos lugares que se caractericen por tener un diferenciador, se asesoran de sus próximos viajes por blogs, web o redes sociales, donde explican que el internet es el medio de comunicación actual y por lo tanto debe ser una herramienta importante para cualquier propuesta a desarrollar, en consecuencia a esto y gracias a que se tiene una gran oportunidad de que conozcan el destino con el uso de estrategias que impacten esta comunidad para el desarrollo turístico, económico y cultural de San Bernardo. Ya que se tiene un público potencial para la expansión de la propuesta de necroturismo, así generando un mayor número de visitas al municipio, aprovechando que este perfil está dispuesto en invertir de \$500.000 mil a \$1'000.000 de pesos en sus viajes y no son indiferentes a un nuevo tipo de turismo (necroturismo), sino por el contrario muestran un gran interés en conocerlo y recomendarlo.

Capítulo III - Establecer lineamientos para el desarrollo de la actividad turística relacionada con el Necroturismo

Lineamiento para el desarrollo turístico

Basándonos en, permite identificar los lineamientos que se deben cumplir como miembros de la misma, entre los que se resaltan principalmente:

El turismo responsable.

Hace referencia a disminuir los aspectos negativos y aumentar los puntos económicos, ambientales y sociales, generando múltiples beneficios para la población y permitiendo contribuir positivamente a la conservación de todos los recursos culturales y naturales que contiene el atractivo turístico.

Teniendo como base las estrategias y los conceptos manejados por, se realizarán los lineamientos para el necroturismo como alternativa de desarrollo turístico en el municipio de San Bernardo Cundinamarca, con el fin de verificar la demanda en cuestión turística en el municipio.

Se entiende por lineamiento para el desarrollo turístico como la forma en que se deben llevar los objetivos al momento de cumplirse lo planteado, en este caso vamos a visualizar las estrategias que se generaron con respecto a los complementos que ofrece el municipio de San Bernardo Cundinamarca, con sus respectivas acciones para llegar al objetivo exitosamente.

Valoración de los atractivos turísticos.

Cada municipio presenta inconsistencias a lo largo del tiempo, pero cuando se genera un plan de acción con anterioridad, permite establecer medidas necesarias para combatir cada situación que pueda presentar algún tipo de riesgo en un futuro.

A continuación, se realizó un cuadro comparativo para poder observar las estrategias que van implementar en los atractivos turísticos y como se van a desarrollar.

Tabla 35.

Valoración de los atractivos turísticos.

VALORACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS			
ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLES	TIEMPO
Fortalecimiento de los recursos turísticos, brindados en las festividades del municipio	Promoción de las festividades con anterioridad, en las diferentes redes sociales	Alcaldía municipal Prestadores turísticos Gobernación de Cundinamarca	1 año
	Implementar puntos de información turísticos visibles en lugares estratégicos del municipio		1 año
	Diseñar Campañas publicitarias que generen mayor participación de los turistas.		1 año
Mejoramiento de infraestructura de los atractivos turísticos	Implementar nuevos modelos acordes a cada atractivo turístico, ya que los atractivos que se encuentran no tienen una estructura internamente adecuada.	Alcaldía municipal Gobernación de Cundinamarca Gobernación nacional	6 meses
	Manejar sistemas de decoración acordes al sitio turístico, Ejemplo: Como implementación de luzal rededor del mausoleo, manejar sistemas de tecnología al momento de realizar el recorrido por el mausoleo.		6 meses
Control de limpieza y adecuación de los sitios turísticos	Generar un plan de acción, donde la alcaldía tenga presente los días en los cuales, se hará un mantenimiento previo (limpieza, desinfección) de los atractivos turísticos.	Alcaldía municipal Entidades educativas interesadas Gobernación nacional	3 meses
	Verificar en mes vencido que las acciones planteadas se cumplieron exitosamente.		3 meses

Nota. Elaboración propia.

El municipio de San Bernardo Cundinamarca cuenta con los atractivos turísticos llamativos ante los turistas que buscan un tipo de turismo como lo es el necroturismo y

cuando hablamos de una afluencia de turistas nos centramos en el mausoleo y cementerio del municipio.

