

# **Diseño de una ruta ecoturística en los municipios Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca**

Angie Katerine Sandoval Rojas  
Ingri Yineth Mendivelso García  
María Camila Valverde Velásquez

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

# **Diseño de una ruta ecoturística en los municipios Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca**

Angie Katerine Sandoval Rojas  
Ingri Yineth Mendivelso García  
María Camila Valberde Velásquez

Director  
Jorge Alexander Mora Forero

Trabajo de grado para optar al título de Hotelería y Turismo

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

## **Agradecimientos**

Queremos dar especial agradecimiento a Dios, a nuestras familias por su apoyo y fe durante estos años de estudio, a nuestro director Jorge Mora y Alvelayis Nieto por su comprensión, por los valiosos conocimientos transmitidos, la dedicación y colaboración a lo largo de nuestra formación como profesionales y finalmente en el desarrollo de nuestro trabajo de grado.

## **Resumen**

El presente trabajo es una propuesta de ruta ecoturística que se lleva a cabo en los municipios de Agua de Dios y Tocaima mediante actividades relacionadas con turismo de naturaleza, resaltando que los municipios antes mencionados cuentan con diferentes atractivos en los cuales se puede realizar las actividades planeadas. Principalmente se consideraron teorías relacionadas con turismo de naturaleza, perfil del turista, ecoturismo. En segundo lugar, la metodología que se utilizó para la investigación fue con un enfoque mixto, con instrumentos: inventario turístico, encuesta y entrevista, lo cual permitió determinar los lugares que van a conformar la ruta turística. Por último, se logró generar una propuesta de ruta ecoturística abarcando aspectos naturales de los atractivos naturales, generando consciencia a todo aquel que realice la ruta turística, resaltando la importancia del cuidado del medio ambiente.

*Palabras clave:* Turismo de Naturaleza, Ecoturismo, Ruta turística y Atractivos naturales

## **Abstract**

The present document is a proposal about an ecotouristic route. This route is in Agua de Dios and Tocaima towns through activities related with the nature tourism. The towns mentioned have different attractions where the activities planned can do with the tourist. Principally, the document considered theories related with the nature tourism, tourist profile, and ecotourism. Secondly, the methodology that document used for the investigation was a mix focus with instruments: tourist inventory, survey and interview, this gave to choose the places included in the tourist route. Finally, this document achieved a proposed ecotouristic route including aspects of the attractive natural, generating awareness for everyone that does it, the tourist route stand out the importance of environmental care.

*Keywords:* Nature Tourism, Tourist Route, Ecotourism and Natural Attractions.

## Tabla de contenidos

Introducción.....	10
1. Planteamiento del problema .....	11
1.1 Descripción del problema .....	11
1.2 Pregunta de investigación .....	11
1.3 Justificación .....	12
2. Objetivos.....	13
2.1 Objetivo general.....	13
2.2 Objetivos específicos .....	13
3. Marco de referencia.....	14
3.1 Marco teórico .....	14
3.1.1 Planificación turística.....	14
3.1.2 Ruta turística. ....	14
3.1.3 Promoción turística. ....	14
3.1.4 Perfil del turista.....	14
3.1.5 Ecoturismo. ....	15
3.1.6 Derecho ambiental. ....	15
3.1.7 Turismo alternativo.....	15
3.2 Marco conceptual.....	16
3.2.1 Destino turístico. ....	16
3.2.2 Turista. ....	16
3.2.3 Recursos naturales.....	16
3.2.4 Atractivos turísticos. ....	17
3.2.5 Turismo. ....	17
3.2.6 Turismo de naturaleza.....	17
3.2.7 Demanda turística.....	17
3.3 Marco geográfico .....	18
3.3.1 Municipio de Tocaima Cundinamarca. ....	18
3.3.2 Municipio de Agua de Dios Cundinamarca. ....	19
3.4 Marco legal .....	20

3.4.1 Ley General del turismo.....	20
3.4.2 Políticas en turismo.....	20
3.4.3 Plan sectorial del turismo.....	22
3.4.4 Normatividad turística.....	22
4. Metodología.....	23
4.1 Enfoque y método.....	23
4.1.1 Enfoque mixto.....	23
4.1.2 Tipo de investigación descriptiva.....	23
4.1.3 Método inductivo.....	24
4.1.4 Población.....	25
4.1.5. Muestra.....	25
4.2 Técnicas e instrumentos a aplicar según objetivos específicos.....	25
4.2.1 Objetivo específico N° 1.....	25
4.2.2 Objetivo específico N°2.....	26
5. Capítulo I - Caracterización de los atractivos naturales que conforman la ruta turística en Agua de Dios y Tocaima.....	27
5.1 Inventario turístico.....	27
5.2 Caracterización de los atractivos naturales.....	28
5.2.1 Inventario turístico de los atractivos naturales.....	31
5.3 Consideraciones finales.....	40
6. Capítulo II - Perfil de los visitantes potenciales en realizar la ruta turística en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.....	41
6.1 Perfil del ecoturista.....	41
6.2 Demanda ecoturística.....	42
6.3 Encuesta.....	42
6.3.1 Género.....	42
6.3.2 Ciudad de residencia.....	43
6.3.3 Edad.....	45
6.3.4 Estado civil.....	46
6.3.5 Estrato socio económico.....	47
6.3.6 Ocupación.....	48

6.3.7	Principal motivo del viaje. ....	49
6.3.8	¿Cuándo usted viaja prefiere hacerlo con? .....	50
6.3.9	Presupuesto por persona por día. ....	51
6.3.10	¿En qué fechas del año suele salir de viaje?.....	52
6.3.11	¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse? .....	53
6.3.12	¿Cuál es su medio de transporte favorito para viajar? .....	54
6.3.13	¿Qué tipo de actividades de naturaleza le gusta realizar? .....	55
6.3.14	¿Ha realizado actividades de Turismo de Naturaleza o Ecoturismo? .....	56
6.3.15	¿Cuántas veces al año realiza viajes de naturaleza?.....	57
6.3.16	Realizar una ruta turística en atractivos naturales por Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca. ....	57
6.4	Perfil del turista.....	59
6.5	Entrevista a comunidad local de los municipios.....	59
7.	Capítulo III Diseño de ruta turística a partir de los recursos naturales en los municipios de Agua de Dios y Tocaima .....	63
7.1	Ruta turística .....	63
7.2	Elementos de una ruta turística.....	63
7.2.1	Atractivo turístico.....	63
7.2.2	Superestructura.....	63
7.2.3	Infraestructura. ....	64
7.2.4	Guía turístico.....	64
7.3	Propuesta.....	64
7.4	Descripción de la ruta .....	64
7.5	Planificación del diseño de la ruta turística .....	64
7.5.1	Mercado objetivo. ....	64
7.5.2	Tendencias.....	65
7.5.3	Necesidades o motivaciones. ....	65
7.5.4	Presupuesto. ....	65
7.6	Mapa de la ruta ecoturística .....	68
7.7	Itinerario de la ruta.....	69
7.7.1	Recomendaciones.....	71

7.8 Oferta turística .....	71
7.9 Prestadores .....	77
7.10 Servicios complementarios .....	77
7.10.1 Hacienda vacacional - la regadera.....	77
7.10.2 Bosque Primario.....	79
7.10.3 Los pocitos azufrados.....	79
7.11 Servicios incluidos .....	80
7.12 No incluye.....	81
7.13 Comercialización .....	81
7.13.1 Marca.....	81
7.13.2 Nombre de la ruta.....	81
7.13.3 Slogan.....	81
7.13.4 Logo.....	81
7.13.5 Estrategias de inserción.....	82
7.13.6 Plan de publicidad.....	83
7.13.7 Relaciones públicas.....	83
7.13.8 Marketing relacional.....	83
7.14 Consideraciones finales .....	84
Conclusiones.....	85
Recomendaciones .....	88
Referencias .....	89
Anexos.....	96

## **Introducción**

El presente proyecto de investigación tuvo como objetivo elaborar una propuesta de diseño de una ruta ecoturística en los municipios de Tocaima y Agua de Dios y de esta manera permitirle al turista conocer y apreciar los recursos naturales con los que cuentan los municipios antes mencionados. De esta manera informar sobre la importancia del medio ambiente, rescatando así la historia y cultura de cada atractivo natural generando un desarrollo económico y social; inicialmente en el proyecto de investigación se realizó la caracterización de todos los atractivos naturales, a través del formato de inventario turístico.

Luego, en la segunda parte se llevó a cabo la identificación del perfil del turista y demás características importantes de los interesados en participar en la actividad turística. A través, de una encuesta realizada, la cual fue aplicada a un grupo de personas con el fin de definir a quien va dirigida la ruta ecoturística. Posterior a esto, se hizo un análisis con base en la recolección de datos, exponiendo así las características particulares que tiene el mercado objetivo. Seguido de esto, se realizó una entrevista a ciertas personas de la comunidad local donde se conoce su punto de vista al respecto a la propuesta del diseño de la ruta ecoturística.

Por último, este trabajo realizó una propuesta de diseño de la ruta ecoturística de acuerdo a los resultados anteriores, detallando aspectos relevantes como el itinerario, actividades complementarias que puede realizar allí el visitante a parte de las propuestas en la ruta. Además de esto, se realizó la imagen de la ruta turística como el logo, nombre de la ruta, slogan con el fin de ser más visibles para los turistas y la comunidad y que así sea reconocida.

## **1. Planteamiento del problema**

### **1.1 Descripción del problema**

Colombia es un país que se caracteriza por tener gran diversidad natural, lo cual resulta muy llamativo para turistas nacionales e internacionales, interesados en tener una conexión más directa con la naturaleza. En el país se pueden encontrar atractivos ya reconocidos y otros destinos los cuales no han sido explotados y son poco distinguidos hasta por sus mismos habitantes locales. Ya que los turistas se ven influenciados por otros destinos de interés con una mayor promoción y reconocimiento. Según Kayak (citado por El Espectador, 2019) en donde mencionan 5 destinos imperdibles para el ecoturismo y todos estos destinos cuentan con un reconocimiento mayor, como los Parques Nacionales Naturales.

Dentro de Colombia se encuentra el departamento de Cundinamarca, y en el que se localizan los municipios de Agua de Dios y Tocaima. Estos municipios se limitan por el Sur y el Oriente, y aunque su turismo se basa mayormente por sus fuentes naturales azufradas y museos, también poseen gran potencial natural el cual no ha sido debidamente reconocido, y denota la ausencia de prestadores turísticos. Lo que se busca es resaltar, impulsar y potenciar estos recursos naturales, los cuales poseen grandes riquezas para un desarrollo ecoturístico. Mediante la identificación de los lugares, un segmento de mercado el cual será definido por medio de encuestas, una promoción y diseño eficaz de una ruta turística.

Esta propuesta de ruta turística pretendió dar visibilidad y viabilidad al destino creando nuevas necesidades en los individuos. Como, un sitio de interés turístico para aquellos viajeros que tengan como motivación al viajar; descubrir, apreciar, nutrirse y llenarse de energía en áreas de gran valor natural salvaguardando y respetando sus recursos. Igualmente, la intencionalidad del diseño de esta ruta fue contribuir en el beneficio de un desarrollo local. Además, del aporte a prestadores de servicios turísticos y la proporción de un mayor control en la preservación de estos atractivos.

### **1.2 Pregunta de investigación**

¿Cómo diseñar una ruta ecoturística en los municipios Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca?

### **1.3 Justificación**

Los municipios Agua de Dios y Tocaima cuentan con una buena ubicación geográfica gracias a su cercanía a la capital, el deleite de sus ferias y fiestas, el fácil acceso, además de ello poseen unos maravillosos paisajes para que los turistas se acojan al lugar y puedan disfrutarlos; esto posiciona a Agua de Dios y Tocaima como municipios de interés que necesitan ser explotados y sobre todo para los turistas extranjeros que quieren tener experiencias y conexión con la naturaleza según Triana (2016). Se buscó evidenciar y resaltar los recursos naturales, potenciando los atractivos que ya posee, promocionando y ofreciendo una ruta ecoturística que reúna aspectos de interés para los turistas amantes de la naturaleza.

Así mismo, para aquellos que estén dispuestos a conocer a fondo cómo conservar el entorno, y dar un mejor desarrollo a toda la riqueza natural con la que cuentan estos municipios. Es importante mencionar que se generará beneficios a la población local, en cuanto a la economía, como lo menciona Triana (2016) que la comunidad se enfoque en una actividad económica que mejore la calidad de vida para lograr municipios impulsores económicos, sociales y culturales. Involucrar a la comunidad local a que tenga la oportunidad de hacer parte del turismo. Al igual, que los prestadores turísticos como los hoteles, los cuales tendrían una mayor demanda en su porcentaje de ocupación.

De igual manera, con la propuesta de diseño de la ruta ecoturística se buscó resaltar el turismo ecológico y enfocar a los turistas que participen en ello; según Ceballos (1992), el ecoturismo es aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin disturbar con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas. Se puede apreciar de un ambiente natural evitando daños en aquellos lugares, concientizando sobre el respeto y cuidado que se debe tener a estos. Enfocados en la importancia de preservar el medio ambiente, que las actividades se desarrollen de manera correcta y minimizar las causas que puedan generar un impacto negativo.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Proponer una ruta ecoturística a partir de los atractivos naturales en los municipios Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca teniendo en cuenta el perfil de la demanda.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Identificar los recursos y atractivos ecoturísticos en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.
- Describir el perfil de los visitantes potenciales en realizar la ruta turística en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.
- Diseñar una ruta turística a partir de los recursos naturales en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.

### **3. Marco de referencia**

#### **3.1 Marco teórico**

Mediante este marco se buscó aclarar algunas teorías y planteamientos necesarios de manera que el lector tenga una idea más clara del desarrollo de este proyecto de investigación.

##### **3.1.1 Planificación turística.**

Con respecto a la planificación turística Clarke, Godfrey y Molina, (citado por Osorio, 2006) expone de manera general como un procedimiento racional y organizado para lograr un crecimiento y desarrollo turístico. Desde otro punto de vista, Kuper (citado por Velasco, 2016) conjunto de prácticas de reflexión para la definición de medios y cursos de acción que se desarrollarán en pos de determinados objetivos con el propósito de intervenir en cierta realidad. Para Rivas (2012), es un elenco de medidas para aquellos involucrados directa o indirectamente en la actividad turística para crear, potenciar, mantener o convertir un destino turístico en un lugar competitivo, facilitando así la toma de decisiones en las partes implicadas.

##### **3.1.2 Ruta turística.**

Según Herbert (citado por Guzmán y Cañizares, 2008), el diseño de una ruta turística se basa en la construcción de la misma y en su posterior comercialización, lo cual debe de permitir poner en relación al demandante y al oferente del producto turístico. Por otra parte, Chan (citado por Zambón y Schenk, 2005), indica que una ruta turística se compone de un conjunto de locales organizados en forma de red dentro de una región determinada debe ofrecer una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma.

##### **3.1.3 Promoción turística.**

De acuerdo con Jiménez (2012), la promoción turística es una herramienta esencial para dar a conocer los productos y servicios turísticos, logrando persuadir así a los turistas potenciales. Para Palacio y Molina (2015), esta debe proporcionar conocimiento tanto de los atractivos como de la infraestructura diferenciándola de la competencia, generando confianza y credibilidad, además de intervenir en la elección del destino y en su respectiva compra. Acerenza (citado por Cárdenas, 2004), lo define como una actividad que brinda información, ventas, publicidad, relaciones públicas, persuadiendo a los clientes e involucrando así mismo el marketing.

##### **3.1.4 Perfil del turista.**

Según Pezua (citado por Domínguez, 2017), el perfil del turista consiste en analizar el comportamiento de este al visitar un destino, principalmente por el tipo de turismo que se puede realizar en el lugar, definirlo y determinar qué necesidades busca satisfacer. Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (OMT) (citado por Álvarez, 2012), menciona que cada lugar de destino recibe turistas con variedad de rasgos y perfiles ya sea en cuanto a su procedencia,

género, edad con diferentes motivos de viaje y gustos. Así mismo, Parmerlee (citado por Robleda, 2017), afirma que existen muchos componentes de mercado que se usan para poder reconocer los clientes potenciales identificando su perfil y posteriormente estableciendo como, donde y cuando es más probable que compren, con qué frecuencia y cantidad.

### **3.1.5 Ecoturismo.**

Para la sociedad de ecoturismo (citado por Brandon, 1996), lo define como el viaje que se realiza en áreas silvestres con el fin de comprender la historia y cultura del medio ambiente, sin afectar la integridad del ecosistema, velando por la conservación de los recursos naturales en beneficio de las comunidades locales. A su vez, para Nieto (2016) la agenda 21 para la industria de viajes y turismo lo definió como aquel que "satisface las necesidades de los turistas y las comunidades receptoras actuales, mientras protege y garantiza oportunidades para las generaciones futuras". Mora y Motato (2019), el ecoturismo ha logrado despertar el interés en personas que desean conocer sitios en donde no haya ningún tipo de turismo, ubicándolo en un sector en auge, surgiendo así nuevos mercados y un mayor crecimiento mundial en cuanto a la economía. Para Ceballos (citado por Bringas, 2000), es desplazarse a áreas naturales poco contaminadas, con el fin de estudiar, admirar, gozar los paisajes, su flora y fauna silvestres, como también disfrutar de cualquier manifestación cultural que se encuentre en estas áreas.

### **3.1.6 Derecho ambiental.**

Según la contraloría delegada por el medio ambiente (2015), es un conjunto de normas jurídicas que integrando un sistema normativo o subsistema normativo del ordenamiento jurídico regulan las actividades humanas para proteger el medio ambiente o la naturaleza. Así mismo también mencionan unos principios para cuyo derecho, los principios preventivos y de precaución y los principios reparadores, contaminador pagador y corrección de fuentes generadoras del año. Por otro lado, la Constitución Política de la República de Colombia (1991) en el Art 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano, la ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectar. Es deber del estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines.

### **3.1.7 Turismo alternativo.**

Ibáñez (2012), lo establece como la realización de viajes donde el turista tiene la oportunidad de participar en actividades relacionadas de contacto con la naturaleza y comunidades rurales sean indígenas o urbanas, respetando su cultura histórica y patrimonial. A su vez Mora y Motato (2019), lo definen como aquellos viajes que incluyen actividades recreativas en contacto con la

naturaleza, con un compromiso de respeto y disfrute del lugar, contribuyendo por la conservación de sus recursos naturales y culturales. Según Casillas, Moreno Y Oviedo (1995), el turismo alternativo debido a su carácter interdisciplinar, debe tener en cuenta tres políticas nacionales como lo es tener coherencia con la política medioambiental, políticas turísticas, e integrar acciones de la política de desarrollo local.

### **3.2 Marco conceptual**

Por medio de este marco se pretendió mostrar los conceptos básicos de turismo que han sido nombrados por diferentes autores resaltando algunos de ellos, así como también conceptos relacionados con dicho tema que le permitirán al lector tener una idea más clara y concisa.

