

I

PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO
AGROTURISTICO EN EL MUNICIPIO DE ANOLAIMA CUNDINAMARCA:
AGROLAIMA RUTA AGROTURISTICA

CASTAÑEDA MORENO LORENA

MAJE GÓMEZ VIVIANA

PÉREZ GARCÍA ANGIE VIVIANA

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA
FACULTAD DE ARTE COMUNICACIÓN Y CULTURA
HOTELERÍA Y TURISMO
BOGOTÁ
2017

PROPUESTA PARA EL DISEÑO DE UN PRODUCTO
AGROTURISTICO EN EL MUNICIPIO DE ANOLAIMA CUNDINAMARCA:
AGROLAIMA RUTA AGROTURISTICA

CASTAÑEDA MORENO LORENA

MAJE GÓMEZ VIVIANA

PÉREZ GARCÍA ANGIE VIVIANA

Efraín Morales Rivera

Asesor del trabajo

Trabajo de grado para optar al título como

Profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA
FACULTAD DE ARTE COMUNICACIÓN Y CULTURA
HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ

2017

Nota de aceptación de los jurados

Firma Presidente del Jurado

Firma de Jurado

Firma del Jurado

Agradecimientos

Principalmente, agradecemos a Dios que nos ha permitido llegar hasta este punto de nuestra carrera, brindándonos la sabiduría necesaria para superar todas las adversidades que se han presentado en nuestro camino. En segundo lugar, agradecemos a nuestros padres ya que fueron ellos quienes nos brindaron los recursos necesarios para llevar a cabo la carrera que estamos por culminar.

Retribuimos a la decana Gloria Elsa Duque quien fue la intermediaria entre nosotras y el señor Jairo Pinzón asesor de turismo del IDECUT, quien amablemente nos permitió realizarle una entrevista y luego de esto estuvo atento a nuestras inquietudes. Igualmente, reconocemos la guía proporcionada por nuestro tutor Efraín Morales Rivera. Queremos destacar el apoyo incondicional brindado por el profesor Wilson Ricardo Pinillos Castillo, ya que siempre tuvo la mejor disposición para resolver cualquiera de nuestras inquietudes. Por otro lado, presentamos nuestros agradecimientos a la profesora Giovana Carolina Cárdenas Mora quien nos asesoró en los requisitos y correcciones del presente trabajo.

Finalmente expresamos nuestro total agradecimiento al presidente de ASOJUNTAS Juan de Jesús Medina, ya que fue la persona que nos contactó con los propietarios de las fincas y compartió con nosotras sus conocimientos sobre el municipio de Anolaima. Destacamos la amabilidad y el interés con el que nos recibieron cada uno de los agricultores ya que sin su apoyo no sería posible el desarrollo de este proyecto.

Resumen

Este trabajo tiene como objetivo principal diseñar un recorrido agroturístico que será llevado a cabo en el municipio de Anolaima Cundinamarca, por medio de esta propuesta se busca que la comunidad local encuentre una alternativa económica para que así puedan mejorar su calidad de vida. Debido a que este es un municipio netamente agropecuario el turismo no se encuentra desarrollado, debido a que tanto la comunidad como los entes gubernamentales no tienen conocimiento de los beneficios económico, social y cultural que trae consigo dicha actividad. Es por ello que se busca con esta propuesta implementar el agroturismo de forma que se logre conservar su actividad principal y así mismo poder brindar el reconocimiento que merece dicho municipio puesto que es considerado la capital frutera de Colombia.

Para el desarrollo del presente proyecto se han establecido tres capítulos; en el primero de ellos se aplicaron entrevistas en el ámbito institucional al IDECUT, municipal al presidente de ASOJUNTAS del municipio de Anolaima y como ámbito local se realizó una entrevista a los agricultores; para así obtener las expectativas que se tienen del municipio frente a la actividad turística; luego de esto se efectuó un análisis del municipio, para de esta forma lograr identificar los recursos turísticos potenciales que este posee, para el reconocimiento de estos se utilizara como herramienta la ficha de evaluación la cual busca valorar parámetros como son: la accesibilidad, tiempo de desplazamiento, estado del recurso, actividades principales, actividades complementarias y finalmente por medio de los resultados obtenidos se brindó una calificación que se encuentra entre 1 y 5; para así por medio del puntaje obtenido más adelante en el capítulo tres realizar la selección de las fincas más adecuadas para la implementación del agroturismo.

En el segundo capítulo se realizó un análisis de la demanda tanto real como potencial del municipio de Anolaima. Para determinar las características de dichas demandas se utilizó como herramienta la encuesta para ello, se tomó como población la cantidad de turistas registrados en el departamento de Cundinamarca en el mes de Julio del presente año que corresponde a 1.819.297 visitantes, por medio de un muestreo aleatorio simple se obtiene como muestra 162 turistas, es así que se aplicaron 62 encuestas para conocer los rasgos de los turistas de Anolaima y 100 fueron aplicadas en la terminal de transporte del salitre en Bogotá, tomando como principales encuestados las personas que tiene como destino municipios de la provincia del Tequendama, región a la que pertenece el municipio de Anolaima. Finalmente, por medio de los resultados obtenidos en las encuestas se define el perfil del cliente de

Anolaima para determinar así el segmento de mercado al cual estará dirigido el producto agroturístico de este proyecto.

Para concluir en el tercer capítulo se realiza el diseño final del recorrido agroturístico propuesto para el municipio de Anolaima, para ello en primer lugar se seleccionaron las fincas que se utilizarán para el recorrido de acuerdo a los resultados obtenidos en las fichas de valoración, luego de esto se establece el recorrido con sus respectivos tiempos, actividades, y suvenires que serán entregados durante el desarrollo de este, para dar finalidad a este capítulo es necesario realizar el costeo del recorrido para así determinar el precio que tendrá y la utilidad que será obtenida.

Por medio del presente trabajo se pudo concluir que el municipio de Anolaima posee un gran potencial para el desarrollo e implementación del turismo, ya que cuenta con los atractivos y recursos necesarios para la ejecución de diferentes tipologías turísticas como lo son el agroturismo, ecoturismo y turismo de naturaleza. Por otro lado, se evidencia la necesidad de establecer una alternativa económica para el municipio puesto que las actividades agropecuarias no brindan a todos los habitantes las mejores condiciones de vida, y finalmente se logró identificar el gran interés que tienen tanto las entidades gubernamentales como la comunidad local por proyectos de este tipo que generen ingresos extras y que no los obligue a generar cambios radicales en sus vidas.

Abstract

The main objective of this work is to design an agrotourism tour that will be carried out in the municipality of Anolaima Cundinamarca, through this proposal it is sought that the local community find an economic alternative so that they can improve their quality of life. Because this is a purely agricultural municipality, tourism is not developed, because both the community and government entities are not aware of the economic, social and cultural benefits that this activity brings. That is why it is sought with this proposal to implement agrotourism in such a way that it is possible to preserve its main activity and also be able to provide the recognition that the municipality deserves since it is considered the fruit capital of Colombia.

For the development of the present project three chapters have been established; in the first of them, interviews were applied in the institutional scope to IDECUT, municipal to the president of ASOJUNTAS of the municipality of Anolaima and as a local area an interview was conducted to the farmers; in order to obtain the expectations that the municipality has regarding tourism activity; After this, an analysis of the municipality was carried out, in order to identify the potential tourist resources it possesses, for the recognition of these, the evaluation form will be used as a tool, which seeks to assess parameters such as: accessibility, displacement, state of the resource, main activities, complementary activities and finally, through the results obtained, a score between 1 and 5 was given; Thus, through the score obtained later in chapter three, the selection of the most suitable farms for the implementation of agrotourism.

In the second chapter an analysis of the real and potential demand of the municipality of Anolaima was carried out. In order to determine the characteristics of these demands, the survey was used as a tool, and the number of tourists registered in the department of Cundinamarca in July of this year, which corresponds to 8,441 visitors, was taken as a population, through random sampling. simple is obtained as sample 162 tourists, is so that 62 surveys were applied to know the features of the tourists of Anolaima and 100 were applied in the terminal of transport of saltpeter in Bogota, taking as main respondents the people whose destination municipalities of the province of Tequendama, region to which the municipality of Anolaima belongs. Finally, by means of the results obtained in the surveys, the Anolaima customer profile is defined to determine the market segment to which the agrotourism product of this project will be directed.

To conclude in the third chapter, the final design of the agrotourism route proposed for the municipality of Anolaima is made, for it firstly the farms that were used for the route were selected according to the results obtained in the assessment sheets, after this establishes the route with their respective times, activities, and souvenirs that will be delivered during the development of this, to give finality to this chapter it is necessary to make the cost of the journey to determine the price it will have and the utility that will be obtained.

Through this work it was possible to conclude that the municipality of Anolaima has a great potential for the development and implementation of tourism, since it has the attractions and resources necessary for the execution of different tourist typologies such as agrotourism, ecotourism and tourism from nature. On the other hand, there is evidence of the need to establish an economic alternative for the municipality since agricultural activities do not provide all the inhabitants with the best living conditions, and finally it was possible to identify the great interest that both government entities and the local community have. For projects of this type that generate extra income and that do not force them to generate radical changes in their lives.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	12
Problema	12
Descripción del problema	12
Delimitación	13
Justificación del problema	14
Pregunta de investigación	15
Objetivos del proyecto de investigación	15
Objetivo general	15
Objetivos específicos	15
Metodología	16
Enfoque	16
Marco teórico	18
Marco referencial	20
Marco conceptual	22
Turismo rural	22
Agroturismo	22
Turismo alternativo	23
Turismo como desarrollo local	24
Marco geográfico o demográfico	25
Marco legal	27
Capítulo I	29
Análisis de los recursos agroturísticos del municipio de Anolaima Cundinamarca y sus potencialidades	29
El turismo	30
Tipos de turismo	31
Producto turístico	34
Recurso turístico	36
Recurso agroturístico	38
Anolaima Cundinamarca	38
Metodología para el análisis de los recursos	39
La entrevista	40
Análisis de las entrevistas individualmente	41
Análisis general de las entrevistas	42

	X
Fichas de evaluación de recursos turísticos	43
Parámetros para la valoración y ponderación de los recursos	43
Análisis fichas de valoración	54
Capítulo II	56
Caracterización de la demanda agroturística del municipio de Anolaima Cundinamarca	56
Métodos para la recolección de información	62
La encuesta	63
Análisis encuesta aplicada en Anolaima	72
Análisis encuestas aplicadas en la ciudad de Bogotá	85
Capítulo III	105
Diseño del Producto agroturístico en el municipio de Anolaima Cundinamarca	105
Producto turístico	105
Ciclo de vida de un producto turístico	107
Ruta turística	109
Circuito turístico	109
Elementos de la ruta turística	110
Diseño de rutas turísticas	110
Agrolaima Ruta Agroturística	112
Determinación de los costos de la operación	121
Conclusiones	124
Recomendaciones	126
Referencias	127
Lista de tablas	130
Lista de ilustraciones	130
Lista de ecuaciones	131
Anexo I	132
Modelos de entrevista	132
Entrevista número 1	132
Anexo 2	134
Anexo 3	139
Entrevista presidente aso-juntas	139
Anexo 4	140
Entrevista agricultor numero 1	140
Entrevista agricultor numero 2	141
Entrevista agricultor numero 3	142
Entrevista agricultor numero 4	143

Entrevista agricultor numero 5	144
Entrevista agricultor numero 6	145
Entrevista agricultor numero 7	146
Anexo 5	148
Anexo 6	151
Modelos de encuesta	151
Anexo 7	155
Encuetas aplicadas en la ciudad de Bogotá	155
Anexo 8	161
Tabla de tabulación encuetas aplicadas en la ciudad de Bogotá	161

Introducción

Este proyecto tiene como objetivo proponer una alternativa agroturística en el municipio de Anolaima- Cundinamarca, entendiendo este municipio como una alternativa para un municipio con grandes potencialidades agroturísticas. El proyecto se divide en tres capítulos: En el primer capítulo se abordaran las definiciones generales, que nos permitan llevar una idea amplia de turismo y, la forma en que ha impactado los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales del país. Asimismo las tipologías y modalidades turísticas que se desarrollan a lo largo y ancho del territorio colombiano.

En el segundo capítulo se abordó la identificación del perfil del cliente, a partir de las encuestas realizadas. Como parte final del proyecto se diseña la ruta agroturística, que pretende unificar las intenciones de los campesinos, empresarios y el sector gubernamental.

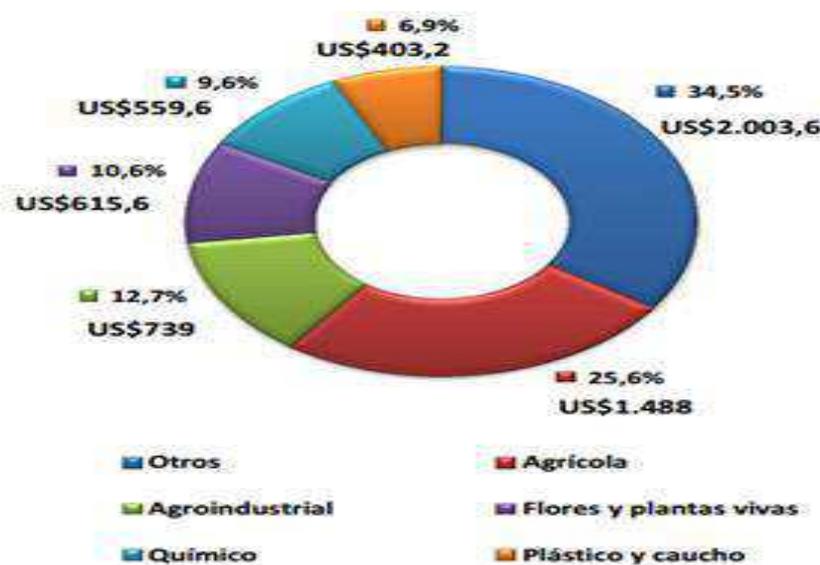
Problema

El principal problema del municipio de Anolaima es el desinterés hacia el agroturismo por parte de la comunidad local, puesto que no ven en este una actividad económica alterna desaprovechando su potencial agrícola ya que son considerados la capital frutera de Colombia.

Descripción del problema

Colombia es un país dedicado principalmente en la mayoría de su territorio a la actividad agrícola, esta actividad logra posicionar el país como uno de los principales exportadores de diferentes productos como son: las frutas, las flores, el café entre otros. Teniendo en cuenta las estadísticas de los principales sectores en las exportaciones, realizadas por PROCOLOMBIA entre enero y mayo del año 2016, se evidencia que el 25.6% pertenece al sector agrícola.

ILUSTRACIÓN 1 PARTICIPACIÓN DE LOS PRINCIPALES SECTORES EN LAS EXPORTACIONES ENERO MAYO 2016.



Fuente: Procolombia

De acuerdo a los resultados obtenidos por PROCOLOMBIA se quiere destacar que al ser la agricultura la actividad económica principal de Colombia, no se da la suficiente participación e importancia al municipio de Anolaima Cundinamarca, puesto que es conocido como la capital frutera de Colombia, razón por la cual se cree que al establecer una relación entre el turismo y la agricultura se podría generar una alternativa económica para el municipio. Al ser un municipio netamente agrícola el desarrollo que se ha visto de la actividad turística es casi nulo pues la comunidad local no tiene conocimiento de los beneficios económicos, sociales y culturales que trae consigo el turismo, es por ello que se cree que con este proyecto se podría establecer el turismo como una fuente económica alterna sólida para el municipio.

Delimitación

En el departamento de Cundinamarca (Colombia) se encuentra ubicado el municipio de Anolaima, situado en la Provincia del Tequendama, a 71 km de Bogotá.

Municipio en el cual se llevará a cabo el proyecto, con el cual se busca establecer una relación entre la agricultura y el turismo, por medio del diseño de un producto agroturístico, que integre el desarrollo local y genere una alternativa económica para el municipio.

Justificación del problema

De acuerdo a la problemática evidenciada dentro del municipio de Anolaima Cundinamarca este proyecto tiene como finalidad la creación de un **producto agroturístico**, para lograr que el municipio encuentre en el turismo una alternativa económica diferente.

El proyecto busca la participación activa de la comunidad que desarrolla actividades agrícolas, ya que son las personas más indicadas para realizar este trabajo puesto que tienen los conocimientos de la siembra, producción y recolección de las diferentes frutas y hortalizas que se dan en el municipio, así mismo cuentan con la experiencia suficiente para transmitir todos sus conocimientos a los turistas de las diferentes actividades que se desarrollan en el campo. Y de esta manera generar una alternativa sostenible para el municipio y su comunidad, generando un desarrollo económico local.

De igual forma, con este proyecto se busca generar una diversificación de la oferta turística, para así crear conciencia en los turistas de las nuevas generaciones sobre la importancia que tiene el agro como parte esencial de la economía colombiana, de la cual todos deben sentir orgullo, puesto que es gracias al trabajo que realizan los campesinos día a día, que logramos ser reconocidos en el exterior, no solamente por el café sino también por las frutas, flores y demás productos que son exportados a diario en nuestro país. Es por eso que se considera que dicho proyecto puede generar un alto interés en las personas, debido a que se está manejando a nivel mundial, una tendencia de los hábitos saludables y de los productos orgánicos, y que mejor manera de conocer esta labor que por medio del turismo, ya que las personas podrán establecer un contacto directo con estos productos, también los visitantes entraran en contacto con las diferentes especies de animales que se encuentran en el campo y se familiarizan con las actividades que allí se desarrollan y con la comunidad receptora, ya que habrá un intercambio no solo económico sino también de conocimientos y experiencias, a las que cada uno de los actores locales se enfrentan en su diario vivir, esto ayudara al crecimiento y desarrollo económico del municipio y de su comunidad.

Pregunta de investigación

¿Cómo aprovechar turísticamente la potencialidad agrícola del municipio de Anolaima?

Objetivos del proyecto de investigación

Objetivo general

Proponer una alternativa agroturística en el municipio de Anolaima- Cundinamarca.

Objetivos específicos

1. Analizar los recursos agroturísticos y sus potencialidades, en el municipio de Anolaima Cundinamarca.
2. Identificar las características de la demanda turística del municipio de Anolaima.
3. Diseñar un producto agroturístico en el municipio de Anolaima.

Metodología

El tipo de investigación que se utilizara para el desarrollo del proyecto será descriptivo, ya que buscan especificar las propiedades importantes de las personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Según el libro metodología de la investigación de (Sampieri, Collado, & Lucio, 1997) citando a (Dankhe, 1986).

Este tipo de investigación permite reseñar las características principales del objeto de estudio para que de esta forma se pueda realizar el análisis correspondiente de las variables que se tomaron para su estudio, sin embargo para llegar a este análisis es necesario conocer el enfoque con el cual se trabajara durante el desarrollo de la investigación, a continuación se mostrara el tipo de enfoque que se utilizara, y las herramientas que fueron elegidas para su desarrollo.

Enfoque

Se trabajara con un enfoque mixto ya que por medio de estese hace la recolección de datos más completos; este enfoque ha sido seleccionado para el presente proyecto puesto que es necesario identificar datos cualitativos como cuantitativos y de igual forma este permite utilizar diferentes tipos de instrumentos como: encuestas, entrevistas, que se aplicaran a la comunidad local para determinar la aprobación y viabilidad del proyecto en el municipio.(Sampieri, Collado, & Lucio, METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN, 2006).

TABLA 1 TIPOS DE INSTRUMENTOS

OBJETIVO	INSTRUMENTOS A UTILIZAR
<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los recursos agroturísticos y sus potencialidades, en el municipio de Anolaima Cundinamarca. 	Fichas de evaluación Fotografías Entrevistas
<ul style="list-style-type: none"> • Identificar las características de la demanda turística del municipio de Anolaima. 	Encuestas
<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un producto agroturístico en el municipio de Anolaima. 	Mapas cartográficos

Marco teórico

Para el desarrollo del proyecto se tomará en cuenta lo planteado por Roberto C. Boullón, Diego R. Boullón en el texto turismo rural: un enfoque global, en el cual se establecen 14 características principales del turismo rural:(Boullón & Boullón, 2008)

1. Las modalidades de turismo rural que sean desarrolladas en un país, son generadas por iniciativas de empresarios locales.
2. El turismo rural en mayor o menor medida incorpora las costumbres y formas de vida de las comunidades locales.
3. El turismo rural, al contrario de otras modalidades masivas, contribuye a revalorar las tradiciones locales.
4. A diferencia de otras formas de turismo tradicional, el turismo rural no experimenta la estandarización de alojamientos en hoteles u hosterías, ya que los turistas se hospedan en viviendas que forman parte de las estancias, haciendas o fincas que prometen una experiencia diferente a la de los viajes comunes.
5. Satisface diversas motivaciones al plantear al turista la práctica de diferentes actividades de esparcimiento.
6. En la mayoría de los casos el turismo rural genera un bajo impacto, sin embargo existen algunas variantes como lo es el caso de la utilización de campos que sean cercanos a grandes ciudades.
7. Es complementario, por lo tanto, se encuentra bastante relacionado con las actividades agropecuarias lo que significa que la prestación de servicios y actividades se programen para que los turistas se apoyen de la infraestructura existente, es por ello que la inversión necesaria es mucho más baja que aquella correspondiente a las diversas tipologías de turismo.
8. Por su propia naturaleza el turismo rural es disperso y posee unas concentraciones de equipamiento mínimas.
9. Los precios de los establecimientos dedicados a prestar servicios típicos del turismo rural son relativamente caros, ya que pueden llegar a igualar el precio de un hotel categorizado con cuatro o cinco estrellas. Sin embargo, los precios pueden ser más económicos si se ajusta al turismo rural comunitario.

10. Si se llegase a desarrollar como una especialidad el turismo rural podría competir como una opción innovadora en cuanto a la programación de actividades y la participación del turista.
11. Generalmente es un emprendimiento de tipo familiar que se enmarca en las pequeñas empresas.
12. La manera más adecuada de comercializar el turismo rural es mediante la unión con consorcios o redes regionales.
13. Puede ser visto como un factor que genera empleos diferentes a la actividad de producción agropecuaria.
14. En el turismo rural la estacionalidad es realmente marcada, ya que debido a sus características su temporada alta coincidirá con los periodos de vacaciones y de verano. (Boullón & Boullón, 2008).

Por otro lado, es necesario contextualizar un poco en el tema de los productos turísticos para ello se tendrá en cuenta lo planteado por Mincetur (ministerio de comercio exterior y turismo, Perú) en el documento manual para la planificación de productos turísticos, inicialmente se establece que todo producto turístico consta de tres componentes que son:

Experiencial: este hace referencia a la participación de ya sea eventos, festividades o actividades de esparcimiento, la calidad, la tranquilidad, la seguridad y finalmente las relaciones que se establecen con las comunidades.

Emocional: este se refiere al factor humano y cultural que interviene en la prestación de servicios, así mismo como la hospitalidad de la comunidad receptora de los destinos.

Material: comprendido por infraestructura, atractivos turísticos, instalaciones y planta turística. Igualmente, Mincetur establece ciertas etapas para el desarrollo de un producto turístico, en primer lugar, se encuentra la etapa de planificación: para el desarrollo de esta fase es necesario el seguimiento de 4 pasos secuenciales que son: 1. El análisis del destino, 2. La conceptualización del producto turístico, 3. Diseño del producto turístico y 4. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico, son estos 4 pasos la base del desarrollo del producto turístico. En segundo lugar, se encuentra la etapa de implementación, la cual consiste en la ejecución de las actividades que fueron previamente establecidas en la fase de planificación. Finalmente, la etapa de comercialización y marketing, que se refiere al momento en el cual producto es puesto al alcance del turista, en la cual adicional a esto se ofrece al turista la experiencia. (Mincetur, 2014).

Marco referencial

El turismo rural es una tipología turística que se ha venido desarrollando a través de los años y ha sido implementada en diferentes lugares principalmente en los países que son constituidos en su mayoría por riqueza de fauna y flora.

En Argentina el IICA (Instituto Interamericano de Cooperación para la agricultura) ha creado un documento en donde se describe la integración del turismo rural en sus diferentes modalidades, destacando tres proyectos que han sido exitosos en el país, el primero de ellos es la “red de agroturismo EFAS, provincia de misiones”, proyecto que consiste en la aplicación del agroturismo y propuestas innovadoras de agro-ecoturismo, conformado por 100 emprendimientos agrícolas familiares. El segundo de ellos es la “asociación de sabores de la Patagonia cálida, provincia del rio negro”, este proyecto consiste en la ejecución de rutas alimentarias el cual se encuentra integrado por 8 micro emprendimientos y por último el tercero de ellos denominado “la Trinidad casa de campo”, provincia de entre ríos idea que surge de un proyecto familiar que luego de la crisis del año 2002 ve en el turismo rural una fuente económica, donde se adecuo la pequeña finca de 5 hectáreas de una pareja para que se pudieran prestar adecuadamente servicios turísticos.

En este sentido conociendo previamente algunos ejemplos exitosos del turismo rural cabe resaltar la importancia del agroturismo en este proyecto ya que es la modalidad de turismo rural que será trabajada. Como ejemplo de desarrollo de agroturismo exitoso se puede destacar a Chile país en donde esta tipología cuenta tan solo con 20 hectáreas. En el centro del país se encuentra la zona de fruticultura caracterizada por los abundantes cultivos de vid (uvas), manzanas y peras, también se incluyen a los turistas en los procesos de ganadería y pesca. Por otra parte el IICA muestra en el documento “una mirada a experiencias exitosas de agroturismo en América latina” los proyectos más exitosos de agroturismo que han sido aplicados en América latino, uno de ellos es: la ruta agro turística del queso desarrollado en Costa Rica, dicha ruta se establece como un recorrido por las diferentes fincas y queseras para que de esta forma el turista conozca e interactúe en los procesos de la elaboración del queso y la cultura que se genera alrededor de este producto.

Es así que este proyecto consiste en el diseño de un producto agroturístico que se llevara a cabo en el municipio de Anolaima Cundinamarca también conocido como la capital frutera de Colombia, en el cual se buscara que el turista interfiera en las actividades de siembra,

cosecha y transformación de las frutas y hortalizas características del lugar como son: guanábana, guayaba, mora, curuba, piña y cítricos, habichuela, tomate, arveja, berenjena. Es por esta razón que se puede tomar como referente la "ruta del sol y la fruta" llevada a cabo en Antioquia Colombia donde se complementa el agroturismo con los atractivos históricos, en este recorrido es indispensable la visita de San Jerónimo en donde se produce como fruta local el tamarindo que con su sabor agrídulce se ha vuelto indispensable en esta ruta, luego los turistas deben visitar Sopetrán municipio en donde se realiza la fiesta de las frutas.

El turismo alternativo comprende principalmente las actividades que se realizan en un medio natural generando una estrecha relación entre el turista y la naturaleza sin dejar de lado la preocupación por mantener el buen estado de estos recursos naturales. La dirección de turismo alternativo de México establece que el turismo alternativo se divide en tres segmentos ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural, dentro del segmento del turismo rural se encuentra el agroturismo que "busca que la actividad agrícola represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la expansión de su actividad económica, mediante la combinación de la agricultura y el turismo." Adicional a esto se establece a México como un país con potencial para el desarrollo del turismo alternativo por su gran biodiversidad y por su pluriculturalidad razones por las cuales los turistas se motivan a conocer un poco más de sus tradiciones, bebidas, alimentos y demás atractivos que sean desarrollados principalmente en el medio natural.