Los turistas aprovechan las festividades para realizar el intercambio cultural entre las personas locales y externas, en donde se refleja el interés por el necroturismo como componente prioritario al visitar el municipio, despertando curiosidad y enriquecimiento cultural de este fenómeno natural.

A continuación, se realizó un cuadro comparativo en la valoración, capacitación y formación de los representantes turísticos en el municipio de San Bernardo Cundinamarca.

Atractivos turísticos, capacitación y formación

El municipio cuenta con patrimonio cultural debidamente cuidado, teniendo el claro ejemplo del mausoleo oficial que está ubicado en el cementerio principal el cual está siendo remodelado para que los turistas puedan recibir una atención mejorada con un espacio bastante amplio, logrando satisfacer sus necesidades con las experiencias y el trato adquirido.

A continuación, se realizó un cuadro comparativo para poder observar las estrategias que van implementar para la formación y capacitación de los prestadores de servicios.

Tabla 36.

Atractivos turísticos, Capacitación y Formación.

Atractivos turísticos, Capacitación y Formación			
Estrategias	Acciones	Responsables	Tiempo
Fortalecer el grupo de guías con personas especializados	Brindar a los guías turísticos la posibilidad de plataformas digitales y presenciales del idioma inglés con el debido acompañamiento	Alcaldía municipal Gobernación de Cundinamarca	1 año
	Realizar capacitaciones y dando a conocer las actualizaciones pertinentes por parte de FONTUR hacia los guías. Para un buen fortalecimiento del sector turístico.	Gobernación nacional	2 años
Formación de guías turísticos	Generar crecimiento personal entre los guías ya existentes y brindar	Alcaldía municipal Viceministerio de	6 meses

en temas de turismo	oportunidad de fortalecimiento en el grupo con nuevas personas capacitadas	turismo	
	Realizar convocatorias con metodología cultural e histórica, para poder tener un buen comportamiento hacia el turista.		1 año
Capacitación de personal existente para obtener un turismo sostenible en el municipio.	Concientizar a los guías turísticos ya existentes sobre la importancia de manejar el turismo sostenible y la conservación de los diferentes atractivos, mediante capacitación semestral en cada uno de los temas planteados.	Alcaldía municipal Viceministerio de turismo Ministerio de cultura	6 meses
	Generar sentido de pertenencia en los guías turísticos, brindando apoyo material y didáctico sobre las estrategias que se pueden manejar en cada recorrido con los turistas		6 meses

Nota. Elaboración propia.

Comunicar y concientizar sobre el turismo responsable, incentivar la capacitación adecuada y constante en cada prestador de servicio que se encuentra realizando la actividad turística en el municipio de San Bernardo, optando por un espíritu de turismo responsable que hace que la comunidad en general sienta respeto y admiración. Enfatizando no solo al personal interno sino desde el primero contacto con el cliente hacerle saber la importancia de manejar ese sentido de responsabilidad y ética en cada atractivo a visitar.

Infraestructura y servicios.

Con base al plan de desarrollo del municipio de San Bernardo se determinan unas estrategias las cuales sirven de base y proveen los lineamientos estratégicos para ejecutar y mejorar proyectos viales, mantener la infraestructura cultural y la dotación de los programas artísticos y culturales.

A continuación, se realizó un cuadro comparativo para poder observar las estrategias que van implementar para la infraestructura y servicios del municipio.

Tabla 37.

Infraestructura y servicios.

INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS			
ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLES	TIEMPO
Señalización de las vías del municipio de San Bernardo.	Mejorar el estado de las vías del casco urbano y rural.	Gobernación de Cundinamarca.	1 año
	Mejorar la señalización de la vía que conduce al municipio.	Alcaldía municipal	2 años
	Mantenimiento y adecuación de la infraestructura artística y cultural de la casa de la cultura del municipio.		1 año
	Mejorar y mantenerla infraestructura cultural y la dotación de los programas artísticos y culturales.		1 año
Estimular la calidad de los prestadores de servicios turísticos.	Apoyo desde la alcaldía municipal a la creación de empresa, a los proyectos productivos y al sector turístico.	Alcaldía municipal. Prestadores de servicio. Viceministerio de turismo.	1 año
	Capacitación en la atención al turista.		6 meses
	Certificar a los prestadores de servicios turísticos en el municipio.		6 meses
	Intensificar al mausoleo José Arquímedes Castro como bien patrimonial de interés cultural.		1 año

Nota. Elaboración propia.

Es importante que el municipio busque el crecimiento económico con apoyo a la creación de empresa y el fortalecimiento tanto del municipio como turísticamente, estos lineamientos pretenden generar competitividad en el municipio mediante la consolidación del sistema productivo y el mejoramiento de la infraestructura física y de servicios públicos, razón por la cual se va a mejorar las condiciones de desarrollo para que la población este capacitada en el momento del ingreso de algún turista.

Promoción y comercialización

El municipio de San Bernardo encontramos que hay un fenómeno natural una maravilla única vista en nuestro país, razón por la cual se proponen unos lineamientos estratégicos para promocionar y comercializar más a fondo este municipio.

A continuación, se realizó un cuadro comparativo para poder observar las estrategias que van implementar en la promoción y comercialización del municipio.

Tabla 38.

Promoción y comercialización.

PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN			
ESTRATEGIAS	ACCIONES	RESPONSABLES	TIEMPO
Rediseñar y posicionar la imagen del municipio	Elabora un convenio de apoyo que fomente estrategias turísticas donde se incluya al mausoleo José Arquímedes Castro.	Alcaldía municipal Prestadores de servicios	1 año
	Publicidad para fomentar y divulgar sitios turísticos.		1 año
	Elaborar una guía turística del municipio de San Bernardo.		6 meses
	Promocionar el mausoleo José Arquímedes Castro		1 año

	como principal destino turístico.		
	Impulsar la rodada de las momias “ciclomontañismo”		6 meses
	Posicionar el mausoleo José Arquímedes Castro como patrimonio cultural e inmaterial del municipio		1 año

Nota. Elaboración propia.

El municipio cuenta con atractivos turístico naturales que con un adecuado manejo y promoción pueden posicionarlo a nivel departamental, regional y nacional. Con la propuesta de necroturismo como alternativa de desarrollo turístico en el municipio de San Bernardo Cundinamarca se quiere impactar al turista a que se anime y realice un turismo diferente al que la mayoría suelen realizar.

Conclusiones

El necroturismo como desarrollo turístico de San Bernardo Cundinamarca constituye una fuente alternativa de ingresos y creación de nuevos empleos y otros beneficios para la población local. Contribuye al conocimiento de los visitantes respecto a la historia y cultura del municipio y lo que brinda cada uno de sus atractivos.

Una oferta turística cultural a partir de los atractivos del municipio, resalta que el mausoleo José Arquímedes Castro es parte del turismo de interés. Si se realiza en forma planificada ofrece la oportunidad de desarrollar una actividad innovadora para contribuir a incrementar la afluencia de visitantes con el apoyo de los prestadores de servicios la comunidad y los entes gubernamentales.

Lo que lo hace interesante ya que al promover el turismo es importante tener en cuenta las nuevas tendencias de la sociedad, que las personas de diferentes partes del mundo desean salir a conocer, explorar aprender y entender nuevas culturas, por medio de actividades que salen de lo tradicional y han sido poco a poco modificadas, han permitido que el turismo tenga nuevos nichos y características abiertas para toda clase de turistas y por qué no hacerlo en una de las únicas partes en el mundo que tienen esta particularidad atractiva de una momificación natural, aparte este municipio nos brinda un museo itinerante que le brinda al turista una propuesta de exhibición de las momias que se encuentran en San Bernardo Cundinamarca.