#### **3.2.1 Destino turístico.**

Espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado, OMT (2002). Por otro lado, Bigné y Andreu (2000), los destinos son combinaciones de productos turísticos, que ofrecen una experiencia integrada a los turistas. Así como, Mora y Motato (2019) manifiestan que el destino turístico es un área geográfica, que se vuelve llamativo para turistas debido a todos los atractivos que posee como culturales y naturales.

#### **3.2.2 Turista.**

Según el Fondo Nacional del Turismo - Fontur (2003), es cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita. Cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino. Por otra parte, según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo – MinCIT (2011), es toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual. Permanezca en él más de 24 horas con fines de recreación y descanso o para conocer mejor el lugar que visita.

#### **3.2.3 Recursos naturales.**

Según Cabrerizo (citado por Toluca, 2018), es todo aquello que la humanidad obtiene de la naturaleza para satisfacer sus necesidades, de bienes y servicios. De manera directa (materias primas), o indirecta (recursos naturales culturales, que proporcionan servicios ecológicos, indispensables para la continuidad de la vida). Así mismo, se puede definir recurso ambiental como aquellas partes de la naturaleza, que puede proveer los bienes y servicios, requeridos por los humanos. Mather y Chapman, (1995).

#### **3.2.4 Atractivos turísticos.**

Según Rivera (citado por Toluca, 2018) lo define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico, que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista, provocando su visita, a través de flujos de desplazamientos. De acuerdo con Boullon (1985), los atractivos turísticos constituyen la materia prima, que permite que la planta turística opere. De forma semejante, Mora y Motato (2019), expresan atractivo turístico como las riquezas naturales y culturales que existen en el territorio, que forman los destinos turísticos, lo cual es uno de los principales factores que motiva a los turistas a viajar.

#### **3.2.5 Turismo.**

De acuerdo con la OMT (2002), el turismo son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros. Por otro lado, la ley 300 de 1996 define turismo como una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumplen una función social.

#### **3.2.6 Turismo de naturaleza.**

Gómez y Martínez (2009), el turismo de naturaleza gira alrededor de los atractivos naturales y destaca experiencias en relación con el descanso, la recuperación y el reencuentro de la naturaleza con el hombre. Del mismo modo, el gobierno de México por medio de la Secretaría de Fomento Turístico (SEFOTUR) citado por Mora y Ramírez (2019), indica que el turismo de naturaleza es el que se realiza sin perjudicar el medio ambiente pretendiendo promover la conservación tanto de la naturaleza como de los ecosistemas, donde se lleven a cabo las actividades de apreciación a través de la interacción con la naturaleza.

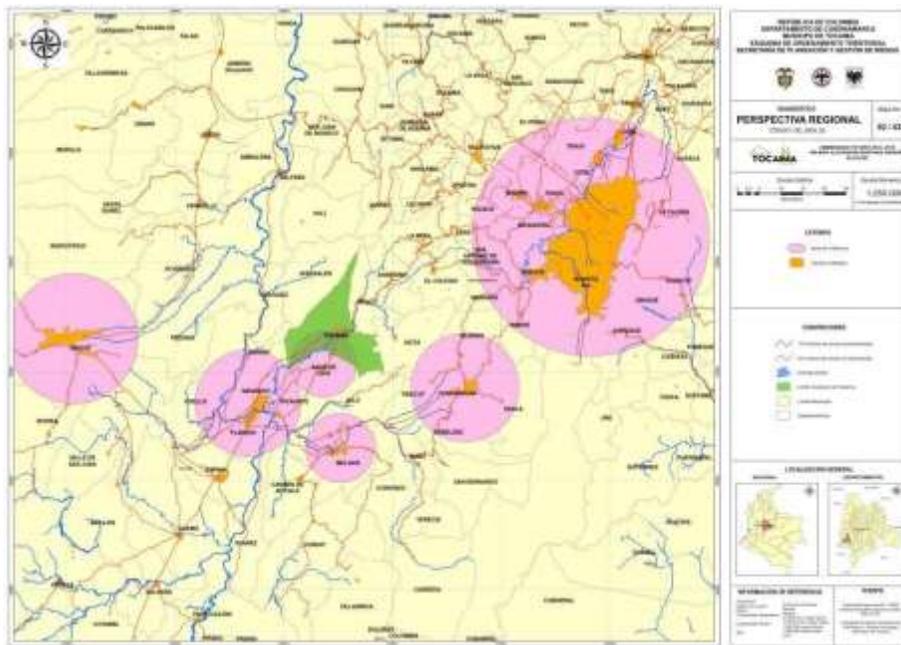
#### **3.2.7 Demanda turística.**

Madrazo (2009), define la demanda turística como consumidores potenciales que están dispuestos a disfrutar de atractivos, actividades, bienes y (o) servicios turísticos, en lugares diferentes a su lugar de trabajo o residencia. Por otra parte, Nieto (2019), expone que la demanda turística aumenta por tanto hay diferentes tipos de posibilidades como lo son las preferencias y gustos de los visitantes y la oferta productiva que brinda las comunidades locales viendo al turismo como una oportunidad de crecimiento económico y social.

### 3.3 Marco geográfico

Por medio de este marco se expuso de manera más detallada las características de cada uno de los municipios a tratar en este proyecto de investigación para conocer sobre clima, población, ubicación geográfica y demás aspectos importantes de los municipios.

#### 3.3.1 Municipio de Tocaima Cundinamarca.



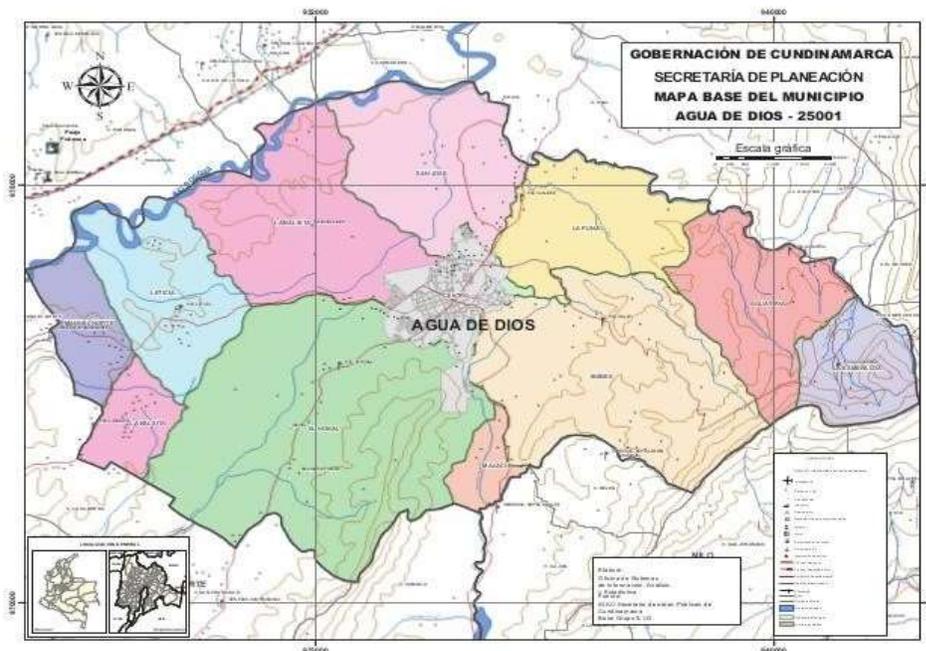
**Figura 1.** Esquema de ordenamiento territorial. Alcaldía de Tocaima (2018)

El departamento de Cundinamarca posee 116 municipios, distribuidos en 15 provincias y el distrito capital de Bogotá. Dentro de estos municipios se encuentra Agua de Dios y Tocaima.

Desde la ubicación geográfica de Tocaima según Alcaldía de Tocaima (2018) este se limita; Al norte con Jerusalén y Apulo, al sur con: Nilo, Girardot, Ricaurte y Agua de Dios, Al este: Apulo y Viotá, al oeste: Girardot, Nariño, Jerusalén. Posee una extensión de 246 Km<sup>2</sup> de los cuales 2.8 km<sup>2</sup> corresponden al área urbana y 243.2 Km<sup>2</sup> en suelo rural. La cabecera municipal cuenta con una altitud de 400 MSNM, la cual se localiza a 4 grados 26 minutos de Latitud Norte y a 74 grados 38 minutos de Longitud Oeste. Se encuentra ubicado en la cuenca baja del Río Bogotá y pertenece a la subregión natural central del valle cálido del Alto Magdalena. Cuenta con una temperatura promedio de 28 °C y una población de 18.387 habitantes hasta el año 2015. Su actividad económica se basa en el comercio de textiles y microempresas, sector agropecuario con

una producción de maíz, plátano, caña panelera, frutas cítricas, banano, guayaba, entre otras. Además del sector ganadero de aves, cerdos y cebús, también se encuentra la piscicultura con la producción de peces como cachama, mojarra y carpa en aproximadamente 300 pesetas distribuidas en veredas. Otro sector importante es la comercialización de las artesanías especialmente en chusque, choco, fique y totumo. Así mismo, el turismo juega un papel importante por su clima, aguas y barros medicinales.

### 3.3.2 Municipio de Agua de Dios Cundinamarca.



**Figura 2.** Mapa Agua de Dios. Gobernación de Cundinamarca (2013)

Según la Alcaldía de Agua de Dios (2020) el municipio limita por el oeste y el norte con Tocaima; por el este con Altamira y por el sur con Malachi y Nilo. Se encuentra ubicado en la provincia del alto magdalena, posee una latitud norte  $4^{\circ}, 22', 41''$  y longitud oeste  $74^{\circ}, 40', 26$ , cuenta con una población de 11.515 habitantes. Su economía es débil, ya que no existen industrias y es de tipo salarial es decir basada en subsidios, pensiones, y salarios de los trabajadores. El turismo se encuentra en etapa de fortalecimiento para llegar a convertirse en el fuerte económico del municipio, para así poder generar empleo y riqueza colectiva.

### **3.4 Marco legal**

El marco legal para el ejercicio del proyecto de investigación se presentó de forma inductiva, mediante los elementos normativos para el turismo.

#### **3.4.1 Ley General del turismo.**

**3.4.1.1 Ley 300 de 1996.** Artículo 1. La importancia de la industria turística. 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. La cual se rige con unos principios generales entre los cuales se encuentra la protección al ambiente, se considera que el turismo se realizará en conformidad con el desarrollo sustentable del medio ambiente.

**3.4.1.2 Ley 1558 de 2012.** Fomentar y promover el turismo, en coordinación con la Política Nacional. Velar por el adecuado manejo de los recursos naturales y del ambiente, de conformidad con la Constitución y la ley. Promover el mejoramiento económico y social de los habitantes del respectivo municipio, fomentando la industria nacional, el comercio y el consumo interno en sus territorios de conformidad con la legislación vigente para estas materias.

**3.4.1.3 Ley 99 de 1993.** Por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, con el fin de diseñar y formular la política nacional respecto al ambiente y sus recursos naturales renovables. De igual manera, establecer unas reglas y criterios a favor del ordenamiento ambiental, y así mismo asegurar su conservación y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente. Con el objeto de mitigar, impedir o eliminar el impacto de las actividades contaminantes que deterioren o destruyan el entorno o el patrimonio natural.

#### **3.4.2 Políticas en turismo.**

**3.4.2.1 Política de Turismo de Naturaleza.** Según el MinCIT (2012), consideran la conservación de la biodiversidad, el mantenimiento de un ambiente sano, la protección de las áreas ecológicas. Así como el derecho a la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre. Presentando el ecoturismo como un medio para el aprovechamiento del tiempo libre y la recreación y de esta manera promover la diversidad biológica del país haciéndolo visible social y ambientalmente.

**3.4.2.2 Política para el desarrollo del Ecoturismo.** En esta política se cita la vital importancia de la protección ambiental, debe asegurarse la viabilidad a largo plazo de los sistemas de recursos naturales del mundo, incluida su biodiversidad. Todo ser vivo depende de ellos. Adicional a esto se entiende el turismo como una actividad integradora, que bien abordada genera un aprovechamiento de los recursos que nos ofrece la naturaleza. De esta manera tanto el residente como los visitantes se concienticen en el respeto y en la racional utilización de la naturaleza.

**3.4.2.3 Política de Turismo Social.** Según el MinCIT (2009). Esta política consiste en una estrategia que busca el desarrollo y ordenamiento local de manera sostenible, brindando facilidad de acceso al turismo y recreación para todos los colombianos, en pro del gozo de su tiempo libre. Apoyando el sector mediante gestiones y planificaciones en el ámbito nacional y regional, con promoción y comercialización que ayude a la difusión de los programas y productos de turismo social que sean creados, y así mismo la creación de instrumentos de apoyo y financiación

**3.4.2.4 Política de Competitividad Turística.** MinCIT (2009). Menciona a través de esta política el objetivo de mejorar la competitividad turística de Colombia, mediante estrategias que fortalezcan la sostenibilidad de cadena de valor que aumente los ingresos nacionales, y que permitan posicionar el país es un sitio de turismo mundial. Gracias al fortalecimiento y mejora en cuanto a la calidad y formalidad en la prestación de los servicios, optimización de la seguridad turística, accesibilidad a turistas nacionales y extranjeros, capacitaciones constantes del talento humano del sector turístico, salubridad y mejora en la percepción de la imagen de los productos y servicios turísticos.

**3.4.2.5 Política de mercadeo y promoción turística.** Por medio de esta política según el MinCIT (2009), consiste en la comercialización y promoción turística a través de un estudio previo de efectividad, como la investigación de mercados generando información relevante, frente al desarrollo de paquetes turísticos innovadores, acordes a las nuevas tendencias y el mantenimiento de los ya existentes. Así como el resultado de un posible segmento de mercado rentable y atractivo de acuerdo a los gustos, intereses y preferencias de los posibles turistas.

**3.4.2.6 Política de calidad turística.** MinCIT (2016), busca optimizar las ventajas comparativas y construir ventajas competitivas, que permitan un aumento del sector turístico en el país, teniendo en cuenta el nivel de calidad en los destinos y la prestación de servicios turísticos. Con el fin de obtener buenas referencias generales por parte de los turistas en el lugar visitado, en cuanto a sus necesidades, expectativas y exigencias, además de la seguridad, protección, higiene, transparencia, autenticidad, accesibilidad, en armonía con la actividad turística.

**3.4.2.7 Política de turismo sostenible.** Por medio de esta política según el MinCIT (2020), se busca crear una visión estratégica del sector que reúna los objetivos de desarrollo económico y socio- cultural del turismo con el objetivo de proteger todo el capital natural con el que cuenta el país, el cual lo hace un destino atractivo para una gran cantidad de turistas, sabiendo que es una de sus principales fuentes de riqueza y de generación de equidad. De esta manera, esta política tiene como fin posicionar la sostenibilidad como pilar primordial para el desarrollo del turismo en el país y como un aspecto muy importante de competitividad para fortalecer el reconocimiento a nivel mundial como destino turístico sostenible.

### **3.4.3 Plan sectorial del turismo.**

De acuerdo con el Plan Sectorial Del Turismo (2018), el gobierno nacional se encargará de propiciar condiciones estructurales, que garanticen un turismo sostenible, responsable y de calidad de acuerdo con los objetivos de desarrollo sostenible. Así mismo, los lineamientos pertinentes, las competencias institucionales y misionales, que en compañía con el MinCIT y otras entidades competentes, se realizarán programas en los cuales se sensibilice a las personas, generando conciencia, respeto, conocimiento, representación y apropiación de los atractivos turísticos. Además de la promoción del turismo justo en la cadena de valor.

### **3.4.4 Normatividad turística.**

**3.4.4.1 Norma Técnica Sectorial TS 001 Destino Turístico - Área Turística.** Según el MinCIT (2014), esta norma determina los requisitos que se deben aplicar a un destino turístico o a un área turística como lo son la sostenibilidad ambiental, económica y sociocultural. Así mismo, promueve un enfoque establecido en normas de producto, y así el destino turístico o área turística evidencie que cumple con los requisitos que esta normatividad establece. En caso de que uno o varios requisitos que se expresan en esta norma técnica sectorial, no puedan ser cumplidos por causas del destino o área turística, se debe proceder a justificar técnicamente su exclusión.

## 4. Metodología

### 4.1 Enfoque y método

#### 4.1.1 Enfoque mixto.

Según Ortega (2018), la investigación mixta involucra una recopilación, análisis e interpretación de datos cualitativos y cuantitativos que sean pertinentes para tal estudio. Representa un procedimiento sistemático, empírico y crítico de la investigación en la cual se fusionan las características de cada tipo de enfoque para dar respuesta a problemas humanos. Así mismo, el enfoque mixto se distingue ya que favorece una perspectiva extensa y profunda del fenómeno que se esté estudiando, esto le permite al investigador plantear el problema con claridad y formular objetivos apropiados.

Por otro lado, Chen (citado por Sampieri, 2018), los métodos mixtos son una integración de los métodos cuantitativos y cualitativos, con el fin de obtener información más completa, los cuales pueden conservar sus estructuras originales (forma pura mixta), o ser adaptados u alterados para efectuar la investigación. Así mismo, Castro (2011) asegura que en este enfoque da relevancia a los datos cualitativos y cuantitativos, esta información se integra por medio de etapas, a veces se mezclan de manera marginal, pero los tipos de cuestiones y las inferencias que pueden ser cuantitativas o cualitativas.

Para este caso se llevó a cabo un enfoque mixto, debido a que se tomó las dos variables tanto cualitativa como cuantitativa, ya que se realizó una encuesta la cual proporcionó unos datos específicos e importantes para el desarrollo de la investigación, y por otro lado se realizó una caracterización de los atractivos que se tomaron en cuenta al momento de diseñar la ruta ecoturística.

#### 4.1.2 Tipo de investigación descriptiva.

Morales (2012), manifiesta que una investigación tipo descriptiva se basa fundamentalmente en caracterizar una situación o fenómeno, señalando su cualidad más peculiar o diferenciadora. De igual manera, la finalidad de una investigación descriptiva es comprender las situaciones, costumbres y actitudes predominantes por medio de la descripción de las actividades, objetos, procesos y personas. Se hace una recolección de datos sobre una teoría, se expone y resume de forma cuidadosa y se procede a analizar los resultados a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Abreu (2014), busca un conocimiento real a partir de la observación y el conocimiento del investigador, mediante la búsqueda de información aportada por otros autores, la cual debe ser racional con los hechos y con la disciplina metodológica. Hernández (2017), por su parte menciona que este tipo de investigación descriptiva, busca especificar características, perfiles y propiedades de un determinado grupo, personas, comunidades, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. En el cual se recolecta una información de distintas variables para posteriormente describirlas. Es importante mencionar las etapas de la investigación descriptiva según Morales (2012).

Etapas
Examinan las características del problema escogido.
Lo definen y formulan sus hipótesis.
Enuncian los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
Eligen los temas y las fuentes apropiados.
Seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos.
Establecen, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
Verifican la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
Realizan observaciones objetivas y exactas.
Describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

**Figura 3.** Etapas de la metodología descriptiva. Elaboración propia a partir de datos tomados de Morales

Para tal caso se tomó la recolección de datos, y se procedió a hacer un análisis de ellos de manera que se pueda hacer una descripción general.