De acuerdo a todo lo planteado anteriormente con este proyecto se quiere establecer una relación entre la actividad agrícola del municipio de Anolaima con la actividad turística, para que de esta forma la comunidad se apropie de esta y se pueda convertir en una actividad económica alternativa.

Marco conceptual

Turismo rural

Según el libro turismo rural del autor Juan I. Pulido, él comenta que el turismo rural es muy complejo, a la hora de definirlo, pues no existe una definición única para este concepto, pero en su libro hace una definición generalizada para este término como: aquella actividad turística que se lleva a cabo en el hábitat rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, naturaleza y cultura tradicional, alejados del fenómeno de la masificación. (Pulido, 2008)

Juan I pulido Fernández cita en su libro el turismo rural al instituto de estudios turísticos el cual define a este como la oferta de actividades recreativas, alojamiento y servicios a fines, situada en el medio rural, dirigido principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y con la gente local. (Pulido, 2008)

En el libro manual del planificador rural. Describe al turismo rural como: una forma de turismo que se desarrolla en el medio rural y que cuenta con la participación directa de familias campesinas que dan a conocer su mundo manteniendo su modo de vida tradicional (Instituto de Turismo de la universidad Austral de Chile, 2012)

También en el libro turismo rural, un enfoque global de Roberto C. Boullón y Diego R. Boullón se refiere al turismo rural como: a todas aquellas actividades turísticas que pueden desarrollarse en el ámbito rural y resultan de interés para los habitantes de las ciudades, dadas sus características tradicionales diferentes a las del estilo usual de vida urbana. Así es como practican turismo rural tanto aquellas personas que se alojan en un predio agrícola, con el interés de conocer y disfrutar de alguna actividad agropecuaria. (Boullón & Boullón, 2008)

Agroturismo

Marvin Blanco M. Hernando Riveros citan a la OMT que define al agroturismo como: una de las modalidades del turismo que se realizan en espacios rurales, en el que se incluyen el turismo rural, el ecoturismo y el turismo de aventura, entre otros; este mismo autor plantea la definición de la Organización Mundial del Turismo citada por Barrera (2006) en su libro El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial en el cual plantea al agroturismo como la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o

plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios (Blanco & Riveros, 2010)

Agroturismo: según el Programa Argentino de Turismo rural la define a este como la modalidad que se presenta como un complemento de la actividad principal del establecimiento agropecuario. En donde el visitante participa activamente de las actividades productivas cosecha, laboreo del suelo, elaboración de dulces, ordeños, arreos, y la familia debe participar activamente en la acogida de los turistas y compartir con ellos las actividades que se ofrecen. (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), 2009)

Agroturismo: es una forma de turismo rural que presenta características particulares en la organización de la oferta conectada a la hacienda agrícola. Para el consumidor europeo se habla de la producción típica, de origen geográfico, de las características artesanales, del proceso de transformación, de la particularidad de la utilización de la gastronomía, independientemente si son objeto de una forma de garantía o protección comunitaria y/o nacional.(Mejía, 2017) Citando el (Programa de iniciativa Comunitaria LEADER II Comunicaciones CEE1994)

Blanca García en su libro Marketing del turismo rural plantea que el agroturismo es un segmento de turismo rural, con la peculiaridad de que se ubica en granjas caseríos, masías, cortijos, pazos, que son preferentemente activas, en donde se puede hacer partícipe al turista en las diferentes actividades agropecuarias. Según las regiones, este término se identifica con turismo rural, aunque técnicamente ha de entenderse como una modalidad. (Henche, 2005)

Turismo alternativo

Aunque el turismo alternativo no tiene una definición específica ya que va arraigado a la experiencia que se lleva cada turista con el viaje que realiza. Según SECTUR (2007), el turismo alternativo El Turismo Alternativo, es el reflejo de este cambio de tendencia en el mundo, representando una nueva forma de hacer turismo, que permite al hombre un reencuentro con la naturaleza, y un reconocimiento al valor de la interacción con la cultura rural.(Secretaría de Turismo SECTUR, 2004)

Es una modalidad turística que reúne un fuerte componente de responsabilidad a fin de no afectar las áreas naturales que se visitan, apreciando atractivos naturales y manifestaciones culturales, promoviendo la conservación, el bajo impacto ambiental y cultural, así como el involucramiento de las poblaciones locales.(Zamorano, 2007)

Gracias a las nuevas tendencias, como el ecoturismo, el turismo deportivo, el turismo temático o el turismo de aventura, el visitante busca aprender a través de experiencias las cuales va desarrollando a través de actividades inusuales en su vida cotidiana, ya sea interaccionando con la naturaleza o con las comunidades locales (Zamora, Grez, Ortega, & Vargas, 1998) citando a (Navarro, 1997).

Según Patricia Domínguez y Otros citando a Broliman (1996) menciona que el turismo alternativo debe cumplir unos elementos esenciales para considerarlo alternativo el primero es pensado para desarrollarse en pequeña escala, se caracteriza por que se desarrollan en aldeas, pueblos o comunidades, donde se espera fomentar una interacción significativa entre el turista y el residente local, generando el menor impacto social y cultural, incitando la participación de la comunidad local y regional, enfocado hacia la sustentabilidad del medio ambiente y sobre todo este tipo de turismo no debe denigrar o afectar a la cultura anfitriona. (Zamora, Grez, Ortega, & Vargas, 1998)

De acuerdo con los elementos que mencionados Patricia Domínguez y Otros concluyen que el turismo alternativo es como una opción nueva y diferente para vacacionar, donde se integran actividades turísticas de carácter no convencional, tratando de minimizar por medio de la planeación el impacto ambiental y cultural (Zamora, Grez, Ortega, & Vargas, 1998)

Turismo como desarrollo local

El libro turismo rural de Juan I Pulido, menciona a los autores (Sharpey y Telfer, 2002) los cuales hacen referencia al turismo, como una alternativa que genera una serie de beneficios económicos a las comunidades, cuando se planifica y se gestiona de tal modo que los impactos sociales y medio ambientales sean mínimos; obteniendo unos beneficios que contribuyen al crecimiento y al desarrollo económico, pero el desarrollo debe implicar algo más que el bienestar en las comunidades. (Pulido, 2008)

Ruta turística

Una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo. (SENA)¹

¹ La información fue tomada del manual para el diseño de rutas turísticas elaborado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, sin embargo no tiene fecha ni autor por ser un documento de carácter institucional.

Marco geográfico o demográfico

Anolaima es un municipio del departamento de Cundinamarca situado en el país de Colombia, se encuentra ubicado a 75Km de la capital colombiana. Este municipio se caracteriza por su gran actividad económica, ya que dedica el 60.3% al cultivo y comercialización del café, hortalizas y frutas. Un 36% en la actividad pecuaria y en un 3.7% en el sector piscícola. Anolaima es considerada la capital frutera de Colombia; este municipio maneja el 81% de su territorio a la siembra y cultivo de frutas como lo son; la mora, la curúba, la guanábana, la guayaba, tomate de árbol, mango y cítricos y el 19% en la siembra de habichuelas, tomate, arveja, berenjena etc. Por otra parte, cabe destacar el buen posicionamiento de la producción ganadera y lechera que ha tenido en los últimos años y que poco a poco se vuelve una parte fundamental en la economía del municipio. También es de gran importancia la floricultura, porque dentro de la industria del municipio está el cultivo y ornamentación de flores, de igual manera se debe resaltar que dentro de la industria de Anolaima, se encuentra la fabricación de muebles, la elaboración de pan, golosinas, y procesadoras de café.

Dentro de la parte turística, Anolaima tiene una festividad típica religiosa que es la celebración del “Corpus Christi”, donde los campesinos realizan distintas actividades, como concursos; presentaciones artísticas; desfiles de carrozas dándole homenaje a las frutas, debido a que son el fuerte del municipio, ya que están elaboradas con las diferentes frutas que se cultivan en el municipio; la demostración de arcos frutales; conciertos; etc.

Por otro lado, el municipio cuenta con 32 veredas, un centro turístico, un parque ecológico, el Hospital San Antonio, la Unidad de Saneamiento y con tres inspecciones de policía.

Para explicar el tema de forma gráfica se presentaran a continuación el mapa político de Anolaima y el mapa del casco urbano del municipio, los cuales fueron obtenidos por medio de la secretaria de planeación de la gobernación de Cundinamarca.

ILUSTRACIÓN 2 MAPA POLÍTICO DE ANOLAIMA-CUNDINAMARCA

Gobernación de Cundinamarca-Secretaría de planeación

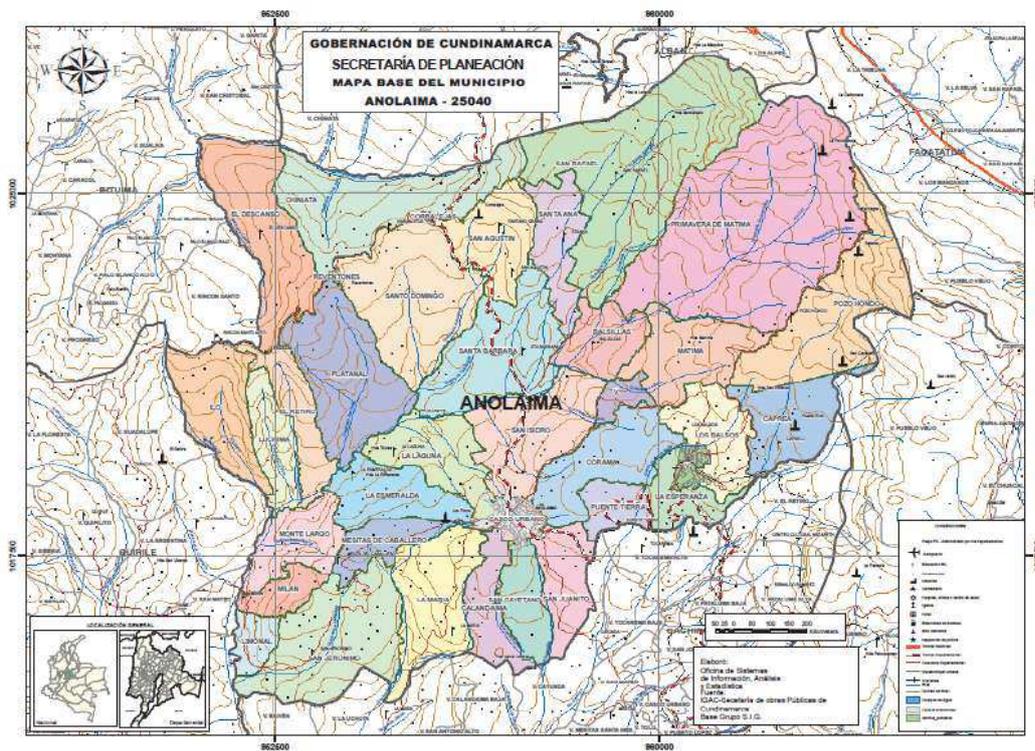
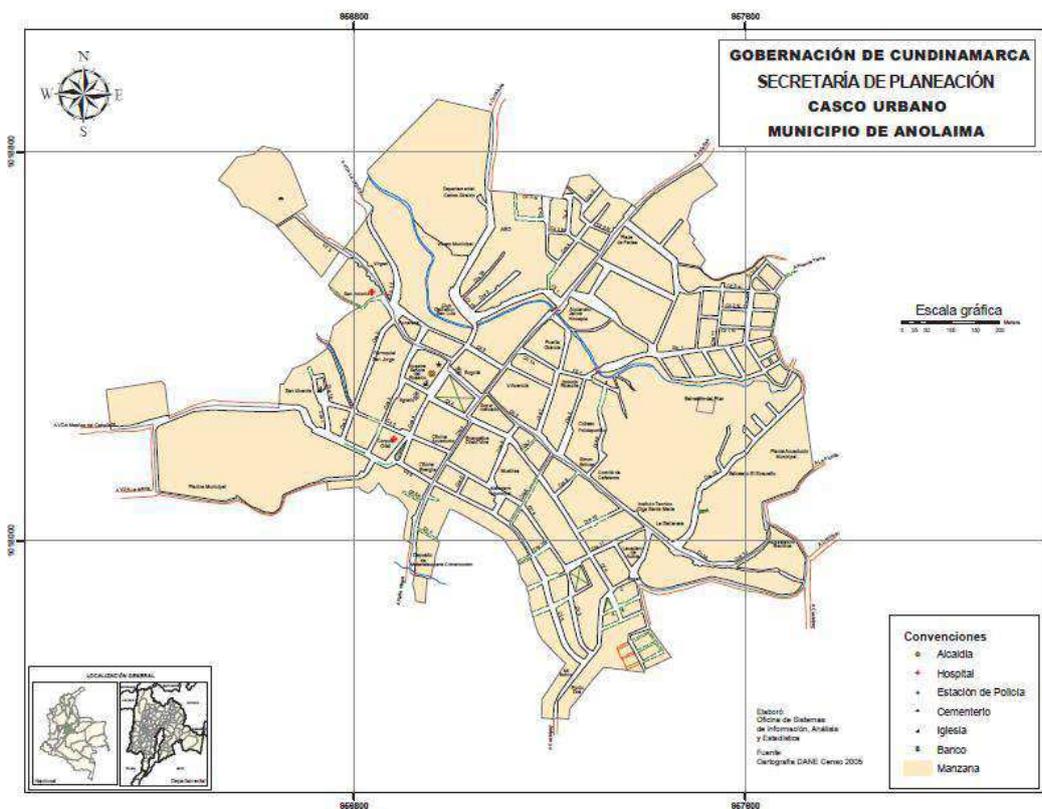


ILUSTRACIÓN 3 MAPA CASCO URBANO DEL MUNICIPIO ANOLAIMA-CUNDINAMARCA



Gobernación de Cundinamarca-Secretaría de planeación

Marco legal

Para el desarrollo de este proyecto, éste se regirá de la siguiente normatividad:

Este proyecto se regirá bajo la definición de agroturismo que se encuentra en el Artículo 26, punto 4 de la **ley 300 de 1996**, que lo define de la siguiente manera “El agroturismo es un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas. Por sus características, este tipo de turismo se desarrolla en actividades vinculadas a la agricultura, la ganadería u otra actividad, buscando con ello generar un ingreso adicional a la economía rural. Debido a la vulnerabilidad de la comunidad receptora, el Estado velará porque los planes y programas que impulsen este tipo de turismo contemplen el respeto por los valores sociales y culturales de los campesinos”. Ley 300 de 1996. El proyecto se basa bajo esta definición, ya que, el principal objetivo del desarrollo del circuito es el aumento de la economía del municipio por medio del agroturismo con ayuda de los campesinos.

Dentro del **Plan de Desarrollo del municipio de Anolaima** – Cundinamarca, se hizo énfasis en el párrafo de Turismo que hace referencia a NECESIDAD: Generar como polo de desarrollo y de empleo programas de turismo por medio del ecoturismo y agroturismo en el municipio, formar el consejo de turismo municipal, en donde estén las agremiaciones particulares y públicas, en beneficio del sector, para mostrar lo nuestro e incentivar a propios y visitantes a vivir, conocer toda esa riqueza a nivel de turismo guardada en Anolaima. FORTALEZA: La riqueza de nuestro senderos, caminos, rutas y sitios de interés eco y agroturísticos, el recurso humano disponible para encaminar los programas mediante capacitaciones de entes con el SENA. Plan de Desarrollo económico, social y de obras públicas del municipio de Anolaima (2012-2015). Esta referencia es de gran apoyo para el proyecto, debido a que buscan explotar el potencial agropecuario del municipio, por medio del agroturismo y la idea principal del proyecto es trabajar directamente con este sector para promover el reconocimiento del municipio.

Este proyecto también trabajará con el **Plan de Ordenamiento Territorial** del municipio de Anolaima, porque en este se evidencian los objetivos, las directrices, políticas, estrategias, metas, la utilización del suelo, etc., del municipio y esto es de gran importancia tenerlo presente, debido a que se trabajará directamente con los recursos del municipio. Donde en este documento hace énfasis directamente con lo que se va a tratar, que es el aprovechamiento del suelo rural y hace referencia a “El suelo rural contará, tal como está definido en el programa de ejecución, por un lado con proyectos en el sector ambiental que

soportan la producción y protección hídrica, garantizando así el abastecimiento para el territorio y la región, y por el otro, programas y proyectos económicos y de optimización de la producción para crear la dinámica agropecuaria, comercialización y procesamiento” Esquema de Ordenamiento Territorial.

También se registrará bajo la **Ley de Desarrollo del Agroturismo – 2015**. Este proyecto tiene como base principal el AGROTURISMO, por esta razón es de vital importancia registrarse de esta ley, ya que, “Por medio de la cual se regula la actividad del agro turismo en Colombia”.

Capítulo I

Análisis de los recursos agroturísticos del municipio de Anolaima Cundinamarca y sus potencialidades

En este capítulo se abordará, en primera instancia las definiciones generales, que nos permitan llevar una idea amplia de turismo y, la forma en que ha impactado los aspectos económicos, sociales, culturales y ambientales del país. Asimismo las tipologías y modalidades turísticas que se desarrollan a lo largo y ancho del territorio colombiano. Para el desarrollo de este proyecto, es necesario, hacer un énfasis en la importancia del turismo rural y cómo se ha convertido en una tendencia global, logrando además posicionarse como una nueva alternativa económica que permite el crecimiento de los territorios en vía de desarrollo, gracias a la biodiversidad que caracteriza a Colombia este se considera un territorio con alto potencial para la implementación del turismo rural, por otro lado al ser la agricultura la principal actividad económica del país, esta es considerada una fortaleza competitiva para la implementación del agroturismo.

A lo largo de la historia del turismo en Colombia se han venido desarrollando proyectos de agroturismo en los diferentes departamentos del territorio nacional, sin embargo estas iniciativas no han sido lo suficientemente impulsadas para que esta tipología turística tenga un crecimiento significativo y logre posicionarse como una de las principales fortalezas turísticas del país, la principal causa de este problema es la falta de inclusión y motivación a las comunidades locales por parte de los entes gubernamentales.

Por otro lado en este capítulo se quiere crear una nueva percepción en lo que concierne a la definición de atractivo y recurso turístico, ya que en el agroturismo se percibe de una forma diferente a lo que es considerado en las otras tipologías, es por eso que en este capítulo se evaluará el potencial de las fincas del municipio de Anolaima en donde se desarrollan actividades agropecuarias, ya que estas y el deseo del turista por adquirir conocimientos sobre dichas actividades se convierten en la principal motivación de viaje de los turistas, para la valoración de dichas fincas se realizará una ficha de evaluación en la cual se tiene en cuenta aspectos como lo son: accesibilidad, tiempo de desplazamiento, estado del recurso, la principal actividad que se desarrolla en este, las actividades alternas con las que cuenta y una descripción general del atractivo, finalmente teniendo en cuenta los aspectos anteriormente

mencionados se dará una calificación, que permitirá valorar y clasificar las fincas de acuerdo a su potencial agropecuario.

Para el desarrollo de este proyecto se ha seleccionado el municipio de Anolaima Cundinamarca, ya que al ser considerado la capital frutera de Colombia cuenta con gran variedad de recursos agropecuarios, lo que lo convierte en un escenario idóneo para el desarrollo de este proyecto, adicional a ello puede ser considerada como una fortaleza el interés y participación de la población local puesto que todos ven en el turismo una alternativa económica, que les permitirá mejorar su calidad de vida.

El turismo

El turismo en el mundo se ha incrementado aceleradamente respecto a otras industrias, ya que este sector se ha encargado de diversificar la oferta volviéndola bastante amplia para los diferentes gustos y motivaciones de cada turista. El turismo se ha convertido en uno de los principales generadores de desarrollo para los países, y de esta forma ayuda a impulsar a los países en vía de desarrollo, que lo convierte como clave del progreso socioeconómico mundial.

De acuerdo con la organización mundial de turismo (OMT) hoy día el volumen de esta actividad supera o igual a las exportaciones de petróleo, de productos alimentarios o incluso de automóviles, lo que significa que el turismo se ha convertido en uno de los actores principales de comercio internacional ya que representa al mismo tiempo una de las mayores fuentes de ingreso para países en desarrollo.

La importancia que se le da al turismo depende de la prioridad que cada país o región le dé al desarrollo de este. En el caso de Colombia, el turismo ha permitido que muchas personas obtengan un empleo y mayor estabilidad económica, y adquieran diferentes beneficios que les permita mejorar su calidad de vida. El turismo al ser una actividad que necesita de servicios complementos para ofrecer la mejor experiencia al turista, logra beneficiar tanto a la industria turística como a las comunidades locales.

La OMT afirma que 1 de cada 11 trabajadores colaboran con los sectores relacionadas como son los hoteles, restaurantes, agencias de viajes empresas transportadoras aéreas, terrestres o marítimas guías de turismo entre otras. Adicional a esto el turismo es un gran generador de divisas y como se comenta anteriormente esté ayuda al progreso socioeconómico de las poblaciones más vulnerables, lo que permite que se invierta más en

infraestructura, mejoramiento y adecuación de atractivos turísticos, y es algo que favorece en general al crecimiento de todo el país,

Para contextualizar un poco más el tema de investigación empezamos por definir que es turismo, según la organización mundial del turismo (OMT) el turismo son todas las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros.

El turismo en la actualidad es una de las actividades más importantes que se realizan en el mundo, ya que beneficia a las personas que se involucran con el sector turístico ya sea directa o indirectamente, lo que ayuda al desarrollo económico y cultural de los países departamentos, y municipios.

Por otra parte, el turismo está enfocado en convertirse en una actividad sostenible que permita tener un equilibrio con la sociedad y el medio ambiente en el que se desarrolla, y al mismo tiempo que por medio de esta actividad se valoren los recursos naturales, culturales del país. Colombia en los últimos años ha venido comprendiendo las tendencias mundiales que se viven alrededor del turismo, esto significa que las motivaciones que tenía un turista de hace 10 años no son las mismas que la del turista que encontramos en la actualidad, ya que el turista actual busca vivir experiencias novedosas que logren superar sus expectativas. El país, ha dejado de lado el pensamiento y la tendencia de la masificación de los atractivos turísticos y está enfocado en la concientización de proteger los recursos, para ello se está buscando la posibilidad de practicar otras opciones de turismo para de esta forma diversificar la oferta turística, gracias a que Colombia posee hermosos paisajes no solo naturales y culturales, esta actividad se puede realizar en la mayoría del territorio colombiano, lo que permite el desarrollo de diferentes tipos de turismo como: turismo cultural, turismo de sol y playa, turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural, turismo de salud, entre otros. Para ellos entraremos a contextualizar un poco más sobre los tipos de turismo que existen.

Tipos de turismo

Como se menciona anteriormente existen una gran variedad en los tipos y sub tipos de turismo, depende en su gran mayoría del espacio y lugar en donde se realice, también los tipos de turismo se pueden considerar muy subjetivos, ya que aunque estos no cambien hay varios autores que referencian este tema desde diferentes perspectivas y visiones, es por esto que para contextualizar un poco los tipos de turismo de una manera más clara y objetiva se

hablara de la definición de Secal y Bernier, 2006 en donde dichos autores mencionan de una manera global estas tipologías referenciándolas de la siguiente forma: Turismo Bioecológico (Natural o de Naturaleza): en donde se encuentran los subtipos de Ecoturismo, Agroturismo, Montañismo, Senderismo; También menciona al Turismo Cultural en donde hacen parte de este el turismo Histórico, Artístico y Cultural, Gastronómico, Religioso; Otro de los tipos de turismo que menciona Secal y Bernier es el Turismo Deportivo y dentro de esta categoría se encuentran las Disciplinas deportivas, Deportes de aventura, eventos deportivos, entre otros. Igualmente es referenciado el Turismo de Salud y Bienestar dentro de esta se encuentran termalismo, Spa, cirugías y tratamientos y por último los autores anteriormente nombrados menciona el Turismo Profesional y Científico, o Realización de Eventos y concluye con estos subtipos inmersos en el como el turismo de Congresos, convenciones, ferias y exposiciones empresariales no culturales o artísticas también hay que tener en cuenta que los tipos de turismo pueden estar condicionados por la demanda como el turismo juvenil, social, adulto mayor, entre otros según lo expuesto por los autores.

Por otro lado para el desarrollo de dicha propuesta nos enfocaremos principalmente en el turismo rural el cual es una tipología del, este tipo de turismo se ha posicionado y ha tomado reconocimiento en los últimos años, según lo expuesto por Juan I Pulido en el libro turismo rural, este desarrollo y crecimiento nace a partir de la búsqueda de una alternativa económica y de desarrollo para los pueblos y municipios al interior de un país, la cual ha sido implementada en diferentes lugares, principalmente en los que son caracterizados en su gran mayoría por su riqueza natural.

Como lo describe el autor Juan I Pulido en su libro turismo rural, se manifiesta que el turismo rural es muy complejo, a la hora de definirlo, pues no existe una definición única para este concepto, sin embargo se identifica una definición generalizada para este término que es : aquella actividad turística que se lleva a cabo en el hábitat rural y cuya motivación principal es la búsqueda de atractivos turísticos asociados al descanso, paisaje, naturaleza y cultura tradicional, alejados del fenómeno de la masificación. (Pulido, 2008) Esto conlleva a que el turista se involucre en actividades ligadas al desarrollo agrario, y al contacto directo con la naturaleza y que se vincule en una relación con la población local.

Dentro de esta tipología de turismo, también se encuentran algunas modalidades que se encuentran inmersas en el ámbito rural, según Juan y Solsona (2000:10-11) existen los siguientes subtipos de turismo rural: Turismo Ecológico: es el tipo de turismo que propone el

disfrute y preservación de un medio, ya sea natural o cultural, con el objetivo de sensibilizar al turista. Turismo de Deporte y Aventura: este tipo de turismo se basa en la práctica de deportes que son desarrollados en un espacio rural. Turismo De Balneario: este se desarrolla en espacios turísticos rurales que se caracterizan por la existencia de centros termales.

Turismo Rural Cultural: esta tipología es motivada por la existencia de núcleos rurales de gran interés debido a su gran patrimonio histórico o artístico. Agroturismo: este tipo de turismo está basado en las actividades que se realizan en el medio rural las cuales involucran un acercamiento con la población local y las labores cotidianas de los agricultores. Turismo de Pueblo: consiste en el desarrollo de una práctica turística o vacacional en un municipio.