Referencias

- Acuerdo por el cual se adopta el Plan de Desarrollo (2004 – 2008) “Todos Unidos por San Bernardo”. Recuperado de <http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Imagenes/pd-san%20bernardo-cundinamarca-2004-2008.pdf>
- Alcaldía San Bernardo (2008). Turismo en san Bernardo. Recuperado de www.sanbernardo-cundinamarca.gov.co/
- Alcaldía San Bernardo (2014). Plan de ejecución. Recuperado de <http://www.sanbernardo-cundinamarca.gov.co/planes/plan-de-accion-ejecucion-2014>
- Boullon (2004). “El sistema turístico según Roberto Bullon” Recuperado de <http://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-roberto-bullon>
- Colombia Mi Tierra (2017) “Sitios Turísticos de San Bernardo Cundinamarca” Recuperado de <http://www.colombiamitierra.nu/161>
- Dane (2015.) “Censo general San Bernardo Cundinamarca” Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/25649T7T000.PDF
- Destinos turísticos de éxito Josep Ejarque editorial pirámide pagina 24 a la 52.
- Dimens. empres. (2013) “Evaluación del potencial turístico de las playas del departamento del Atlántico – Colombia, desde la perspectiva ambiental” <http://www.scielo.org.co/pdf/diem/v11n2/v11n2a07.pdf>
- Diseño productos turísticos (2017). Potencial Turístico. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=bJysJc9UCmIRME_REDCAM_2010.pdf
- Duarte, H (2018) “Recorridos patrimoniales del cementerio general de guayaquil, estudio para proponer el diseño de un recorrido nocturno basado en el turismo funerario”. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/27591/1/TESIS%20HUGO%20DUARTE%20FINAL%20cne.pdf>
- Elmundo.com (2015) Necroturismo: conociendo el pasado. Recuperado de https://www.elmundo.com/portal/vida/turismo/necroturismo_conociendo_el_pasado.php#.XK4-XIVKjZ4
- Gutiérrez, L. F. (s.f.). Museo de Momias de Guanajuato. Obtenido de <http://www.momiasdeguanajuato.gob.mx/index.html>

- Icom, (Consejo Internacional de museos) (2016). Información obtenida de:
<http://icom.museum/L/1/>
- Icomos, Consejo Internacional de monumentos y sitios. (2016). Información obtenida de:
<http://www.icomos.org/en/>
- Ivera (2008). Conceptos básicos. Recuperado de
http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/CONCEPTOS_BASICOS.pdf
- Jacqueline Wigodski (2010). Población y muestra. Recuperado de
<http://metodologiaeninvestigacion.blogspot.com/2010/07/poblacion-y-muestra.html>
- Libro venta de servicios y productos turísticos -Noelia Cabarcos Novas editorial ideas propias página 199 a la 215.
- Los municipios turísticos -Roberto C Boullon editorial trillas página de la 29 a la 89.
- Martin, (2010). Juana. “Población de estudio y muestreo en la investigación. Recuperado
www.nureinvestigacion.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METO.
- Memorias (2014.). En busca de la igualdad y el reconocimiento. La experiencia histórica de la educación intercultural en el Caribe colombiano1. Recuperado de
<file:///C:/Users/USER/Downloads/DialnetMetodosParaElAnalisisDelPotencialTuristicoDelTerri-4925982.pdf>
- Neil Leiper (1981). “El sistema turístico según Neil Leiper ”Recuperado de <https://sistema-turistico.site123.me/teor%C3%8Das-del-sistema-tur%C3%8Dstico/el-sistema-tur%C3%8Dstico-seg%C3%9An-neil-leiper>
- Parra, J. M. (2010). Momias: La derrota de la muerte en el antiguo Egipto. Barcelona, España: Critica S.L.
- Pineda, Alvarado & Canales (1994) “Metodología de la investigación. Recuperado de Manual para el desarrollo del personal de salud” 2da. Edición. Serie PALTEX. 1994.
- Acerenza, M. (s.f.) Promoción turística un enfoque metodológico. Bogotá: Colombia. Editorial trillas- turismo página 25 a la 40.
- Sabino, C. (1992). El proceso de Investigación. Recuperado de
<http://paginas.ufm.edu/Sabino/PI.htm>
- Sampieri (2010). The McGraw-Hill. Recuperado de
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia

Ascanio, A. (s.f.). Teoría del turismo. Bogotá: Colombia. Editorial trillas página de la 30 a la 65.