#### **4.1.3 Método inductivo.**

Abreu (2014), El método inductivo observa, estudia y conoce las características tanto genéricas como comunes, que se generan para la elaboración de una propuesta, planteando un razonamiento de lo particular a lo general. Cegarra (2012), indica que este método se basa en enunciados singulares, como por ejemplo las descripciones de los resultados en las observaciones, para así poder plantear hipótesis o teorías. Adicionalmente según Dávila (2006), el método inductivo es conocido como experimental, el cual incluye una serie de pasos que consisten en: La observación, formulación de hipótesis, verificación, tesis, ley y finalmente la

teoría, la cual solo puede ser absoluta cuando el grupo a referirse es pequeño.

El presente método se aplicó en esta investigación, ya que se hizo una descripción de los resultados obtenidos, a través de todo el proceso de observación y caracterización de los atractivos, para a partir de ello construir teorías sobre lo observado.

#### **4.1.4 Población.**

Según Tamayo (2004), señala que la población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno, y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades, que participan de una determinada característica. Se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación. Para llevar a cabo el objetivo de la investigación la población seleccionada fueron los municipios de Tocaima y Agua de Dios, en los que se encuentran los atractivos naturales. Para el cuestionario fueron personas de todo el país hombres y mujeres de distintas edades y nivel socioeconómico, en cuanto a la entrevista realizada fue la comunidad local de los municipios.

#### **4.1.5. Muestra.**

Según Tamayo (2004), afirma que la muestra es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico. En este caso se tomó como muestra a los turistas, los cuales fueron 216 personas encuestadas, el cual fue no probabilístico ya que se realizó de manera virtual debido a la emergencia sanitaria presentada; y aparte de ello, en cuanto a la comunidad local, se realizó una entrevista a 3 personas de los municipios en donde expresaron su punto de vista respecto a la propuesta del diseño de la ruta ecoturística.

## **4.2 Técnicas e instrumentos a aplicar según objetivos específicos**

### **4.2.1 Objetivo específico N° 1.**

Tabla 1.

*Objetivo N° 1.*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Eje de trabajo</b>
Identificar los recursos y atractivos ecoturísticos en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.	Observación	Formato de inventario turístico	Patrimonio natural

*Nota:* Elaboración propia.

#### 4.2.2 Objetivo específico N°2.

Tabla 2.

*Objetivo N° 2.*

<b>Objetivo específico</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Eje de trabajo</b>
Describir el perfil de los visitantes potenciales, en realizar la ruta turística en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.	Encuestas	Cuestionario estructurado Entrevista	Turistas

*Nota:* Elaboración propia.

## 5. Capítulo I - Caracterización de los atractivos naturales que conforman la ruta turística en Agua de Dios y Tocaima

En el primer capítulo, se realizó una caracterización de cada uno de los atractivos naturales con los que cuenta la ruta turística, con cada uno de ellos se pretendió reunir algunos aspectos importantes como la ubicación, temperatura, fotografías de los lugares mencionados.

### 5.1 Inventario turístico

El proceso que se llevó a cabo para realizar los inventarios turísticos, registrar los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos fue basado en la metodología para la elaboración del inventario de atractivos que plantea el MinCIT (2010), lo cual permitió llevar un mejor registro de las características, e identificar aquellos recursos naturales con potencial turístico. A partir de esto se observa una clasificación de:

Sitios naturales: Los cuales contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes), y los recursos naturales (que por sus características no permiten estar agrupados), de importancia e interés para el turismo, MinCIT (2010).

Tabla 3.

*Clasificación de un inventario turístico.*

Categoría	Tipo	Componente
1. Sitio Natural	1.1 Montañas	1.1.1 Cerro 1.1.2 Alto
	1.2 Lugares de caza y pesca	1.2.1 Lugares de observación de flora y fauna 1.2.2 Reserva Natural
	1.3 Aguas Loticas	1.3.1 Cascada, catarata o salto 1.3.2 Quebrada

Nota: MinCIT (2010). Elaboración propia.

## 5.2 Caracterización de los atractivos naturales

Tabla 4.

*Caracterización de los atractivos naturales.*

Atractivo natural	Categoría	Clima	Ubicación	Accesibilidad	Características
Mana Reserva Natural	Sitio natural	Varía entre 23°C y 34°C	Ubicada en el kilómetro 4 Agua de Dios.	Acceso desde Bogotá: 1. Vía Mosquera-La Mesa. 2. vía Autopista Sur, Soacha, Granada, Sylvania, Boquerón-Fusagasugá, Melgar-Nilo en Ricaurte.	Cuenta con senderos ecológicos en bosques (tropical, seco, húmedo), avistamiento de aves, zoo criadero de mariposas, nacedero de mana dulce de 200 años, el cañón, ceibas que conllevan Chimbilacera en donde se encuentran murciélagos, puente de piedra natural, y mirador del indio Maliachi.

Quebrada La Puná	Sitio Natural	Varía entre 23°C y 34°C	Agua de Dios, entre las veredas Agua Fría y la Puna.	Acceso desde Bogotá: 1.Vía Mosquera-La Mesa-Tocaima.	Atractivo natural ideal para realizar ecoturismo cuenta con algunos pozos de agua naturales y variedad de fauna y flora.
				2.Variante Soacha-la Mesa-Tocaima	
Cerro Guacaná	Sitio Natural	Temperatura promedio de 28 °C	Tocaima	Acceso desde Bogotá: 1.Vía Mosquera-La Mesa-Anapoima 2. Variante Soacha-la Mesa-Anapoima.	Ruta ideal natural para realizar senderismo y ciclismo, se puede contemplar el maravilloso paisaje del pueblo, las piedras talladas, posee dos lagunas una cuadrada y una redonda.
Chorros de Quesada	Sitio Natural	Temperatura de menos de 20 °C	Agua de Dios	Se encuentra ubicado por la vía a Nilo y a sólo cinco minutos del municipio.	Son un nacimiento de aguas termales, el lugar cuenta con una piscina de agua natural tratada, ceibas y caracolés.

Cerro de la Cruz	Sitio Natural	Varía de 23 °C a 34 °C	Agua de Dios	Vías: 1. Bogotá-Mesitas-	Lugar ideal para realizar senderismo, jornadas de
				Tocaima-Agua de Dios 2. Vía Bogotá-Silvania-Ricaurte-Girardot-Agua de Dios 3. Vía Bogotá-La Mesa-Tocaima-Agua de Dios.	siembra de árboles, y procesiones.
Pocitos Azufrados	Sitio Natural	Temperatura promedio 27 °C.	Tocaima	Tocaima Cundinamarca, km 3 vía Jerusalén, lado derecho de la vía. 1. Vía Bogotá-Mosquera-La Mesa-Apulo.	Cuenta con un monumento prehistórico, mirador, caminata ecológica, zona de camping.

Nota: Elaboración propia.

## 5.2.1 Inventario turístico de los atractivos naturales.

### FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO MANA RESERVA NATURAL

1. GENERALIDADES							
1.1 Nombre		Mana Reserva Natural					
1.2 Departamento		Cundinamarca	1.3 Municipio		Tocaima		
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad		Vereda Belén de Marachi, Agua de Dios					
1.5 Dirección/Ubicación		Kilómetro 4 Agua de Dios - Nilo, 4°21'03.4"N 74°39'05.4"W					
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)	12 km	1.8 Tipo de Acceso					
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)	Bogotá-113 km	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1 Categoría		Sitio Natural					
2.2 Descripción		<p>Es un sitio privado muy especial para disfrutar como aula verde, la reserva es una muestra representativa del bosque original que circundaba por el Valle Alto del Río Magdalena. El cuidado y protección del Bosque seco tropical por 50 años en Mana Dulce ha acumulado una colección única de fauna y flora, lo cual ha llamado la atención de científicos Nacionales, identificando más de 200 especies de aves, 7 especies de mamíferos voladores, vegetación prístina, 2 microclimas y una fuente natural de agua.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD		PUNTAJE					
Estado de Conservación (18)		18					
Constitución del Bien (18)		15					
Representatividad General (17)		13					
Representatividad Turística (17)		15					
Subtotal		61					
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (3)		12					
TOTAL		73					
Fuente fotográfica		<a href="http://advisor.co">http://advisor.co</a>					
Diligenciado Por:		Katherine Sandoval, Camila Valverde e Ingrid Mendiveiso			Fecha		24/8/2020



Figura 4. Inventario Turístico: Mana Reserva Natural. Autoría propia.

Tabla 5.

*Información complementaria Mana Reserva Natural.*

Información complementaria del atractivo	
 <p><b>Figura 5.</b> Mana Reserva Natural. Tripadvisor (2020)</p>	 <p><b>Figura 6.</b> Cueva de la Chimbilacera. La guía Cundinamarca (2020)</p>
 <p><b>Figura 7.</b> Mana Reserva Natural. Tripadvisor (2020)</p>	 <p><b>Figura 8.</b> Bosque seco. Tripadvisor (2020)</p>

*Nota:* Autoría propia.

**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO  
CERRO GUACANÁ**

1. GENERALIDADES											
1.1 Nombre		Cerro Guacaná									
1.2 Departamento		Cundinamarca		1.3 Municipio		Tocaima					
1.4 Administrador o Propietario				Administración Municipal							
1.5 Dirección/Ubicación				3 Km vía Tocaima - Jerusalén							
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)		12 km		1.8 Tipo de Acceso							
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)		Bogotá-113 km		Terrestre		X					
				Acuático		Féreo					
						Aéreo					
2. CARACTERÍSTICAS											
2.1 Categoría		Sitio Natural									
2.2 Descripción		Código: 2.1.13.1									
Desde su cerro se puede apreciar la bella vista del paisaje, un hermoso panorama de los valles de los ríos Bogotá y Magdalena, se encuentran dos lagunas una de forma cuadrada y otra de forma redonda; Fue asentamiento de los indígenas Panches y allí se encuentran rocas grabadas por ellos en rocas.											
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN											
CALIDAD								PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)								18			
Constitución del Bien (18)								18			
Representatividad General (17)								15			
Representatividad Turística (17)								17			
Subtotal								68			
SIGNIFICADO											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)								6			
TOTAL				74							
Fuente fotográfica				wikiloc							
Diligencio Por:		Katherine Sandoval, Camila Valverde e Ingrid Mendiveiso				Fecha		24/8/2020			

**Figura 9.** Inventario Turístico: Cerro Guacaná. Autoría propia.

Tabla 6.

*Información complementaria Cerro Guacaná.*

Información complementaria del atractivo	
	
<p><b>Figura 10.</b> Piedra tallada. Apulo blogs (2020)</p>	<p><b>Figura 11.</b> Piedra tallada. Apulo blogs (2020)</p>



**Figura 12.** Piedra tallada. Apulo blogs (2020)



**Figura 13.** Cerro Guacaná. Apulo blogs (2020)

**Cerro Guacaná:** Es un importante y reconocido cerro el cual rodea al municipio, va desde el municipio de Tocaima hasta el municipio de Quipile, desde su alto se divisa una hermosa vista de Tocaima, Jerusalén, Apulo, es importante mencionar que también se puede observar el espectacular Nevado del Ruiz; según cuenta la leyenda, está sostenido sobre dos columnas de oro. Según la historia allí habitaba la tribu de los Panches el cual era un grupo indígena, y el sitio obtiene este nombre gracias a la hija del cacique llamada princesa Guacaná; en él hay talladas piedras con símbolos y jeroglíficos que los hacen únicos en el mundo.

*Nota:* Autoría propia.

**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO  
QUEBRADA LA PUNA**

1. GENERALIDADES							
1.1 Nombre		Quebrada La Puna					
1.2 Departamento		Cundinamarca	1.3 Municipio		Agua de Dios		
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad		Agua fría y la Puna					
1.5 Dirección/Ubicación							
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)	12 km	1.8 Tipo de Acceso					
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)	Bogotá-	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1 Categoría		Sitio Natural					
2.2 Descripción		Pertenece a la Subcuenca del Río Bogotá, la cual a su vez corresponde a la Cuenca del Río Magdalena, en su recorrido le tributan las Quebradas Gallinaza, La Ortiz, La Chorra e Ibáñez					
							
3. PUNTAJES DE VALORACION							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)				15			
Constitución del Bien (18)				16			
Representatividad General (17)				17			
Representatividad Turística (17)				16			
		Subtotal		64			
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6			
		TOTAL		70			
		Fuente fotográfica		Alcaldía de Agua de Dios			
Diligenciado Por:		Katherine Sandoval, Camila Valverde e Ingrid Mendivelso			Fecha		24/8/2020

**Figura 14.** Inventario Turístico: Quebrada la Puna. Autoría propia.

Tabla 7.

*Información complementaria Quebrada la Puna*

Información complementaria del atractivo	
	<p><b>Quebrada la Puna:</b> Las quebradas Arrayanas y La Puna están ubicadas en la vereda la Puna, Cuando transportan agua no sólo se utilizan para el uso doméstico sino también para uso turístico ya que se cuenta con algunos pozos naturales.</p>
<p><b>Figura 15.</b> Quebrada la Puna. Amigos de la Puna (2020)</p>	

*Nota:* Autoría propia.

**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO  
CHORROS DE QUESADA**

1. GENERALIDADES											
1.1 Nombre				Chorros de Quesada							
1.2 Departamento				Cundinamarca	1.3 Municipio		Agua de Dios				
1.4 Corregimiento, Vereda o Locidad				Los chorros							
1.5 Dirección/Ubicación				Kilometro 15 Via Agua de Dios - Nilo							
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)		12 km	1.8 Tipo de Acceso								
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)		Bogotá-125km	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo				
2. CARACTERÍSTICAS											
2.1 Categoría				Sitio Natural							
2.2 Descripción				Código: 2.11.1.1.							
<p>Sus ceibas majestuosas y sus canchales conforman un paisaje en donde el turista puede recrear la vista. Se encuentra una piscina de agua natural tratada, nacimiento de aguas termales, con una temperatura de menos de 20 °C Este sitio fue declarado patrimonio histórico y cultural, las fuentes termales Los Chorros y los Chorros II. Está clasificada entre las 5 mejores aguas medicinales del país.</p>											
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN											
CALIDAD								PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)								18			
Constitución del Bien (18)								16			
Representatividad General (17)				16							
Representatividad Turística (17)				15							
Subtotal				65							
SIGNIFICADO											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6							
TOTAL				71							
Fuente fotográfica				Detrips.com							
Diligenciado Por:				Katherine Sandoval, Camila Valverde e Ingrid Mendiveiso		Fecha		24/8/2020			

**Figura 16.** Inventario Turístico: Chorros de Quesada. Autoría propia.

Tabla 8.

*Información complementaria Chorros de Quesada.*

Información complementaria del atractivo	
	
<p><b>Figura 17.</b> Termales. Ruta De viaje Lion (2020)</p>	<p><b>Figura 18.</b> Chorros de Quesada. Colombia travel &amp; vacations group (2020)</p>

**Chorros de Quesada:** El lugar cuenta con una piscina de agua natural tratada, restaurante y cancha de tejo. Se encuentra ubicado por la vía a Nilo y a sólo cinco minutos del municipio. Las aguas termales de Chorros de Quesada en Agua de Dios están clasificadas como una de las 5 mejores aguas medicinales del país.

Nota: Autoría propia.

**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO  
CERRO DE LA CRUZ**

1. GENERALIDADES							
1.1 Nombre		Cerro de la Cruz					
1.2 Departamento		Cundinamarca		1.3 Municipio		Agua de Dios	
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5 Dirección/Ubicación							
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)		12 km		1.8 Tipo de Acceso			
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)		Bogotá-125km		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	Ferreo	Aéreo
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1 Categoría		Sitio Natural					
2.2 Descripción							
un sitio emblemático de Agua de Dios, se levantan árboles legendarios adornando el paisaje del Cerro de la Cruz las aves van alegres trinando cual canarios volando por el cielo perdiéndose en lo azul.							
							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)				17			
Constitución del Bien (18)				17			
Representatividad General (17)				15			
Representatividad Turística (17)				17			
Subtotal				66			
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6					
TOTAL				72			
Fuente fotográfica		Alcaldía municipal Agua de Dios					
Diligenciado Por:		Katherine Sandoval, Camila Vaberde e Ingrid Mendivelso				Fecha	24/8/2020

**Figura 19.** Inventario Turístico: Cerro de la cruz. Autoría propia.

Tabla 9.

## Información complementaria Cerro de la cruz

Información complementaria del atractivo	
	<p><b>Cerro de la cruz:</b> Es un punto turístico famoso por la procesión al cerro que se lleva a cabo cada viernes santo en Agua de Dios, propio y turistas, suben al cerro por el lado de la balastera y bajan por el lado de los Chorros, una caminata que resulta muy gratificante.</p>

**Figura 20.** Inventario Turístico: Cerro de la cruz. Autoría propia.

**FORMATO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIO TURISTICO  
LOS POCITOS AZUFRADOS**

1. GENERALIDADES	
1.1 Nombre	Los pocitos azufrados
1.2 Departamento	Cundinamarca
1.3 Municipio	Tocaima
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad	Tocaima Cundinamarca
1.5 Dirección/Ubicación	Kilómetro 3, vía Jerusalén Tocaima Cundinamarca
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)	
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)	Bogotá - 125 km
1.8 Tipo de Acceso	Terrestre X Acuático Férreo Aéreo
2. CARACTERISTICAS	
2.1 Categoría	Sitio Natural
2.2 Descripción	Los pocitos Azufrados de Tocaima, son yacimientos de agua natural, azufrada y medicinal que gozan de grandes beneficios para la salud, desde la época precolombina eran conocidas las propiedades curativas de estas maravillosas aguas que brotan de las entrañas de la tierra cuyo objetivo era la sanación de las personas que buscaban ayuda. Esta tradición se ha mantenido a través de los tiempos, no en vano esta noble e hidalga villa de San Dionicio de los Caballeros de Tocaima, es conocida como «Ciudad Salud de Colombia».
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (18)	17
Constitución del Bien (18)	17
Representatividad General (17)	16
Representatividad Turística (17)	16
Subtotal	66
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12
TOTAL	78
Fuente fotográfica	<a href="http://www.pocitosazufrados.com.co">www.pocitosazufrados.com.co</a>
Diligenciado Por:	Katherine Sandoval, Camila Valverde e Ingrid Mendiveiso
Fecha	24/8/2020



**Figura 21.** Inventario Turístico: Los pocitos azufrados. Autoría propia.

Tabla 10.

*Información complementaria Los pocitos azufrados*

Información complementaria del atractivo	
	
<p><b>Figura 22.</b> Caminata. Los pocitos azufrados de Tocaima. (2020)</p>	<p><b>Figura 23.</b> Monumento prehistórico. Los pocitos azufrados de Tocaima. (2020)</p>
	
<p><b>Figura 24.</b> Los pocitos azufrados. Tripadvisor (2020)</p> <p><b>Pocitos Azufrados:</b> Sitio turístico muy reconocido en Tocaima, es un centro recreacional que cuenta con un espacio para caminata ecológica guiada por expertos. Conoce el verdadero color de la naturaleza y llénate de ese espíritu de salud y bienestar con los colores que solo ella te brinda. Entre otras atracciones.</p>	

### **5.3 Consideraciones finales**

Según lo anterior, en los municipios de Agua de Dios y Tocaima se evidencio un gran potencial natural, en el que se encontraron varios atractivos en donde se pueden realizar diversas actividades de interés para los turistas y los mismos habitantes locales. Estos sitios son poco conocidos, ya que su promoción es escasa pero que debidamente impulsados y comercializados, pueden darse a conocer aún más, obteniendo desarrollo y crecimiento económico en la población. Además de un interés en la conservación y cuidado de los sitios, por parte de la comunidad y los prestadores de servicios turísticos.