Para el desarrollo de este proyecto es importante enfatizar en el concepto de agroturismo, que puede ser entendido como: la actividad que se realiza en explotaciones agrarias (granjas o plantaciones), donde los actores complementan sus ingresos con alguna forma de turismo en la que, por lo general, facilitan alojamiento, comida y oportunidad de familiarización con trabajos agropecuarios (Blanco & Riveros, 2010)

De acuerdo a lo planteado anteriormente se logra establecer que el turismo rural y los subtipos de turismo, que en él se encuentran inmersos, juegan un papel muy importante a la hora del desarrollo turístico ya que se puede considerar como un factor de diversificación de la oferta para el turista, buscando que dentro de estos espacios el turista pueda tener una experiencia única en un ambiente de sostenibilidad y naturaleza. Es por esto que este proyecto propone el diseño un producto agroturístico en el municipio de Anolaima Cundinamarca, ya que como se menciona anteriormente este municipio tiene un gran potencial agrícola, que no ha sido aprovechado en su totalidad. De igual forma es importante resaltar que de acuerdo a la definición de agroturismo dada por Marvin Blanco M. Hernando Riveros S. y en contribución con el desarrollo de la población local se busca que con este proyecto los agricultores del municipio de Anolaima encuentren en el turismo una alternativa económica para el mejoramiento de su calidad de vida.

Para poder realizar el análisis del potencial agroturístico de Anolaima Cundinamarca es necesario en primer lugar contextualizar un poco sobre el concepto de producto turístico y sus componentes.

Producto turístico

La organización mundial del turismo (OMT) define el producto turístico como, un conjunto de bienes y servicios los cuales son utilizados para el consumo turístico, por un grupo determinado de turistas o consumidores.

El autor Fabio Cárdenas en su libro producto turístico cita lo comentado por el economista Juan Luis Colaiácovo quien afirma que en una concepción más amplia el producto constituye todo lo que contribuye a la satisfacción de sus clientes o consumidores, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse por el consumo de ese producto.(Fabio, 1986).

A continuación, en la Ilustración 4 que presenta los tres aspectos que integran el producto turístico:

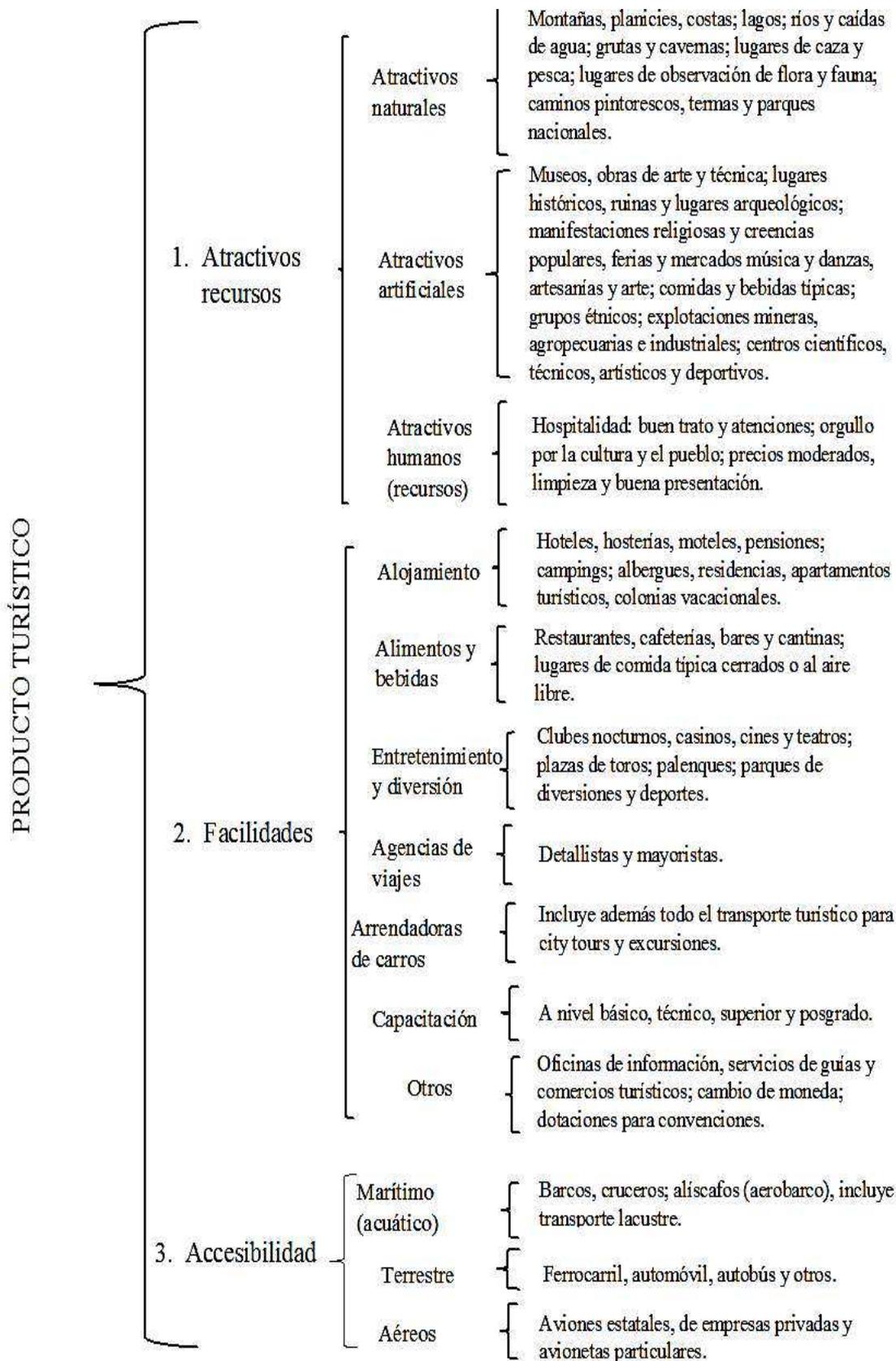
ILUSTRACIÓN 5 ASPECTOS QUE INTEGRAN EL PRODUCTO TURÍSTICO



Producto turístico, Cárdenas Fabio (1986)

El producto turístico puede estar conformado por diferentes atractivos o recursos turísticos como los naturales y artificiales, sin embargo, puede ser considerado como un atractivo humano la hospitalidad de la comunidad local del destino. Las facilidades se ven reflejadas en servicios como los prestados por, las agencias de viajes, hoteles, restaurantes, bares, espacios de recreación y entretenimiento, renta de automóviles, y todos aquellos prestadores de servicios que suplan las expectativas que tiene un turista de un destino y que por supuesto le brinden una experiencia agradable. Finalmente, la accesibilidad se refiere a que los destinos deben ser accesibles por uno o varios medios de transporte, barco, autobús, automóvil. Es por ello que para el diseño de un producto turístico es necesario realizar el análisis de todos estos aspectos ya que si por algún motivo se deja de lado alguno de ellos perderá totalmente su sentido dicho producto y quizás no tendrá la misma viabilidad, para tener un poco más de comprensión sobre el tema a continuación, en la Ilustración 6 se presentaran de un forma más amplia la composición del producto turístico describiendo las características de cada uno de los componentes que fueron presentados anteriormente en la Ilustración 4

ILUSTRACIÓN 7 SE MUESTRA LA COMPOSICIÓN MÁS AMPLIA DEL PRODUCTO TURÍSTICO:



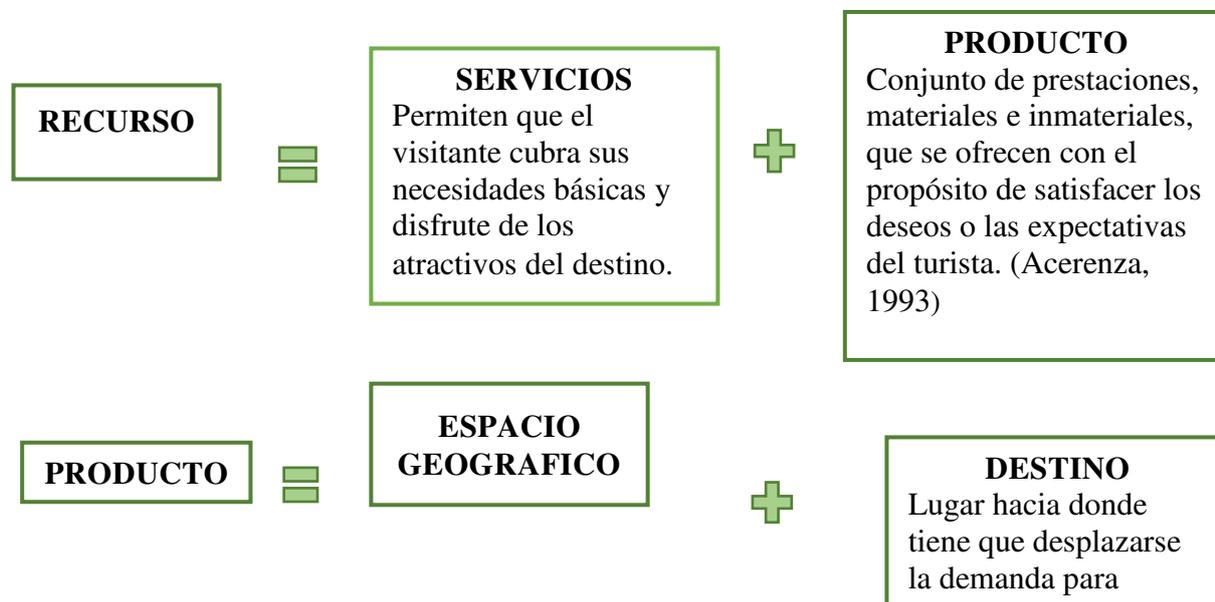
Recurso turístico

La OMT define un recurso turístico como un bien o servicio que, a partir de la actividad del hombre y de los medios con que se cuenta, hace posible la actividad turística y satisface las necesidades de la demanda. Citado por, (Fernandez, 2015). Es decir que un recurso turístico es todo aquel patrimonio propio de un destino que es interceptado por el hombre para así poder desarrollar la actividad turística en este.

De acuerdo a lo descrito por la autora Beatriz Díaz Fernández en su libro el diseño de productos y servicios turísticos la base de la actividad turística es el desplazamiento de una persona o grupos de personas de un lugar a otro, sin embargo, estos desplazamientos son el resultado del interés de conocer algo a esto se le denomina motivación y la base de dicha motivación es principalmente el recurso turístico.

A continuación, se presentará en la Ilustración 8 los distintos elementos de la actividad turística y su definición.

ILUSTRACIÓN 9 ECUACIÓN CON LOS DISTINTOS ELEMENTOS Y SIGNIFICADOS TURÍSTICOS



El diseño de productos y servicios turísticos. Díaz Fernández Beatriz (2015)

Al analizar esta figura se puede evidenciar la importancia del recurso turístico ya que se encuentra en el primer lugar y es de este mismo que parten los demás elementos que componen un destino. Sin embargo, para llevar a cabo el análisis de las alternativas de

producto turístico que se pueden desarrollar en un determinado destino es necesario en primer lugar analizar los tipos de recursos que se encuentren en el lugar, y no se trata simplemente de identificar la cantidad de recursos, sino que también se debe estudiar la calidad y el estado en el que se encuentren.

Para poder inventariar y valorar los recursos es necesario primero identificar y clasificar los recursos, para ello existen diferentes tipos de clasificaciones una de ellas es la propuesta por Clawson y Knetsch (1966) quienes proponen la siguiente clasificación para los recursos que se encuentran al aire libre en la cual los dividen en tres categorías de acuerdo a la relación entre características físicas y ecológicas y la forma en la cual acceden los usuarios para el disfrute de estos:

Recursos orientados hacia el usuario: Estos recursos logran soportar grandes intensidades de uso debido a que se encuentran ubicados cerca o en los focos de población, estos al ser modificados por la mano del hombre no generan grandes desplazamientos ni en tiempo ni en recorrido.

Recursos recreativos de tipo intermedio: Estos recursos se encuentran ubicados en espacios menos intervenidos por el hombre lo que hace que generen desplazamientos de entre un día y una semana.

Esparcimiento basado en el recurso: Estos recursos no dependen en lo absoluto de la distribución de la población puesto que corresponden a todas aquellas áreas naturales que representan cierta importancia para la ecología y el paisajismo, es por ello que generan un desplazamiento largo. A diferencia de las categorías anteriores estos recursos se encuentran en un estado de conservación relativamente alto, generalmente son de grandes superficies y debido a su vulnerabilidad es necesario el continuo control de capacidad de carga.

Esta clasificación será la que se utilizara para el proceso de inventario o chequeo de los recursos de este proyecto puesto que en su mayoría los recursos del municipio de Anolaima pertenecen a la categoría de esparcimiento basado en el recurso, debido a que la actividad económica principal de dicho municipio es la agricultura, es por esto que sin dejar de lado dicha actividad lo que se busca es brindar una alternativa económica con el agroturismo. Para ello es necesario conocer la definición y características del recurso turístico en el contexto del agroturismo.

Recurso agroturístico

De acuerdo a los temas conceptualizados anteriormente se puede concluir que no existe aún una definición puntual para los recursos agroturísticos, sin embargo, se quiere plantear un concepto de lo que pueden ser. En el agroturismo la concepción de atractivo turístico cambia, ya que las actividades que se realizan en el espacio no son consideradas como atractivos, sino como recursos, debido a que no cuenta con la infraestructura necesaria para llegar a clasificarse como atractivo, es por esto, que en el agroturismo el recurso viene siendo el mismo atractivo, ya que la actividad turística se desenvuelve en este espacio como son las: plantaciones, las granjas, las fincas, sembradíos, entre otras.

Contemplando lo que anteriormente se nombró; un recurso agroturístico puede definirse como aquel que se encuentra en un espacio rural, en el cual se desarrollan actividades características de la agricultura, floricultura, ganadería y piscicultura. En el cual se puede ofrecer al turista una experiencia única, al incluirlo en el desarrollo de dichas actividades, para que de esta forma salga de la rutina de la ciudad y tenga la oportunidad de ponerse en el lugar de las personas que trabajan en el campo.

Por otro lado, es por medio de estos recursos y la inclusión del turismo que se puede diversificar la oferta para los turistas y crear una alternativa económica para la población local beneficiando así el desarrollo del municipio de Anolaima, Cundinamarca.

Anolaima Cundinamarca

Anolaima es un municipio que está ubicado en el departamento de Cundinamarca; como se nombró anteriormente, este municipio es considerado como la capital frutera de Colombia, ya que, dedica el 100% de su territorio a la siembra y cultivo de frutas y hortalizas.

Su potencial frutícola es una parte fundamental para el crecimiento económico del municipio, debido a que dedican el 81% de su territorio a la siembra y cultivo de frutas, como lo son la piña, mango, limón, naranja, guayaba, entre otras; de ésta forma, la fruta que se destaca dentro del municipio es el mango, ya que la temporada del cultivo y la siembra de ésta, se realiza en los meses de diciembre y enero. Las frutas en este municipio son de gran importancia, siendo así que, realizan comparsas elaboradas a base de frutas que han sido cosechadas en el municipio, para rendirle homenaje a su gran potencial en un día que denominaron “el día del campesino”. Y, no dejando atrás, las hortalizas también son una parte muy importante para la economía del municipio, debido a que dedican el 19% de su territorio a la siembra y cultivo de ellas. En este municipio se siembran y se cultivan

hortalizas como lo son: habichuela, berenjena, tomate, arveja, etc., donde, de estas, se destaca la habichuela de la cual se realiza tanto siembra como cosecha constantemente durante todo el año.

Anolaima se puede considerar un municipio altamente agrícola; debido a que en él se puede encontrar cualquier tipo de actividad relacionado a esto. Su economía depende también de la ganadería, de la floricultura, que es el cultivo y ornamentación de las flores, del procesamiento del café y de la leche, etc. Cabe resaltar que a la ganadería también se le destinó unos días para la celebración de la feria ganadera, la cual se realiza en los días 22 y 23 de septiembre, o, el último fin de semana de dicho mes; en esta feria se realizan actividades como: cabalgatas ecológicas, concursos para la mejor vaca lechera, exposición bovina, feria equina, muestras artesanales, selección de la Reina Caballista, entre otros concursos.

Para dar continuidad al presente capítulo se presentara la metodología para el análisis de los recursos agroturísticos del municipio de Anolaima con sus respectivas herramientas.

Metodología para el análisis de los recursos

Las herramientas a utilizar en este objetivo serán de carácter cualitativo, como lo son la entrevista y fichas de evaluación, las cuales permitirán identificar las potencialidades agropecuarias del municipio de Anolaima, y de esta forma poder realizar una clasificación de los recursos que podrán ser utilizados para el desarrollo de la actividad turística.

Para la recolección de datos de este capítulo se utilizarán entrevistas individuales estructuradas las cuales serán aplicadas en primer lugar al señor Jairo Pinzón quien es el asesor de turismo del IDECUT (instituto departamental de cultura y turismo). Segundo lugar se realizará una entrevista al señor Juan de Jesús Medina quien es el director de aso-juntas del municipio de Anolaima, y finalmente a los propietarios de cada una de las fincas visitadas. Los modelos de entrevista aplicados se encuentran en el Anexo I, y los resultados obtenidos de estas, se encuentran en los anexos II, III y IV.

La entrevista

El autor Víctor Miguel Niño en su libro metodología de la investigación define la entrevista como una técnica, fundamentalmente de tipo oral, basada en preguntas y respuestas entre investigador y participante(s), que permite recoger las opiniones y puntos de vista de dicho(s) participante(s) o, eventualmente, según objetivos, intercambiar con ellos en algún campo.(Niño, 2011).

Es de acuerdo a la definición establecida anteriormente que se considera que la entrevista es una herramienta bastante útil para la recolección de información del proyecto, ya que lo que se busca es lograr adquirir conocimientos acerca de la actividad agropecuaria que se desarrolla en el municipio de Anolaima Cundinamarca, para de esta forma poder identificar las potencialidades y los recursos que pueden ser utilizados para la implementación del turismo en la vida de los agricultores y en el desarrollo social, cultural y económico del municipio. Víctor Miguel Niño Rojas en su obra por otro lado cita a (Cerda, 2000) quien afirma que la entrevista se considera una técnica bastante precisa ya que permite no solo obtener la respuesta del entrevistado si no que por otro lado se pueden analizar detalles como los movimientos corporales y gestos que permiten verificar la veracidad de las respuestas, de igual forma es una herramienta que permite conocer la parte más humana del entrevistado como sus sentimientos, emociones y estado de ánimo.

Por otro lado, Víctor Miguel Niño Rojas destaca en su libro cinco tipos de entrevista que son:

Entrevista estructurada: es también conocida como entrevista formal, dirigida o cerrada, este tipo de entrevista se asemeja con la encuesta ya que requiere de un cuestionario previamente elaborado.

Entrevista no estructurada: también conocida como informal o abierta, esta entrevista permite entre las dos partes una conversación con mayor flexibilidad, adaptabilidad y libertad en las respuestas.

Entrevista focalizada: este tipo de entrevista requiere mucha habilidad y tacto de parte del entrevistador ya que se debe orientar al entrevistado sobre un tema y contenido específico evitando al máximo todo tipo de susceptibilidades y molestias.

Entrevistas individuales: son aquellas en las que solo participa un entrevistador y un entrevistado.

Entrevistas colectivas o grupales: esta entrevista se realiza principalmente con la finalidad de levantar un diagnóstico, por medio del dialogo entre un grupo de individuos

A continuación se presentara el análisis, de manera individual y general de los resultados obtenidos en las entrevistas.

Análisis de las entrevistas individualmente

Para el análisis de las entrevistas se presentaran en un orden jerárquico, ya que se tuvo en cuenta un enfoque integral, en donde se expondrá en primera instancia el ente institucional o departamental que en este caso está representado por la entrevista realizada al señor Jairo Pinzón asesor de turismo del IDECUT, quien es una persona letrada en el tema de turismo y agroturismo y como se han desarrollado en el departamento de Cundinamarca luego de esto se presentara el análisis de la entrevista del señor Juan De Jesús Medina quien es el presidente de asojustas del municipio de Anolaima quien fue tomado como un ente municipal, ya que es la persona que cuenta con el mayor conocimiento acerca de la parte rural del municipio por ende conoce las fincas y dueños de las propiedades más adecuadas para desarrollar el agroturismo. Finalmente, y no menos importante se presentarán las entrevistas que se aplicaron a cada propietario, los cuales se tomarán como una instancia local, estas entrevistas serán analizadas y generalizadas para una mayor comprensión.

De acuerdo a la información que fue brindada por el señor Jairo Pinzón quien es el asesor de turismo del IDECUT (instituto departamental de cultura y turismo) se logró evidenciar que a lo largo de la historia del turismo en Colombia el agroturismo ha jugado un papel importante, a pesar de las circunstancias de guerra que se han presentado en el país, sin embargo al pasar de los años y con la llegada del posconflicto se ha podido potencializar esta tipología turística, como principal referente el señor Jairo Pinzón menciona el eje cafetero como un modelo exitoso de agroturismo, de igual forma afirma que Cundinamarca es un departamento con gran potencial agroturístico, ya que en gran parte de su territorio se desarrollan actividades agropecuarias, además de ello un aspecto bastante positivo es el interés del IDECUT por los proyectos de agroturismo que sean presentados para su implementación, puesto que consideran que no se han aprovechado al máximo las ventajas competitivas que caracterizan el departamento.

Por otro lado de acuerdo a la información brindada por el señor Juan de Jesús Medina presidente de Asojuntas del municipio de Anolaima se pudo en primer lugar identificar los lugares que se pueden considerar potenciales para la implementación del agroturismo, adicional a ello se logró evidenciar que el municipio de Anolaima en el desarrollo de las actividades agropecuarias cuenta con una gran variedad para la oferta del agroturismo, por otro lado Juan de Jesús Medina afirma que el turismo es quizás el sector más descuidado por parte de los entes gubernamentales. Con lo que podemos concluir que al ser un sector abandonado el agroturismo puede ser implementado como una alternativa económica para los agricultores y así mismo mejorar su calidad de vida.

Finalmente las entrevistas que fueron realizadas a cada uno de los propietarios de las fincas, demostró el total interés que tienen ellos por implementar el turismo en sus fincas puesto que consideran que esta puede ser una fuente de ingresos extras que sirven para su manutención, por otro lado muestran interés ya que ellos quieren mostrar a las personas sus cultivos y enseñarles como es la vida de los agricultores y de igual forma concientizar a los ciudadanos a cerca de donde provienen sus alimentos para que de una u otra forma valoren el trabajo de los campesinos.

Análisis general de las entrevistas

Los resultados obtenidos por medio de las entrevistas ayudan a concluir que, en primer lugar, a nivel departamental Anolaima podría llegar a ser posicionado como un destino agroturístico debido a su gran riqueza agropecuaria, igualmente se logró identificar el interés por parte del ente departamental en la implementación del producto propuesto en el proyecto. De igual forma se pudo comprobar el interés que tienen los agricultores por la participación en dicho proyecto, puesto que ellos encuentran en este una nueva alternativa para mejorar su estilo de vida. Es por ello que se puede reafirmar la viabilidad del proyecto, puesto que se logra cumplir con el objetivo de identificar aquellos recursos o atractivos que pueden llegar a ser potencialmente agroturísticos, no solo por su infraestructura o facilidades ya que en realidad estas fueron evaluadas por su belleza natural ya que no han sido modificadas por la mano del hombre.

A continuación, se presentará la herramienta a utilizar para la valoración e identificación de las potencialidades agrícolas del municipio de Anolaima Cundinamarca

Fichas de evaluación de recursos turísticos

Existen diferentes métodos para evaluar los recursos turísticos y sus potencialidades algunas de ellas son, los inventarios turísticos, fichas de evaluación de recursos turísticos, checklist análisis FODA y cuestionarios de evaluación de recursos, de las cuales se aplicarán las fichas de evaluación del recurso turístico.

Según lo planteado por Beatriz Díaz, en su libro Diseño de productos turísticos, es una herramienta que se reúne en fichas individuales en las que se consigna la información recolectada en el trabajo de campo junto con todos los datos y características del recurso necesarias para su identificación, ya que cada organismo puede crear sus fichas de evaluación dependiendo las necesidades de cada organización, no existe como tal un formato único que permita la validación de los recursos, sin embargo, la autora referencia una ficha técnica que fue realizada por la OMT ya que es considerada como una lista bastante completa.

De igual forma la O.E.A hace referencia a que una vez que los recursos están identificados y categorizados se deben evaluar y por medio de esta valoración se puede determinar el potencial que tiene, y así destacar los recursos más importantes para la actividad turística.

Es por esto que para el levantamiento y recolección de información de este capítulo utilizaremos las fichas de evaluación del recurso turístico que permitirán realizar la clasificación de los recursos con más potencial agroturístico en el municipio de Anolaima Cundinamarca, que en este caso serían las fincas con algún tipo de actividad agropecuaria.

A continuación, se presentarán los parámetros de valoración con los que fue elaborada la ficha de evaluación para la recolección de datos, sobre los recursos agroturísticos que son considerados potenciales en el municipio de Anolaima. Para la realización de este se tomó como referencia el modelo establecido por la OMT nombrado: ficha general de inventario y recursos turísticos, (Leno Cerro, 1993), el cual podrá ser encontrado en el Anexo 5.

Parámetros para la valoración y ponderación de los recursos

Los parámetros que tuvieron en cuenta para la elaboración de esta ficha de evaluación permitirán realizar una evaluación equitativa de cada uno de los recursos de igual forma por medio de esta información se podrá obtener una escala de potencialidades de las fincas que a continuación se nombrarán, en la tabla 2 esta información fue brindada por el señor Juan de Jesús Medina presidente de Asojuntas el día 28 de septiembre de 2017.

Tabla 2 listado de fincas analizadas en el municipio de Anolaima

Nombre de la finca	Propietario
▪ El refugio	▪ Miguel Romero
▪ El paraíso	▪ Juan Carrasco
▪ Finca la esperanza	▪ Gloria Vargas
▪ Buena vista	▪ José López
▪ Rincón santo	▪ Armando García
▪ El placer	▪ Humberto romero
▪ Mi refugio	▪ Rafael

Accesibilidad: La accesibilidad será valorada dependiendo el estado en la infraestructura de la vía, el medio de transporte y comunicación que permiten el ingreso al atractivo, se dará una evaluación de excelente, bueno, regular y malo en donde se valorara como excelente si la vía se encuentra totalmente pavimentada y debidamente señalizada, en cuanto al medio de transporte se analizará la frecuencia de viajes que se realizan al lugar específico, de igual forma se tendrá en cuenta el estado en que se encuentre los vehículos con los que se presta el servicio. Se dará una valoración de bueno en el momento en el que alguna de las características anteriormente nombradas presente una falla. Se valorará como regular la vía que se encuentre en malas condiciones como lo es el no estar pavimentada o que se encuentre llena de huecos, que no cuente con señalización y además que presente deficiencia y demora en los medios de transporte que se dirigen al lugar. Finalmente se valorará como malo aquellos atractivos en los cuales el ingreso de algún medio de transporte sea restringido o por el mal estado de la vía sea imposible el ingreso.