Terridata (2016). San Bernardo, Cundinamarca. Recuperado de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/25649>

Ameigeiras, C. (s.f.). Venta de servicios turísticos. Bogotá: Colombia. Editorial síntesis página 161 a la 163.

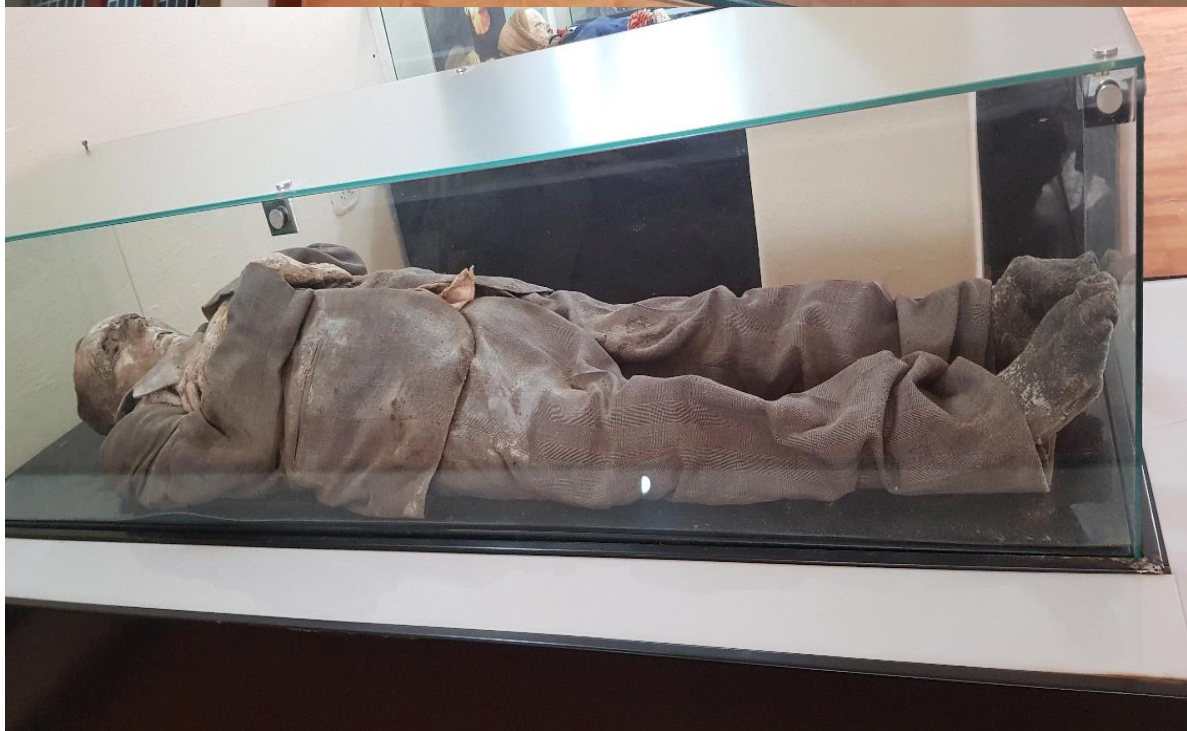
Anexos

Anexo 1. Fotografías

Elaborado por: Ávila, Orjuela y Ramírez. (Fuente propia).









Anexo 2. Entrevista

Las siguientes preguntas se realizan con el fin de obtener información acerca de la incidencia que ha tenido el desarrollo turístico del municipio, para la realización del objetivo del proyecto “Identificar las potencialidades que existen en el municipio de San Bernardo en torno al Necroturismo, como alternativa de desarrollo turístico para el municipio”.