## **6. Capítulo II - Perfil de los visitantes potenciales en realizar la ruta turística en los municipios de Agua de Dios y Tocaima**

El siguiente capítulo, tuvo como fin conocer con exactitud el perfil del turista que estaría interesado en realizar la ruta turística por Agua de dios y Tocaima, para ello se realizó una encuesta que fue aplicada a varias personas, con el objetivo de conocer características importantes que tiene la persona interesada y definir a quién va dirigida la ruta turística.

### **6.1 Perfil del ecoturista**

Según la clasificación de Lindbergh (citado por Jiménez, 2013), se puede identificar varios tipos de turistas:

- a. Turistas de corazón: como científicos, investigadores, o viajeros quienes participan en tours con una motivación y finalidad científica, ambientalista o educativa.
- b. Turistas dedicados: son aquellos que están interesados en realizar viajes en áreas naturales protegidas, con finalidad de aprender y enriquecerse de conocimiento de la historia natural del lugar.
- c. Turistas casuales: aquellos turistas que visitan el lugar porque el atractivo se encuentra incluido en un itinerario general.

Para Jiménez (2013), estos tipos de turistas no son algo absoluto o concreto, ya que una persona puede encajar en varias categorías en ocasiones diferentes, lo cual es importante al momento de elaborar paquetes ecoturísticos ya que tienen diferentes tipos de expectativas y exigencias. Por otro lado, según Nel.lo y Llanes (2016), plantean que el perfil del ecoturista es una persona que generalmente cuenta con estudios, educación, es curiosa, y activa. Habitualmente se interesa por investigar y tener conocimiento previo del lugar que visita, ya que desea conocer lo nuevo, y experimentar un intercambio cultural. Este tipo de turistas prefieren un servicio personalizado y de calidad, busca la libertad y la exclusividad, prefieren los grupos pequeños y guías especializados.

## 6.2 Demanda ecoturística

Según Jiménez (2013), para la promoción y comercialización del ecoturismo se debe tener en cuenta cuatro grupos de demanda turística:

- a. Viajeros de naturaleza, personas que se sienten atraídas por la historia de un área o lugar natural como los ecologistas, caminantes quienes podrían ser un segmento potencial para el ecoturismo.
- b. Viajeros especializados, quienes tienen mayor cultura y conocimiento ecoturístico.
- c. Viajeros no vacacionistas, aquellas personas que se dirigen a congresos, negocios, seminario u asuntos de trabajo.
- d. Pensionados y adultos mayores, quienes se han venido convirtiendo en clientes potenciales del ecoturismo, en su mayoría extranjeros.

## 6.3 Encuesta

El formato de la encuesta aplicada se podrá encontrar en el Anexo.

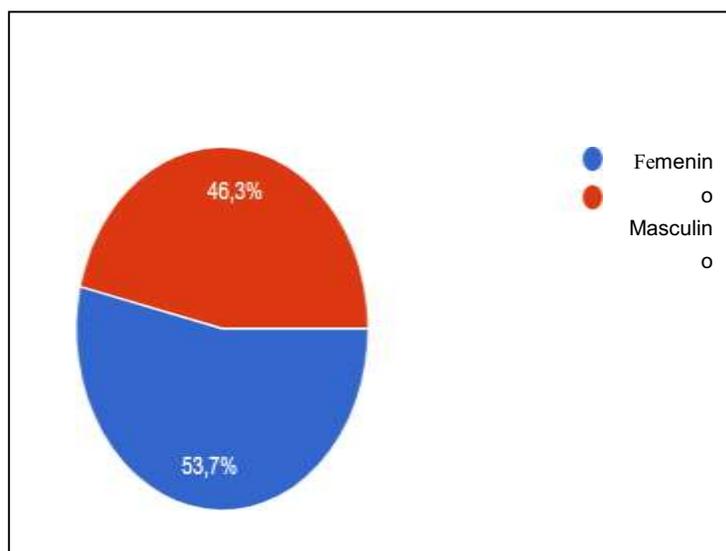
### 6.3.1 Género.

Tabla 11.

*Perfil del turista - Género.*

Perfil del turista		
Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Femenino	116	53,7%
Masculino	100	46,3%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 25.** Perfil del Turista. Género. Elaboración propia.

El tamaño de la muestra de la encuesta realizada fue de 216 personas, que de acuerdo con las estadísticas se evidencio un porcentaje del género femenino del 53,7%, frente a un 46,3% del género masculino con una diferencia de 7,4%. Estos datos concluyen un interés mayor por parte del género femenino hacia el ecoturismo y sus actividades, en cuanto al género masculino probablemente tengan como prioridad o preferencia otro tipo de turismo al viajar.

### 6.3.2 Ciudad de residencia.

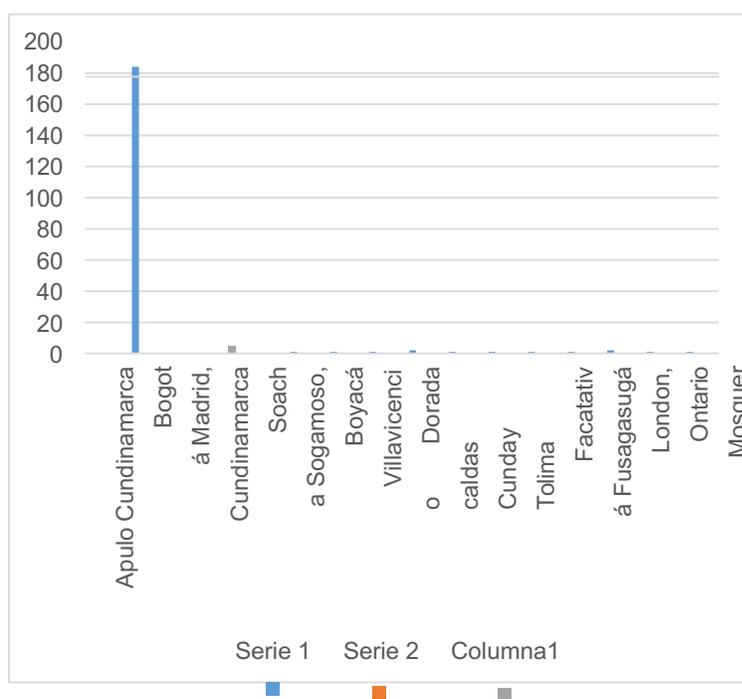
Tabla 12.

*Perfil del turista – ciudad de residencia*

Perfil del turista		
Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Apulo Cundinamarca	2	0,9 %
Bogotá	184	85%
Madrid, Cundinamarca	4	1,8%
Soacha	8	3,7%
Sogamoso, Boyacá	5	2,3%

Villavicencio	1	0,5%
Dorada caldas	1	0,5%
Cunday Tolima	1	0,5%
Facatativá	2	0,9 %
Fusagasugá	1	0,5%
London, Ontario	1	0,5%
Mosquera	1	0,5%
México	1	0,5%
Paraguay	2	0,9 %
Rosario	1	0,5%
Tenjo	1	0,5%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 26.** Perfil del turista. Lugar de procedencia. Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, los turistas provenientes de Bogotá son quienes más se interesan por el ecoturismo con un porcentaje del 85%, ya que probablemente desean más tranquilidad o acercamiento con la naturaleza, además de realizar actividades diferentes de las que suelen hacer en la ciudad.

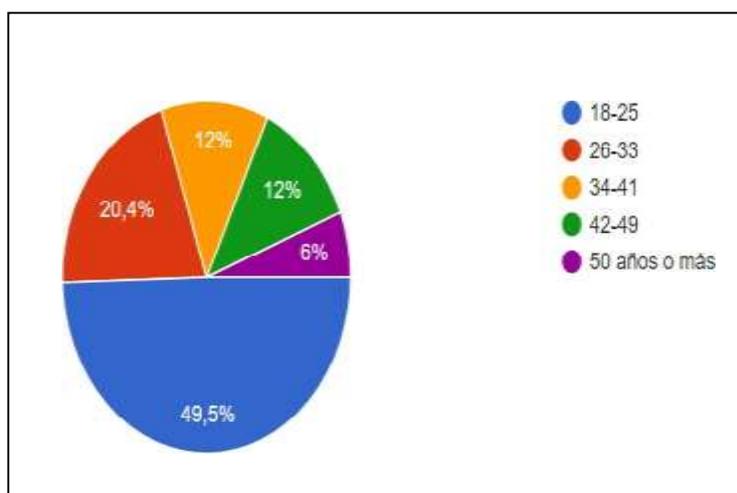
### 6.3.3 Edad.

Tabla 13.

*Perfil del turista - Edad*

Perfil del turista		
Variable	N° de encuestados	Porcentaje
De 18 a 25 años	107	49,5%
De 26 a 33 años	44	20,4%
De 34 a 41 años	26	12%
De 42 a 49 años	26	12%
50 años o más	13	6%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 27.** Perfil del turista. Edad. Elaboración propia.

Mediante los resultados de esta estadística se concluyó que, el 49,5% de los jóvenes entre los 18 y 25 años son quienes más están interesados en actividades referentes a la naturaleza, como conocer, explorar, educarse y enriquecer su conocimiento. Seguido por las personas con un rango

de edad entre los 26 a 33 años que corresponde al 20,4%. El 12% de la población encuestada hace referencia a un rango de 34 a 41 años, lo cual empata con otro 12 % de personas entre los 42 a 49 años, el restante de la población corresponde a un 6% con edades entre 50 años o más.

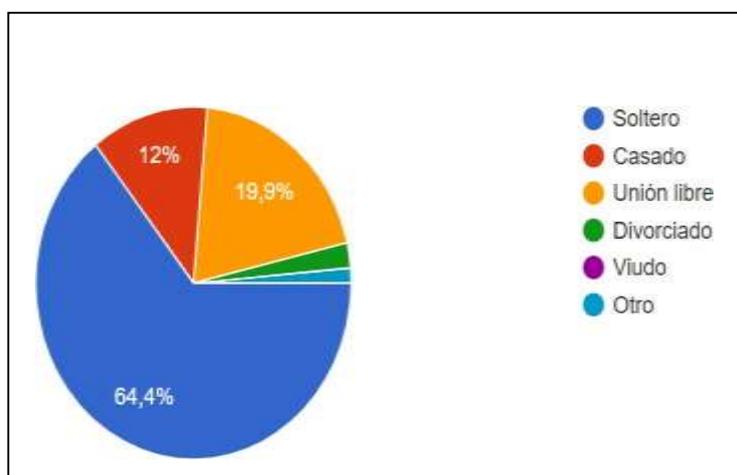
#### 6.3.4 Estado civil.

Tabla 14.

*Perfil del turista – Estado civil*

Perfil del turista		
Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Soltero	139	64,4%
Casado	26	12%
Unión libre	43	19,9%
Divorciado	5	2,3%
Viudo	0	0%
Otro	3	1,4%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 28.** Perfil del turista. Estado civil. Elaboración propia.

A Partir de los resultados, se evidencio la preferencia del turismo de naturaleza y ecoturismo por parte de las personas que son solteras correspondientes al 64.4% de la muestra, seguido del 19.9% quienes se encuentran en unión libre, el 12% son aquellos quienes están casados y el otro

porcentaje de 3,7% corresponde a las personas, divorciadas, viudas u otro estado civil.

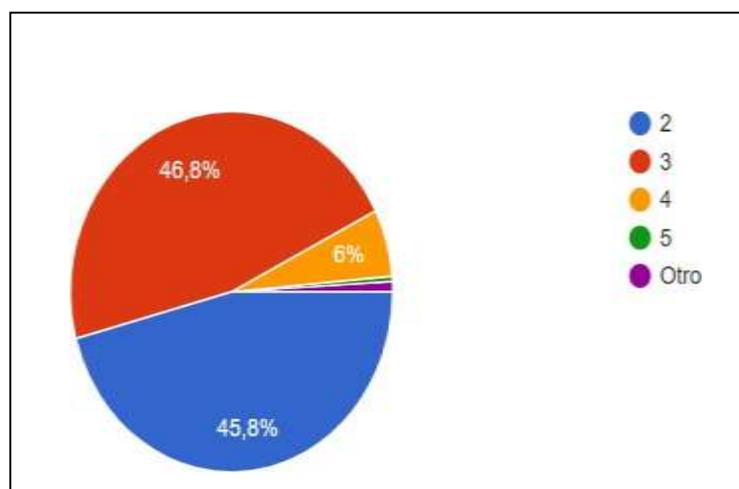
### 6.3.5 Estrato socio económico.

Tabla 15.

*Perfil del turista – Estrato socioeconómico*

Perfil del turista		
Variable	N° de encuestados	Porcentaje
2	99	45,8%
3	101	46,8%
4	13	6%
5	1	0,5%
Otro	2	0,9%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 29.** Perfil del turista. Estrato socioeconómico. Elaboración propia.

Las personas con mayor interés en realizar ecoturismo, son aquellas que se encuentran en un estrato 3 correspondiente al 46,8% de la muestra, seguido de las personas de estrato 2 con un porcentaje de 45,8 % con una diferencia mínima de 1%. El 6 % hace parte de las personas de estrato 4, y el porcentaje restante del 1.4% corresponde al estrato 5 u otro.

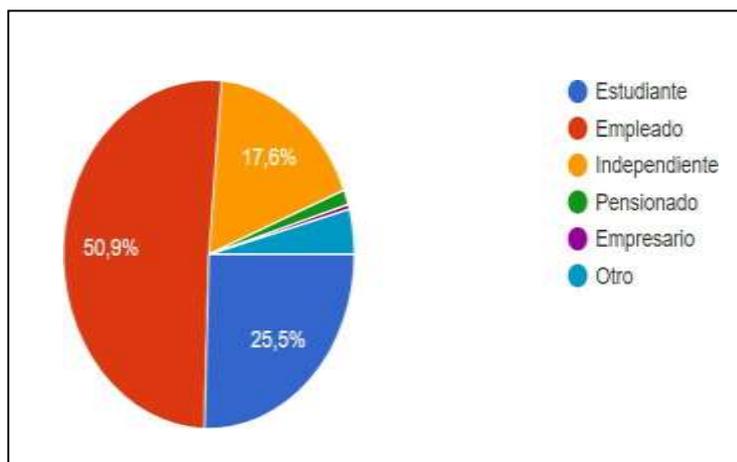
### 6.3.6 Ocupación.

Tabla 16.

*Perfil del turista – Ocupación*

Perfil del turista		
Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Estudiante	55	25,5%
Empleado	110	50,9%
Independiente	38	17,6%
Pensionado	3	1,4
Empresario	1	0,5%
Otro	9	4,2%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 30.** Perfil del turista. Ocupación. Elaboración propia.

De acuerdo con las cifras obtenidas, el 50,9% de las personas que están empleadas en una empresa, son quienes más se interesan al realizar estas actividades de ecoturismo, aprovechando su tiempo de esparcimiento o gozo del tiempo libre. El 25,5% corresponde a la variable de estudiantes, el 17,6 % de los encuestados hacen parte de aquellos quienes tienen una ocupación como independiente. El restante 6% de la muestra hace parte de las variables de pensionados, empresarios u otro.

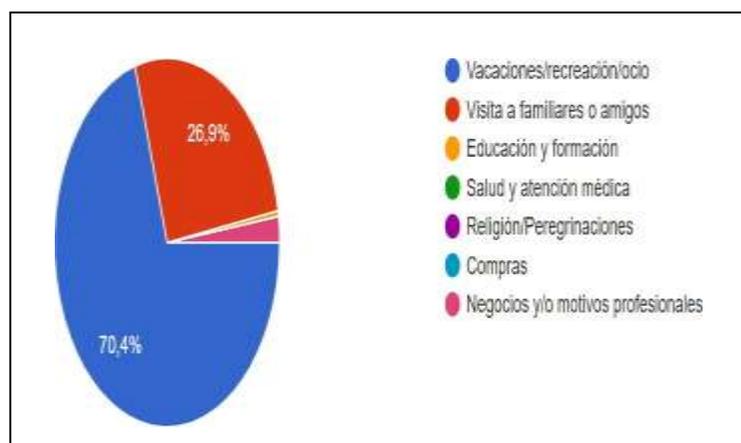
### 6.3.7 Principal motivo del viaje.

Tabla 17.

*Motivo del viaje*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Vacaciones/recreación/ocio	152	70,4%
Visita a familiares o amigos	58	26,9%
Educación y formación	1	0,5%
Salud y atención médica	0	0
Religión/Peregrinaciones	0	0%
Compras	0	0%
Negocios y/o motivos profesionales	5	2,3%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 31.** Perfil del turista. Motivo de viaje. Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 70,4% de las personas generalmente viajan con motivos de vacaciones, recreación u ocio, deseando cambiar su ambiente habitual, relajarse, escapar del estrés de la ciudad, divertirse y conocer. El 26,9% de la muestra viajan por motivos de visita a familiares o amigos frente al 2,7% quienes hacen parte de las personas que viajan por motivos de negocios o motivos profesionales.

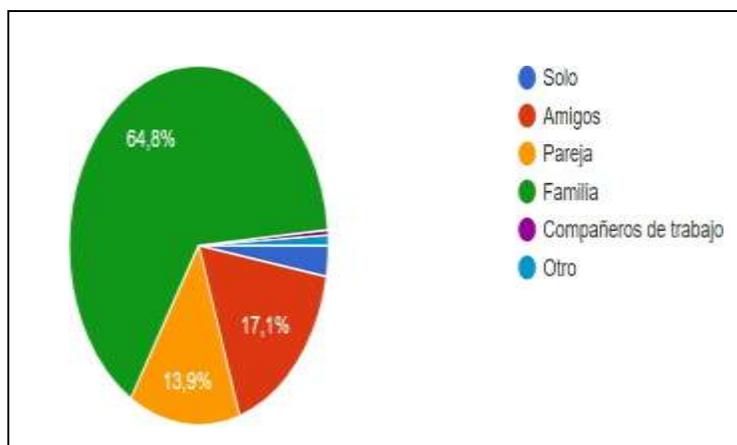
### 6.3.8 ¿Cuándo usted viaja prefiere hacerlo con?

Tabla 18.

*¿Cuándo usted viaja prefiere hacerlo con?*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Solo	6	2,8%
Amigos	37	17,1%
Pareja	30	13,9%
Familia	140	64,8%
Compañeros de trabajo	1	0,5%
Otro	2	0,9%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 32.** Perfil del turista. ¿Cuándo usted viaja prefiere hacerlo con? Elaboración propia.