Tiempo de desplazamiento desde el parque principal: Para la valoración de este aspecto se tienen en cuenta los tiempos de desplazamiento implicados desde el parque principal hasta el atractivo, se ha estimado un tiempo de máximo 1 hora por aspectos de comodidad para el turista y mejor aprovechamiento de los tiempos en el atractivo, de igual forma se ha estimado este tiempo puesto que es necesaria la contratación de un transporte particular ya que en el municipio es algo complicado el aspecto del transporte municipal para desplazarse entre las diferentes veredas que conforman el municipio, de esta forma el atractivo que se encuentre a 10 o 20 minutos de distancia será calificado como excelente, si el atractivo se encuentra entre 20 a 30 minutos será calificado como óptimo para el desarrollo

del producto, el atractivo que se encuentre a 30 o 40 minutos será considerado como un recurso deficiente puesto que será un poco incómodo para el turista el desplazamiento hasta el atractivo y finalmente el atractivo que se encuentre entre 40 y 60 minutos de distancia será considerado como malo puesto que se encontrara al límite del tiempo establecido.

Estado del recurso: Para la valoración de este criterio se calificarán los recursos de acuerdo al estado en el que se encuentren los cultivos, el mantenimiento que se le dé al recurso, los senderos por los que transitara el turista, la limpieza, el tamaño del lugar y demás criterios que hagan agradables el atractivo para los turistas y les brinde mayos motivación y confianza. Para ello los atractivos serán calificados como excelente, bueno, regular y malo, en donde excelente serán aquellos atractivos que se encuentren en perfectas condiciones, que sea posible para el turista apreciar la naturaleza de este afectando lo más mínimo el ambiente, de igual forma que sean amplios para de esta forma no incomodar al grupo de turistas, y también aquel atractivo que por sus características exceda las expectativas y satisfacción del turista, será bueno aquel atractivo que cumpla con las condiciones necesarias para que se pueda desarrollar la actividad turística, o aquel en el que falle uno de los criterios establecidos anteriormente, un atractivo regular será aquel que no se encuentre en las mejores condiciones que sea reducido su tamaño, aquel que tenga ciertas dificultades para la apreciación del mismo y finalmente serán considerados como malos aquellos atractivos que realmente no cumplan con ninguna de las condiciones mencionadas anteriormente y aquellos en los que sea prácticamente imposible el desarrollo de la actividad turística.

Actividades complementarias: aquellos atractivos que cuenten con actividades complementarias a su actividad principal contaran con un valor agregado ya que esto le permitirá al turista conocer a fondo las actividades agropecuarias.

Calificación: Para dar la calificación final a cada uno de los atractivos se tomarán en cuenta todos los parámetros que han sido especificados con anterioridad. En este sentido los atractivos que sean valorados con puntuaciones entre 1 y 2, serán aquellos que han sido anteriormente calificados como malo en los anteriores parámetros, aquellos atractivos que sean calificados entre 3-4,4 aquellos que anteriormente han obtenido resultados regulares y buenos en los parámetros de evaluación y finalmente aquellos atractivos que obtengan una calificación entre 4,5 y 5 serán aquellos que han cumplido casi en su totalidad los parámetros que se han establecido anteriormente para su evaluación. Para finalizar se estable entonces los resultados que serán evidenciados en la tabla 3

TABLA 3 PONDERACIONES Y CALIFICACIONES FINALES DE LOS ATRACTIVOS AGROPECUARIOS

Ponderación	Calificación
<ul style="list-style-type: none"> • 4,5 – 5 • 3- - 4,4 • 1 – 2 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelente • Bueno • Malo

Como resultado de esta calificación se ha concluido que para el desarrollo del producto agroturístico que se está diseñando en este proyecto, los atractivos más idóneos serán aquellos que han obtenido calificaciones excelentes o buenas, puesto que en ellos se podrá realizar de forma correcta el desarrollo de la actividad turística generando el menor impacto en el ambiente y de igual forma logrando la mayor satisfacción de los turistas que lo visiten. Así mismo se logra determinar que aquellos atractivos que han obtenido una calificación baja no serán utilizados en el desarrollo del proyecto puesto que no cuentan con las condiciones adecuadas para el desarrollo del turismo.

A continuación se presentaran las fichas de evaluación que fueron aplicadas en los recursos mencionados en la tabla 2

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
FINCA EL REFUGIO				
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda Santa Bárbara			
UBICACIÓN	6 kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	Miguel Romero			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 60 MIN
ESTADO DEL RECURSO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTAC IÓN FORESTAL
	Cultivo de habichuela y gulupa			
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO		
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	Este recurso se encuentra ubicado a 20 minutos en carro del parque principal de Anolaima, este se caracteriza principalmente por tener un gran espacio destinado a la siembra de habichuela, complementándolo con el cultivo de gulúpa. En el cual se podrá apreciar el paisaje agrícola.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	4,0			
ELABORADO POR	Lorena Castañeda Moreno			
FECHA ELABORACIÓN	30 de septiembre del 2017			

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
FINCA EL PARAISO				
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda Santa Bárbara			
UBICACIÓN	5.3 kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	Juan Carrasco			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 60 MIN
ESTADO DEL RECURSO	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTAC IÓN FORESTAL
	Cultivos de Aguacate, plantas de ornamentación y pastos			
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO		
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	En este recurso se puede apreciar cómo se cultivan las plantas de ornamentación o decorativas para jardines, y el crecimiento y recolección del aguacate hass, para llegar a este hay que caminar 7 minutos después de la entrada principal. Allí se podrán identificar los diferentes tipos de plantas decorativas y apreciar la calidad de los aguacates de exportación.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	3,7			
ELABORADO POR	Viviana Majé Gómez			
FECHA ELABORACIÓN	30 de septiembre de 2017			

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
FINCA LA ESPERANZA				
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda Santa Bárbara			
UBICACIÓN	4.7 kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	Gloria Vargas Huertas			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 60 MIN
ESTADO DEL RECURSO O DEL INMUEBLE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTAC IÓN FORESTAL
	Cultivo de café			
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO	Alojamiento, restaurante comida típica, actividades de esparcimiento salón de eventos, BBQ	
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	Esta finca se encuentra ubicada en la vereda Santa Bárbara, en esta se podrá disfrutar de la tranquilidad de una finca campestre la cual tiene una capacidad para alojar 30 personas, está dotada de tres cabañas con baño privado, televisión y camas en guadua, se presta adicional a esto el servicio de restaurante, para el esparcimiento de los turistas se presta el servicio de salón de juegos y cuenta con cacha de baloncesto, microfútbol, mini tenis y cancha de tejo, además de esto en este se encuentra un lago en el cual los turistas pueden practicar pesca.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	4,5			
ELABORADO POR	Angie Viviana Perez Garcia			
FECHA DE ELABORACIÓN	30 de septiembre de 2017			

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
FINCA BUENA VISTA				
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda Corama			
UBICACIÓN	3 kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	José López			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 60 MIN
ESTADO DEL RECURSO O DEL INMUEBLE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTACIÓN FORESTAL
	Cultivo de habichuela, Plátano, aguacate			
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO		
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	Esta finca se encuentra ubicada en la vereda Corama aproximadamente a unos 10 minutos del parque principal de Anolaima. Esta se caracteriza principalmente por un amplio cultivo de café y banano, además de esto se puede apreciar la belleza de un nacimiento de agua junto a un árbol de más de 50 años de edad. En esta se desempeñan las actividades de secado y molienda del café para realizar su venta.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	4,8			
ELABORADO POR	Lorena Castañeda			
FECHA DE ELABORACIÓN	30 de septiembre de 2017			

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
RINCON SANTO				
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda la María			
UBICACIÓN	3 kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	Armando García			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 50 MIN
ESTADO DEL RECURSO O DEL INMUEBLE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTACIÓN FORESTAL
	Naranja, guayaba, maracuyá, limón, mandarina.			
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO		
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	Esta finca se encuentra ubicada en la vereda la María aproximadamente a 15 minutos del casco urbano de Anolaima, en esta se encuentran cultivos de árboles frutales como la naranja, mandarina, limón, maracuyá. Sin embargo, los cultivos no se encuentran en el mejor estado ya que en primer lugar no se da de forma correcta la cosecha puesto que no se ha logrado evidenciar una plaga que no permite el correcto crecimiento además se evidencia un mal mantenimiento por parte del propietario ya que en los cultivos se encontraba mucha basura y se percibían malos olores.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	1,5			
ELABORADO POR	Viviana Majé			
FECHA DE ELABORACIÓN	11 de octubre de 2017			

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
EL PLACER				
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda la María			
UBICACIÓN	5kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	Humberto Romero			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 50 MIN
ESTADO DEL RECURSO O DEL INMUEBLE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTACIÓN FORESTAL
	Mango, mandarina, aguacate, limón, banano, plátano, guanábana, guayaba, mamey, habichuela.			
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO	Producción de:	quesos y cuajadas
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	Esta finca se encuentra ubicada en la finca la María la cual cuenta con clima privilegiado para el cultivo de diferentes productos, esta se caracteriza por tener en su gran mayoría cultivo de frutas, esta finca consta de 14 fanegadas lo que permite tener una gran cantidad de cultivos e incluso un aljibe que abastece la finca en los tiempos de sequía, por otro lado esta finca permite que se dé el recorrido de los turistas entre los cultivos sin perjudicarlos ya que tiene caminos muy bien demarcados.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	4,8			
ELABORADO POR	Angie Viviana Pérez García			
FECHA DE ELABORACIÓN	11 de octubre de 2017			

FICHA DE VALORACIÓN PARA RECURSOS AGRICOLAS				
MI REFUGIO	IMAGEN NO AUTORIZADA PARA PUBLICACION POR EL PRESTADOR DE SERVICIO.			
MUNICIPIO/ VEREDA	Anolaima Cund Vereda la Mesita			
UBICACIÓN	2,3 kilómetros desde el pueblo			
ACCESIBILIDAD	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
ORGANISMO RESPONSABLE	PUBLICO		PRIVADO	
RESPONSABLE	Rafael			
TIEMPO DE DEZPLAZAMIENTO DEL PARQUE PRINCIPAL	DE 10 A 20 MIN	DE 20 A 30 MIN	DE 30 A 40 MIN	DE 40 A 50 MIN
ESTADO DEL RECURSO O DEL INMUEBLE	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
PRINCIPAL ACTIVIDADECONOMICA	AGRICULTURA	GANADERIA	PESCA	EXPLOTACIÓN FORESTAL
		Caprinos		
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	SI	NO	Productos derivados de la leche de cabra como:	Queso, kéfir, paté, hamburguesas, arequipe, yogurt, baileys.
DESCRIPCIÓN GENERAL DEL RECURSO	Esta finca se encuentra ubicada en la vereda la mesita es también conocida como agroindustria Europa, la principal actividad de esta finca es la investigación científica en cuanto a la genética de estos ejemplares, cuenta con 5 clases de cabras (alpina, togenburg, anglonubiana, la mancha y saanen) las cuales son utilizadas para la fabricación de especialidades a base de leche de cabra y para la participación de ferias ganaderas. Cuenta con una totalidad de 530 ejemplares entre cabras adultas y crías.			
CALIFICACIÓN DE 1 A 5	4,8			
ELABORADO POR	Lorena Castañeda Moreno			
FECHA DE ELABORACIÓN	11 de Octubre de 2017			

Análisis fichas de valoración

De acuerdo a la información que fue recolectada en las visitas al municipio de Anolaima Cundinamarca, se logró evidenciar el gran potencial agrícola que este tiene, y la gran belleza de sus campos y sembradíos, sin embargo la actividad turística se ha visto implementada y segmentada únicamente por las fincas de descanso turístico con las que cuenta el municipio, dejando a un lado a los campesinos y no dando cumplimiento a lo planteado en el plan de desarrollo municipal, ya que en este se direcciona la implementación del turismo por medio del agroturismo y ecoturismo.

Por otro lado en el trabajo de campo realizado se pudo identificar el gran interés que tiene la comunidad por participar en proyectos turísticos, ya que consideran el turismo como una alternativa y una actividad complementaria de la cual se pueden beneficiar económicamente y de este mismo modo mejorar su calidad de vida, así mismo se quiere dar a conocer a los agricultores los beneficios tanto sociales como culturales que trae consigo el turismo, puesto que por medio de este tienen relación directa con personas que tiene diferentes arraigos culturales, lo que permite realizar el intercambio de experiencias para de esta forma poder ampliar sus conocimientos; por otro lado se pueden ampliar las oportunidades de empleo de las familias interesadas en la implementación de esta actividad, debido a que lo que se busca con los proyectos de agroturismo es contribuir al desarrollo de los pequeños productores brindándoles no solo una fuente de empleo temporal si no que esta actividad puede perdurar en el tiempo para que así pase de generación en generación y sea una alternativa permanente para los agricultores y su núcleo familiar.

Otro aspecto que se pudo comprobar en las visitas realizadas al municipio es que los agricultores no buscan obtener un gran lucro de esta actividad, si no que plantean que por medio de turismo podrían mostrar a los visitantes sus actividades cotidianas para que se reconozca la importancia de los agricultores en la vida cotidiana ya que como dice el dicho “Al menos una vez en la vida vas a necesitar un médico, un abogado o un arquitecto, pero todos los días tres veces al día vas a necesitar a un agricultor”, y es por medio del agroturismo que se puede crear conciencia en los turistas, para que valoren en cada momento que se sienten a la mesa la dura labor que realiza diariamente un campesino, y así mismo los agricultores quieren que al implementar esta actividad se logre dar la importancia necesaria al municipio de Anolaima ya que al ser la capital frutera de Colombia es muy desconocido.

Luego del análisis y aplicación de las fichas de evaluación el proceso de selección de las fincas a utilizar será realizado en el capítulo III, sin embargo, realizando un primer análisis a se logró establecer que, de las 7 fincas evaluadas, solamente será descartada 1 de ellas, ya que esta, no se encontraba en las mejores condiciones, ni cumplía con los parámetros establecidos inicialmente para el desarrollo de la actividad turística, las fincas restantes cuentan con recursos turísticos que poseen un alto potencial para la implementación del agroturismo, razón por la cual serán puntos de referencia para brindar al turista la experiencia única de vivir la vida del campo, y son estos mismos recursos los que aumentaran la motivación para el viaje del turista.

Para dar continuidad al desarrollo del proyecto luego de establecer los recursos potenciales de Anolaima, se procede a dar inicio al capítulo II que tiene como finalidad establecer las características de la demanda agroturística del municipio de Anolaima, dicha información brindara al proyecto las características y requerimientos con los que debe cumplir el producto agroturístico, de forma que se logre la plena satisfacción de las necesidades de los turistas, para ello se aplicaran encuestas y por medio de los resultados de estas se podrá finalmente crear un perfil del clientes y así mismo lograr establecer el segmento al cual se dirige el presente proyecto.

Capítulo II

Caracterización de la demanda agroturística del municipio de Anolaima Cundinamarca

Para la comprensión de este capítulo es necesario en primer lugar conocer la definición de la demanda desde el punto de vista del mercadeo; luego de ello se explicará la demanda turística y de qué forma se representa la estacionalidad de la misma, y como en el sector turístico contrarresta esta estacionalidad con algunas estrategias que se deben tener en cuenta a la hora de realizar un proyecto turístico; adicional a esto se debe tener presente que la demanda puede ser elástica, ya que puede ser sensible dependiendo de los cambios que se presenten en el destino como un factor determinante se encuentra el precio, o también este fenómeno puede variar dependiendo del atractivo que se encuentre en auge en el momento. Por otro lado, se hará énfasis en el análisis de las estadísticas realizadas por el DANE en las cuales se especifica cuáles son los principales motivos de viaje de los turistas en Colombia.

Para la recolección de datos necesarios para el desarrollo de este capítulo se utilizará como herramienta principal la encuesta, por medio de la cual se pueden obtener datos de carácter tanto cuantitativos como cualitativos. Se han diseñado dos modelos de encuestas, el primero de ellos que será aplicado directamente en el municipio de Anolaima, para obtener los datos necesarios sobre la demanda turística real del municipio, y por otro lado el segundo modelo será aplicado en el terminal de transportes del salitre teniendo como eje principal los viajeros que tienen como destino la provincia del Tequendama a la cual pertenece Anolaima, ya que allí se podrán identificar las características de la demanda que podría llegar a ser potencial con los datos obtenidos se desarrollará una tabulación y análisis, con el fin de identificar las características de la demanda agro turística de dicho municipio y dicha provincia, para ello se realizara un perfil del turista en el que consolidaran las características de los encuestados para establecer las características, preferencias y estilos de vida de la mayoría de estos y así mismo poder establecer el segmento al cual se podrá dirigir el producto agroturístico del presente proyecto.

Demanda

Para entrar a desarrollar este capítulo se debe contextualizar qué es demanda, para entender de manera más amplia las características de demanda agroturística Según Philip Kotler y otros se enfocan en que los individuos tienen deseos casi ilimitados, pero cabe aclarar que

tienen recursos limitados, es por esto que eligen productos que les causen la mayor satisfacción en función de su economía; cuando los deseos de los consumidores se pueden acompañar con el poder adquisitivo con el que cuentan, se puede decir que se convierten en demanda. Siguiendo el concepto de demanda se tiene en cuenta la conceptualización, que ofrece el libro Estructura del mercado turístico, donde se puede concluir que la demanda es la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos o tomados por consumidores de un producto específico, también se tiene en cuenta el número de consumidores reales o previstos de un sector o un producto definido.

Demanda Turística

El concepto de demanda turística según el libro Estructura del mercado turístico, es similar a la definición de la demanda expuesta anteriormente, pero en esta, la diferencia es que los servicios son del sector turístico y los consumidores en este caso serán turistas. También se puede definir como la cantidad de servicios turísticos que pueden ser adquiridos por un conjunto de consumidores que se desplazan y consumen productos y servicios turísticos motivados con diferentes intereses como lo que es el descanso, la cultura, la historia, la gastronomía, la naturaleza, entre otros. Por otro lado la demanda turística hace referencia a una situación real o una situación que se espera conseguir y se clasifica en: histórica, futura, potencial, objetiva y local, donde la histórica hace referencia a la demanda que fue registrada a través de unas estadísticas respecto a los visitantes actuales; la demanda futura es la que se calcula a partir de los datos estadísticos y es una proyección que se realiza para cuantificar la llegada de visitantes que puede recibir un destino determinado; la demanda potencial es la que se puede captar fácilmente y está por encima de la demanda futura; la demanda futura hace referencia a los turistas que nunca han visitado el lugar, donde esta clasificación se puede convertir en demanda real o histórica; la demanda objetiva es parte de la demanda potencial, ya que evalúa la segmentación de mercados para realizar una promoción adecuada; para concluir la demanda local es la que se encuentra dentro del área donde se desarrolla el producto turístico (Fabio Cárdenas Tabares, 2007).

Por otro lado, Lourdes Olmos y Rafael García hacen referencia a que la demanda turística es elástica o sensible ante los cambios que se puedan producir como en los precios o en los servicios ofrecidos, también se caracteriza por ser estacional lo que se significa que se concentra y que tiene un alto afluente en épocas determinadas de un año, lo que da como resultado a temporadas altas y bajas. Según la OMT, la demanda turística elige los destinos

dependiendo a las motivaciones que se tengan en un momento determinado, donde va acompañado a un patrón de conducta como por ejemplo, buscar experiencias innovadoras y más atractivas, teniendo en cuenta la calidad y las facilidades de los destinos ofrecidos.

La diversificación de la demanda turística se puede clasificar en diferentes formas como lo plantea el libro de Fabio Cárdenas Tabares, *Mercadotecnia y productividad turística*; una de ellas es el Turismo Receptivo, que es la demanda de turistas extranjeros o nacionales residentes en otro país; la segunda es el Turismo Emisivo, es la demanda de turistas nacionales y extranjeros residentes en el país; la tercera es el Turismo Interno, que hace referencia a la demanda de nacionales dentro del mismo país.

Otro punto que se debe tener en cuenta para el desarrollo de este capítulo, son las motivaciones que tiene el turista y el deseo de satisfacerlas; por estas razones los turistas se desplazan a diferentes lugares de su residencia actual; según el cuadro del Boletín mensual Turismo, diciembre 2016 de Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, publicado por el DANE y Migración Colombia ; el principal motivo de viaje de los turistas en Colombia es la recreación y ocio, pero esto no quiere decir que no exista otras motivaciones de viaje; según la OMT clasifica las motivaciones de viaje en: 1. ocio, recreación y vacaciones; 2. visitas a parientes y amigos; 3. negocios y motivos profesionales; 4. tratamiento de salud; 5. región y peregrinaciones; 6. otras motivaciones (cualquier otra actividad que no sea remunerada en el lugar de visita).

A continuación, se presentará el cuadro de las estadísticas de Migración Colombia, donde se evidencian las motivaciones principales de viaje de los turistas en Colombia; el motivo que tuvo mayor participación fue de ocio y recreación en un 72,3%, seguido por negocios y motivos profesionales en un 15,8%; en lo corrido del año se presenta un crecimiento de un 13,3%; representada en la ilustración 10.

ILUSTRACIÓN 10 DE MOTIVACIÓN DE VIAJE EN COLOMBIA – MIGRACIÓN COLOMBIA 2015-

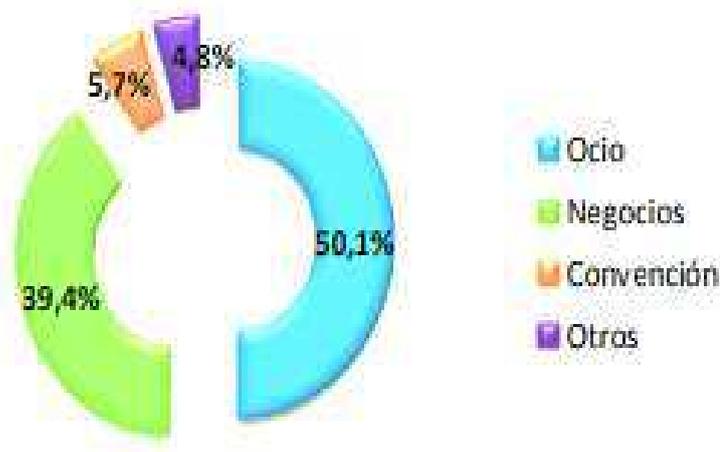
Motivo	Ene-Dic	Ene-Dic	Diciembre	% Var
1_Vacaciones, recreo y ocio	1.617.594	1.874.843	212.567	15,9%
9_Negocios y motivos profesionales	414.094	409.441	19.439	-1,1%
8_Otros motivos	182.230	231.398	14.881	27,0%
3_Educación y formación	53.731	58.165	2.260	8,3%
4_Salud y atención médica	10.423	14.339	1.016	37,6%
7_Tránsito	8.487	3.302	244	-61,1%
5_Religión y peregrinaciones	1.783	1.569	89	-12,0%
10_Trabajo	-	-	-	-
2_Visitas a familiares y amigos	-	-	-	-
6_Compras	-	-	-	-
Total	2.288.342	2.593.057	250.496	13,3%

2016

Fuente: Migración Colombia. Extranjeros no residentes

La siguiente ilustración 11 que se mostrará a continuación fue registrada por el DANE, donde también expresa que los motivos de viaje más representativos en el año 2016; los cuales fueron: negocios y ocio; sin embargo cabe aclarar que hubo motivos que decayeron comparados con el año 2015, que fueron: ocio con un 9,2% y salud con un 0,3%.

ILUSTRACIÓN 11 DE MOTIVACIÓN DE VIAJE EN COLOMBIA – DANE 2016



Fuente: Muestra Mensual Hotelera (MMH)-DANE. Huéspedes no residentes.

Otro motivo a tener en cuenta para el desarrollo de la demanda turística, según el libro Estructura del mercado turístico, es la estacionalidad de la misma, ya que como se menciona anteriormente, la demanda se suele concentrar en determinadas épocas del año; esto puede variar dependiendo el tipo de actividad que se realice en el destino y la época del año en que esta se desarrolla, como por ejemplo, en las zonas costeras los meses con mayor flujo de

actividad turística es en verano y este fenómeno se conoce como estacionalidad de la demanda; este efecto se puede evidenciar en el municipio de Anolaima Cundinamarca, debido a que en este municipio se celebra el día del campesino, denominada el Corpus Cristi, en el cual en esta fecha hay una gran cantidad de turistas en este lugar.

Algunas de las razones por las cuales los turistas concentran sus viajes en una época o periodo determinado del año, según Lourdes Olmos y Rafael García, son principalmente: 1. El clima, en donde hay actividades que se realizan según su estacionalidad, por ejemplo, es común que en el verano los realicen actividades como turismo de sol y playa, ecoturismo, entre otras; 2. El periodo de vacaciones, este periodo es uno de los más influyentes en la demanda turística ya que influye enormemente en la estacionalidad de la demanda, ya que coincide con el calendario académico y laboral, lo que hace que todos viajen en la misma temporada y gracias a que se cuenta con un dinero extra, como ejemplo en Colombia, las primas, lo que favorece los desplazamientos; otro periodo donde hay mayor actividad de la demanda es en navidad y semana santa; por otro lado se puede comprobar que en la semana de actividad y demanda turística se presentan en los festivos y fines de semana, en donde también se ve influenciada por las actividades que se pueden realizar en dicho destino y que cumplan con las expectativas y la percepción del turista, donde sea de ayuda para cumplir sus satisfacciones; sin embargo la estacionalidad no sólo se ve representada en forma temporal sino espacial, que consiste en la concentración de turistas en determinadas áreas y espacios, donde su principal causa es encontrar el efecto de repetición, lo que quiere decir que una gran parte del mercado turístico quiere ir a unos destinos que se encuentran de moda o son el boom del momento, por lo que terminan copiando a otros turistas y consumiendo los mismos productos.

Hay algunas estrategias que se manejan en el sector turístico para contrarrestar la estacionalidad turística, según lo indica el libro Estructura de Mercado Turística de Lourdes Olmos y Rafael García, son las acciones de descentralización, las cuales se utilizan para eliminar la estacionalidad o por lo menos minimizarla. Una de las variables de la descentralización que manejan los autores anteriormente nombrados, es de los precios más bajos durante la temporada baja, la cual ocasiona en el turista que desee viajar gracias a las facilidades y descuentos que le ofrecen en esta temporada y que no puede dejar pasar; una de las estrategias que utiliza esta categoría son el manejo de diferentes precios a lo largo de la semana, que son diferentes a los precios que son aplicados en el fin de semana; otra estrategia es bajar los precios en una franja horaria determinada, en la cual se presenta poca actividad

que es conocida como Happy Hour o el 2x1, donde el cliente obtiene un servicio a precio reducido y la empresa evita la caducidad de los mismos y generar mayores ingresos en esta temporada.

Otra de las acciones de la descentralización, es el escalonamiento de vacaciones a lo largo de todo el año, esta acción se puede ver reflejada en las vacaciones de los trabajadores que se presentan en diferentes épocas del año, no necesariamente en verano y los cuales pueden disfrutar sus vacaciones en meses distintos a los de temporada alta.

La siguiente acción es denominada Short Break, que consiste en estancias cortas en los destinos turísticos y que suelen ser económicos y son desarrollados el fin de semana o los puentes festivos, como por ejemplo, los pasa días.

Otra acción de la descentralización de la demanda es diversificar la oferta de los productos, esta tal vez es una de las más importantes, según lo plantean los autores, ya que la demanda turística ha evolucionado y está guiando su mirada a nuevos tipos de turismo que son de poca estacionalidad. Como lo son turismo cultural que se puede desarrollar a través de la celebración de festivales de música, teatro, ferias o jornadas en donde se exhiben muestras gastronómicas típicas del destino.