NECROTURISMO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE SAN BERNARDO CUNDINAMARCA

Los datos recolectados por medio de esta entrevista son para uso netamente académico y de manera voluntaria. Está de acuerdo **Si**
No

Objetivo: Identificar las potencialidades que existen en el municipio de San Bernardo en torno al Necroturismo, como alternativa de desarrollo turístico para el municipio.

Fecha: 21-03-19 Lugar: San Bernardo (Cundinamarca)

Nombre: José Rodolfo Triana

Cargo: Encargado de la parte cultural y turística

Introducción

Nos encontramos en el municipio de San Bernardo Cundinamarca con el Licenciado José Rodolfo Triana encargado de la parte cultural y turística del municipio. Nosotros somos estudiantes de Hotelería y Turismo, venimos a promover nuestro proyecto de grado el cual es NECROTURISMO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO ECONOMICO EN EL MUNICIPIO DE SAN BERNARDO CUNDINAMARCA.

Entrevista sector público.

1. ¿Cuál es la principal actividad económica del municipio?

Primero que todo un saludo muy especial a la Universidad Agustiniense y agradecemos todo su esfuerzo a Yury Ramírez estudiante de décimo semestre.

La principal actividad económica del municipio estamos hablando en cifras o porcentajes, hablamos de un 90% de desarrollo agrícola y un 10% turístico.

2. ¿Cómo ha sido la evolución de esta actividad económica en los últimos años?

Bueno como sabemos que el territorio nacional ha tenido, más que todo el país y el mundo entero ha tenido una decaída en el tema agrícola por el calentamiento global, por los cambios climáticos, por todo esto el municipio aún se mantiene en su producción agrícola pero no tanto como hablémos 10 años atrás, pero sí ha tenido que generar otras dinámicas para que el desarrollo agrícola funcione.

En segundo renglón el turismo ha empezado a generar una proyección para que genere un desarrollo económico de la mano al tema agrícola en este caso, el turismo donde hablamos sobre el tema del mausoleo José Arquímedes Castro como turismo patrimonial funeral.

3. ¿Qué atractivos turísticos existen en el municipio? ¿En qué estado se encuentran?

En este momento el principal atractivo es el Mausoleo José Arquímedes Castro donde se encuentra en un proceso de mantenimiento y adecuación de la infraestructura cultural y turística. Está en segundo espacio el templo parroquial Nuestra Señora de la Asunción, como una arquitectura Greco Romana única en el mundo con una cruz en la cúpula a más de 70 metros de altura, el parque principal, algunas casas tradicionales y patrimoniales históricas, tendremos también un sitio muy especial que se llama la granja Macaracual es un granja integral donde representa todo el hábitat, el territorio y también hace un paralelo con lo que es el cuidado del agua, donde hay un reservorio y representa y lo articula con uno de los escenarios más especiales que tiene también San Bernardo que es territorio del páramo de Sumapaz uno de los más grandes del mundo de reproducción de agua donde hacemos parte de este páramo cuatro municipios, están: Arbeláez, Cabrera, Pasca y la localidad Sumapaz de Bogotá, a esto se suma toda la protección de este lugar que no está asequible para la comunidad, para la gente donde tenemos que empezar a hablar de protección y sobre guardar también estos territorios. Otro es en la entrada de San Bernardo

portones, tiene nombre portones ya que es la puerta de entrada del municipio, allí hay un puente tradicional que se llama José Vicente Concha donde a pie de mula era el paso obligatorio de productores agrícolas en el tema del café, Girardot, toda la zona de Melgar hasta Bogotá. Por último, otro escenario que es compartido con un municipio cercano que se llama Pandi es el mirador de la Chapa donde se encuentra el Cañón del Sumapaz alusivo al Río Sumapaz.

4. ¿Qué proyectos turísticos se han propuesto desde la alcaldía o desde la comunidad, para incentivar al turismo como otra alternativa económica?