El 64,8% de las personas al viajar prefieren hacerlo junto con su familia ya que desean vivir experiencias distintas u obtener recuerdos gratos con sus seres queridos, padres, hermanos, sobrinos, esposa e hijos. El 17,1% prefieren hacerlo con sus amigos, el 13,9% lo hacen junto con su pareja, el otro porcentaje restante corresponde a quienes prefieren viajar solos, con compañeros de trabajo u otro grupo de acompañantes.

### 6.3.9 Presupuesto por persona por día.

Tabla 19.

*Presupuesto por persona.*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Menos de \$100.000COP	81	37,5%
De \$101.000COP a \$300.000COP	98	45,4%
De \$301.000COP a \$500.000COP	20	9,3%
Más de \$501.000COP	17	7,9%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 33.** Perfil del turista. Presupuesto por persona. Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 45,4% de las personas suelen gastar un rango de dinero entre \$101.000 a \$300.000 pesos por persona y por día durante un viaje, en sus gastos pueden incluir comida, hospedaje, y actividades recreativas entre otras. El 37,5% gastan menos

de \$100.000 pesos durante el viaje por persona y por día, por otro lado, el 9,3% gastan entre \$301.000 a \$500.000 y el 7,9% gasta más de \$501,000.

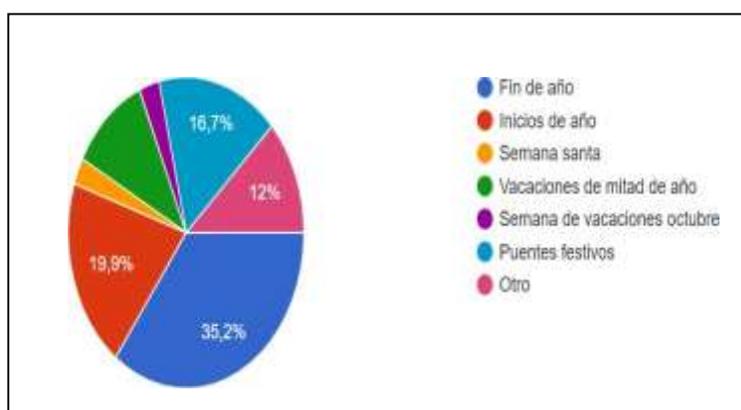
### 6.3.10 ¿En qué fechas del año suele salir de viaje?

Tabla 20.

*¿En qué fechas del año suele salir de viaje?*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Fin de año	76	35,2%
Inicios de año	43	19,9%
Semana santa	6	2,8%
Vacaciones de mitad de año	23	10,6%
Semana de vacaciones Octubre	6	2,8%
Puentes festivos	36	16,7%
Otro	26	12%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 34.** Perfil del turista. ¿En qué fechas del año suele salir de viaje? Elaboración propia.

Según los datos, se puede identificar que el 35,2% de las personas suelen salir de viaje mayormente durante el fin de año, ya que programan sus vacaciones en estas fechas debido a las festividades que se celebran en esta época del año. El 19,9% viajan a inicios de año frente al 16,7% quienes viajan en puentes festivos, el otro 12% viajan en otra época del año, mientras que el porcentaje restante del 16,2% viaja en vacaciones de mitad de año, semana santa y vacaciones de la semana de octubre.

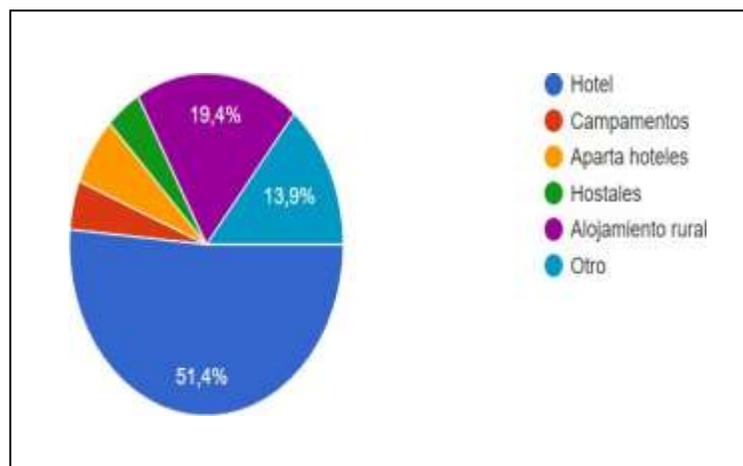
### 6.3.11 ¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?

Tabla 21.

*¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Hotel	111	51,4%
Campamentos	10	4,6%
Aparta hoteles	14	6,5%
Hostales	9	4,2%
Alojamiento rural	42	19,4%
Otro	30	13,9%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 35.** Perfil del turista. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse? Elaboración propia.

Según los resultados se puede evidenciar que el 51,4% de las personas prefieren hospedarse en hoteles ya sea por seguridad, comodidad, alimentación, o porque vienen incluidos en algún servicio turístico adquirido. El 19,4% se hospedan en alojamientos rurales frente al 13,9% quienes prefieren pernoctar en otro tipo de alojamiento, el porcentaje restante correspondiente al 15,3% perteneciente a las variables de aparta hoteles, hostales, y campamentos.

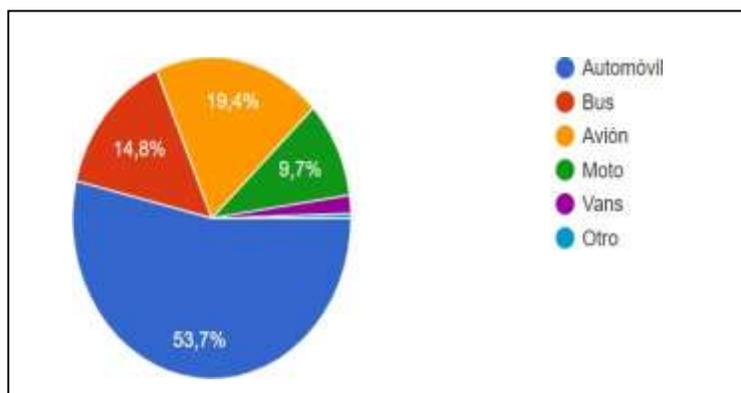
### 6.3.12 ¿Cuál es su medio de transporte favorito para viajar?

Tabla 22.

*Medio de transporte favorito para viajar*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Automóvil	116	53,7%
Bus	32	14,8 %
Avión	42	19,4%
Moto	21	9,7%
Vans	4	1,9%
Otro	1	0,5%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 36.** Perfil del turista. ¿Cuál es su medio de transporte preferido para viajar?

Elaboración propia.

Según las estadísticas, el medio de transporte preferido por las personas al viajar es el automóvil con un 53,7%, por la comodidad, disposición y escogencia de la ruta en cuanto a paradas y tiempo. El 19,4% pertenece a quienes prefieren viajar en avión en comparación con el 14,8% de las personas que viajan en bus, el otro 9,4% prefiere como medio de transporte la moto y el porcentaje restante del 2,4% prefiere viajar en vans u otro medio.

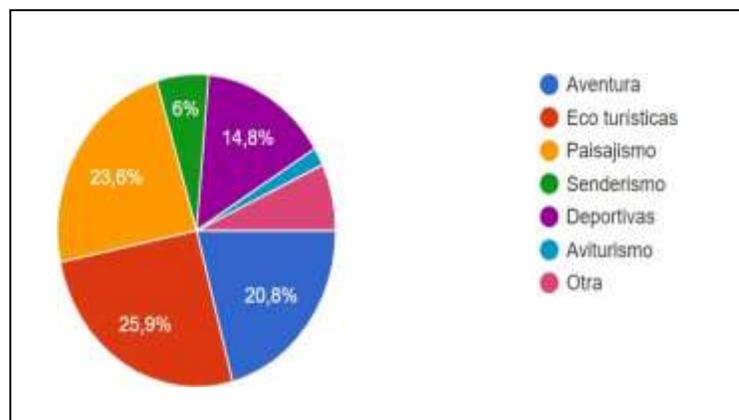
### 6.3.13 ¿Qué tipo de actividades de naturaleza le gusta realizar?

Tabla 23.

*¿Qué tipo de actividades de naturaleza le gusta realizar?*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Aventura	45	20,8%
Ecoturísticas	56	25,9%
Paisajismo	51	23,6%
Senderismo	13	6%
Deportivas	32	14,8%
Aviturismo	4	1,9%
Otro	15	6,9%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 37.** Perfil del turista. ¿Qué tipo de actividades de naturaleza le gusta realizar?

Elaboración propia.

Según los resultados, se evidencia que el 25,9% de los turistas prefieren realizar actividades ecoturísticas al momento de viajar. El 23,6% realiza paisajismo frente al 20,8% de las personas quienes realizan turismo de aventura, por otro lado, el 14,8% le gusta realizar actividades deportivas, el 6% prefiere realizar actividades como senderismo al viajar, el porcentaje restante prefiere hacer otro tipo de actividades y aviturismo.

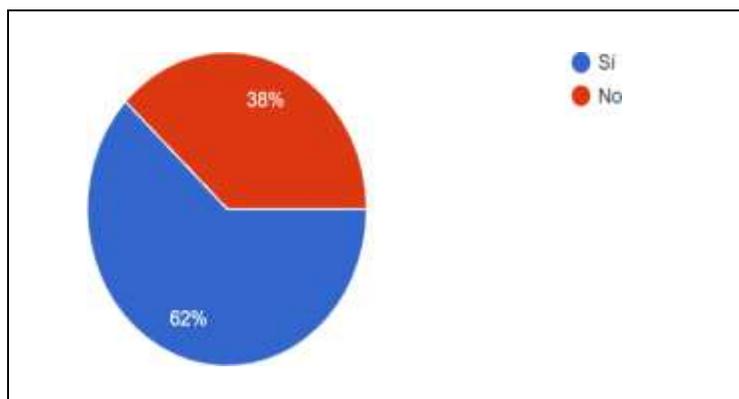
### 6.3.14 ¿Ha realizado actividades de Turismo de Naturaleza o Ecoturismo?

Tabla 24.

*¿Ha realizado actividades de Turismo de Naturaleza o Ecoturismo?*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Si	134	62%
No	82	38%

Nota: Elaboración propia.



**Figura 38.** Perfil del turista. ¿Ha realizado actividades de turismo de Naturaleza o ecoturismo?

Elaboración propia.

Se puede evidenciar que el 62% de las personas, han realizado en algún momento de sus viajes actividades relacionadas con el ecoturismo, frente al 38% de la muestra quienes aseguran que no han realizado actividades de naturaleza o ecoturismo.

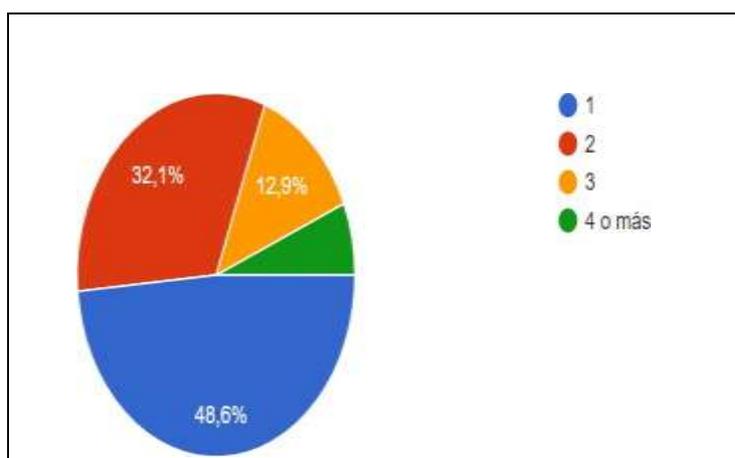
### 6.3.15 ¿Cuántas veces al año realiza viajes de naturaleza?

Tabla 25.

*¿Cuántas veces al año realiza viajes de naturaleza?*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
1	68	48,6%
2	45	32,1%
3	18	12,9%
4 o más	9	6,4%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 39.** Perfil del turista. ¿Cuántas veces al año realiza viajes de naturaleza? Elaboración propia.

A Partir de los datos obtenidos, se evidencia que el 48,6% de las personas realizan viajes ecoturísticos una vez en su estadía, aunque esto puede variar. El 32,1% hace este tipo de viajes dos veces en el año, frente al 12,9% quienes realizan estos viajes 3 veces al año. El porcentaje restante correspondiente al 6,4% realizan viajes de naturaleza 4 o más veces.

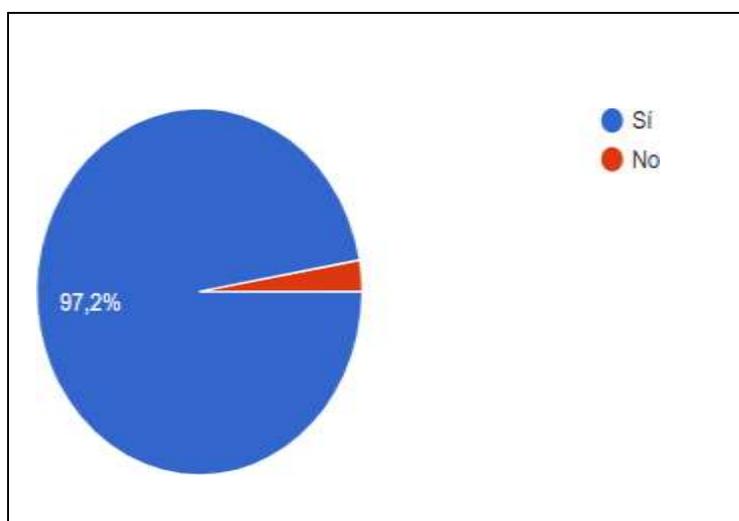
### 6.3.16 Realizar una ruta turística en atractivos naturales por Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca.

Tabla 26.

*Realizar una ruta turística en atractivos naturales por Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca*

Variable	N° de encuestados	Porcentaje
Si	210	97,2%
No	6	2,8%

*Nota:* Elaboración propia.



**Figura 40.** Perfil del turista. Realizar una ruta turística en atractivos naturales por Agua de Dios y Tocaima. Elaboración propia.

Según las respuestas generadas de la muestra tomada por 216 personas, casi en su totalidad les gustaría realizar actividades ecoturísticas en los municipios de Agua de Dios y Tocaima con un porcentaje del 97,2 %, pues son sitios que no tienen formalizado algún tipo de paquete o servicio turístico relacionado con este tipo de actividades, lo cual resulta interesante e innovador para conocer y explorar el lugar. Frente al 2,8% quienes no se encuentran interesados en realizar actividades ecoturísticas en este lugar.

#### **6.4 Perfil del turista**

Se pudo evidenciar que, el turista potencial para realizar la ruta turística en Agua de Dios y Tocaima, son personas provenientes de la ciudad de Bogotá con un 85%, en su mayoría género femenino con un porcentaje de 53,7%, quienes se encuentran en un rango de edad entre 18 a 25 años y que representa un 49,5% de la muestra, son personas jóvenes y solteras en un 64,4% de estrato 3 que según las cifras corresponde a un 46,8%, les gusta conocer, explorar, investigar, educarse, poseen mayor conciencia y les agrada vivir experiencias diferentes a lo que generalmente viven en la ciudad. Un 50,9 % de estas personas poseen un empleo por cual pueden destinar un presupuesto por persona y por día de entre \$101.000 a \$300.000 pesos con un porcentaje del 45,4%.

Según el 70,4%, su principal motivo de viaje es de vacaciones u ocio. Estos turistas prefieren viajar junto con su familia representando así un 64,8%, su medio de transporte de preferencia es el automóvil en un 53,7%, pues pueden disponer de su tiempo, alternar rutas y tener mayor privacidad. El 34,2 % de la población encuestada afirma que suelen salir de viaje durante la temporada de fin de año, pues desean pasar las festividades en un lugar y ambiente diferente, en su mayoría prefiere hospedarse en hotel por comodidad, seguridad, tranquilidad e higiene, representando un 51,4% de la muestra, quienes afirman en un 62% que han realizado actividades relacionadas con el turismo de naturaleza o ecoturismo.

Un 25,9% les gusta y suelen hacerlo una vez durante el año, finalmente con un porcentaje del 97,2%, afirmaron que les gustaría realizar una ruta ecoturística por los municipios de Agua de Dios y Tocaima, pues les parece interesante conocer, admirar, disfrutar y valorar el legado cultural y natural que poseen estos municipios.

#### **6.5 Entrevista a comunidad local de los municipios**

A continuación, se presentan las respuestas de las personas encuestadas, dichas entrevistas recopilan información en la que se realizó un análisis de las respuestas que tuvieron los entrevistados de forma general y no particular.

Tabla 27.

*Entrevista a comunidad local de los municipios*

Opinión acerca de la visita de turistas al municipio	<p>Agua de Dios nació como un Lazareto (1870) y poco a poco se fue transformando en lo que es hoy, un Municipio más de Colombia... Históricamente Agua de Dios no ha sido considerado ni visibilizado como un lugar para que los turistas lo visiten porque en la mente de las personas existían creencias de contagiosidad de la enfermedad de la lepra (estas creencias han venido disminuyendo con el pasar de los tiempos). Los "turistas" que visitan a Agua de Dios son integrantes de sus familias, amigos cercanos y descendientes de los residentes del Municipio que han migrado a otras ciudades de Colombia y a otros países, también los <u>visitantes son estudiantes de medicina, investigadores,</u></p>
	<p>historiadores, peregrinos religiosos y personas que hacen obras de caridad. Desde hace algunos años los enfermos de lepra en Agua de Dios han venido en descenso y por ende sus visitantes. Desde hace varios años Agua de Dios está viviendo en un proceso de transformación por los cambios en las políticas de estado relacionadas con la lepra; es por esto que, Agua de Dios hoy necesita visibilizarse con una imagen diferente para su sostenibilidad como Municipio y así poder ampliar el perfil de sus visitantes; Impulsar al turismo en el municipio, el intercambio de experiencias y culturas beneficiaran los recursos económicos.</p>
potencialización del municipio con el turismo de naturaleza	<p>Según la comunidad local, se evidencia que sería muy bueno para los municipios, ya que tienen varios sitios para realizar turismo de naturaleza y que deberían ser utilizados para impulsar el turismo; el ecoturismo puede enfocar a los municipios de una mejor manera con actividades turísticas diferentes, promoviendo la conservación del medio ambiente.</p>
Conocimiento de los atractivos naturales del municipio	<p>El bosque de los Chorros Petroglifos, Aguas termales, Bosques tropicales, Avistamiento de aves, cerros los chorros, Mana Dulce, cerro de la cruz; es importante que la comunidad local conozca sus atractivos porque así mismo son ellos los que brindan información a sus visitantes y conocer nuevos lugares turísticos</p>
Dar a conocer los atractivos naturales a los turistas	<p>Es importante para proyectar una imagen diferente del pueblo. Experiencias nuevas entre la relación con el alma y la naturaleza puede ser la nueva imagen de los municipios disfrutando de los atractivos naturales</p>

Desarrollo del  
turismo  
natural en el municipio

---

De manera responsable y posibilitando la vinculación del mayor número de personas del pueblo; Educando y sensibilizando a los pobladores en lo que es el turismo y como implementarlo, así como educarlos en las diferentes ramas que tiene el turismo. Los residentes deben ser capaces de visibilizar a su municipio como un destino turístico y ver al turista como una gran oportunidad de servir y obtener ingresos por prestar servicios de calidad. Agua de Dios tiene mucho potencial para desarrollar no solo el turismo natural sino turismo médico, religioso y cultural. Los pobladores de Agua de Dios merecen que se les muestre otra forma de generar ingresos diferentes a lo que están acostumbrados por su connotación histórica. Actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través de la interacción de la misma, la participación del turista sea de una manera responsable para minimizar el impacto negativo del medio ambiente y en la comunidad.