La siguiente acción para la diversificación de la demanda es el turismo deportivo el cual se realizan actividades como eventos deportivos o cualquier otra actividad de desempeño físico o deportes extremos. No dejando atrás actividades que se pueden realizar en el turismo de salud, turismo de ferias y congresos y el turismo rural.

Posteriormente existen más acciones que ayudan a contrarrestar el problema de estacionalidad, como lo son, la búsqueda de nuevos clientes, que están orientados a mercados que por lo general no se suelen trabajar, como lo son los jubilados, que este puede ser un segmento de mercado muy bueno, ya que en cualquier época del año pueden viajar.

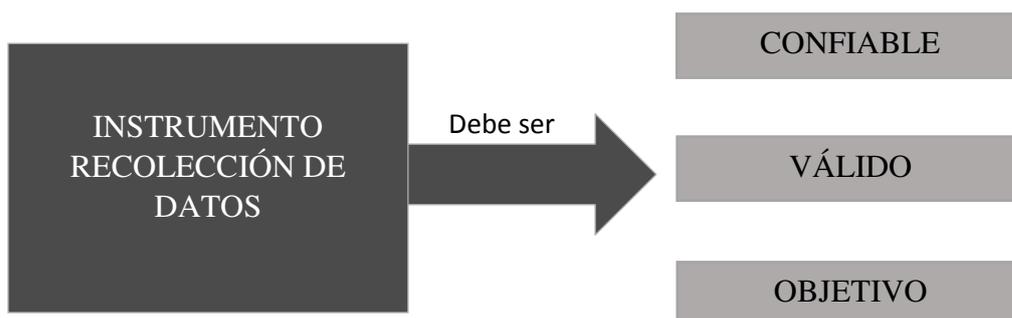
Ya conociendo la contextualización de demanda y demanda turística; el siguiente paso es conocer los medios por los cuales se desarrollará la recolección de datos del presente capítulo, con el fin de conocer las características de la demanda turística del municipio de Anolaima Cundinamarca.

Métodos para la recolección de información

Para la recolección de datos, según el libro Pautas Generales para Realizar Seminario de Investigación en Ciencias de Construcción del SENA², hay que tener en cuenta una serie de técnicas y herramientas, las cuales son denominadas, instrumentos de recolección de datos; cabe aclarar que existen múltiples y diferente tipos de instrumentos, los cuales son útiles para recolectar diferentes tipos de datos, por lo cual se pueden utilizar en todo tipo de investigación, ya sea cuantitativa, cualitativa, o, mixta.

Para que un tipo de instrumento de recolección de datos pueda ser utilizado en una investigación debe cumplir tres requisitos, los cuales son:

ILUSTRACIÓN 12 REQUISITOS PARA INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS



Fuente: Pautas Generales para Realizar Seminario de Investigación en Ciencias de Construcción del SENA

Según del libro anteriormente nombrado, define estos tres elementos, confiabilidad, como el grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto bajo la mismas condiciones produce resultados iguales; la validez, hace referencia a que el instrumento recolecte o mida el dato que se desee medir, y por último la objetividad, es el grado en el que el instrumento es permeable a la influencia de los sesgos y tendencias de los investigadores, los cuales son los que lo administran, clasifican e interpretan.

² La información fue tomado del capítulo VII del libro pautas generales para realizar seminario de investigación en ciencias de construcción publicado por el SENA, sin embargo este fue un archivo compartido por lo cual no se encuentra fecha ni autor.

Para la recolección de datos, se debe tener presente, qué tipo de investigación es la que se está realizando, para que de esta forma se analice qué clase de instrumento van relacionados al tipo de investigación.

La clasificación de los instrumentos puede ser de carácter indirecto o directo, los primeros datos, se recolectan de manera directa, desde la fuente y los segundos se recolectan, por medio de canales secundarios.

Según el SENA, los instrumentos que son más utilizados a la hora de la recolección de datos en proyectos de investigación son: la observación directa, las encuestas, entrevistas, focus group, y datos secundarios.

Conforme a la información anterior, el instrumento que se utilizará para la recolección de datos será la encuesta de percepción, según Cerda H. (1991), es uno de los instrumentos más eficientes y útiles para el estudio de la población y tiene como fin obtener datos estadísticos con base a las opiniones de los encuestados; lo que nos permite caracterizar la demanda del municipio y crear un perfil del consumidor.

De acuerdo a lo planteado anteriormente en el enfoque metodológico se considera que el instrumento por medio del cual se obtendrán los resultados más veraces y apropiados para dar respuesta al objetivo del capítulo es la encuesta, que será explicada a continuación.

La encuesta

Para la recolección de datos de este capítulo, se utilizará como herramienta principal, el instrumento denominado, **encuesta**, que tendrá como fin, identificar las características de la demanda agroturística en el municipio de Anolaima, Cundinamarca.

Según el autor Fabio Cárdenas Tabares, en su libro Producto Turístico, define la encuesta como un conjunto de pasos que se tienen que realizar para llegar a la estimación de parámetros poblacionales, la cual depende de diferentes variables, según la población a la cual se va a aplicar, llamadas parámetros poblacionales.

Este tipo de estudio puede realizarse por correo electrónico, teléfono o encuesta personal; el teléfono funciona de una forma muy limitada y depende del tipo de turista y de la zona que provenga, por ejemplo, se ha visto que en América Latina y el Caribe no se utiliza, debido a que no es costumbre responder encuestas por teléfono; el correo electrónico también tiene limitaciones, debido a la poca importancia dada a las encuestas.

Este tipo de encuestas, las de correo electrónico y teléfono, tienen un costo muy bajo, ya que no necesitan gran planificación, gran disponibilidad de recursos humanos y financieros, concluyendo se puede decir que la encuesta personal es la única forma que da resultados positivos, según el libro Elementos de la Investigación, la encuesta personal depende del contacto directo que se tiene con todas aquellas personas o una muestra de ellas, cuya características, conductas y actitudes son de gran importancia para la investigación o el objetivo que se plantea al realizarla.

Las encuestas pueden variar dependiendo el alcance, diseño y contenido, según Cerda H. (1991), existen una variedad de tipología de encuestas; las más comunes son las encuestas abiertas y cerradas, donde las abiertas proporcionan respuestas espontaneas y libres, por lo general suelen ser más profundas y mejor argumentadas, pero tienen como desventaja su precisión en la tabulación, pero se pueden complementar con las preguntas cerradas. Las encuestas más comunes en los proyectos de investigación son de tipo cerradas, ya que se persuade al encuestado a responder de forma breve y específica las preguntas formuladas; las preguntas cerradas o semicerradas suelen ser de orden dicotómico o multiténico para facilitar el proceso de tabulación a lo que ayuda forma rápida la recolección de los datos. Adicional a esto, existen otras encuestas que van dirigidas de acuerdo a la finalidad que se propone al realizarla, según el autor anteriormente nombrado, el cual expone cuatro tipos de encuesta: descriptivas, que suelen ser las más comunes en los proyectos de investigación; tiene como propósito caracterizar a un fenómeno o situación específica, indicando su rasgo más diferenciador; este tipo de encuesta busca dar respuesta al ¿qué es? ¿Dónde está? ¿De qué está hecho? ¿Cómo están sus partes interrelacionadas? ¿Cuánto? Y realizar un análisis de la relación de estas variables para poder encontrar respuesta al objetivo general de la encuesta. Las encuestas explicativas, buscan explicar las causas de un fenómeno, saber por qué ocurren las cosas, cuáles son los factores determinantes, saber de dónde proceden y cómo se transforman; Cerda H. (1991) cita a Hyman, el cual dice que este tipo de encuesta implica a la búsqueda de posibles causas en un ambiente relativamente desconocido. Las encuestas seccionales, sólo tiene como propósito estudiar los objetivos propuestos de cierta población en un momento dado. Las encuestas longitudinales, se caracteriza por estudiar los fenómenos y hechos en el desarrollo del tiempo en un determinado periodo, ya sea para describir o caracterizar aspectos importantes o para establecer sus factores asociados; por lo general son estudios de alta duración, el cual se ve obligado con hacer contacto nuevamente con los encuestados.

Como existen tipos de encuestas, dependiendo de las necesidades de cada proyecto, es necesario tener en cuenta que para las encuestas de actividad turística, según Fabio Cárdenas Tabares deben incluir preguntas de tipo socioeconómico (profesión, sexo, estado civil, edad, transporte utilizado, motivo del viaje, etc.), pues crean un ambiente de familiaridad.

Desde antes del inicio de la encuesta, el encuestador debe comenzar por lo más elemental, el saludo, para así crear el ambiente para la respuesta; debe explicar el objetivo de la encuesta, hacer ver que esta no debe llevar ni su nombre, ni su firma para darle la confianza de que su información no será utilizada para perjudicarlo.

Finalmente, preguntas como cuál es su sueldo deben ser realizadas por intervalos para evitar el rechazo, asimismo con la edad.

El autor Fabio Cárdenas Tabares, en su libro *Producto Turístico*, menciona cómo debe ser el diseño de un cuestionario, refiriéndose a ello así:

Los cuestionarios son formas impresas en las que el entrevistador escribe las respuestas del entrevistado; cabe destacar que parte del éxito de la investigación de mercados, depende de la eficiencia del cuestionario; la realización del cuestionario exige mucho cuidado, ya que el resultado depende de la forma en las que se hagan las preguntas, las cuales deben facilitar la memoria del entrevistado, comenzando por las fechas más recientes, por ejemplo, ¿cuándo fueron sus últimas vacaciones?, y, ¿dónde las pasó?, el autor recomienda que no se hagan las preguntas nombrando fechas específicas, ya que dificulta la respuesta y el margen de confiabilidad es muy bajo.

Las preguntas deben realizarse de acuerdo con el objetivo de la investigación, sin interrogar a los turistas y así confundir el objetivo y la base de estudio; cuando ya se ha terminado la visita al país o destino, se realiza el denominado “perfil del consumidor turístico”, investigación que obtiene las variables de comportamiento incluyendo el gasto total, lo cual evita que el turista efectúe cálculos, ya que el tiempo es muy limitado.

Para indagar sobre lo anterior es necesario aclarar que la distribución del gasto, es el nombre del estudio de las partes correspondientes a la alimentación, alojamiento, transporte, compras, propinas e impuestos pagados. Este estudio es efectuado durante todo el tiempo de la visita a través de los hoteles, pues los turistas deben ser interrogados diariamente, facilitando así los cálculos de las diferentes variables. Siendo así; el mejor lugar para realizar este tipo de estudio, es en los hoteles y por medio de estudiantes que identifiquen, ya que el

turista se sentirá satisfecho con la colaboración y junto a esto tendrá a mano sus comprobantes de gasto y más tiempo.

Otro tipo de pregunta a aplicar según el autor, es la que se denomina pregunta filtro, la cual se dispone de manera que se subordinen a ella el resto de preguntas, esto ayuda en la ganancia del tiempo en la investigación, por ejemplo: en caso de un estudio sobre el grado de satisfacción en un país, ¿se alojó usted en hotel?, si contesta la pregunta en forma afirmativa, se continua la encuesta, si es negativa se dan las gracias y se pasa a otro turista.

Adicionalmente, existen las preguntas de control, las cuales son de gran importancia, debido a que posteriormente no será posible localizar al interrogado para aclarar dudas, es una realidad que el turista está de paso, por esto se deben incluir muchas pregunta de control y así incrementar la confiabilidad de la información, ya que la variable principal es el gasto, si se observa un consumo muy bajo, inmediatamente se observa la profesión, la forma del viaje, el alojamiento utilizado, el motivo del viaje, las compras realizadas, la edad, entre otro. Es importante que el encuestador sepa cuáles son las preguntas de control y junto a esto esté pendiente de que no haya alguna contradicción.

Según el autor Fabio Cárdenas Tabares, para una buena relación entre las preguntas y el objetivo de estudio, es importante que las preguntas sean lógicas y correspondan a la información buscada respecto al estudio.

En caso en el que la pregunta no guarde relación con el objetivo de estudio, el entrevistado puede mostrarse remiso a contestarlo, en este momento se debe ser muy diplomático, para obtener una información confiable, ya que, si se llega a forzar la situación, la información recibida será errónea.

También es posible que las personas comprendan la pregunta y deseen contestarla y consigan hacerlo, en caso que el encuestado no tenga la facilidad de expresión o porque la pregunta haya sido a una persona no enterada. (Tabares, 2008).

Los modelos de encuesta que serán utilizados para la recolección de datos necesarios para el desarrollo de dicho capítulo, podrá encontrarlos en el Anexo 6; para ello se han creado dos modelos puesto que se quiere tener una visión más amplia de las características de la demanda turística, en primer lugar se muestra el modelo de encuesta que se aplicara en el municipio de Anolaima y en segundo lugar el modelo que será aplicado en la terminal de transportes del salitre de Bogotá, teniendo como referente principal los viajeros de la

provincia del Tequendama, se ha elegido esta metodología para tener una visión tanto de la demanda real como de la demanda potencial del municipio. Para conocer la cantidad de encuestas a aplicar es necesario definir la población y la muestra con las que se efectuara la aplicación del instrumento los cuales serán explicados a continuación.

Población o universo

Como lo establece Ciro Martínez Bencardino en su libro estadística y muestreo, la población o universo se debe comprender como un conjunto de unidades o elementos que presentan una característica común; también se le considera como un conjunto de medidas. (Bencardino, 2005, págs. 828-829).

Para entender esta definición, Ciro Martínez afirma que es necesario entender, que conjunto de unidades o elementos se refiere a un grupo de personas, familias, establecimientos, barrios, objetos etc., que en realidad son el resultado del conjunto de medidas que son obtenidas por medio de las características estudiadas, si dicha característica ha sido medida recibe el nombre de variable continua, por otro lado, si de esta solo se hace un recuento se conoce como atributo o variable discreta. De acuerdo a lo definido anteriormente en el libro estadística y muestreo se afirma que es un error considerar la población o universo como si forzosamente estuviese conformada por la totalidad de habitantes de una zona, ya que es posible conformar un tipo de población diferente a personas ya sea con establecimientos comerciales, industriales, servicios públicos ubicados dentro de dicha zona.

De igual forma es importante comprender a que se refiere el autor al definir la población como unidades o elementos, es el individuo, entidad u objeto, del cual deseamos observar todas o algunas de sus características para ser medidas o contadas. (Bencardino, 2005) La unidad o elemento debe tener las siguientes características: debe ser clara, ser adecuada al objeto de investigación, medible y comparable.

Luego de comprender de esta forma la definición de población o universo, el autor Ciro Martínez afirma que es necesario conocer los tipos de población que se pueden encontrar en un proceso de investigación, estos tipos de población dependen del número de unidades o elementos de observación, por ello se conocen dos clasificaciones para la población la primera de ella es, la población infinita: esta se encuentra conformada por un número indeterminado de unidades, el segundo tipo es la población finita: es aquella que se encuentra constituida por un determinado o limitado número de elementos o unidades, sin embargo es

importante tener en cuenta que en el momento en que una población finita sea demasiado grande será reconocida como infinita puesto que será muy difícil realizar la recolección de datos en una población tan amplia.

Teniendo como referencia lo anterior, para el desarrollo de este capítulo, se tomará como universo, la cantidad de visitantes del departamento de Cundinamarca, puesto que no existen datos verídicos de la cantidad de turistas que llegan al municipio de Anolaima, por tal motivo, se toma del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, una estadística que sirve de fiabilidad y apoyo para el proyecto. La cual corresponde a una cifra de 1.819.297, realizada en el mes de julio del 2017; como se muestra a continuación:

ILUSTRACIÓN 13 TURISMO JULIO-2017 DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA

Indicador	Año completo		Variación %	Acumulado		Variación %	Ultimo mes disponible
	2015	2016		2016	2017		
Área aprobada bajo licencia de construcción con des		2.146		1.319	14.958	1034,0%	Julio
Ocupación Hotelera (%)	38	37	-3,4%	273	69	-74,8%	Julio
Salidas pasajeros terminal de transporte	4.265.500	4.278.411	0,3%	2.495.536	1.810.787	-27,4%	Julio
Viajeros extranjeros no residentes en Colombia	10.434	12.682	21,5%	6.961	8.441	21,3%	Julio

Fuente: Oficina de desarrollo económico – Ministerio de Comercio Industria y Turismo

La muestra

Según el Libro Elementos de la Investigación, la muestra sirve para caracterizar una reducida parte de un todo, el cual permite describir las características de ese todo, que corresponde a la población o el universo colectivo; el autor también nombra que esta se crea con la finalidad de describir esta población con un grado de precisión.

También es definida como parte de la población o subconjunto de elementos que resulta de la aplicación de un proceso generalmente de selección aleatoria, con el objeto de investigar todas o parte de las características o elementos. (Bencardino, Estadística y Muestreo , 2005)

El autor Cerda H. (1991) establece que para el diseño de la muestra se debe vincular a todo proceso de la investigación: los instrumentos de recolección de datos, selección de la población, objetivos y problemas de la investigación, donde es necesario calcular el número

de casos e indicar quiénes serán los encuestados. Adicional a esto, existen procedimientos para seleccionar la muestra, el autor **Ciro Martínez Bencardino**, en su libro *Estadística y Muestreo*, nombra que existen dos grandes grupos de muestreo, los cuales son: 1. Muestreo no aleatorio, hace referencia a dos subtipos dentro de esta clasificación, las cuales son: la muestra no aleatoria, que es cuando los elementos son elegidos por métodos no aleatorios, en donde las unidades son tomadas al azar y en su gran mayoría de veces suelen escogerse por conveniencia; el segundo subtipo es la muestra dirigida, la cual está constituida por una parte de la población, donde el investigador considera que es representativa del universo. El segundo grupo, es el muestreo aleatorio, **Ciro Martínez** plantea que una muestra es aleatoria cuando los elementos que constituyen la población, tienen la misma posibilidad de ser seleccionados, para esta existen numerosos procedimientos en la aplicación de este grupo, en donde se destacan los siguientes: Muestreo Aleatorio Estratificado, Muestreo Sistemático, Muestreo Doble, Muestreo por conglomerados áreas o etapas, sub-muestras interpenetrantes, métodos mixtos y por último, el Muestreo Aleatorio Simple, que por sus características se acopla al desarrollo de este proyecto de investigación; este tipo de muestreo se realiza cuando la población, por lo general no es numerosa y a su vez las unidades se concentran en un área reducida; la característica de este tipo de muestreo, es que no debe tener gran variabilidad, ya que implicaría que el tamaño de la muestra sea extenso, lo que incrementará los costos y tiempo de la investigación.

El método de **Muestreo Aleatorio Simple**, sirve para determinar la muestra de una población, que según el libro de *Estadística y Muestreo* es necesario para diseñar la muestra, contar con un marco de referencia u otra especificación de las unidades que resulta de la información recolectada con anterioridad acerca de la población. (**Bencardino**, *Estadística y Muestreo* , 2005)

Para este proyecto de investigación se obtuvo la especificación de las unidades, por medio del dato estadístico del informe de Perfil económico del departamento de Cundinamarca, publicado por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio Industria y Turismo, la cual fue realizada en el mes de julio del presente año, donde se tuvieron en cuenta para las estadísticas de turismo, los 116 municipios del departamento de Cundinamarca; basándose en indicadores como la ocupación hotelera, salidas de pasajeros en el terminal de transporte, viajeros extranjeros no residentes en Colombia, entre otros; el cual arroja una cifra de **1.819.297** personas que se desplazan dentro del departamento de Cundinamarca.

Una vez que fue identificada la población con el cual se va a trabajar en el proyecto de investigación, se tomará como referencia para calcular el tamaño de la muestra en la siguiente fórmula, donde se trabajará con el **M.A.S método de (muestreo aleatorio simple)**

ECUACIÓN 1 *FORMULA MUESTREO ALEATORIO SIMPLE:*

$$\frac{k^2(p*q)}{e^2 + (k^2(p*q))} = M$$

$$N$$

M: tamaño de la muestra

K: Nivel de confianza deseado (99%)

p: proporción de la población con la característica deseada (éxito) (0,5)

q: Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso) (0,5)

e: Nivel de error dispuesto a cometer (10%)

N: Tamaño de la población (1.819.297)

$$\frac{0,99^2 * 0,99 * (0,5 + 0,5)}{(0,10^2 * 0,10) + ((0,99^2 * 0,99) * (0,5 * 0,5))} = 162$$

$$1.819.297$$

Con el objetivo principal que tiene la investigación se procede a estimar o a aplicar la muestra, mediante una encuesta, la cual consta de dos modelos, el primer modelo se aplicará a visitantes del municipio de Anolaima, con el objetivo de identificar las características de este, se tomará como referencia el resultado de la muestra y se aplicará en un porcentaje de 38,2% que corresponde a 62 encuestas. El segundo modelo, se aplicará a visitantes de la Región del Tequendama, que comprende los municipios de Anapoima, Anolaima, Tena, La Mesa, Mesitas, Cachipay, Apulo, Viotá, Quipile, San Antonio del Tequendama; en el cual se aplicarán 100 encuestas, que equivalen al 68,8% de la muestra; estos porcentajes fueron establecidos, puesto que el flujo de turistas en Anolaima no era suficiente para la aplicación de la totalidad de las encuestas, fue por eso que se vio la necesidad de tomar como población para el estudio y desarrollo de este proyecto las cifras publicadas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, lo que permite obtener resultados más acertados y permite que la investigación sea más veraz. (Vea los modelos de encuesta en la página en el Anexo VI).

El primer modelo de encuesta fue aplicado los días 21 y 22 de octubre del presente año en la finca-hotel recreativa Campolaima y en la finca del padre Isaac Ramírez ubicadas en el municipio de Anolaima, estos sitios fueron escogido previamente para la aplicación ya que en estas fechas se realizaron eventos, lo que permitía la fácil aplicación de las encuestas. Por otro lado, el segundo modelo de encuesta fue aplicado los días 25 y 27 de octubre en el terminal de transportes del salitre, puesto que en este lugar se encuentra una gran afluencia de turistas que tienen como destino municipios de Cundinamarca cercanos a Anolaima.

Las encuestas de percepción aplicadas tenían como finalidad lograr caracterizar la demanda real y demanda potencial para el municipio de Anolaima por medio de las siguientes preguntas: ¿Quién es? Esta pregunta busca identificar las principales características demográficas del turista, en la encuesta aplicada estos datos fueron obtenidos por medio de las preguntas (edad, género, ocupación, lugar de residencia y estado civil); ¿Qué compra? Con esta pregunta se quiere conocer si el cliente se inclina por realizar compras de productos o servicios y cuál es la importancia que tienen estos para cada individuo, pregunta que fue aplicada en el segundo modelo de encuesta para conocer las preferencias de los clientes que no visitan el municipio de Anolaima; ¿Cuándo? esta pregunta apunta a conocer en que época del año y con qué frecuencia los turistas realizan sus viajes la cual fue resuelta por medio de las preguntas (con qué frecuencia viaja y en que época del año realiza sus viajes a Anolaima y la región del Tequendama); ¿ Por qué? con esta pregunta se quiere conocer las razones principales por la que los turistas visitan el municipio de Anolaima y la región del Tequendama y finalmente ¿Cómo? Con este cuestionamiento de busca analizar porque medios los turistas reciben información y cuál es el medio de pago que utilizan. Adicional a estos interrogantes la encuesta es un apoyo para conocer los gustos y estilo de vida de cada individuo además se logra identificar la aprobación o desacuerdo por parte de los turistas hacia la creación del producto agroturístico y el precio que estaría dispuesto a pagar por este tipo de productos.

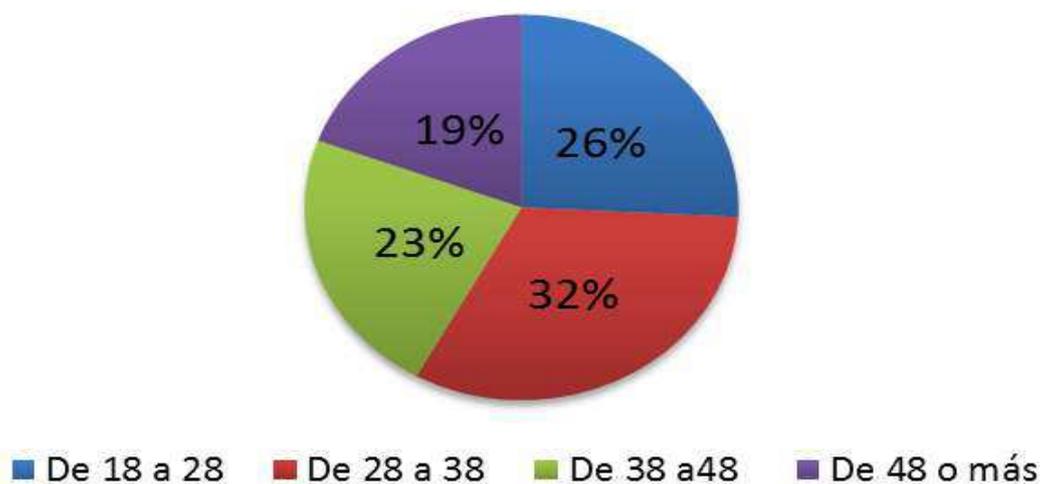
A continuación, se presentarán las gráficas y las tablas de frecuencia de las encuestas realizadas y el resultado de las cruces de variables que fueron identificadas en el proceso.

Análisis encuesta aplicada en Anolaima

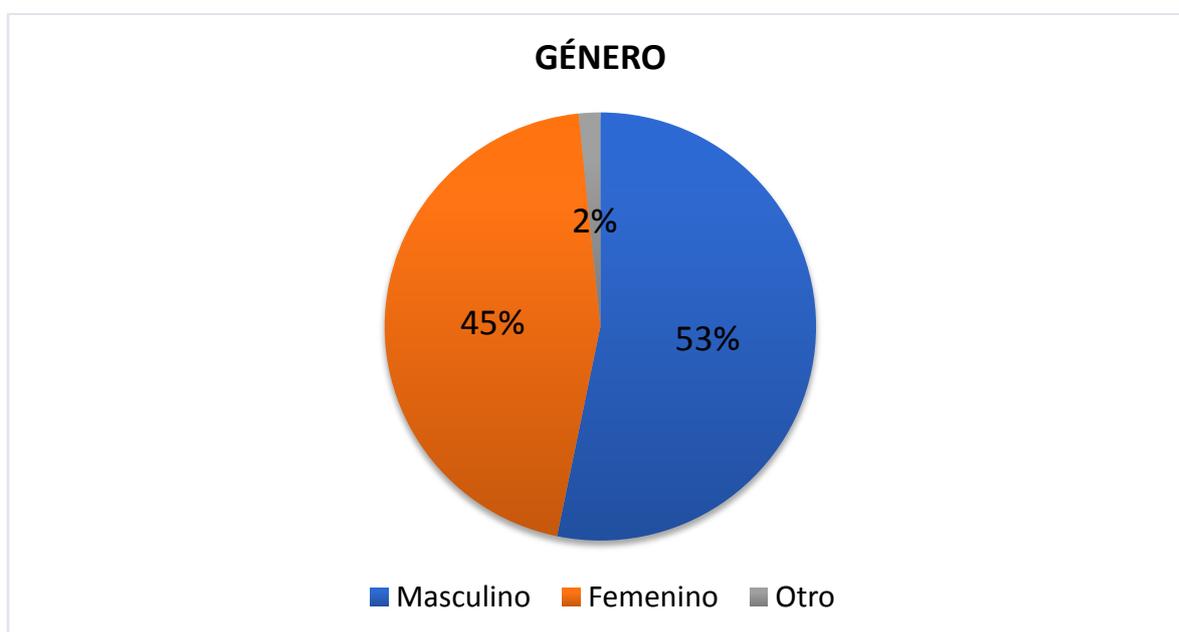
El primer modelo de encuesta fue aplicado en el municipio de Anolaima los días 21 y 22 de octubre aplicada a 62 visitantes, con la finalidad de conocer las características de los turistas reales del municipio para ello a continuación, se presentarán los resultados y su análisis.