Dentro del plan de desarrollo cada año se cumple un porcentaje, en este momento está el 60% debido a que falta entre las metas, uno la publicidad turística de este año, dos hacer el plan sectorial de turismo y tres una señalización urbana que se pretende realizar, esto sería el faltante del cumplimiento de la meta del 100% y lo ideal es cumplirla este año. Hay unas políticas claras que es promover el turismo a través de publicidad, capacitación a las personas del sector turismo, capacitación del Sena en el tema de hoteles restaurantes, la normatividad de acreditación de registro nacional de turismo, capacitaciones en guías que ya en este momento están graduados, guías locales de turismo, turismo emprendedores en recorridos turísticos naturales, en escenarios naturales, está también esta creación de la empresa, es otra meta que se ha creado, pero se creó como agencia de viajes la cual está disponible para ustedes en diferentes ámbitos y en diferentes paquetes está certificada por el registro nacional de turismo. Se ha adecuado dos infraestructuras culturales y turísticas una es parque Concha acústica para eventos de carácter cultural y turístico y el mantenimiento, adecuación y mejoramiento del Mausoleo José Arquímedes Castro como infraestructura turística y cultural del museo de las momias, donde allí se hace un convenio entre el ministerio de cultura, el instituto de cultura y turismo del departamento de Cundinamarca y el municipio de San Bernardo para mejorarlo y que esté en unas condiciones óptimas para los cuerpos que están expuestos y así darle o generar un espacio digno a estas personas que están momificadas.

5. ¿Se conocen el porcentaje de población que trabaja en actividades relacionadas con el turismo?

En este momento estaremos hablando de un 5% de la población ya que se ha empezado a empoderar y a fomentar una proyección turística para el mismo territorio y ha sido escalonado paso a paso para generar un turismo responsable.

6. ¿Se realizan otras actividades turísticas características del lugar?

Otras actividades turísticas es el deporte de aventura que se ha empezado a trabajar por medio de una finca que se llama la finca San Lorenzo donde hay un canopy que aún hace falta mejorar y también el tema de parapente y rapel. La ruta de las momias (ciclo montañismo).

Noviembre 1 día de los difuntos, se realiza una misa en el cementerio, después de esto en el parque central se encienden las velas como acto conmemorativo a los difuntos.

En la semana cultural se celebra el 14 agosto llamada memoria culto y tradición a los difuntos.

7. ¿Se tienen contemplados recursos económicos para mejorar la infraestructura, vías, capacitación de la comunidad en temas de turismo, de manera que se pueda fomentar el turismo en la región?

Esto ha sido parte de alianza entre el sector privado, las comunidades, los comerciantes, el departamento y las políticas del plan de desarrollo del municipio donde se ha hecho inversiones durante estos cuatro años en cuanto a eventos y a los recursos como no hay constituidas empresas aun en el municipio no puede crear convenios hasta que haya una empresa del sector turismo legalizada, se invierten recursos económicos en cuanto a que a los festivales y eventos culturales en los cuales promueven las actividades turísticas culturales llámese el evento del día de la danza, festival de comparsas y carrozas, festival de música campesina que son los más grandes, la semana cultural donde se invierten unos recursos para la realización de dichos eventos esto genera un movimiento económico para el sector privado ya que atrae turistas y gente para estos eventos, en cuanto a la infraestructura turística y cultural que se había emanado anteriormente como en dos o tres preguntas anteriores donde se hablaba de qué infraestructura se había adecuado, entonces hemos hecho inversiones para mejorar el funcionamiento de algunos lugares, vías, algunos tramos que han tenido voluntad política del departamento, pero aún hace falta, pero es un lugar y un territorio asequible al turista.

8. ¿Participa la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con el turismo? ¿Cómo?

En este momento siempre se ha tenido de la mano con la comunidad, especialmente porque se hace una convocatoria para los guías del municipio, donde ellos han hecho parte de esta historia del legado del mejoramiento del territorio para que sea turísticamente apto, participan en las reuniones como el comité de turismo y está estructurado por el alcalde municipal como autoridad, segundo el secretario de cultura y turismo, comandante de la policía, personero municipal, está un representante del sector comercio ,un representante del sector turístico, un representante de los artesanos, un representante de las instituciones educativas y un representate de la junta de acción comunal del municipio, tenemos el comité de patrimonio hacemos unas reuniones programadas, también se crean alianzas como Cámara y Comercio y con otras entidades para que el territorio este constantemente enterado e invitado a que haga parte de las políticas del municipio en el desarrollo.