---

Nota: Elaboración propia.

Se observó al realizar las diferentes preguntas a los entrevistados, respuestas en común por la forma en que se expresan de sus de sus municipios con pasión y amor por ellos, deseando volver a ver sus municipios crecer y ser reconocidos a nivel nacional turísticamente. Al preguntarles sobre la visita de turistas a sus municipios, ellos estaban de acuerdo con dicho procedimiento al referirse que sería muy bueno, ya que ayudaría a incrementar la economía, y no solo eso también ayudaría a que cada vez más turistas conozcan sus atractivos naturales.

Y qué mejor manera que sea desde la comunidad local, que se apropien de su municipio y reciban con carisma a cada uno de los viajeros que quiera conocer sus tierras, todo esto con el fin de impulsar más el turismo en aquellos municipios. De igual forma se observó que están de acuerdo en que los turistas visiten los atractivos para dar una imagen diferente de los municipios, y quitar algunas perspectivas que se tenían en el pasado. Resaltaron también, que el turismo debe hacerse de manera responsable y dinámica, siempre y cuando se respete el entorno y cuidando de todas sus reservas nativas.

Así mismo educando y sensibilizando a la comunidad en todo lo que abarca el turismo, en cómo implementarlo; iniciando por los residentes que deben ser capaces de visibilizar a sus municipios como destinos turísticos, ver el turismo en general y a cada turista como una gran oportunidad para servir y mejorar su economía prestando servicios de calidad, ya que estos municipios tienen mucho potencial para desarrollar turismo, no solamente natural sino también

turismo religioso y cultural entre otros. Lo que es muy bueno para la propuesta de la ruta turística, ya que se ve como la población local está interesada en apoyar esta actividad en beneficio de ellos y los prestadores de servicios turísticos, con la llegada de más turistas a sus municipios siendo de agrado para ellos.

## **7. Capítulo III Diseño de ruta turística a partir de los recursos naturales en los municipios de Agua de Dios y Tocaima**

Este capítulo se enfocó en el diseño de la ruta turística, brindando la información pertinente desde su concepto, elementos claves, itinerario, lista de actividades, servicios complementarios, observaciones, recomendaciones, comercialización y estrategias de marketing para una correcta promoción de la ruta turística en los municipios de Agua de Dios y Tocaima.

### **7.1 Ruta turística**

Según el Servicio Nacional de Aprendizaje-Sena (2017), es un recorrido que se realiza siguiendo un itinerario con el fin de conocer atractivos naturales o culturales, en destinos en desarrollo turístico y que brindan al turista placeres relacionados con la actividad.

Las rutas turísticas presentan una serie de elementos característicos que de acuerdo con el Sena (2017), son:

- Selección de la región, área o lugar de estudio.
- Recolección de información como la historia, geografía, clima, accesibilidad.
- Nombre de la ruta referente al lugar del destino donde se realiza.
- Medios de transporte, terrestre, aéreo y acuático.
- Descripción de las actividades y destinos a visitar.
- Tiempo y duración del recorrido.
- Itinerario de la ruta, horarios de salida y llegada, destinos y actividades a realizar.
- Comercialización, Medios de promoción utilizados para dar a conocer la ruta turística en el mercado.

### **7.2 Elementos de una ruta turística**

#### **7.2.1 Atractivo turístico.**

Guerrero y Ramos (2015), definen atractivo turístico como un conjunto de elementos que se complementan entre sí para formar un paquete de servicio turístico, y que tiene la capacidad de influir ante un posible turista de visitar el lugar para así aumentar el flujo turístico en el destino.

#### **7.2.2 Superestructura.**

De acuerdo con Boullón, (citado por Larrota, 2019), son todos los organismos públicos y privados encargados de optimizar y modificar cada una de las partes que integran el sistema turístico, así como el ajuste en producción y venta de múltiples servicios que componen un producto turístico.

### **7.2.3 Infraestructura.**

Según Guerrero y Ramos (2015), comprende todas las instalaciones, obras y servicios de apoyo para los servicios y paquetes turísticos necesarios para brindar un buen servicio a los visitantes. Estos presentan una clasificación de agua y playa, montañas y generales.

### **7.2.4 Guía turístico.**

Para Velarde (2017), es aquel profesional capacitado para informar, conducir, dirigir, orientar y acompañar a los turistas nacionales e internacionales durante un recorrido, individualmente o en grupo.

## **7.3 Propuesta**

Propuesta de diseño de una ruta turística, la cual se enfoca en dar a conocer y potenciar los atractivos naturales de los municipios de Agua de Dios y Tocaima, en virtud del gozo, esparcimiento conocimiento y aprendizaje de los turistas y la población local, salvaguardando el entorno, generando desarrollo e influyendo en la economía de los municipios como lo son establecimientos de hospedaje, restaurantes, comerciantes y otros servicios complementarios. El nombre propuesto para la ruta turística se denomina “*Eco ruta por los espléndidos atractivos naturales de Agua de Dios y Tocaima*”, en propósito de introducir al turista ante las posibles actividades a realizar durante el recorrido de la ruta.

## **7.4 Descripción de la ruta**

La Ruta Turística, “*Eco ruta turística por los espléndidos atractivos naturales de Agua de Dios y Tocaima*”, es una ruta que está diseñada para aquel viajero que se interesa y gusta realizar actividades turísticas ambientalmente responsables, sin perturbar el ecosistema, respetando y apreciando los atractivos naturales del lugar. Esta ruta tendrá una duración de dos días -una noche, en la que se brindará servicio de transporte, hospedaje, alimentación, recorridos guiados, y se realizarán actividades como caminatas ecológicas en el área permitiendo la apreciación de los atractivos como paisajes, flora fauna, y monumentos que irá acompañada de un enriquecimiento cultural mediante la proporción de información de interés de los atractivos visitados.

## **7.5 Planificación del diseño de la ruta turística**

### **7.5.1 Mercado objetivo.**

El principal mercado objetivo para la ruta turística, son hombres y mujeres solteros de estrato 3, nacionales e internacionales, jóvenes cuyas edades fluctúan entre los 18 a 25 años. Quienes cuentan

con un empleo y disfrutan de viajes por recreación u ocio, se interesan por interactuar, conocer, aprender, contemplar y vivir la naturaleza de una manera activa y dinámica, poseen un medio nivel adquisitivo para este tipo de turismo.

### **7.5.2 Tendencias.**

Según Toselli (2014), el turismo y sus diversas formas han ido evolucionando y expandiéndose con el transcurso del tiempo, entre estas se encuentra el turismo de naturaleza y el ecoturismo, donde el turista busca áreas naturales no contaminadas ambientalmente que estén relacionados con una mejor calidad de vida. Este fenómeno se da principalmente en países desarrollados, los cuales se han visto afectados a través de los años por las industrias y sienten la necesidad de estar en sitios naturales con un aire más puro. Además, que en la actualidad existe una mayor concientización por la crisis ambiental en los últimos años, naciendo así el ecoturismo como una forma de rechazo al turismo convencional y masivo, brindando una nueva experiencia más auténtica.

Según Craig Smith (citado por Toselli, 2014), quien cree que el ecoturismo responde a una tendencia moderna, afirma que el individuo se hace más aventurero a medida que aumenta su experiencia turística, ya que cada vez más viajeros solicitan nuevas experiencias que no pueden realizar en su lugar habitual o de origen, lo cual da paso al ecoturismo como protagonista y sitio ideal para vivir la experiencia que los turistas necesitan y desean.

### **7.5.3 Necesidades o motivaciones.**

Según Díaz y Cassar (citado por Pereira,2017), mencionan motivaciones genéricas como escapar de la rutina, recompensa de descanso por motivos de trabajo, liberación de convenciones y energías negativas, las cuales aplican para todos los turistas. Los turistas que se motivan a realizar la ruta ecoturística son aquellos cuya principal razón de viaje es de vacaciones, recreación u ocio. Quienes buscan contacto directo con la naturaleza para alejarse del caos y ruido de la cotidianidad en la ciudad.

### **7.5.4 Presupuesto.**

#### ***7.5.4.1 Inversión inicial.***

Tabla 28.

*Inversión inicial*

Publicidad	5.000.000
Señalización	5.000.000
Página web	5.000.000
Brochure y diseño	4.000.000
Total	\$19.000.000

*Nota:* Elaboración propia.

**7.5.4.2 Precio.**

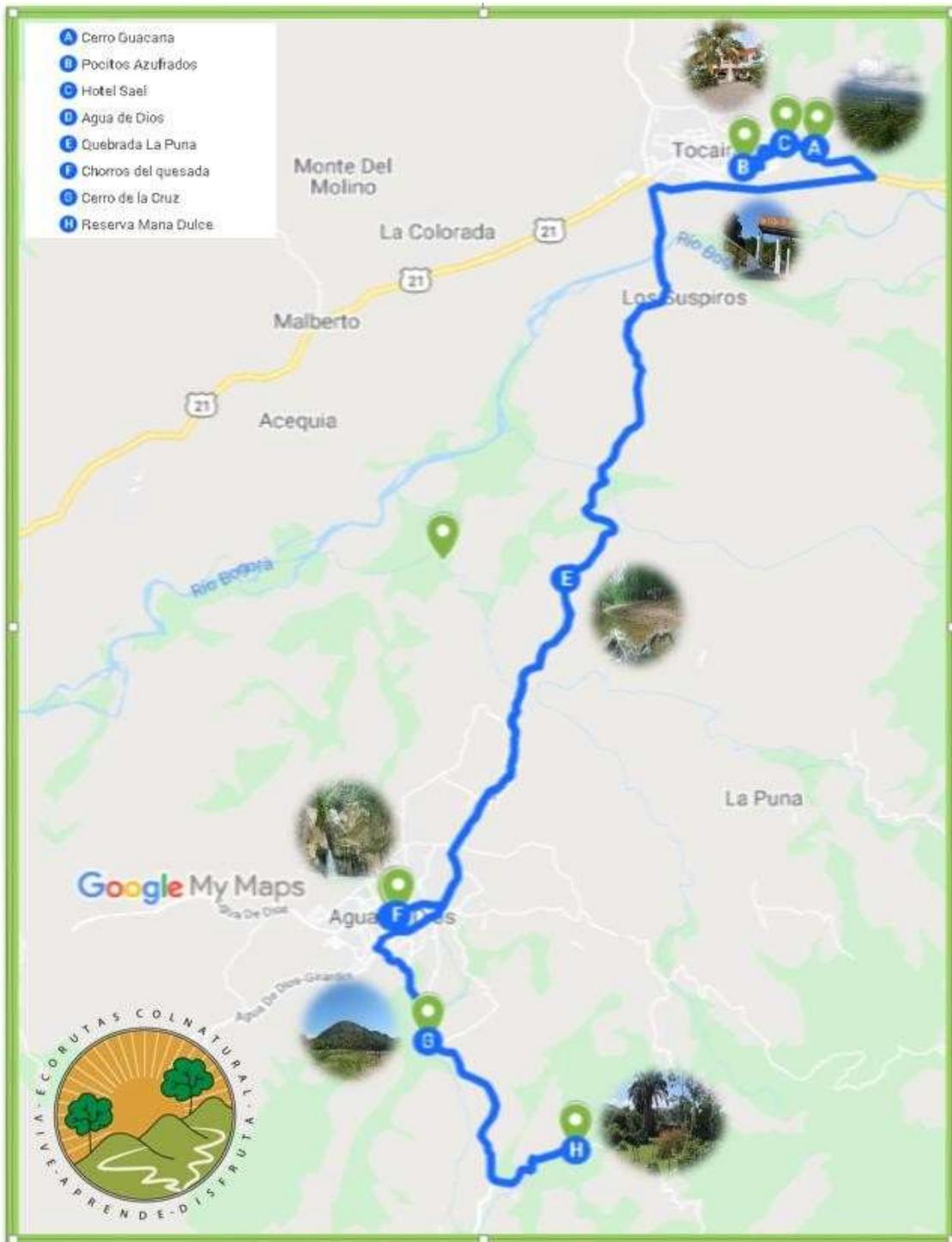
Tabla 29.

*Precio y costo de la ruta turística*

Precio y costo de la ruta turística				
Número de turistas	10	20	30	40
Transporte total	\$ 500.000	\$ 620.000	\$ 700.000	\$ 720.000
Guía	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Valores por persona				
Costo del transporte	\$ 50.000	\$ 31.000	\$ 23.333	\$ 18.000
Costo del guía	\$ 5.000	\$ 2.500	\$ 1.667	\$ 1.250
Refrigerio	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.500	\$ 4.500
Almuerzo	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000	\$ 12.000
Cena	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000
Entrada al parque	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 22.000	\$ 22.000
Alojamiento	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000	\$ 150.000
Seguro de viaje	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Otro	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000
Costo total por persona	\$ 269.500	\$ 248.000	\$ 239.500	\$ 233.750
Margen de ganancia	10%	10%	10%	10%
Valor al publico	\$ 299.444	\$ 275.556	\$ 266.111	\$ 259.722
Utilidad por persona	\$ 29.944	\$ 27.556	\$ 26.611	\$ 25.972
Utilidad total	\$ 299.444	\$ 551.111	\$ 798.333	\$ 1.038.889
Precio de venta	\$ 299.444	\$ 275.556	\$ 266.111	\$ 259.722
Precio de venta en el Brochure	\$ 300.000	\$ 276.000	\$ 267.000	\$ 260.000

Nota: Elaboración propia.

## 7.6 Mapa de la ruta ecoturística



**Figura 41.** Mapa de la ruta ecoturística fuente: Elaboración propia tomado de App Google Maps.

## 7.7 Itinerario de la ruta

Tabla 30.

*Itinerario de la ruta.*

<b>Ruta ecoturística en los municipios Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca</b>	
<b>2 Días - 1 Noche</b>	
Las actividades para realizar son de carácter: natural.	Actividades: Senderismo, información acerca del atractivo natural, refrigerio y reconocimiento de la flora y fauna del lugar.
<b>Itinerario</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividades</b>
7:00 am.	Bienvenida a la ruta turística. Empieza en el cerro Guacaná en Tocaima, se darán todas las especificaciones necesarias e itinerario del día, se presenta el guía que va a estar a cargo y se inician las actividades.
7:25 am.	Recorrido por el cerro, inicialmente apreciación de las lagunas y su historia.
7:40 am.	Desplazamiento hacia las piedras talladas por los indígenas.
7:55 am.	Observación de símbolos y jeroglíficos, espacio para fotografías, observación del lugar.
8:20 am.	Senderismo hacia el cerro, contemplación del paisaje, observación del espectacular Nevado del Ruiz.
8:40 am.	Información relevante acerca de la historia del lugar.
9:20 am.	Finalización del recorrido.
9:30 am.	Desplazamiento hacia los Pocitos Azufrados-Tocaima.
10:00 am.	Indicaciones para el ingreso y recomendaciones.
10:20 am.	Espacio para guardar objetos personales y alistarse.
10:35 am.	Visita al monumento prehistórico de la cultura de nuestros antepasados.
10:50 am.	Caminata ecológica.
11:40 am.	Llegada de la caminata ecológica.
12:00 pm.	Espacio para hidratarse, tomar fotografías, baño, resolver inquietudes.
12:20 pm.	Mirador.
12:40 pm.	Hora de almuerzo.
1:40 pm.	Continuación de las actividades.
5:00 pm.	Espacio libre para disfrutar de todo el lugar.

6:00 pm.	Desplazamiento al alojamiento.
7:30 pm.	Cena.
<b>Día 2</b>	
7:00 am.	Desayuno en el alojamiento.
8:00 am.	Desplazamiento hacia el municipio de Agua de Dios.
8:20 am.	Llegada a quebrada la Puna.
8:30 am.	Datos de interés acerca del lugar, observación de la flora y fauna y recorrido alrededor del lugar.
9:10 am.	Llegada a los Chorros de Quesada.
9:30 am.	Información acerca de la historia del lugar.
9:40 am.	Espacio para chapuzón en los chorros.
10:40 am.	Refrigerio.
10:50 am.	Desplazamiento hacia el Cerro de la Cruz.
11:20 am.	Información y recomendaciones previas.
11:30 am.	Datos relevantes para el recorrido natural .
11:40 am.	Senderismo por el cerro y conocer su historia.
12:50 pm.	Espacio para hidratarse, tomar fotografías.
1:30 pm.	Almuerzo.
2:30 pm.	Desplazamiento a Mana Dulce.
3:00 pm	Estar listos para la caminata en Mana Dulce.
3:10 pm.	Contemplación del lugar.
4:00 pm.	Información acerca del lugar sobre historia ,flora y fauna.
4:40 pm.	Charla motivacional con el propósito de la importancia de la naturaleza.
5:00 pm.	Cierre y agradecimiento de la ruta turística.

Nota: Elaboración propia.

### 7.7.1 Recomendaciones.

- Mantener Buena hidratación
- Calzado cómodo
- Traje de baño
- Ropa cómoda vaporosa
- Saco ligero
- Bloqueador solar
- Repelente
- Gorra, gafas de sol
- Documentos personales

## 7.8 Oferta turística

Tabla 31.