EDAD	
De 18 a 28	16
De 28 a 38	20
De 38 a48	14
De 48 o más	12
Total	62

EDAD

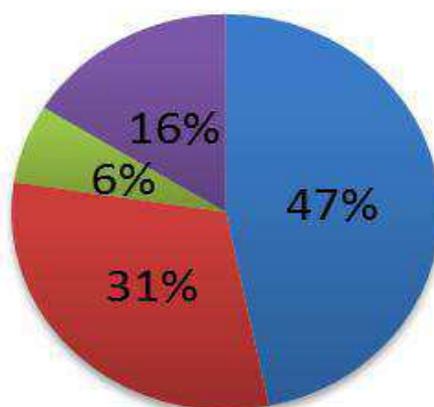


GÉNERO	
Masculino	33
Femenino	28
Otro	1
TOTAL	62



ESTADO CIVIL	
Soltero	29
Casado	19
Separado	4
Unión libre	10
TOTAL	62

ESTADO CIVIL

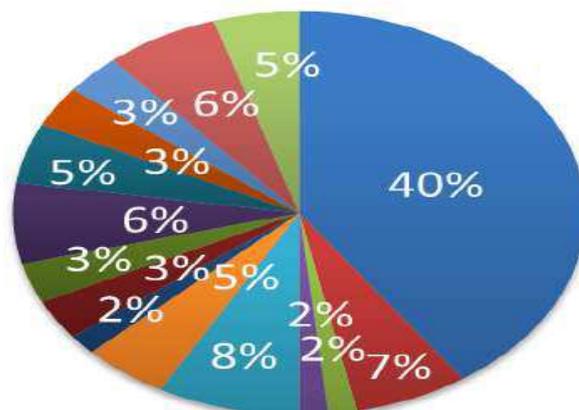


■ Soltero ■ Casado ■ Separado ■ Unión libre

LUGAR DE RESIDENCIA	
Bogotá	25
Cachipay	4
Doima	1
Chía	1
Facatativá	5
Mesitas	3
Zipacón	1
Bojacá	2
La mesa	2
Mosquera	4
Soacha	3
Alemania	2
Francia	2
Madrid	4

Funza	3
TOTAL	62

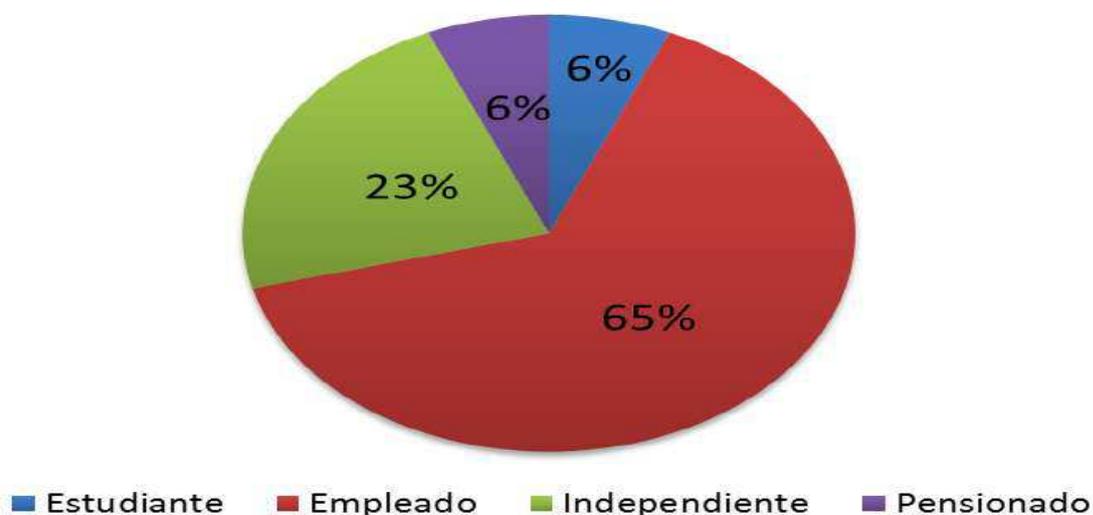
LUGAR DE RESIDENCIA



■ Bogotá	■ Cachipay	■ Doima	■ Chia	■ Facatativa
■ Mesitas	■ Zipacon	■ Bojaca	■ La mesa	■ Mosquera
■ Soacha	■ Alemania	■ Francia	■ Madrid	■ Funza

OCUPACIÓN	
Estudiante	4
Empleado	40
Independiente	14
Pensionado	4
TOTAL	62

OCUPACIÓN

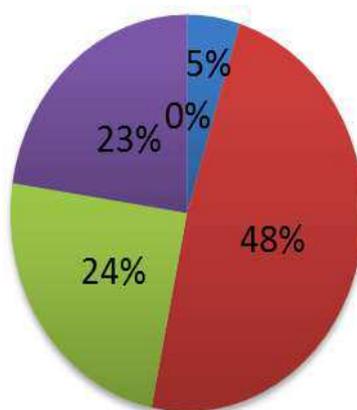


Las gráficas que se presentan anteriormente corresponden a la primera parte de la encuesta con la que se busca tener conocimiento de las características demográficas de la demanda real del municipio de Anolaima y responder a ¿Quién? planteado con anterioridad en la finalidad de esta encuesta de percepción; por medio de esta se pudo establecer que 20 de los 62 encuestados se encuentran entre los 28 y 38 años de edad, lo que lleva a concluir que el producto del presente proyecto podría ser dirigido a un segmento joven, por otro lado de las personas encuestadas la gran mayoría son del género masculino, sin embargo este resultado fue obtenido por una diferencia mínima frente al género femenino. En cuanto al estado civil de las personas se pudo identificar que de los encuestados el 47% de ellos son personas solteras, característica que podría definir las prioridades de compra de los individuos. Por otro lado, se logró establecer que la gran mayoría de visitantes del municipio tienen como lugar de residencia Bogotá, razón por la cual podría posicionarse el municipio como un destino por su cercanía a la capital colombiana. Finalmente, en cuanto a la ocupación de los turistas de Anolaima se pudo confirmar que la mayoría de ellos son empleados, característica que puede definir el poder adquisitivo de los mismos.

2. MOTIVO DE VIAJE

MOTIVO DE VIAJE	
Negocios	3
Ocio y recreación	30
Vacaciones	15
Visitas familiares	14
Otro	0
TOTAL	62

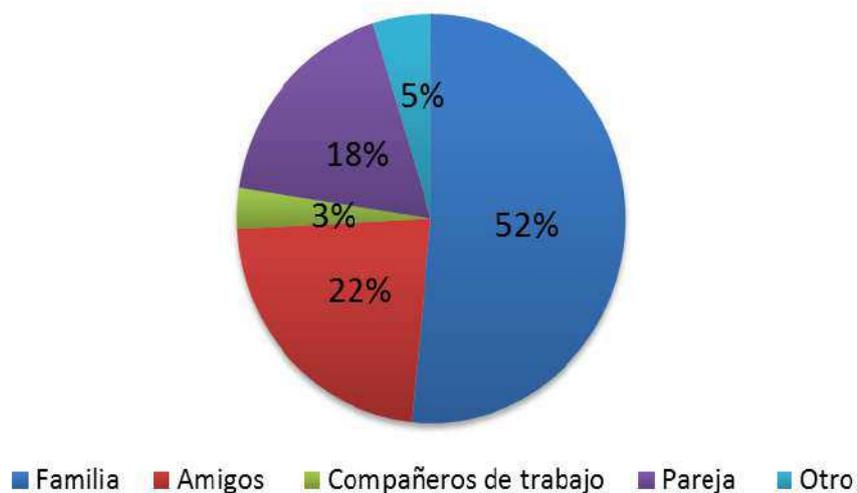
MOTIVO DE VIAJE



■ Negocios ■ Ocio y recreación ■ Vacaciones ■ Visitas familiares ■ Otro

4. ACOMPAÑANTE DE VIAJE	
Familia	32
Amigos	14
Compañeros de trabajo	2
Pareja	11
Otro	3
TOTAL	62

ACOMPAÑANTE DE VIAJE



Para dar respuestas al ¿Por qué? Establecido anteriormente como una de las finalidades de la encuesta se tiene como resultado que la principal motivación de viaje al municipio de Anolaima es realizar ocio y recreación y que para realizar generalmente esta actividad van acompañados de sus familias, lo que demuestra que el producto agroturístico propuesto en Anolaima puede ser dirigido a un segmento de familiar.

3. FRECUENCIA DE VIAJE	
Fines de semana	17
1 vez a la semana	2
1 vez al mes	14
1 vez al año	23
Otro	6
TOTAL	62

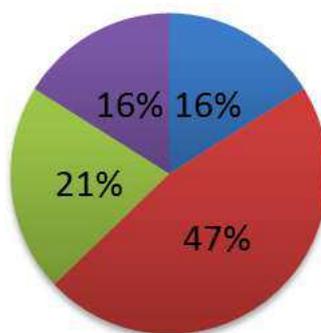
FRECUENCIA DE VIAJE



Para dar respuesta al ¿Cuándo? Se preguntó la frecuencia de viaje de los turistas al municipio de Anolaima, una gran cantidad de personas respondieron que visitan el municipio una vez al año, en el momento de realizar las encuestas los turistas manifestaron que esta visita generalmente es realizada en el mes junio, época en la que se celebra el Corpus Cristi que es la festividad más representativa de Anolaima y es el momento en el cual el municipio recibe la mayor cantidad de visitantes del año.

5. PROMEDIO DE GASTO POR PERSONA	
\$50.000 a \$100.000	10
\$100.000 a \$150.000	29
\$150.000 a \$200.000	13
\$200.000 o más	10
TOTAL	62

PROMEDIO DE GASTO POR PERSONA



■ \$50.000 a \$100.000 ■ \$100.000 a \$150.000
■ \$150.000 a \$200.000 ■ \$200.000 o más

10. PRECIO DISPUESTO A PAGAR, POR PERSONA	
\$70.000 a \$100.000	11
\$100.000 a \$130.000	23
\$130.000 a \$160.000	15
\$160.000 a más	4
TOTAL	53

PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA.

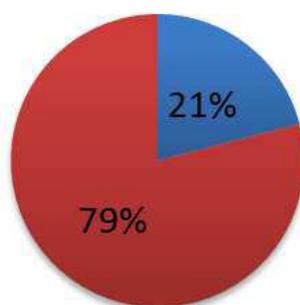


Es importante conocer el promedio de gasto de una persona en un viaje de fin de semana ya que el producto de este proyecto está pensado para realizarse un fin de semana o puente festivo, se obtuvo como resultado que la mayoría de personas invierte para un viaje de este tipo entre \$100.000 y \$150.000 pesos colombianos por persona y por un producto agroturístico estarían dispuestos a pagar entre \$100.000 y \$130.000 pesos colombianos. Estos resultados son indispensables para el tercer capítulo, ya que en este se realizará el proceso de costeo del producto, por otro lado, estos datos pueden dar conocimiento sobre la clase socioeconómica a la que pertenecen que en este caso sería la clase media.

6. EXPERIENCIAS AGROTURÍSTICAS

Si	13
No	49
TOTAL	62

EXPERIENCIAS AGROTURÍSTICAS

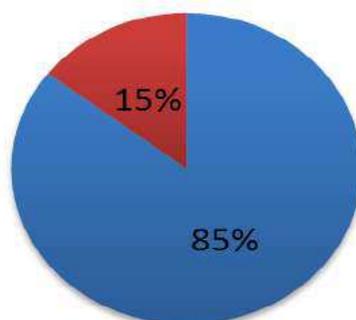


■ Si ■ No

7. INTERÉS POR UN PAQUETE AGROTURÍSTICO

Si	53
No	9
TOTAL	62

INTERÉS POR UN PAQUETE AGROTURÍSTICO

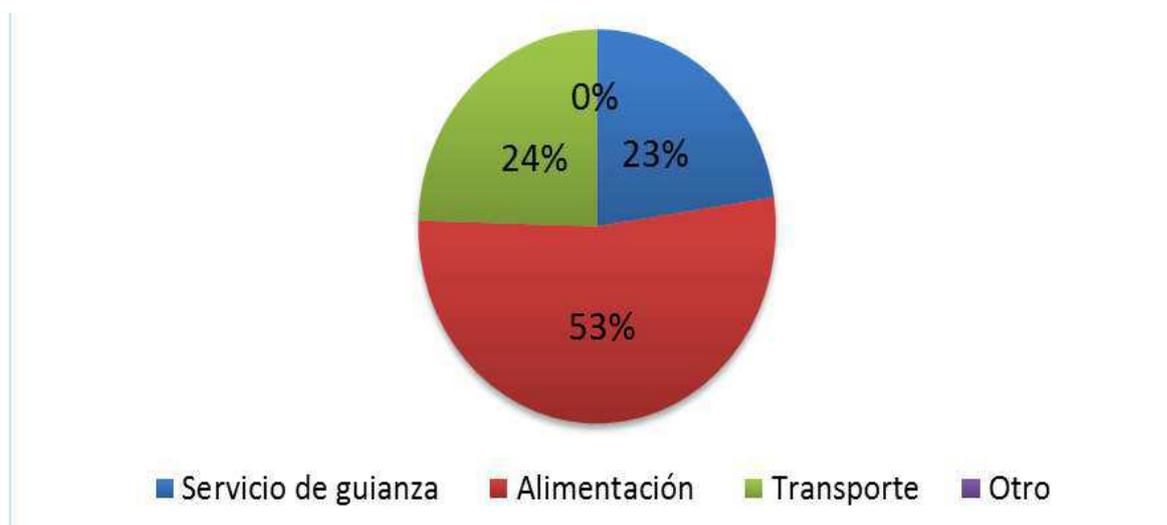


■ Si ■ No

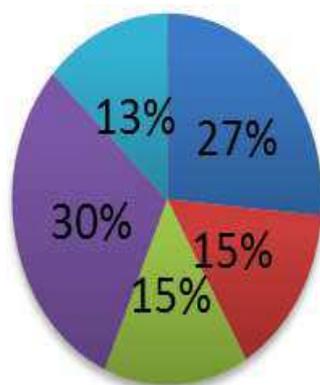
Por medio de las preguntas presentadas en las dos graficas anteriores, se quiere adquirir conocimiento sobre las experiencias pasadas en agroturismo de los turistas encuestado y de igual forma comprobar si se tiene una reacción positiva o negativa ante el producto planteado. Se observa que como resultado de estas graficas la mayoría de las personas encuestadas no han tenido una experiencia previa de agroturismo y sin embargo el 85% de ellas afirmo que le gustaría experimentar el agroturismo en Anolaima. Estos resultados apuntan a la viabilidad del proyecto puesto que al no haber tenido experiencias previas sobre el tema se puede incursionar en este mercado que tiene todas las intenciones de vivenciar este tipo de turismo.

8. PREFERENCIAS DE ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS	
Relación con especies bovinas	14
Visita a cultivos	8
Recolección de alimentos	8
Muestras gastronómicas	16
Otras	7
TOTAL	53

REFERENCIAS DE ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS



SERVICIOS COMPLEMENTARIOS



■ Relación con especies bovinas

■ Visita a cultivos

■ Recolección de alimentos

■ Muestras gastronómicas

9. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Servicio de guianza	12
Alimentación	28
Transporte	13
Otro	0
TOTAL	53

Estas preguntas tienen como finalidad responder el ¿Qué?, para saber la preferencias de compra de los turistas del municipio de Anolaima, y cuáles son los aspectos más importantes que tienen en cuenta para elegir un destino, los encuestados respondieron en una cantidad favorable, que preferirían en un producto agroturístico disfrutar de muestras gastronómicas y de igual forma de una forma muy coherente demostraron su preferencia en cuanto al servicio de alimentación, puesto un poco más de la mitas de los encuestados afirmaron que este sería el aspecto que preferirían encontrar.

En el momento de aplicar dichas encuestas se pudo establecer que la mayoría de visitantes tienen como lugar de residencia Bogotá y otros municipios del departamento de Cundinamarca, de igual forma al encontrar escasos de datos estadísticos sobre el turismo del

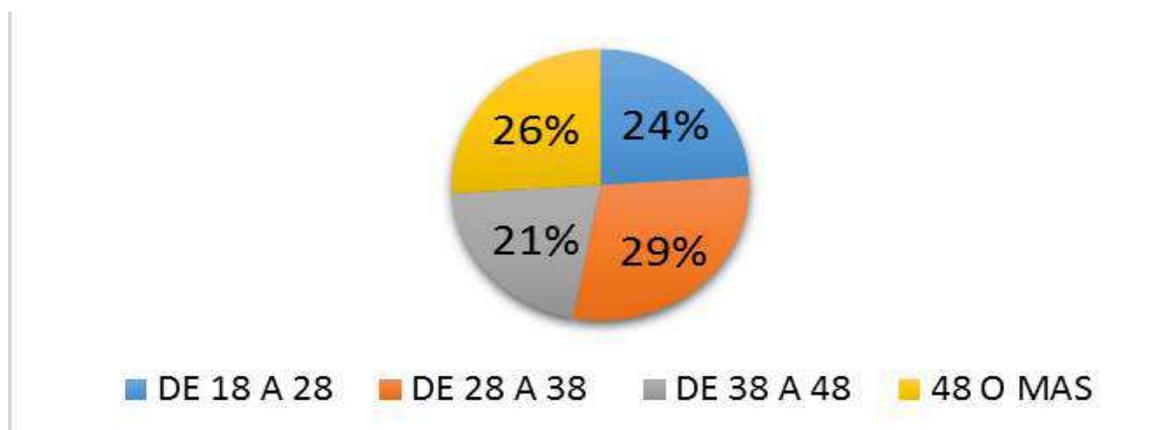
municipio de Anolaima; fue necesario tomar como población los datos encontrados en el ministerio de industria comercio y turismo, que registra la cantidad de visitantes de Cundinamarca en el mes de Julio del presente año en el departamento de Cundinamarca, es por ello que se decidió crear dos modelos de encuesta el primero que fue aplicado en el municipio de Anolaima buscando identificar las características de la demanda real y por otro lado se aplicaría un segundo modelo en el terminal de transportes para conocer las características de los viajeros del departamento de Cundinamarca y en parte a quienes tenían como destino la provincia del Tequendama región a la que pertenece Anolaima, para de esta forma tener una visión más integral de la demanda identificando las características de los potenciales turistas.

Análisis encuestas aplicadas en la ciudad de Bogotá

El segundo modelo de encuesta fue realizado con la finalidad de conocer las características de la demanda potencial del municipio de Anolaima, esta encuesta fue aplicada en la terminal de transportes del salitre a 100 personas los días 25 y 27 de octubre del presente año, a continuación, se presentarán los resultados con su respectiva gráfica y análisis.

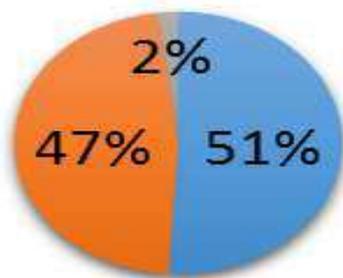
EDAD	
DE 18 A 28	24
DE 28 A 38	29
DE 38 A 48	21
48 O MAS	26
TOTAL	100

EDAD



GÉNERO	
Masculino	33
Femenino	28
Otro	1
TOTAL	62

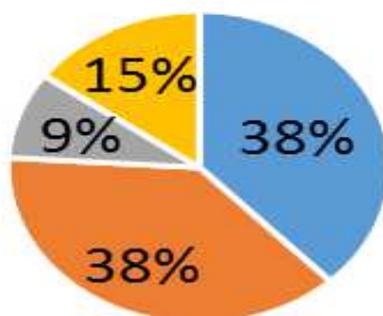
GÉNERO



■ MASCULINO ■ FEMENINO ■ OTRO

ESTADO CIVIL	
SOLTERO	38
CASADO	38
SEPARADO	9
UNIÓN LIBRE	15
TOTAL	100

ESTADO CIVIL

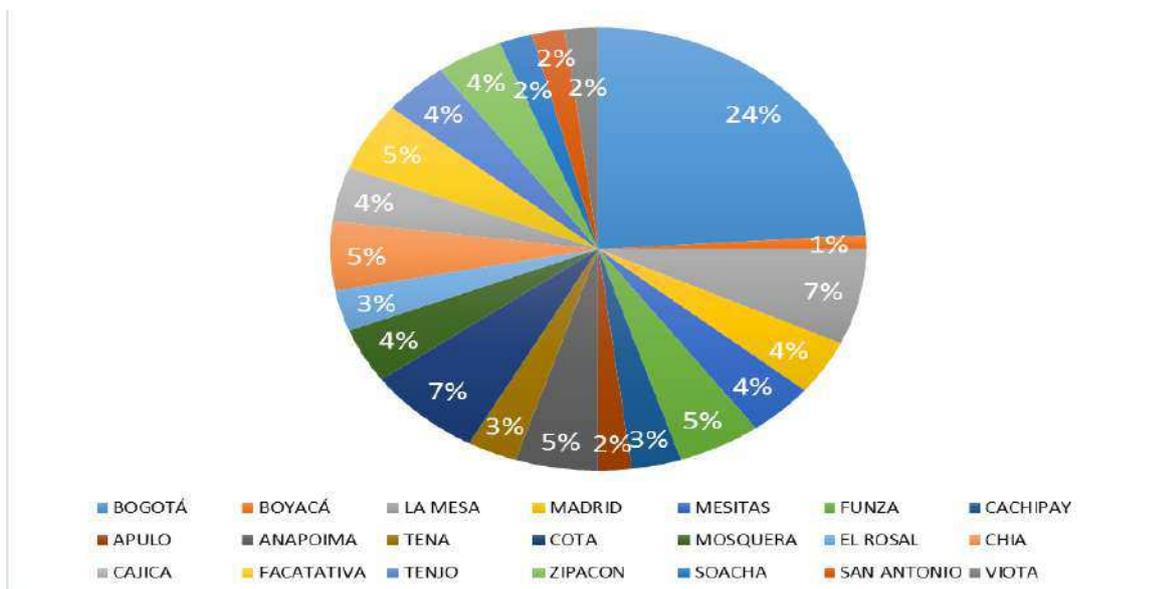


■ SOLTERO ■ CASADO ■ SEPARADO ■ UNIÓN LIBRE

LUGAR DE RESIDENCIA	
BOGOTÁ	24
BOYACÁ	1
LA MESA	7
MADRID	4
MESITAS	4
FUNZA	5
CACHIPAY	3
APULO	2
ANAPOIMA	5
TENA	3
COTA	7
MOSQUERA	4
EL ROSAL	3
CHIA	5

CAJICA	4
FACATATIVA	5
TENJO	4
ZIPACON	4
SOACHA	2
SAN ANTONIO	2
VIOTA	2
TOTAL	100

LUGAR DE RESIDENCIA



OCUPACIÓN	
ESTUDIANTE	6
EMPLEADO	56
INDEPENDIENTE	28
PENSIONADO	10
TOTAL	100

OCUPACIÓN



Al igual que en el primer modelo de encuesta en la primera parte se busca conocer ¿Quién?, es el turista de Cundinamarca identificando principalmente sus características demográficas, se obtuvo como resultado de la encuesta que la mayoría de personas se encuentra entre los 28 y los 38 años lo que apunta a que el producto podrá ser dirigido a un segmento joven, una gran parte de los encuestados son del género masculino sin embargo por una diferencia mínima frente al género masculino lo que da a entender que el producto no tendrá un género específico si no que podrá estar diseñado para cualquiera de los géneros, por otro lado se identificó que en cuanto al estado civil se presente una igualdad del 38 % solteros y casados, es importante tener en cuenta que, el estado civil puede ser un aspecto que determina las prioridades de compra de un individuo. En cuanto al lugar de residencia se establecen diferentes lugares dentro del departamento de Cundinamarca e incluso unos fuera

de este, en primer lugar, se encuentra la ciudad de Bogotá quizás por el factor de distancias este sea el lugar de donde más provienen visitantes, de igual forma se observa que un poco más de la mitad de los encuestados tiene como ocupación el ser empleados, factor que contribuye para la determinación de la clase socioeconómica de los individuos.

13 PREFERENCIAS DE ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS	
RELACION CON ESPECIES BOVINAS	21
VISITAS A CULTIVOS	19
RECOLECCIÓN DE ALIMENTOS	17
MUESTRAS GASTRONOMICAS	25
OTRO	2
TOTAL	84

PREFERENCIAS DE ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS



2 CRITERIOS DE SELECCIÓN	
ALIMENTACIÓN	42
ALOJAMIENTO	26
TRANSPORTE	8
ACIVIDADES DE RECREACIÓN	24
GUIANZAS	0
TOTAL	100

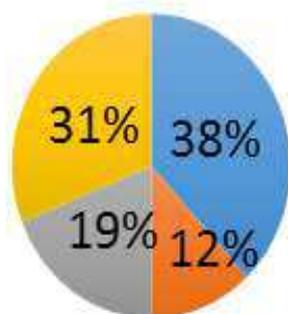
CRITERIOS DE SELECCIÓN



Para dar respuesta al ¿Qué?, se busca conocer cuál es el criterio más importante para los turistas que visitan la región del Tequendama o Cundinamarca, como resultado se obtuvo que el factor más importante para ellos es el servicio de alimentación y de igual manera como actividad complementaria en un producto agroturístico afirmaron que preferirían encontrar muestras gastronómicas. Las respuestas anteriores dan una pauta para que al momento de ofrecer el producto se tenga en cuenta los prestadores de servicio de alimentación que serán contratados, puesto que se debe asegurar el cumplimiento de esta necesidad que fue establecida como prioridad por los encuestados.