9. ¿Qué conoce a cerca del Necroturismo?

Fue algo que, por ejemplo, tu (Yury Ramírez) me estabas comentando de promover el Necroturismo como alternativa de desarrollo en este municipio de San Bernardo, me causo una buena impresión al ver que estamos en un país diverso donde el lenguaje y las diferentes formas de pensar.

Lo emana la Ley 397 donde toda persona tiene una proyección, un engranaje que nos conlleva a llevar una historia, algunos lo reconocen como turismo relacionado con la muerte, con la parte funeraria y acá casualmente hablamos de patrimonio cultural funerario, patrimonio cultural material e inmaterial tiene una connotación diferente del contexto, entonces Necroturismo es relacionado entre comillas con la muerte, con los cementerios y no es de escatimar la idea que empiecen a hablar en una terminología especial para darle otra oportunidad y otros espacios de ver el turismo en el territorio nacional, ¿porque lo digo? Porque casualmente en San Bernardo estamos trabajando en un proyecto de remodelación del cementerio que se llama el Mausoleo José Arquímedes Castro otra forma de ver, percibir y sentir la muerte, entonces detrás de este fenómeno natural que es la momificación vienen otras terminologías, otras formas de pensar, otras formas de hablar, otras formas de converger alrededor de sucesos y la Ley 397 nos lo dice, que el territorio Colombiano y las costumbres, tradiciones, pensamientos que construyen a una comunidad o que alrededor de un fenómeno o de un suceso genera identidad y chévere que están generando una identidad a través del nombre Necroturismo.

10. Según lo anterior, cree ustedes que el Necroturismo podría ser una oportunidad de desarrollo para el municipio. ¿Por qué?

El nombre Necroturismo es la forma que ustedes como estudiantes y su proyecto lo están direccionando que me parece muy bien, sí ¿porque? Por el mismo fenómeno natural que está pasando en San Bernardo, sí ¿porque? Porque actualmente hay muchas instancias, instituciones y entidades que quieren que los cementerios también sean vistos de otra forma, se llaman parque cementerios, mausoleos, hay esculturas, hay arte dentro del cementerio cuando empiezan a proyectar; casualmente la universidad Navarra de España tiene una especialización y diplomados sobre las otras formas de mostrar los museos y entre esos también caben los cementerios, casualmente nosotros vamos y visitamos algunos museos encontramos elementos antiguos y que han sido encontrados de forma arqueológica, si vamos a San Agustín allí también encontramos cuerpos momificados pero ya alterados y se está hablando de la muerte, la historia no termina después de que alguien muere sino que se genera otro suceso de investigación que fomenta la historia para que puedan hablar de esas personas que fallecieron y que hicieron patria e historia en algún momento de la vida.

José muchísimas gracias por permitirme este espacio para resolver varias dudas y por la colaboración de la entrevista que te estábamos haciendo.

Muchísimas gracias a ustedes, a la universidad, espero que un día podamos ir a visitarlos con nuestro museo itinerante y espero que les vaya muy bien y desde acá apoyamos tu propuesta porque lo que hemos trabajado en San Bernardo ya ha sido un eco internacional y nos ha dado unas respuestas muy muy positivas en todos los ámbitos sociales y culturales del territorio.

Anexo 3. Análisis

Con la entrevista realizada se evidencia que la propuesta que se quiere llevar a cabo, (necroturismo como alternativa de desarrollo turístico en el municipio de San Bernardo Cundinamarca) es trascendental para promover el turismo, debido a que posee diversos lugares que pueden ser aprovechados adecuadamente para generar un crecimiento en cuanto al turismo, teniendo en cuenta que el principal es el Museo de Momias, patrimonio cultural e histórico y que más que este fenómeno natural que está pasando en el municipio ya que es una maravilla única vista en nuestro país.