*Oferta turística*

<b>Guion de la ruta turística</b>	
Acción del Visitante	<p>Reconocer el patrimonio natural con el que cuentan los municipios.</p> <p>Identificar la oferta cultural y natural.</p> <p>Apropiarse de las experiencias de los municipios desde lo local.</p>
Seguridad, orientación, reglas del lugar	<p>Permanecer siempre en grupo.</p> <p>No arrojar basura en las calles se debe hacer uso de los puntos ecológicos establecidos para este fin.</p> <p>Respetar y valorar al territorio y sus habitantes.</p>

<p>Punto de encuentro con los turistas</p>	<p>Protocolo de bienvenida</p> <p>Presentación del o de los guías profesionales de turismo.</p> <p>Presentación del recurso humano de apoyo</p> <p>Recomendaciones generales</p> <p>Descripción del proyecto y las actividades anexas</p> <p>Breve descripción del recorrido</p>
<p><b>Resumen</b></p>	
<p>Bienvenida a la ruta turística</p>	<p>A través de este recorrido conoceremos la historia de los municipios, de nuestros antepasados, de su historia y demás. Inicialmente y para orientarnos: Cundinamarca es uno de los 32 departamentos, es una región central de Colombia en torno a Bogotá, la extensa</p>
	<p>capital del país que se encuentra a gran altura, allí se encuentra Tocaima inicialmente hablaremos de ella.</p>
 <p><b>Figura 42.</b> Tocaima. Alcaldía de Tocaima (2020)</p>	<p>Tocaima, oficialmente Hidalga y Noble Villa de San Dionisio de los Caballeros de Tocaima, es un municipio colombiano del departamento de Cundinamarca ubicado en la Provincia del Alto Magdalena. Se encuentra a 113 km al suroeste de Bogotá, y a una altitud de 400 m s. n. m. La temperatura media anual es de 27 °C.4 Es denominada "Ciudad Salud de Colombia", debido a las propiedades terapéuticas de sus aguas y fangos azufrados, empleados desde tiempos prehispánicos.</p>

 <p style="text-align: center;"><b>Parada 1</b></p> <p><b>Figura 43.</b> Cerro Guacaná. Wikipedia (2020)</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cerro Guacaná</b></p> <p>Nos encontramos en el cerro Guacaná cuenta la historia que en este lugar habitaba un grupo indígena de nombre los Panches y que este sitio adquirió este nombre por la hija del cacique del Síquima llamada princesa Guacaná en homenaje a ella, porque este lugar tiene la forma de las curvas de una mujer eso es lo que lo hace tan especial.</p>
 <p><b>Figura 44.</b> Paisaje Cerro Guacaná. Foto Apulo (2020)</p>	<p>Tocaima fue un territorio Panche, indígenas que fueron exterminados por los españoles para quitarles el oro, material que intercambiaban por sal con los muisca. Estos eran dominios del cacique Guacaná, el más poderoso de los jefes comarcanos. En 1544, el Capitán Hernán Venegas Carrillo fundó un poblado con el nombre de Tocaima, que quedaba a las orillas del río Bogotá, un fuerte militar de donde salieron los españoles a conquistar el río Grande de la Magdalena</p>



**Figura 45.** Jeroglífico Cerro Guacaná. Foto Apulo (2020)

Un lugar de gran historia y de calurosas glorias, donde un cerro lleva la figura de lo más hermoso de este lugar una mujer que se hacía llamar la princesa Guacaná, que brindaba a la humanidad brisa sol y tranquilidad. lugar de asentamiento de los Panches, personas de coraje, costumbres y rituales que protegieron sus riquezas enterrándolas en aguas de una laguna mágica, rodeada en jeroglíficos tallados en gigantes piedras

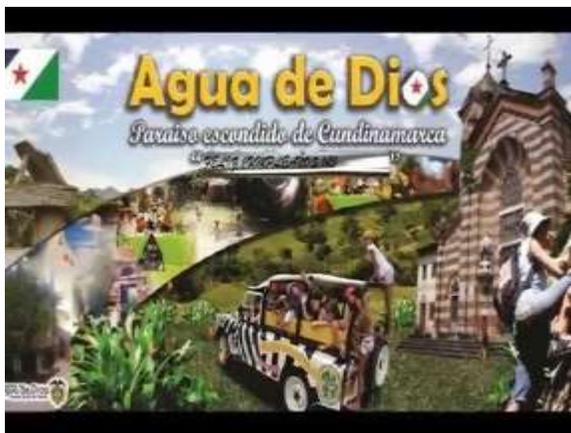


### **Parada 2**

**Figura 46.** Jeroglífico Cerro Guacaná. Foto Apulo (2020)

### **Los pocitos azufrados**

Por varios años este emblemático lugar estuvo ausente de la memoria de los habitantes y visitantes de la región. Sólo hasta el 8 de diciembre de 2012, abre sus puertas nuevamente bajo un concepto totalmente renovado. Los indígenas de la región practicaban rituales de sanación y agradecían a los dioses por las bendiciones recibidas de estas tierras y estas aguas que eran de vital importancia para ellos.



### Parada 3

**Figura 47.** Agua de Dios. Alcaldía  
Agua de dios (2020)

Nos dirigimos agua de Dios un municipio colombiano de Cundinamarca, Ubicado en la Provincia del Alto Magdalena, a 125 km al suroccidente de Bogotá. Limita por el oeste y por el norte con Tocaima; por el sur con Ricaurte y por el Este con Nilo; Físicamente se caracteriza por su clima cálido -temperatura promedio de 28 grados centígrados- y seco la mayor parte del año, conformado por colinas suaves y algunas montañas que la bordean por su parte norte y occidental, consideradas de baja altitud; es una verdadera planicie en medio de las cordilleras oriental y occidental, mirando hacia el llamado “plan del Tolima”



### Parada 4

**Figura 48.** Quebrada la Puna. Alcaldía  
Agua de Dios (2020)

### Quebrada la Puna

La microcuenca quebrada "La Puná" pertenece a la subcuenca del Río Bogotá Cuenca Mayor del río Magdalena. Las zonas de la cabecera y la desembocadura están localizadas en el municipio de Agua de Dios- Cundinamarca, entre las veredas de Agua fría y la Puná. Su origen se da en el Cerro del

	<p>Gallinazo a una altura de 800 m. s. n. m. en el Municipio de Tocaima, recorre las veredas de Agua fría y La Puná (Agua de Dios) con un área de 1954,26 hectáreas, las cuales corresponden al 42,8% del área total de la Subcuenca dentro del municipio de Agua de Dios.</p>
 <p style="text-align: center;"><b>Parada 5</b></p> <p><b>Figura 49.</b> Cerro de la cruz. Alcaldía de Agua de Dios (2020)</p>	<p style="text-align: center;"><b>Cerro de la cruz</b></p> <p>Nos encontramos en el cerro de la cruz un sitio turístico muy visitado por turistas y muy reconocido por ser visitado en semana santa más específicamente el viernes santo ya que toda la comunidad local se dispone a subir el cerro a hacer la procesión para hacer sus peticiones, y dejan una cruz allí, de regreso se baja por el lado de los Chorros, una caminata que resulta muy gratificante.</p>
 <p style="text-align: center;"><b>Parada 6</b></p> <p><b>Figura 50.</b> Chorros de Quesada. Detrips (2020)</p>	<p style="text-align: center;"><b>Chorros de Quesada</b></p> <p>Las aguas termales de Chorros de Quesada en Agua de Dios están clasificadas como una de las 5 mejores aguas medicinales del país. Este sitio fue declarado patrimonio histórico y cultural las fuentes termales Los Chorros</p>

 <p style="text-align: center;"><b>Parada 7</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Figura 51.</b> Mana dulce reserva natural. Tripadvisor(2020)</p>	<p style="text-align: center;"><b>Mana dulce reserva natural</b></p> <p>Nos encontramos en una reserva ecológica donde desarrollaremos una caminata ecológica de contemplación para encontrarnos con el nacedero de la Mana Dulce de 200 años, el Cañón de Mana Dulce, las legendarias Ceibas que conducen a la hermosísima cueva de la Chimbilacera (hábitat de los murciélagos), el Puente de Piedra legado de la naturaleza (es el tercer puente piedra natural de Colombia), y culminar en el Mirador del Indio Malachí.</p>
<p style="text-align: center;">En nombre de Eco ruta por los espléndidos atractivos naturales de Agua de Dios y Tocaima les doy las gracias por participar en este recorrido, y los invito para que sigan disfrutando de los maravillosos paisajes que tiene Cundinamarca y Colombia en general, descubriendo todo el potencial natural, la diversidad de flora y fauna de nuestra bella Colombia.</p>	

Nota: Elaboración propia.

## 7.9 Prestadores

En la ruta ecoturística se encuentran los siguientes prestadores turísticos; En la parte de alojamiento el establecimiento seleccionado fue el Hotel Sael. El transporte dependerá de la cantidad de turistas interesados en participar en la ruta, el guía turístico estará presente los dos días que dura la ruta turística, los restaurantes que incluye se encuentran en Pocitos azufrados Tocaima, y Restaurante Royal en el municipio de Agua De Dios, finalmente el seguro de viaje el cual cubre las incidencias que puedan ocurrir a lo largo de la ruta turística.

## 7.10 Servicios complementarios

### 7.10.1 Hacienda vacacional - la regadera.

Se encuentra la hacienda vacacional la regadera a tan solo 3.6 km de Tocaima en la vía que conduce a Jerusalén, entre sus instalaciones cuenta con amplias zonas verdes y parqueadero incluido, podrá disfrutar de 2 piscinas naturales y una azufrada, fangos medicinales, restaurante, caminatas ecológicas, zona de lodo terapia, se aceptan mascotas.



**Figura 52.** Lodos azufrados. Hacienda vacacional-la regadera (2020)



**Figura 53.** Hacienda. Hacienda vacacional-La regadera (2020)



**Figura 54.** Zona verde. La regadera (2020)

### **7.10.2 Bosque Primario.**

Es un bosque tropical seco, se encuentra ubicado al sur del municipio de Agua de Dios, en la vía a Nilo, con una extensión de 25.450 metros cuadrados.



**Figura 55.** Bosque Primario. Sitios turísticos de Girardot y la región (2020)

### **7.10.3 Los pocitos azufrados.**

Sitio turístico muy reconocido en Tocaima, cuenta con 21 nacimientos de agua natural azufrada y medicinal, que contiene propiedades curativas, exfoliación con barro, restaurante, zona de camping, donde podrá disfrutar de un día de descanso, relajación y diversión.



**Figura 56.** Restaurante. Los pocitos azufrados (2020)



**Figura 57.** Piscina de aguas azufradas. Los pocitos azufrados (2020)

### 7.11 Servicios incluidos

- Esta ruta turística ofrece servicio de alojamiento.
- Alimentación de los dos días. Día 1 almuerzo y cena, día 2 desayuno y almuerzo.
- Transporte durante todo el recorrido por los atractivos a visitar.
- Visita guiada por un profesional de turismo.
- Refrigerio Día 2.
- Seguro de viaje.

- Visita a todos los atractivos naturales.

#### **7.12 No incluye**

- Alimentos y bebidas no especificadas.
- Ingreso a lodos y lagunas medicinales de los atractivos pocitos azufrados.
- Mini bar del hotel.
- Transporte a otros sitios no especificados en la ruta.

#### **7.13 Comercialización**

##### **7.13.1 Marca.**

La marca Ecorutas Colnatural, tiene como fin identificar y distinguir el producto para transmitir la identidad de la empresa que consiste en rutas turísticas ecológicas en áreas naturales de Colombia.

##### **7.13.2 Nombre de la ruta.**

El nombre de la ruta turística diseñada se denomina “Ecoruta turística por los espléndidos atractivos naturales de Agua de Dios y Tocaima”, haciendo referencia al enfoque que tiene la ruta en actividades turísticas en sitios naturales.

##### **7.13.3 Slogan.**

El slogan que acompaña la marca consiste en “vive, aprende, disfruta” en la que se busca transmitirles a los turistas el beneficio de realizar la ruta turística de poder vivir experiencias, y aprender acerca de lo que la naturaleza nos ofrece, de una manera dinámica y activa.

##### **7.13.4 Logo.**

Por medio de esta promoción básica permite construir la imagen corporativa visual del producto o la marca, por medio de elementos sencillos, de fácil distribución, recordación y lectura.



**Figura 58.** Logotipo de la ruta turística. Elaboración propia.

Las montañas representan el ecosistema terrestre, en las que se pueden contemplar, recorrer, y vivir los valores de la naturaleza en la interacción de actividades como las caminatas ecológicas. Los senderos involucran el recorrido de la ruta a través de los atractivos naturales del lugar. Los árboles hacen referencia a la importancia en el entorno en cuanto al cambio climático, proporción de oxígeno y limpieza del aire, representan vida y son un símbolo propio de la naturaleza. El sol representa la vida y energía que proporciona a la tierra.

#### **7.13.5 Estrategias de inserción**

Posicionar los municipios de Agua de Dios y Tocaima como atractivos ideales para realizar actividades enfocadas con la naturaleza, mediante una adecuada comercialización y promoción que motive a los turistas de visitar y vivir una experiencia en un entorno tranquilo lleno de enseñanzas. La ruta se implementará mediante los siguientes canales de difusión:

Tabla 32.

*Estrategias de inserción*

<b>Directo</b>	En el que la ruta turística será diseñada y ofrecida directamente con el cliente o posible turista.
<b>Indirecto</b>	La ruta será ofertada a través de terceros como distribuidores, promotores, agencias de viaje.

Nota: Elaboración propia.

**7.13.6 Plan de publicidad.**

Promocionar la ruta turística mediante medios tradicionales y no tradicionales, con el fin de llegar a gran variedad de turistas tanto nacionales como internacionales.

Tabla 33.

*Plan de publicidad*

<b>Medios tradicionales</b>	Revistas, folletos, ferias y eventos relacionados con el turismo, vallas publicitarias.
<b>Medios no tradicionales</b>	Redes sociales (Instagram, Facebook, twitter, página web oficial), blogs.

Nota: Elaboración propia.

**7.13.7 Relaciones públicas.**

La ruta turística estará presente en todos aquellos eventos relacionados con el turismo, además, de exposiciones en ferias y congresos durante el transcurso del año. Invitando a las entidades gubernamentales, empresarios, medios de comunicación, prestadores de servicios turísticos, e inversionistas a realizar el recorrido y percibir su gran potencial. Presentando las actividades a realizar durante la ruta y los beneficios que tienen los turistas y la población local, con el fin de obtener descuentos o promociones, así como un apoyo económico por parte de ellos. Siempre teniendo en cuenta la sostenibilidad.

**7.13.8 Marketing relacional.**

Mantener contacto constante con aquellas entidades u organizaciones dispuestas a brindar un apoyo, así como a los clientes fidelizando y actualizando su pertinente información con el fin de ofrecer un servicio de calidad y fortalecer relaciones.

#### **7.14 Consideraciones finales**

La “Ecoruta turística por los espléndidos atractivos naturales de Agua de Dios y Tocaima”, les permitirá a los turistas y a la comunidad local, conocer y aprovechar los atractivos naturales. Gracias a sus grandes potenciales y características que posee, para realizar diversas actividades en virtud de gozo del tiempo libre, el aprendizaje y la vivencia de experiencias tanto naturales como culturales, que enriquecen el conocimiento siempre teniendo en cuenta el resguardo del medio ambiente al realizar las actividades de la ruta turística.

## Conclusiones

De acuerdo con el análisis y objetivos formulados, se concluyó que el diseño de la ruta ecoturística en los municipios Agua de Dios y Tocaima, logró impulsar el turismo de naturaleza. Potenciando los atractivos que posee, brindando gran importancia al desarrollo ecoturístico y económico del lugar. Teniendo en cuenta la conservación de los atractivos naturales, puesto que es una gran alternativa sustentable de la población local, la cual se encontró muy interesada y en acuerdo con el desarrollo de la ruta turística en beneficio de los residentes y turistas. El ecoturismo es una gran oportunidad para seguir generando cambios en nuestro país y en el mundo, desde el punto de vista social, económico y ambiental.

No obstante, el presente proyecto consistió en implementar, una propuesta de diseño de ruta eco turística en los municipios Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca, en la que involucra un recorrido guiado por atractivos naturales. Estos guías locales deben contar con una formación y capacitación con el fin de ofrecer un servicio de calidad. Sin embargo, la aceptación del proyecto dependerá de factores como el apoyo de prestadores de servicios, entes gubernamentales de cada municipio, organización en los elementos involucrados en el diseño de la ruta, promoción, marketing, difusión y la constante innovación de la ruta.

El perfil de los turistas potenciales en realizar la ruta ecoturística, logró definirse a través de la encuesta propuesta y las preguntas planteadas y posteriormente realizadas, para la determinación de un segmento específico de turistas, quienes estarían mayormente interesados en realizarla. Para llevarla a cabo se tomaron en cuenta 216 personas selectas como; familiares, amigos y conocidos, mediante el método no probabilístico diligenciado en los formularios de Google. Concluyendo así que el perfil del turista en realizar la ruta son personas jóvenes, empleadas y provenientes de la ciudad de Bogotá, en su mayoría de género femenino, generalmente de estrato 3, quienes se encuentran altamente interesadas en tener un contacto más cercano con la naturaleza, enriquecer su conocimiento y alejarse de la monotonía de la cotidianidad.

Según el estudio de mercado y su comercialización, la ruta ecoturística demuestra viabilidad y factibilidad. A partir de los atractivos seleccionados y del análisis de la demanda, ya que, de acuerdo con las personas encuestadas, se generaron resultados positivos para la realización de actividades turísticas en áreas naturales en los municipios. Generando una sensibilización hacia el entorno natural, en el cual se desarrolló el diseño de la ruta, y en el que se tuvieron en cuenta actividades que no afectaran la fauna, flora senderos rurales, montañas y demás ecosistemas.

Por medio de una investigación profunda acerca de los municipios y sus potenciales naturales, se logró desarrollar una propuesta de ruta turística. En la que se pretende dar a conocer los atractivos, mediante actividades relacionadas con el turismo de naturaleza y ecoturismo. Teniendo en cuenta la experiencia de visitar y conocer el lugar, aprendiendo acerca de los ecosistemas como las plantas, árboles, animales entre otros que habitan la zona, además, de información de interés cultural presente en los atractivos, a través de actividades dinámicas. Adicionalmente, en la ruta se involucran distintos prestadores turísticos y la comunidad local beneficiando su crecimiento económico.

La comunidad local fue partícipe del diseño de la ruta ecoturística en la que se tomó en cuenta sus opiniones, para un óptimo desarrollo de la ruta en los municipios. Mediante la entrevista realizada se evidencio el respeto, amor e interés por potenciar e impulsar los lugares. Además de la conciencia humana y el conocimiento de sus atractivos. Por lo que la ruta turística siempre tuvo en cuenta la conservación, el resguardo y protección de los recursos en el desarrollo de las actividades previstas junto con el aprendizaje y disfrute de las experiencias turísticas y el beneficio de la población residente.

A través de este proyecto de investigación se logró observar el interés que tiene la comunidad local por aprovechar el turismo de manera correcta, responsable y dinámica, respetando el entorno y cuidando todas sus reservas nativas. Quienes desean visibilizar su municipio mediante una imagen diferente, para su sostenibilidad y reconocimiento de los atractivos naturales, con propósito de poder ampliar el perfil de sus visitantes. Pues la comunidad es consciente de que el turismo trae consigo grandes beneficios y que esto involucra a personas, comercios y otros prestadores.

Actualmente, el mundo está en constante cambio surgiendo así nuevas formas y tendencias que permiten generar nuevos empleos, un desarrollo social y económico. Es el caso de Colombia un país en vía de desarrollo, en donde una buena alternativa para lograr mejorar y alcanzar un desarrollo social y económico el cual genere empleo, y minimice los índices de pobreza que hay en la actualidad. Consiste en explotar las ventajas que tiene al ser un país con una buena ubicación geográfica. Por lo que el crecimiento de su economía debería estar enfocado en la potencialización de servicios ecoturísticos. En el que se genere un reconocimiento a nivel mundial, donde se puede realizar turismo en cualquier época del año, y en el que se promueve mayormente el turismo de naturaleza, haciendo de este un fuerte para favorecer al país.

Finalmente, el presente proyecto de investigación permitió resaltar los municipios de Agua de Dios y Tocaima, impulsándolos y destacándolos como un sitio ideal para realizar actividades ecoturísticas. Teniendo en cuenta la población local y las vivencias de los turistas al realizar la ruta, mediante un turismo responsable e influyente en el cuidado y preservación del medio ambiente. Además, de ser un apoyo para otros diseños de paquetes turísticos, rutas turísticas o circuitos, que se puedan ir desarrollando con el transcurso del tiempo en los municipios.