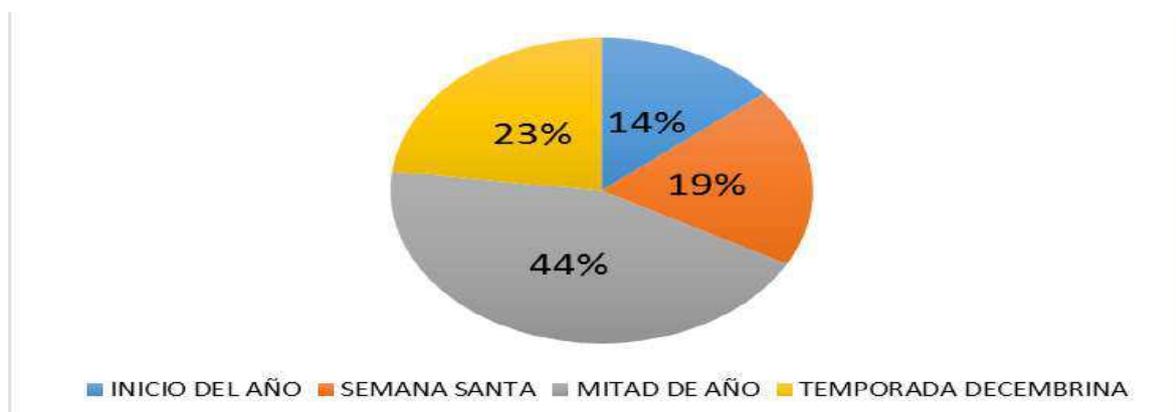
3 FRECUENCIA DE VIAJE	
FINES DE SEMANA	38
1 VEZ AL MES	12
1 VEZ AL AÑO	19
2 O MÁS VECES AL AÑO	31
TOTAL	100

FRECUENCIA DE VIAJE



4 EPOCA DE VIAJE	
INICIO DEL AÑO	14
SEMANA SANTA	19
MITAD DE AÑO	44
TEMPORADA DECEMBRINA	23
TOTAL	100

EPOCA DE VIAJE



Las gráficas anteriores representan las preguntas en la encuesta que cumplían la finalidad de responder ¿Cuándo?, en estas se obtuvo como resultado que una gran cantidad de encuestados afirmaron visitar la región del Tequendama en Cundinamarca los fines de semana debido a que son destinos que por su cercanía hacen que sean de fácil accesos en un fin de semana o puente festivo, y en cuanto a la época se logró establecer que la mayoría de personas tienen como época predilecta para realizar sus viajes en la mitad del año, factor que es bastante favorable puesto que al ser la época en la que realiza el Corpus Cristi se puede fomentar las visitas a este en esta fecha.

6 MOTIVO DE VIAJE	
NEGOCIOS	1
OCIO Y RECREACIÓN	58
VACACIONES	26
VISITAS FAMILIARES	14
OTRO	1
TOTAL	100

MOTIVO DE VIAJE



7 ACOMPAÑANTE DE VIAJE

FAMILIA	68
AMIGOS	14
COMPAÑEROS DE TRABAJO	3
PAREJA	13
SOLO	2
TOTAL	100

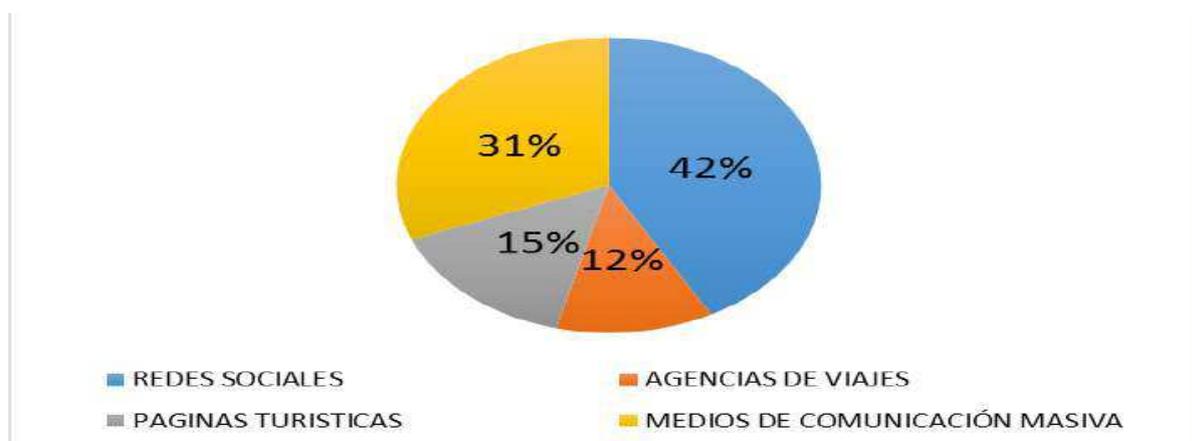
ACOMPAÑANTE DE VIAJE



Es necesario para caracterizar una demanda conocer el ¿Por qué?, o el motivo de viaje de los individuos, como resultado de la encuesta aplicada se identifica que el principal motivo de viaje de los visitantes del departamento de Cundinamarca es el ocio y las actividades de recreación y para el desarrollo de estas la mayoría de personas va en compañía de sus familiares, razón por la cual se puede considerar que el segmento al cual puede ser dirigido el producto sería las familias. Por otro lado, al tener conocimiento de la motivación de viaje esto se puede utilizar para concientizar al municipio de que se puede trabajar en la parte turística sin dejar de lado su potencial agropecuario, si no que por el contrario este puede ser un complementario para su principal actividad económica.

8 MEDIO DE ADQUISICIÓN	
REDES SOCIALES	42
AGENCIAS DE VIAJES	12
PAGINAS TURISTICAS	15
MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	31
TOTAL	100

MEDIO DE ADQUISICIÓN



9 MEDIO DE PAGO	
EFFECTIVO	69
TARJETA DÉBITO O CRÉDITO	30
TRANSFERENCIAS ELECTRÓNICAS	1
OTRA	0
TOTAL	100

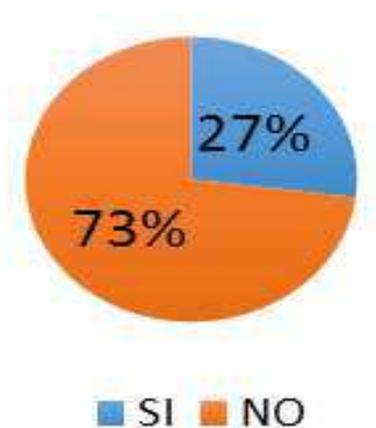
MEDIO DE PAGO



Para conocer el ¿Cómo?, es necesario saber los medios que utilizan los turistas, en cuanto a la información turística se obtuvo como resultado de las encuestas que la mayoría de encuestado obtienen dicha información por medio de las redes sociales, característica que identifica a las personas que se encuentran en la edad anteriormente mencionada en las variables demográficas, además de esto se quiso conocer el medio de pago que generalmente utilizan en sus viajes donde se demostró que un gran porcentaje de personas utiliza como principal medio de pago el efectivo; este podría ser tomado como un factor a favor puesto que no todos los prestadores de servicios turísticos cuentan con los medio para aceptar otras formas de pago.

10 EXPERIENCIAS AGROTURÍSTICAS	
SI	27
NO	73
	100

EXPERIENCIAS AGROTURÍSTICAS



11 POPULARIDAD DEL MUNICIPIO DE ANOLAIMA	
SI	71
NO	29
TOTAL	100

POPULARIDAD DEL MUNICIPIO DE ANOLAIMA



12 INTERÉS POR PAQUETES AGROTURÍSTICOS

SI	83
NO	17
TOTAL	100

INTERES POR PAQUETES AGROTURÍSTICOS



En las gráficas anteriores se muestran los resultados de las preguntas que pretendían conocer las experiencias pasadas que han tenido los encuestados en temas de agroturismo y por otro lado saber si su reacción frente al proyecto es positiva o negativa. Se obtuvo como resultado de experiencias pasadas que el 73% de los encuestados nunca han practicado agroturismo sin embargo el 71% confirmaron haber escuchado alguna vez sobre Anolaima o haberlo visitado, y quienes lo habían visita en el momento de la encuesta afirmaron que habían tenido experiencias de otros tipos de turismo y no tenían gran conocimiento sobre el potencial agropecuario de este, por esta misma razón se evidencio que 83 personas de las 100 encuestadas demostraron su interés por adquirir un producto agroturístico en el municipio de Anolaima.

5 PROMEDIO DE GASTO POR PERSONA FIN DE SEMANA	
\$50.000 A \$100.000	8
\$100.000 A \$150.000	39
\$150.000 A 200.000	38
\$200.000 O MÁS	15
TOTAL	100

PROMEDIO DE GASTO POR PERSONA FIN DE SEMANA



14. PRECIO DISPUESTO A PAGAR, POR PERSONA	
\$70.000 A \$100.000	10
\$100.000 A \$130.000	37
\$130.000 A \$160.000	23
\$160.000 A MÁS	14

PRECIO DISPUESTO A PAGAR POR PERSONA



Un aspecto importante a conocer es el promedio de gasto de los turistas en un fin de semana, a lo que respondieron en su mayoría que invierten entre \$100.000 y \$150.000 pesos colombianos por persona en un viaje de fin de semana, por otro lado, afirmaron que están dispuestos a pagar por el producto propuesto en el proyecto entre \$100.000 y \$130.000 pesos colombianos. Estos datos son indispensables para el momento en el que se realice el costeo del producto turístico, puesto que conociendo el promedio de gasto de los turistas no se puede pretender que adquieran un producto mucho más costoso.

De acuerdo a la información anteriormente presentada sobre los resultados de las encuestas se procederá a presentar un resultado final de las características de la demanda, para ello en primer lugar se presentará una tabla comparativa entre los turistas de Anolaima y los turistas

de Cundinamarca para finalmente presentar un perfil del cliente consolidando las características de los dos segmentos encuestados.

TABLA 4 *CARACTERÍSTICAS DE TURISTAS DE ANOLAIMA Y CUNDINAMARCA.*

VARIABLE	TURISTAS ANOLAIMA	TURISTAS CUNDINAMARCA
Edad	Entre 28 y 38 años.	Entre 28 y 38 años.
Género	Masculino.	Masculino.
Estado civil	Soltero.	Soltero y separado.
Lugar de residencia	Bogotá.	Bogotá.
Ocupación	Empleado.	Empleado.
Motivo de viaje	Ocio y recreación.	Ocio y recreación.
Frecuencia de viaje	Fines de semana.	Una vez al año.
Época de viaje	No aplica.	Mitad de año.
Quien lo acompaña	Familia.	Familia.
Promedio de gasto	\$100.000 a \$150.000.	\$100.000 a \$150.000.
Experiencias agroturísticos	Ninguna.	Ninguna.
Interés por adquirir un producto agroturístico	Muestra interés.	Muestra interés.
Actividades de interés	Muestras gastronómicas.	Muestras gastronómicas.
Servicios complementarios	Alimentación.	Alimentación.
Precio dispuesto a pagar	\$100.000 a \$130.000.	\$100.000 a \$130.000.
Medio por el que adquiere información turística	No aplica.	Redes sociales.
Medio de pago	No aplica	Efectivo.

Segmentación de consumidores

Como se establece en el libro comportamiento del consumidor de Michael Solomon el proceso de segmentar el mercado identifica grupos de consumidores que son similares entre si de una o varias formas (Solomon, 2008). En este mismo Texto Solomon establece algunas dimensiones por medio de las cuales se puede dividir un mercado, en primer lugar, establece algunas propiamente demográficas y de igual forma otras características por las cuales se pueden agrupar los segmentos, a continuación, se explicarán las dimensiones o variables que se utilizarán para identificar las características de los turistas de Anolaima.

Como se establece en el texto Comportamiento del consumidor se pueden manejar las siguientes 7 variables para lograr caracterizar un grupo de mercado: 1. Edad: la edad es un criterio que funciona muy bien para la segmentación puesto que a pesar de que en un grupo de personas que se encuentran en la misma edad tienen necesidades y deseos diferentes, generalmente los consumidores del mismo rango de edad llevan consigo valores y experiencias culturales comunes que llevan consigo toda la vida. 2. Género: ya que en el mercado existen diferentes productos que son dirigidos específicamente para hombres o para mujeres y de igual forma el género afecta en las necesidades puesto que evalúan los productos desde diferentes criterios, por ejemplo, un hombre puede evaluar una prenda de vestir por el precio mientras que una mujer la evaluará por el material, por el precio, por la marca, el color, etc.... 3. Estructura familiar: el estado civil y la estructura familiar en la que se desarrolle un individuo definen la prioridad que da a los productos en el momento de comprar, ya que una persona soltera no pensará en comprar los mismos productos que una persona casada y con hijos. 4. Clase social e ingresos: en primer lugar, esta característica logra dar una pauta a los mercadólogos para determinar que grupos tienen el mayor poder de compra, y por otro lado estas características determinan grupos puesto que tienen ocupaciones similares y gustos similares debido a su clase social y poder adquisitivo. 5. Raza y origen étnico: esta variable determina ciertas características que están arraigadas al entorno en que una persona ha crecido ya que cada cultura es diferente y por ende las creencias, costumbres y demás serán diferentes en cada grupo o subcultura. 6. Geografía: la geografía hace referencia al lugar en el que viva un individuo que es útil para los mercadólogos por ejemplo para crear un paquete turístico para una persona que vive en un lugar de clima frío lo más coherente sería ofrecer un destino de clima cálido. 7. Estilo de vida: en esta variable se hace referencia a aspectos como lo que pensamos sobre nosotros, los gustos de cada individuo sus hobbies e incluso aquellos aspectos que hacen que una persona se sienta mejor,

puesto que estos factores sirven para determinar qué productos tendrán influencia sobre el consumidor.

Para realizar el análisis de las características de los turistas de Anolaima se presentara a continuación en la tabla 5 El resultado final que se ha obtenido a partir de las encuestas realizadas, para de esta forma segmentar el mercado y tener un segmento específico al cual se pueda dirigir el producto propuesto en este trabajo.

TABLA 5 PERFIL DEL CLIENTE

VARIABLES	CARACTERÍSTICAS
Edad	Entre los 28 y los 38 años
Estructura familiar	Soltero
Clase social	Clase social media
Lugar de residencia	Personas residentes del departamento de Cundinamarca.
Estilo de vida	Turistas que suelen viajar con sus familias, que muestran interés por adquirir un paquete agroturístico, que tienen como principal motivo de viaje el ocio y la recreación.

Es así que de acuerdo a los resultados obtenidos se puede concluir que el producto agroturístico propuesto en el presente trabajo estará dirigido a un segmento de mercado conformado por turistas que se encuentran entre los 28 y 38 años de edad con un nivel de escolaridad profesional y que desempeñan en su vida el rol de empleado, en cuanto a su estructura familiar son personas solteras que disfrutan realizar sus viajes en compañía de familiares y su principal motivación es el ocio y la recreación. Dichos individuos tienen como lugar de residencia diferentes municipios del departamento de Cundinamarca en su gran mayoría de la ciudad de Bogotá, son personas que carecen de experiencias agroturísticas que sin embargo muestran interés por la realización de dicha actividad en el municipio de Anolaima, generalmente en un viaje de fin de semana tienen un promedio de gasto por persona de \$100.000 a \$150.000 y que están dispuestos a pagar entre \$100.000 y \$130.000 por un producto agroturístico, tienen como principal determinante de elección en un destino

turístico el servicio de alimentación y les gustaría encontrar durante el recorrido muestras gastronómicas.

Para dar continuidad al desarrollo del proyecto de proceder a realizar el tercer capítulo que busca establecer el diseño del producto agroturístico, seleccionando los recursos o fincas más idóneas para la implementación de la actividad turística, así mismo se estipularan tanto los tiempos como las actividades que realizaran los visitantes durante el recorrido agroturístico y los suvenires que serán entregados, de igual forma se establecerá claramente los servicios que incluye el recorrido y finalmente se procederá a realizar el costeo de este para establecer el precio de venta al público.

Capítulo III

Diseño del Producto agroturístico en el municipio de Anolaima Cundinamarca

Para la apertura de este capítulo se iniciara definiendo el producto turístico y los elementos de los cuales se compone, haciendo énfasis en las características que diferencia un producto turístico de los demás productos del sector industrial. Así mismo se debe tener conocimiento del ciclo de vida de un producto ya que dependiendo de la etapa en la que este se encuentre será necesario plantear las estrategias que determinaran la viabilidad o éxito de este.

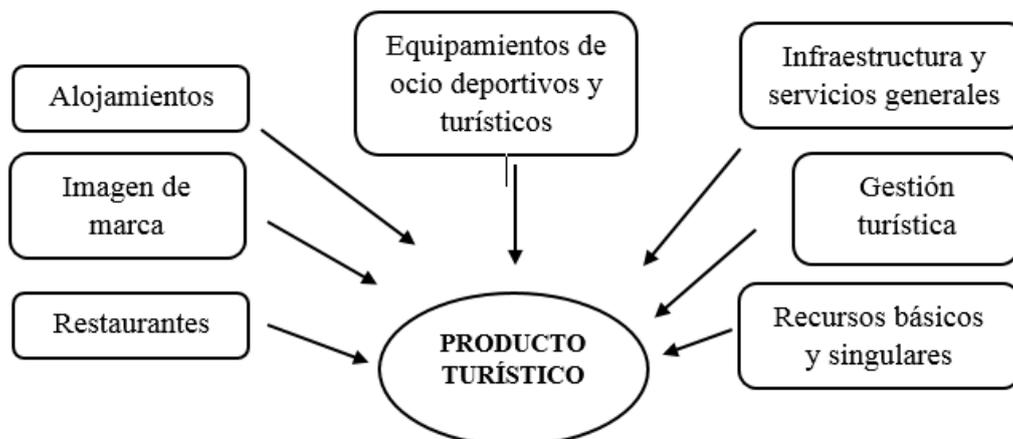
Para el diseño de un producto turístico es necesario tener en cuenta los lineamientos y características de los diferentes tipos de producto; para el presente proyecto se tienen en cuenta la ruta y el circuito turístico. De acuerdo al análisis realizado en el municipio de Anolaima se ha seleccionado para este trabajo el diseño de una ruta turística.

Luego de haber seleccionado el tipo de producto a realizar se deben establecer aspectos como son el nombre, el logo, el slogan, los recursos que serán utilizados, de igual forma se deben establecer las actividades y el itinerario del desarrollo de la ruta. Finalmente para la ejecución de este proyecto se deben establecer los costos inmersos para la aplicación del producto Turístico.

Producto turístico

Para dar inicio a este capítulo se darán a conocer los aspectos más importantes sobre el producto turístico. Un producto turístico es definido por Beatriz Díaz Fernández como, un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el objetivo de satisfacer los deseos o expectativas del turista. (Fernández, 2015), por otro lado la autora Beatriz Díaz en su libro el diseño de productos y servicios turísticos hace énfasis en los elementos en los que se puede dividir un producto turístico para su análisis dichos elementos serán nombrados a continuación en la ilustración 14.

ILUSTRACIÓN 14 ELEMENTOS EN LOS QUE SE DIVIDE EL PRODUCTO TURÍSTICO PARA SU ANÁLISIS.



Fuente: el diseño de productos y servicios turísticos, Beatriz Díaz

De igual forma Beatriz Díaz hace énfasis en que un producto turístico al ser un bien de consumo abstracto debido a su carácter inmaterial e intangible, cuenta con unas características muy diferentes a las de cualquier producto del sector industrial, dentro de las cuales se destacan las siguientes: 1. Intransferible: es decir que su propiedad no puede ser transferida, solamente el derecho al uso, 2. Simultaneidad de producción y consumo: es decir que son adquiridos en un lugar pero son consumidos en otro, 3. Rigidez: un producto turístico no puede ser almacenado, 4. Heterogeneidad: puesto que los elementos que lo conforman son variados y son obtenidos por medio de diferentes proveedores, 4. Subjetividad: ya que este depende de las emociones y expectativas del visitante, 5. Estacionalidad: un producto turístico se encuentra sometido a condiciones climáticas y temporales, 6. Caducidad: se deben consumir en el momento en el cual se especificó su consumo, 7. Intangibilidad: la parte más importante de un producto se encuentra conformada por elementos intangibles y en menor cantidad por elementos tangibles.

Por otro lado en el libro el diseño de productos y servicios turísticos se establecen algunos niveles del producto turístico de acuerdo a las expectativas y satisfacción, ya que se considera que la calidad del producto tiene una relación directa con la capacidad que tiene para satisfacer al turista ya que como bien se sabe si ante los ojos del turista este no cumple con sus expectativas, este será un consumidor insatisfecho y el comportamiento de este puede llegar a causar el fracaso del producto puesto que en primer lugar el turista no regresa ni comprara de nuevo este paquete y en segundo lugar obviamente dará malas referencias sobre este lo que generara la perdida de una demanda potencial. Es indispensable tener en cuenta

que de estos aspectos anteriormente mencionados determinaran las ventajas competitivas que se puedan tener. Es por ello que la autora Beatriz Díaz Fernández plantea la clasificación de los productos turísticos en 4 niveles que son:

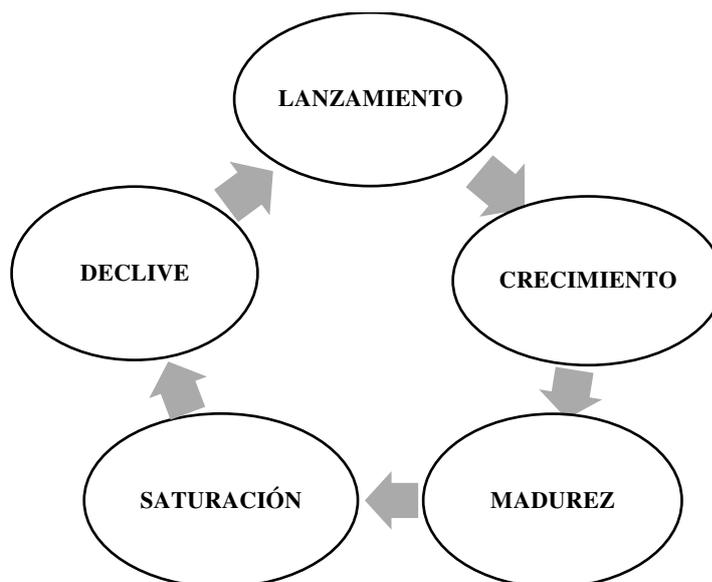
Nivel 1.Producto común: es aquel que brinda un beneficio básico puesto que reúne la cualidad o función fundamental para lograr la satisfacción del turista, misma razón por la que este lo adquiere. Nivel 2.Producto esperado: el conjunto de atributos que el turista espera recibir de acuerdo a las expectativas que tiene del mismo. Nivel 3.Producto mejorado: aquel producto que cuenta con un valor agregado dotándolo de ventajas para diferenciarse de la competencia. Nivel 4.Producto potencial: conjunto de características que deberían tenerse en cuenta para ser implementadas en un futuro.

Ciclo de vida de un producto turístico

Debido a que en el sistema turístico cada uno de sus elementos se encuentra estrechamente interrelacionado se logra establecer que el ciclo de vida de un destino se encuentra vinculado directamente con el ciclo de vida de los productos. Como lo afirma Beatriz Díaz Fernández este ciclo de vida tanto de destinos como productos se desarrollan en función de la cantidad de turistas el cual generalmente crece al inicio, se mantiene durante su desarrollo para luego paralizarse y empezar a disminuir, es por ello que de acuerdo al número de turistas se determina en qué fase del ciclo de vida se encuentra el producto.

El ciclo de vida de un producto turístico se encuentra compuesto por cinco fases que serán mostradas a continuación en la ilustración 15

ILUSTRACIÓN 15 FASES Y SECUENCIA EN EL CICLO DE VIDA EN UN PRODUCTO



Fuente: el diseño de productos y servicios turísticos, Beatriz Díaz Fernández

A continuación se explicara brevemente en que consiste cada una de las fases representadas en la ilustración 15 presentada anteriormente.

1. Lanzamiento: esta también es conocida como fase de presentación esta se presenta en el momento en que se introduce un producto en el mercado, esta etapa se caracteriza por el lento crecimiento de la demanda, ventas en bajos niveles, punto muerto o pérdidas, disponibilidad limitada del producto y competencia limitada. 2. Crecimiento: esta fase se identifica en el momento en que el mercado acepta el producto la cual se caracteriza por que se logra ver un mayor conocimiento del producto, una mayor disponibilidad y aumento en el interés del turista y surge la competencia e integración de nuevos servicios. 3. Madurez: también conocida como fase de consolidación la cual se manifiesta en el momento en que es un poco difícil aumentar el número de turistas y las ventas aumentan de una forma lenta. 4. Saturación: es en este momento donde el producto comienza a sufrir síntomas del declive en donde es bastante evidente de la disminución de las ventas y buena percepción acerca de la marca comienza a cambiar. 5. Declive: es el momento en el que el producto se deteriora ya que el producto no logra cumplir con las expectativas de los turistas.

Atendiendo al objetivo principal de este capítulo es necesario realizar una breve descripción de los tipos de producto turístico que podrían ser aplicados en el municipio de Anolaima Cundinamarca, que son: ruta turística y circuito turístico. Las cuáles serán explicadas más detalladamente a continuación.

Ruta turística

Una ruta turística es un recorrido con un itinerario establecido, que se realiza visitando y conociendo atractivos turísticos culturales o naturales, ubicados en zonas de desarrollo turístico, dotados con todas las facilidades y comodidades para el turismo.(SENA)³Según el Sistema Nacional de Aprendizaje en su manual para el Diseño de rutas turísticas.

De acuerdo a lo establecido por el manual del (SENA) anteriormente nombrado, una ruta turística está compuesta por un conjunto de puntos que se organiza generalmente en forma de red, ubicados dentro de una región determinada que generan interés a los visitantes para el desarrollo de una actividad turística en torno a un tema específico.

Circuito turístico

Es la articulación de atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada que facilita el conocimiento turístico del visitante. Es una ruta turística que abarca diferentes atractivos, y se caracteriza por empezar y terminar en el mismo lugar según el manual Diseño de rutas turísticas del (SENA).

Al realizar el análisis de las definiciones anteriormente dadas se determinó que el producto turístico que será realizado en el municipio de Anolaima es una **ruta agroturística** debido a las características del territorio y la ubicación de la fincas. A continuación se presentaran; la finalidad, los elementos y fases necesarias para la creación y desarrollo de una ruta turística.

De acuerdo a lo establecido en el manual para el diseño de rutas turísticas toda ruta turística tiene como finalidad: incrementar la actividad turística en el área determinada, la generación de ingresos por medio de una actividad complementaria, la diversificación y la desestacionalización de la actividad turística, sensibilizar y concientizar a los visitantes sobre las diferentes problemáticas presentadas en la región y contribuyen al desarrollo económico y humano.

³ La información fue tomada del manual para el diseño de rutas turísticas elaborado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, sin embargo no tiene fecha ni autor por ser un documento de carácter institucional.

Elementos de la ruta turística

Una ruta turística de encuentra compuesta por 9 elementos que son: 1. La selección de la región sobre la cual se trabajara, 2. Recolección de datos e información necesaria, 3. Selección de los recursos o atractivos turísticos, 4. Nombre de la ruta, 5. Medios de transporte que se utilizaran para los desplazamientos, 6. Descripción de las actividades y los puntos de interés, 7. Tiempo y duración del recorrido, 8. Itinerario de la ruta que consta principalmente de los horarios de llegada, salida y de las actividades, 9. Comercialización. (SENA)

Diseño de rutas turísticas

Para el diseño de una ruta turística es necesario; conocer los tipos de turismo que se pueden desarrollar en la región, analizar las preferencias y necesidades de la demanda y finalmente identificar las oportunidades presentadas por la oferta turística. Por otro lado el diseño de una ruta consta principalmente de 4 fases que serán explicadas a continuación:

Fase 1: Estructuración de la ruta: en esta etapa se debe tener en cuenta que para la elaboración de la ruta turística se debe hacer un estudio previo de los recursos turísticos con los que cuenta la zona, luego de esto se deben clasificar los recursos con los que se va a trabajar en el proyecto esto dependerá de la calificación que fue obtenida por medio de las fichas de evaluación turísticas que se encuentran en el capítulo I del presente trabajo, después de analizar las fincas con las que se va a trabajar se debe establecer la ruta con los atractivos y actividades que se realizaran se debe establecer el punto de salida de llegada y las paradas que se realizaran dentro de esta.