### **Recomendaciones**

La principal actividad turística del municipio de Tocaima es el turismo de bienestar, ya que desde la antigüedad es un municipio muy reconocido por su gran potencial en las aguas azufradas y demás. Desde hace muchos años los turistas que más frecuentan este municipio son turistas amantes de esta tipología de turismo. Sin embargo, se evidencia que cuenta con una diversidad de actividades turísticas como turismo religioso, de aventura y de naturaleza. El cual puede ser un buen punto de desarrollo para promover más el turismo y el desarrollo sostenible, mejorando algunas necesidades que presente el municipio.

Por otro lado, el municipio de Agua de Dios tiene potencial en el turismo cultural y religioso, ya que cuenta con siete museos para visitar. Pero, también es un municipio en el cual debe potencializarse el turismo de naturaleza, estableciendo límites para realzarlo debidamente. Además de esto, se debe capacitar a la comunidad para que tanto ellos como profesionales del turismo, estén en la capacidad de realizar actividades turísticas, y en condiciones de ayudar a turistas en cualquier inquietud que se presente en la visita a estos municipios. De esta manera, poder ofrecer un mejor servicio, de calidad a cada visitante que decida viajar a conocer los municipios.

Así mismo, incentivar a la comunidad local y turistas a resguardar, cuidar y conservar sus atractivos naturales. Ya que representan la fauna y la flora del lugar en el que habitan ecosistemas. Además de influir en cuanto al desarrollo económico de la población local, y la concientización entre los lugareños y turistas de la importancia de respetar las zonas.

### Referencias

- Abreu, J. L. (2014). El Método de la Investigación Research Method. Daena: *International Journal of Good Conscience*, 9(3), 195-204.
- Alcaldía de Agua de Dios. (2020). Recuperado de: <http://www.aguadedios-cundinamarca.gov.co/municipio/nuestro-municipio-523437>
- Alcaldía de Tocaima. (2018). Recuperado de: <http://www.tocaima-cundinamarca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Álvarez, M. (2012). El perfil del turismo en Andalucía. *Extoikos volumen (7)*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5582345>
- Boullón, (1985) *Las instalaciones turísticas de interpretación y los atractivos turísticos culturales en Mendoza*, Universidad del Aconcagu. Recuperado de [https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/964/11746\\_964.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Boull%C3%B3n%20\(1985%3A%2044\)%20se%C3%B1ala,\(equipamiento%20e%20instalaciones\)%20opere.&text=Estas%20caracter%C3%ADsticas%20desde%20el%20punto,lla man%20y%20atraen%20su%20atenci%C3%B3n](https://digital.cic.gba.gob.ar/bitstream/handle/11746/964/11746_964.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=Boull%C3%B3n%20(1985%3A%2044)%20se%C3%B1ala,(equipamiento%20e%20instalaciones)%20opere.&text=Estas%20caracter%C3%ADsticas%20desde%20el%20punto,lla man%20y%20atraen%20su%20atenci%C3%B3n)
- Brandon, K. (1996). *Ecoturismo y Conservación* (Vol. 33). Pag.1
- Bringas Rábago, Nora L., & Ojeda Revah, Lina (2000). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. *Economía, Sociedad y Territorio*, II(7),373-403.[fecha de Consulta 14 de Enero de 2021]. ISSN: 1405-8421. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=111/11100701>
- Cárdenas, E. S. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca* (No. 4). Fundación Pieb.
- Casillas Bueno, J. C., Moreno Menéndez, A. M., & Oviedo García, M. D. L. Á. (1995). El turismo alternativo como un sistema integrado: consideraciones sobre el caso andaluz.
- Castro, W. F., & Godino, J. D. (2011). Métodos mixtos de investigación en las contribuciones a los simposios de la SEIEM (1997-2010).
- Ceballos-Lascurain, H., (1992): Tourism, ecotourism and protected áreas: national parks and protected áreas. IV Congreso sobre Parques Nacionales y Zonas Protegidas, Caracas, Venezuela, 84-89."

- Cegarra Sánchez, J. (2012). *Los métodos de investigación* [e-book]. Ediciones Díaz de Santos.  
<https://elibro.net/es/ereader/uniagustiniana/62637?page=5>
- Congreso de Colombia (10 de julio de 2012). Por la cual se modifica la ley 300 de 1996-Ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. [Ley 1558]. Recuperado de:  
[https://fontur.com.co/aym\\_image/files/pagina/Contribucion/Ley%201558%202012.pdf](https://fontur.com.co/aym_image/files/pagina/Contribucion/Ley%201558%202012.pdf)
- Constitución Política de la Republica de colombia (1991) Art79 Recuperado de  
[http://www.oas.org/dsd/EnvironmentLaw/Serviciosambientales/Colombia/\(Microsoft%20Word%20-%20Constituci.pdf](http://www.oas.org/dsd/EnvironmentLaw/Serviciosambientales/Colombia/(Microsoft%20Word%20-%20Constituci.pdf)
- Contraloría delegada por el medio ambiente (2015), Aspectos básicos del derecho ambiental. Una mirada hacia el control fiscal ambiental. Recuperado de:  
[http://campusvirtual.contraloria.gov.co/campus/memorias/SemCF\\_ene/Conferencia\\_08-01-2015\\_DerAmbiental.pdf](http://campusvirtual.contraloria.gov.co/campus/memorias/SemCF_ene/Conferencia_08-01-2015_DerAmbiental.pdf)
- Domínguez, G. (2017). *Perfil del Turista de Aventura que visita el Distrito de Huamachuco – La Libertad*, Año 2017. Recuperado de:  
[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11688/dominguez\\_vg.pdf?sequen ce=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11688/dominguez_vg.pdf?sequen ce=1&isAllowed=y)
- Gómez, G. & Martínez, A. (2009). Alternativa para el turismo de naturaleza. Caso de estudio. Soroa. Pinar del Río. Cuba.
- Guzmán, T., & Cañizares, S. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural, 6(2), 159-171.
- Hernández, R. (2017). *Fundamentos de investigación* [e-book]. McGraw-Hill Interamericana. Recuperado de <https://www-ebooks7-24-com.recursos electronicos.uniagustiniana.edu.co/?il=4611>
- Ibáñez, R., & Rodríguez, I. (2012). *Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo*. Medio ambiente y política turística en México, 1, 17-33.
- Jiménez, F. (2012). El turista 2.0 como receptor de la promoción turística: estrategias lingüísticas e importancia de su estudio. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 10 (4), 143-153. [Fecha de Consulta 12 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1695-7121. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=881/88123115014>

- Larrotta, K. (2019). Propuesta de desarrollo de turismo de naturaleza a partir de siete atractivos naturales del Nororiente de Cundinamarca.
- Ley 300 1996 (2019) por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones [Artículo 1º]. Recuperado de: <https://www.anato.org/sites/default/files/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>"
- Ley 300 1996 (julio 26) por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones [ARTÍCULO 1º]. Recuperado de: <https://www.anato.org/sites/default/files/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>
- Madrazo, L. (2009). Conceptualización de la demanda turística. *Ciencias Holguín*, 15(1), 1-8.
- Mather y Champman, (1995) Los recursos naturales, recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/media/www/pag-104576/Suelos.pdf>
- Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo territorial (2003). Política para el desarrollo del Ecoturismo. Recuperado de: [https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo2.pdf.aspx](https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo2.pdf.aspx)"
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2016). Política de calidad turística. Recuperado de : <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-calidad-turistica/politica-de-calidad-turistica/politica-de-calidad-turistica.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2009). Política de Turismo Social. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-social/politica-de-turismo-social-hacia-un-turismo-accesible/politica-de-turismo-social.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2009). Política de competitividad turística. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/competitividad-el-desafio-para-alcanzar-un-turismo/el-desafio-para-alcanzar-un-turismo-de-clase-mundi/competitividad-el-desafio-para-alcanzar-un-turismo-de-clase-mundial.pdf.aspx>

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014). Norma técnica sectorial colombiana Nts-Ts 001-1. Destino turístico, área turística requisitos de sostenibilidad. Recuperado de: [https://pijaoquindio.micolombiadigital.gov.co/sites/pijaoquindio/content/files/000065/3225\\_nts-001.pdf](https://pijaoquindio.micolombiadigital.gov.co/sites/pijaoquindio/content/files/000065/3225_nts-001.pdf)"
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2009). Política de mercadeo y promoción turística. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-mercadeo-y-promocion-turistica-de-colo/politica-de-mercadeo-y-promocion-turistica-de-colo/politica-de-mercadeo-y-promocion.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2018). Plan sectorial de turismo. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/plan-sectorial-de-turismo-2018-2022/plan-sectorial-de-turismo-2018-2022/pst-para-publicacion.pdf.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012). Política de Turismo de Naturaleza. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza/politica-de-turismo-de-naturaleza.pdf.aspx> "
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (9 de septiembre de 2020). Política de turismo sostenible. Recuperado de: <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx>
- Ministerio del Medio Ambiente (22 de diciembre de 1993). Ley 99 de 1993. Recuperado de: <http://www.humboldt.org.co/images/documentos/pdf/Normativo/1993-12-22-ley-99-crea-el-sina-y-mma.pdf>
- Mora, J. Motato, J. (2019). Turismo Comunitario en Colombia Desarrollo social y sostenibilidad. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Mora, J. y Ramírez, N. (2019). Potencialidad del aviturismo para el desarrollo de iniciativas comunitarias en Cumaral Meta (Colombia). *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 3 (2), 84-112. <https://doi.org/10.21071/riturem.v3i2.12130>

- Morales, F. (2012). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Recuperado el, 11.
- Mundo destinos. (2019). Cinco destinos imperdibles para el ecoturismo en Colombia. *El Espectador*. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/noticias/mundo-destinos/cinco-destinos-imperdibles-para-el-ecoturismo-en-colombia/>
- Narváez, E. (2015). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. *RevIISE - Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 6 (6) ,9-18. [Fecha de Consulta 6 de agosto de 2020]. ISSN: 2250-5555. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=5535/553556969001>.
- Nel·lo, M. y Llanes, C. (2016). El ecoturismo. Barcelona, Spain: Editorial UOC. Recuperado de <https://elibro.net/es/lc/uniagustiniana/titulos/57903>.
- Newman, G. (2006). El razonamiento inductivo y deductivo dentro del proceso investigativo en ciencias experimentales y sociales. *Laurus*, 12 (Ext), 180-205. [Fecha de Consulta 12 de Septiembre de 2020]. ISSN: 1315-883X. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=761/76109911>
- Nieto, A. (2016). Paisaje natural y paisaje campesino: una propuesta de gestión ecoturística en el Parque Nacional Sumapaz. En W. Mejía, A. Nieto, & S. Husain-Talero, *Sociedades locales y turismo: ¿una relación sostenible?* (pp. 67-115). Bogotá: Corporación Universitaria Unitec.
- Nieto, A. (2019). Productividad agrícola y turismo: ejes de articulación para el cooperativismo con jóvenes campesinos. *Sosquua. Revista Especializada En Gastronomía*, 1(1), 58-80. Recuperado de <http://cipres.sanmateo.edu.co/index.php/sosquua/article/view/180>
- Organización Mundial del Turismo (2002). Glosario de terminología de turismo. Fontur. Recuperado de <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Ortega, A. (2018). Enfoques de investigación. Extraído de [https://www.researchgate.net/profile/Alfredo\\_Otero\\_Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION\\_TABLA\\_DE CONTENIDO\\_Contenido/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION-TABLA-DECONTENIDO-Contenido.Pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo_Otero_Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION_TABLA_DE CONTENIDO_Contenido/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION-TABLA-DECONTENIDO-Contenido.Pdf) el, 14.
- Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Quivera. Revista de Estudios Territoriales*, 8(1) ,291-314. [Fecha de Consulta 19 de agosto de 2020]. ISSN: 1405- 8626. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=401/40180113>

- Palacio, M. & Molina, V. (2015). La promoción turística a través de técnicas tradicionales y nuevas: Una revisión de 2009 a 2014. *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(3), 755-775.
- Pereira, G. & Gosling, M. (2017). Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(1), 62-85.
- Rivas, J. Magadan, M (2012). Planificación turística y desarrollo sostenible. Asturias, España. Septem ediciones.
- Robleda, M., Pérez, E., Kantún, M., & Jonapá, J. (2017). Metodología propuesta para identificar el perfil y grado de satisfacción del turista en los principales destinos de Yucatán. *Perfil del turista*.
- Sampieri, R. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw Hill México.
- Sena, S. (2017). Diseño de Rutas Turísticas. Recuperado de: [https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o\\_de\\_Rutas\\_tur%C3%ADsticas](https://www.academia.edu/32072888/Dise%C3%B1o_de_Rutas_tur%C3%ADsticas)
- Tamayo, M. (2004). El Proceso de la Investigación Científica. Caracas, Venezuela: Editorial Limusa.
- Toluca, (2018), scielo, Artículo Uso y valoración de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico, recuperado de, [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-235X2018000100080#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Cabrerizo%20\(2016\)%2C%20recurso,l a%20c ontinuidad%20de%20la%20vida](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-235X2018000100080#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Cabrerizo%20(2016)%2C%20recurso,l a%20c ontinuidad%20de%20la%20vida)).
- Toluca, (2018), scielo, Artículos recuperado de: [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Rivera%20\(2009\)%20%2C%20el,a%20t rav%C3%A9s%20de%20flujos%20de](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164#:~:text=Seg%C3%BAAn%20Rivera%20(2009)%20%2C%20el,a%20t rav%C3%A9s%20de%20flujos%20de)
- Toselli, C. (2014). Turismo ecológico: aspectos generales sobre esta nueva tendencia. *Signos Universitarios*, 12(24).
- Triana, L. (2016). Diseño de un circuito turístico entre los municipios de Nilo, Agua de dios y Tocaima año 2016. (Trabajo de grado, Universidad de Cundinamarca). Recuperado de: <http://repositorio.ucundinamarca.edu.co/handle/20.500.12558/243>
- Velarde, M. Ortiz, D. y Ortiz, D. (2017). Guía introductoria a la dimensión temática del sistema turístico. México, D.F, México: Editorial Miguel Ángel Porrúa. Recuperado de <https://elibro.net/es/ereader/uniagustiniana/40134?page=179>.

- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14(3), 577-594."
- Zambón, G., & Schenk, A. (2005). Patrimonio Industrial Y Rutas Turísticas Culturales: Algunas Propuestas Para Argentina. Cuadernos de turismo, (15), 97-112.

## Anexos

### Anexo A. Caracterización de los atractivos naturales

Atractivo natural	categoría	clima	ubicación	accesibilidad	características

### Anexo B. Inventario Turístico

#### FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIO TURÍSTICO

<b>1. GENERALIDADES</b>						
1.1 Nombre						
1.2 Departamento				Cundinamarca	1.3 Municipio	
1.4 Corregimiento, Vereda o Localidad						
1.5 Dirección/Ubicación						
1.6 Distancia (desde el Municipio más cercano)			1.8 Tipo de Acceso			
1.7 Distancia (desde la capital del departamento)			Terrestre	Acuático	Féreo	Aéreo
<b>2. CARACTERÍSTICAS</b>						
2.1 Categoría						
2.2 Descripción						
<b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>						
<b>CALIDAD</b>			<b>PUNTAJE</b>			
Estado de Conservación (18)						
Constitución del Bien (18)						
Representatividad General (17)						
Representatividad Turística (17)						
Subtotal						
<b>SIGNIFICADO</b>						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						
TOTAL						
Fuente fotográfica						
Diligenciado Por:					Fecha	

## Anexo C

### Formato de cuestionario para turistas

Lo invito a participar de este proyecto de investigación con fines académicos para la Uniagustiniana en Bogotá dirigida por Katerine Sandoval, Ingrid Mendivelso y Camila Valberde, para la creación de una ruta ecoturística en Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca. Es importante indicar que la información recopilada es confidencial y sólo tendrá acceso a esta información la persona encargada de la investigación. Este cuestionario tendrá una duración de 10 minutos.

1. Sexo

Hombre

Mujer

Otro

2. Ciudad de residencia: \_\_\_\_\_

3. Edad:

18-25

26-33

34-41

42-49

50 años o más

4. Estado civil:

Soltero

Casado

Unión libre

Divorciado

Viudo

Otro

5. Estrato socioeconómico

- 2

- 3
- 4
- 5
- Otro

6. Ocupación

Estudiante

Empleado

Independiente

Pensionado

Empresario

Otro

7. ¿Cuándo usted viaja normalmente cuál es el principal motivo de su viaje?

- a. Vacaciones/recreación/ocio
- b. Visita a familiares o amigos
- c. Educación y formación
- d. Salud y atención médica
- e. Religión/Peregrinaciones
- f. Compras
- g. Negocios y/o motivos profesionales

8. ¿Cuándo usted viaja prefiere hacerlo con?

- a. Solo
- b. Amigos
- c. Pareja
- d. Familia
- e. Compañeros de trabajo
- f. Otro

9. ¿Cuál es su presupuesto para gastar en un viaje, por día, por persona?

- a. Menos de \$100.000COP

- b. De \$101.000COP a \$300.000COP
- c. De \$301.000COP a \$500.000COP
- d. Más de \$501.000COP

10. ¿En qué fechas del año suele salir de viaje?

- A. Fin de año
- B. Inicios de año
- C. Semana santa
- D. Vacaciones de mitad de año
- E. Semana de vacaciones octubre
- F. Puentes festivos
- G. Otro

11. ¿En qué tipo de alojamiento prefiere hospedarse?

- 1. Hotel
- 2. Campamentos
- 3. Aparta hoteles
- 4. Hostales
- 5. Alojamiento rural
- 6. Otro

12. ¿Cuál es su medio de transporte favorito para viajar?

- A. Automóvil
- B. Bus
- C. Avión
- D. Moto
- E. Vans
- F. Otro

13. ¿Qué tipo de actividades de naturaleza le gusta realizar?

- a. Aventura
- b. Ecoturísticas
- c. Paisajismo
- d. Senderismo

e. Deportivas

f. Aviturismo

14. ¿Ha realizado actividades de Turismo de Naturaleza o Ecoturismo?

a. Si

b. No

15. Si su respuesta anterior fue sí, ¿Cuántas veces al año realiza viajes de naturaleza? (No obligatoria)

A. 1

B. 2

C. 3

D. 4 o más

16. ¿Le gustaría realizar una ruta turística en atractivos naturales por Agua de Dios y Tocaima Cundinamarca?

a. Si

b. No

#### **Anexo D.** Formato de entrevista

1. ¿Qué piensa usted de la visita de turistas al municipio?
2. ¿Cree usted que el turismo de naturaleza puede potencializar al municipio?
3. ¿cuáles atractivos naturales conoce usted de su municipio?
4. ¿Cree usted que es importante mostrar los atractivos naturales de su municipio a los turistas?
5. ¿Cómo considera usted que se debe desarrollar el turismo de naturaleza en el municipio?