Según el diseño de rutas turísticas del SENA para la **Fase 2: determinación y selección de los servicios a incluir**, es necesario contemplar todos los servicios adicionales que se van a utilizar para llevar acabo la ruta turística, como son: transporte, alojamiento, alimentación, servicios de guías, visitas, y actividades recreativas.

En la **Fase 3: determinación de los costos y gastos de operación**, en esta fase se deben determinar todas las variables que influyen en el precio a la hora de realizar la ruta.

Por ultimo en la **Fase 4:determinación de precios y beneficios netos de la operación**, en esta etapa hay que calcular la tarifa por persona y la determinación de la utilidad de la ruta.

A lo largo del presente trabajo se puede evidenciar que se han tenido en cuenta cada una de las fases y elementos presentados anteriormente, ya que en el primer capítulo se realizó el análisis de los recursos con los que cuenta el municipio de Anolaima, luego de ello en el segundo capítulo se realizó un estudio para identificar las preferencias de la demanda y finalmente en el tercer capítulo se procederá a definir la ruta turística, los recursos que se utilizaran, las actividades e itinerario y los costos que se ven inmersos en este.

Para realizar el diseño de la ruta turística es necesario realizar la selección de los recursos con los que se trabajara, teniendo en cuenta las fincas evaluadas con anterioridad en el primer capítulo a continuación se presentaran las fincas elegidas para el diseño de la ruta.

TABLA 6 RECURSOS SELECCIONADOS PARA EL DISEÑO DE LA RUTA AGROTURÍSTICA

RECURSOS SELECCIONADOS
<ul style="list-style-type: none"> • Finca el Refugio • Finca el Paraíso • Finca la Esperanza • Finca Buena vista • Finca Mi refugio • Finca El placer

Teniendo en cuenta lo anterior se mostrara a continuación, **el resultado del producto agroturístico** para el municipio de Anolaima Cundinamarca el cual es una ruta agroturística, a continuación se presentara con su respectivo nombre, logo, slogan, actividades, itinerarios y costos.

Agrolaima Ruta Agroturística

Agrolaima, es una ruta agroturística, creada con la finalidad de brindar a los agricultores y campesinos del municipio de Anolaima una alternativa económica que les permita mejorar su calidad de vida y que consideraran al turismo como una fuente de progreso.

Así mismo por medio de esta propuesta se pretende dar a conocer el gran potencial agroturístico que esconde en este municipio, debido a que no ha sido utilizado adecuadamente para hacer honor y reconocimiento a la capital frutera de Colombia.

A continuación se dará a conocer el logo y slogan de la ruta agroturística propuesta para el municipio de Anolaima.

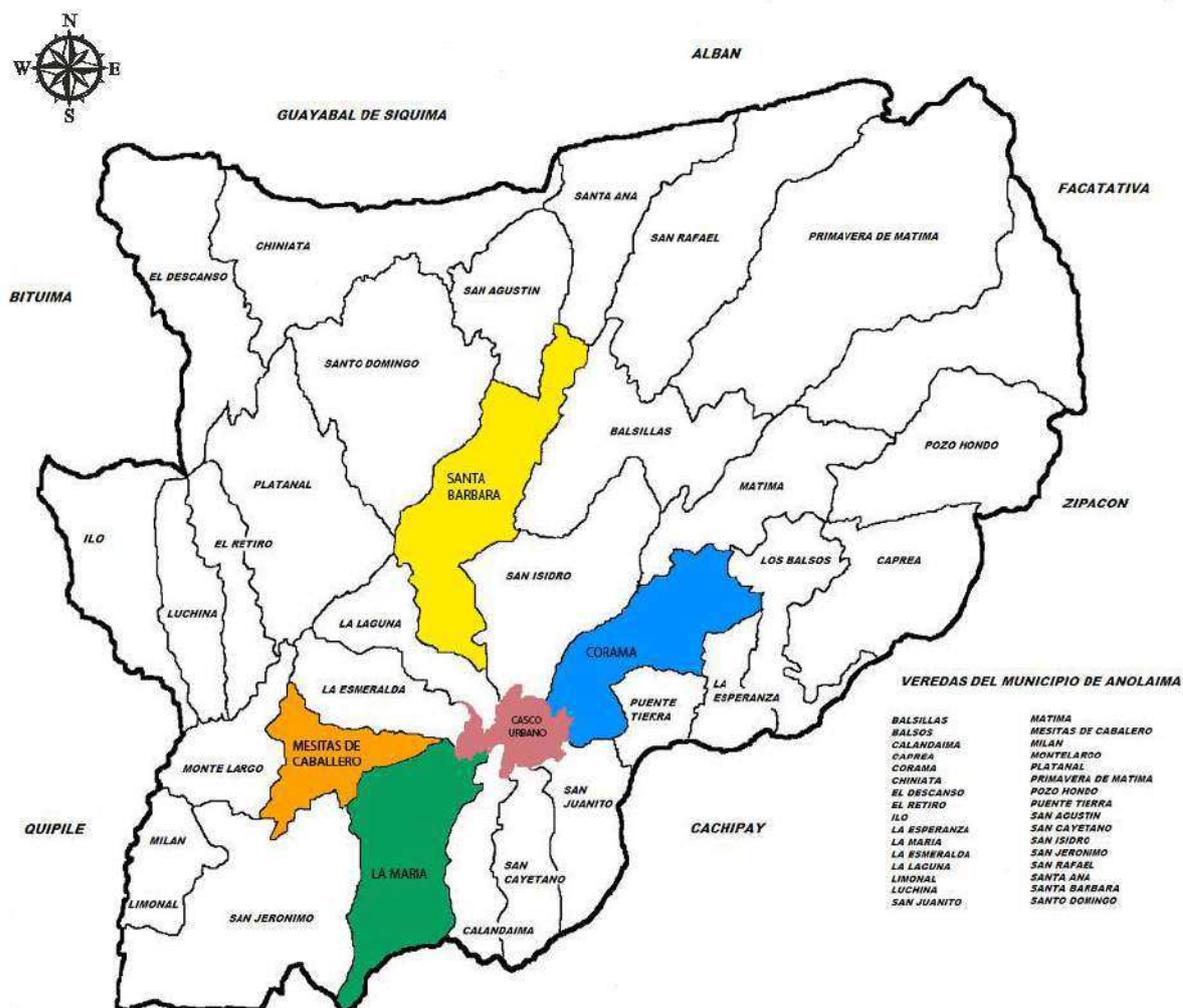
ILUSTRACIÓN 16 LOGOTIPO RUTA AGROTURÍSTICA



Para el aprovechamiento de los recursos seleccionados con anterioridad se ha establecido el desarrollo de la ruta que será realizada con ayuda de los propietarios ya que ellos son los mayores conocedores de la tierra con la cual trabajan, para esta ruta fue necesario que por medio de las fincas se plantearan una serie de actividades características del agroturismo, en donde el turista tiene contacto directo con el campo y vive la experiencia de la cotidianidad de los agricultores de este hermoso lugar.

Debido a que el municipio de Anolaima Cundinamarca se compone de 32 veredas, las cuales cuentan con diferentes pisos térmicos los que permiten el cultivo de una gran variedad de productos, fue necesario realizar un análisis de los recursos con los que estas cuentan, para que de acuerdo a sus potencialidades se pueda realizar la selección de las veredas que se encontraran en el recorrido de la ruta, que serán presentadas a continuación en el siguiente mapa.

ILUSTRACIÓN 17 MAPA DE LAS VEREDAS UTILIZADAS EN LA RUTA AGROTURÍSTICA AGROLAIMA



Fuente: Gobernación de Cundinamarca-Secretaría de planeación editado por: Andrés Majé.

Como se evidencia en el mapa anteriormente presentado se puede identificar que fueron seleccionadas 4 veredas las cuales son: Santa Bárbara donde se encuentran ubicadas las fincas El refugio, El Paraíso, y la esperanza; también se trabajara con la vereda Corama en donde se encuentra ubicada la finca buena vista; en la vereda La María se escogió la finca El

Placer y por último la vereda Mesitas de Caballero, en donde se trabajara con la finca mi refugio.

A continuación se presentara en la tabla 7 las respectivas actividades que se desarrollaran en cada una de las fincas previamente seleccionadas por sus características

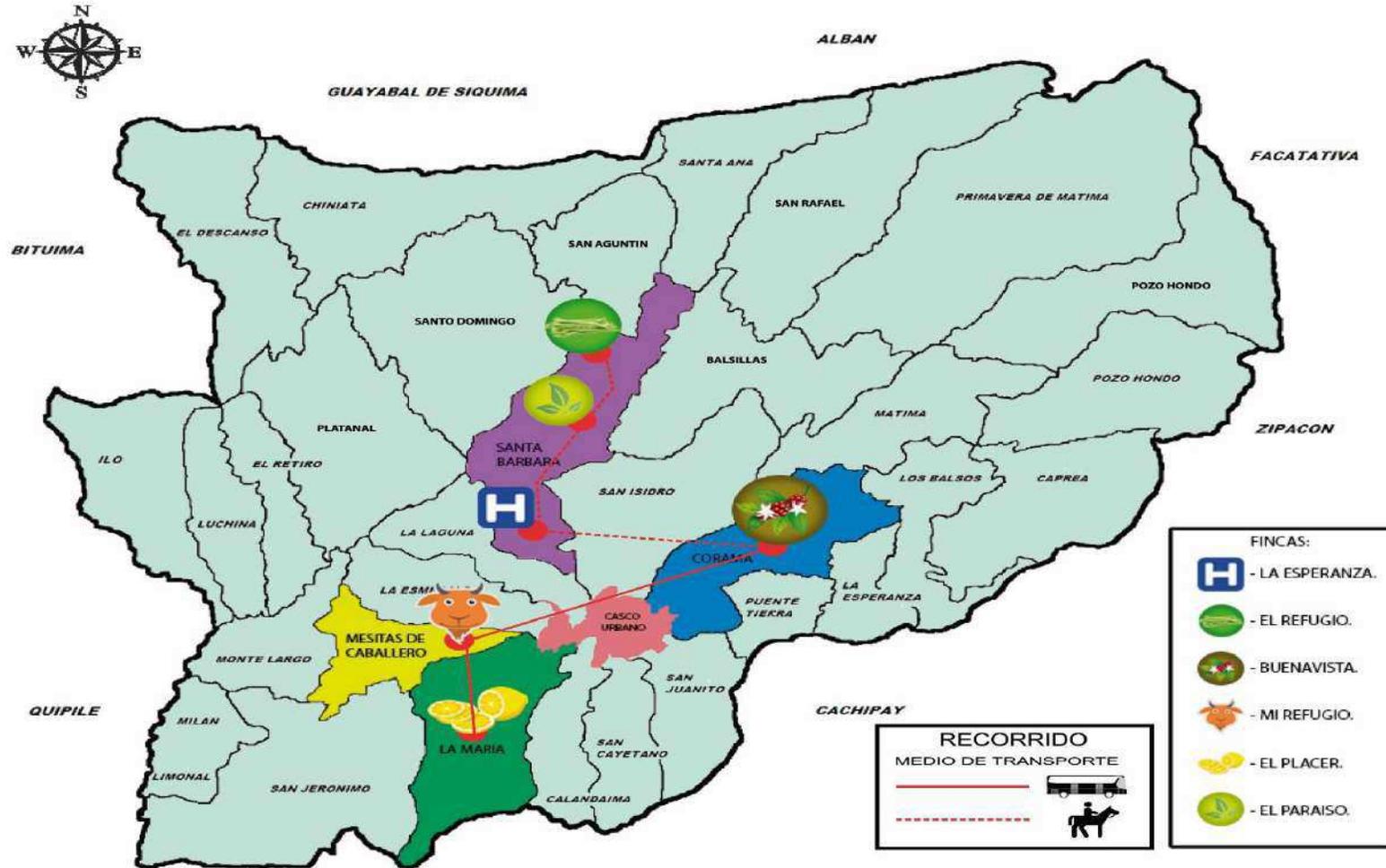
TABLA 7 FINCAS Y ACTIVIDADES A DESARROLLAR EN LA RUTA AGROTURÍSTICA

FINCA	ACTIVIDAD
FINCA EL REFUGIO	* Recorrido hasta los cultivos.
	* Explicación por parte del agricultor de todo lo relacionado con la habichuela.
	* Involucramiento del turista con la labor del campesino, en donde hará la siembra de la habichuela.
	* Actividad dinámica que consiste en recolectar la mayor cantidad de habichuelas en un minuto
	* Caminata hasta el punto de inicio.
FINCA EL PARAISO	* Caminata hasta los cultivos
	* Recorrido por el cultivo de aguacate
	* Explicación por parte del campesino de lo relacionado al aguacate
	* Degustación Gastronómica
	* Recorrido por la siembra del follaje
	* Espacio para la compra de productos
FINCA LA ESPERANZA	* Desayuno
	* Pesca
	* Almuerzo Típico
	* Actividad de integración (fogata y relatos)
	* Descanso
	* Caminata hasta nacimiento de agua
	* Caminata hacia el cultivo de café

FINCA BUENA VISTA	* Llegada y explicación del cultivo del café
	* Recolección del Café
	* Proceso del café con la cosecha recogida
	* Despulpe, secado y molienda del café
	* Degustación del café con arepa de queso
	* Compra de productos
FINCA MI REFUGIO	* Bienvenida e introducción general de la finca
	* Recomendaciones para ingreso a los corrales de las cabras
	* Explicación de las especies caprinas
	* Recorrido por la finca
	* Explicación de los productos a base de la leche de cabra
	* Degustación de los productos
	* Compra de productos y artesanías
FINCA EL PLACER	* Caminata hasta el pozo de agua
	* Recorrido por la finca
	* Explicación durante el recorrido de las diferentes frutas
	* Degustaciones
	* Llegada a la quebrada
	* Ordeño
	* Compra de frutas, quesos y postres

Luego de tener claras las actividades a desarrollar en cada una de las fincas, se procederá a consolidar el recorrido y el orden en el cual serán visitados los recursos agroturísticos el cual se puede evidenciar a continuación.

ILUSTRACIÓN 18 MAPA RUTA AGROTURÍSTICA AGROLAIMA - MUNICIPIO ANOLAIMA CUNDINAMARCA



Fuente: diseñador gráfico Andrés Maje

Para una mejor comprensión de la ruta anteriormente demarcada, en el mapa de Anolaima Cundinamarca, se presentara a continuación la tabla 8 del itinerario que se desarrollara a lo largo del recorrido.

TABLA 8 ITINERARIO DE LA RUTA AGROTURÍSTICA AGROLAIMA

ITINERARIO		
DÍA 1		
FINCA	HORA	ACTIVIDAD
	6:00 am a 6:30 am	* Encuentro en el Portal 80 – Bogotá
	6:30 am	* Partida hacia Anolaima
	8:30 a. m.	* Llegada al municipio de Anolaima
	8:35 am a 9:00 am	* Recorrido al parque principal
	9:00 am	* Desplazamiento hacia la Finca La Esperanza
LA ESPERANZA	9:35 a. m.	* Llegada a la finca
	9:40 am a 9:45 am	* Bienvenida
	9:50 am a 10:00 am	* Acomodación de habitaciones y equipaje
	10:05 am a 10:25 am	* Desayuno
	10:30 am a 10:40 am	* Desplazamiento en carro a la finca El Refugio y entrega de mochila y kits de hidratación.
EL REFUGIO	10:40 am	* Llegada a la finca
	10:45 am a 10:50 am	* Bienvenida
	10:55 am a 11:00 am	* Recorrido hasta los cultivos y explicación por parte del agricultor con todo lo relacionado a la cosecha de la habichuela
	11:05 am a 11:10 am	* Entrega de kit de siembra (pala, guantes y semillas)
	11:15 am a 11:45am	* Involucramiento del turista en las labores del campesino (siembra de habichuela)

	11:50am a 12:00pm	* Actividad dinámica, recolección de habichuelas.
	12:05am a 12:10pm	* Retorno al punto de inicio
	12:15am a 12:20pm	* Introducción por parte del domador de caballos de las pautas necesarias para el manejo adecuado de los animales.
	12:25am a 12:35pm	* Cabalgata hacia la finca El Paraíso
EL PARAISO	12:35pm	* Llegada a la finca
	12:40pm a 12:45pm	* Bienvenida
	12:50 pm a 1:00pm	* Caminata hasta los cultivos de aguacate
	1:05pm a 1:15pm	* Recorrido y explicación del cultivo de aguacate
	1:30 pm a 1:40 pm	* Degustación del producto (sorbete de aguacate)
	1:45 pm a 1:50 pm	* Caminata hacia el follaje
	2:00 pm a 2:05 pm	* Explicación y apreciación de las diversas plantas
	2:10 pm a 2:20 pm	* Espacio de compra de productos
	2:25 pm a 2:30 pm	* Regreso al punto de inicio
	2:35 pm a 2:45 pm	* Cabalgata hacia la finca La Esperanza
LA ESPERANZA	2:50 pm a 3:00 pm	* Pesca
	3:05 pm a 3:25pm	Tiempo libre y disfrute de actividades de la finca (parqués, cartas, rana, billar, ajedrez, fútbol, entre otros)
	3:30 pm a 3:50 pm	* Almuerzo
	3:50 pm a 4:05pm	* Reposo
	4:10 pm a 4:30 pm	* Cabalgata hacia la finca Buena Vista
BUENA VISTA	4:35 pm	* Llegada a la finca
	4:40 pm a 4:45 pm	* Bienvenida, introducción y recomendaciones de la finca
	4:50 pm a 5:00 pm	* Caminata hacia el nacimiento de agua

	5:05 pm a 5:25pm	* Relato del nacimiento de agua por parte del campesino
	5:30 pm a 5:35 pm	* Caminata a cultivo de café
	5:40 pm	* Llegada al cultivo de café
	5:45 pm a 5:55 pm	* Explicación de la siembra y cosecha del café, por parte del agricultor
	6:00 pm a 6:10 pm	* Recolección del café
	6:15 pm	* Llegada al punto de inicio
	6:30 pm a 6:40 pm	* Procesamiento del café con la cosecha recogida
	5:15 pm a 5:30 pm	* Incorporación del turista en el proceso de molienda con el café previamente secado
	5:30 pm a 5:50 pm	* Degustación del café con arepa de queso
	5:50 pm a 6:00 pm	* Espacio de compra de productos (café orgánico)
	6:05 pm a 6:15 pm	* Desplazamiento en carro a la finca La Esperanza
LA ESPERANZA	6:20 pm a 6:40 pm	* Descanso
	6:45 pm a 7:30 pm	* Actividad de integración (fogata y relatos)
	7:35 pm a 8:00 pm	* Cena
	8:10 p. m.	* Descanso nocturno
ITINERARIO		
DÍA 2		
FINCA	HORA	ACTIVIDAD
LA ESPERANZA	6:00 am a 6:15 am	* Tinto mañanero
	6:20 am a 6:55 am	* Alistamiento Turistas
	7:00 am a 7:25 am	* Desayuno
	7:30 am a 7:35 am	* Entrega de mochila y kit de hidratación
	7:40 am a 7:50 am	* Desplazamiento en carro a la finca Mi Refugio
MI REFUGIO	7:50 a. m.	* Llegada a la finca
	7:55 am a 8:00 am	* Bienvenida
	8:05 am a 8:15 am	* Introducción y recomendaciones de la finca

	8:15 am a 8:20 am	* Explicación de las especies caprinas
	08:25 am a 08:35 am	* Dar tetero a cabritos
	08:40 am a 9:35 am	* Recorrido por la finca e interacción con especies caprinas
	9:40 am a 9:50 am	* Explicación del ordeño y de la pasteurización de la leche de cabra
	9:55 am a 10:00 am	* Regreso al punto de inicio
	10:05 am a 10:25 am	* Explicación y muestra gastronómica de los productos a base de leche de cabra
	10:30 am a 10:40 am	* Compra de productos y artesanías
	10:45 am a 10:50 am	* Salida de la finca
	10:55 am a 11:05 am	* Desplazamiento en carro a la finca El Placer
EL PLACER	11:10 a. m.	* Llegada a la finca
	11:15 am a 11:10 am	* Bienvenida
	11:15 a. m.	* Caminata hacia quebrada
	-	* Explicación de las diferentes cosechas durante el recorrido
	11:30am a 11:40am	* Reposo e hidratación
	11:45 am a 11:55 am	* Degustaciones de las frutas
	12:00 pm	* Llegada a la quebrada
	12:05 am a 12:15pm	* Reposo e hidratación
	12:20 am a 12:35pm	* Ordeño vacas
	12:40 am a 1:05pm	* Regreso al punto de inicio
	1:10 pm a 1:20pm	* Compra de quesos, frutas y postres
	1:25	* Salida de la finca
	1:30 pm a 01:45 pm	* Desplazamiento en carro a la finca La Esperanza

LA ESPERANZA	1:50 p. m.	* Llegada a la finca
	1:55 a 2:30 pm	* Descanso - Tiempo Libre
	2:35 a 2:55 pm	* Almuerzo
	3:00 pm a 3:30 pm	* Alistamiento Turistas
	3:35 pm	* Salida de la finca
	3:40 pm a 5:30 pm	* Regreso a Bogotá
	5:30 p. m.	* Llegada a Portal 80

Cabe aclarar que para la realización de cada una de las actividades establecidas anteriormente en el itinerario se tendrá en cuenta el total cumplimiento de las buenas prácticas de manufactura (BPM), garantizando de esta forma en primer lugar que los alimentos consumidos por los turistas se encuentren en perfectas condiciones de inocuidad, y en segundo lugar lograr que el contacto de los visitantes con los cultivos y el entorno de los animales genere el menor de los impactos posibles.

Finalmente, para desarrollar este itinerario se propone un costeo general para la ruta Agrolaima.

Determinación de los costos de la operación

Complementando lo que se expresó anteriormente referente a los lineamientos para el diseño de una ruta turística, es necesario establecer los costos y precios que deben estar incluidos para la ejecución de la ruta **Agrolaima**. El objetivo del presente proyecto es la realización de una propuesta agroturística, por esta razón, no corresponde a una empresa legalmente constituida, debido a esto, se establecieron los precios por medio de cotizaciones con proveedores que cumplen con los estándares establecidos para la realización esta.

A continuación, se mostrará la tabla 9, donde se especifican los costos necesarios para la realización de la ruta agroturística “Agrolaima”

TABLA 9 COSTOS PARA RUTA AGROTURÍSTICA AGROLAIMA

CONCEPTO	EMPRESA	CANTIDAD	COSTO X PAX	PRECIO 10 PAX
TRANSPORTE	HARKER TRAVEL	10	\$30.000	\$300.000
BOLSAS ECOLÓGICAS PARA KIT DE HIDRATACIÓN	IREKO	10	\$1.550	\$15.500
SEGURO DE VIAJE	ASSIST CARD	10	\$ 7.000	\$70.000
AGUA	D1	10	\$800	\$8.000
CABALLOS	INDEPENDIENTE	10	\$7.000	\$70.000
FINCA 1 -	EL REFUGIO	10	\$2.500	\$25.000
FINCA 2 -	EL PARAÍSO	10	\$2.000	\$20.000
FINCA 3- HOSPEDAJE Y COMIDAS	FINCA LA ESPERANZA	2 DÍAS Y 1 NOCHE	\$77.000	\$770.000
FINCA 4 -	BUENA VISTA	10	\$3.500	\$35.000
FINCA 5 -	MI REFUGIO	10	\$2.500	\$29.750
FINCA 6 – EL PLACER	EL PLACER	10	\$4.000	\$47.600
COSTO			\$137.850	\$1.390.850
IVA 19%			\$26.192	\$264.262
TOTAL			\$164.042	\$1.655.112

Luego de fijar los costos

os se debe aplicar el margen de utilidad y los imprevistos, para esta ruta agroturística, se han decidido aplicar una utilidad del 15% y el 5% de imprevistos; estos porcentajes fueron determinados de acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas del capítulo II del presente trabajo; debido a que en esto se pudo observar que tanto los turistas reales, como los potenciales del municipio de Anolaima, tienen un gasto promedio en un fin de semana, entre \$100.000 y \$150.000 pesos colombianos y estarían dispuestos a pagar por una experiencia agroturística, entre \$100.000 y \$130.000 pesos colombianos, es por esta razón que se estableció el 15% de utilidad para así no incrementar los costos y que sea un producto accesible para los turistas.

A continuación, se mostrará la tabla 10 que corresponde al costo total por persona + utilidad del 15% + Imprevistos del 5%. Posterior a esta, se mostrará la tabla 3.6, que establece el costo total por 10 personas + Utilidad + Imprevistos.

TABLA 10 COSTO + UTILIDAD + IMPREVISTOS DE LA RUTA AGROTURÍSTICA “AGROLAIMA” POR PERSONA

	POR PAX	
UTILIDAD 15%	\$24.606	\$188.648
IMPREVISTOS 5%	\$8.202	\$172.244

TABLA 11 *COSTO + UTILIDAD + IMPREVISTOS DE LA RUTA AGROTURÍSTICA “AGROLAIMA” POR 10 PERSONAS*

	POR 10 PAX	
UTILIDAD 15%	\$248.267	\$1.903.378
IMPREVISTOS 5%	\$82.756	\$1.737.867

Para concluir se presentará en la tabla 12 el costo final del paquete agroturístico “Agrolaima” por persona.

TABLA 12 **COSTO FINAL PAQUETE AGROTURÍSTICO “AGROLAIMA”**

VALOR PAQUETE POR PERSONA
\$173.000

Para culminar este capítulo se pudo establecer que el producto turístico a utilizar sería una ruta agroturística, ya que Anolaima, gracias a su extensión geográfica y su terreno fértil provee los recursos necesarios para la realización de las actividades propuestas, además de esto se recibe un gran apoyo e interés por parte de los agricultores en la implementación del agroturismo en el municipio, ya que esta tipología turística complementa su actividad económica principal y crea una alternativa de un ingreso adicional.

Por otro lado, se pudo identificar la viabilidad financiera del paquete agroturístico, gracias a los resultados que arrojaron las encuestas realizadas en el capítulo II del presente trabajo, ya que se encuentran dentro del gasto promedio expresado por los turistas en un viaje de fin de semana y asimismo dentro de este mismo precio se pudo establecer una utilidad del 15%, el cual generar un lucro representativo tanto para la comunidad local, como para los comerciantes.

Conclusiones

Como conclusión del primer capítulo se puede establecer que el municipio de Anolaima Cundinamarca cuenta con una variedad de recursos turísticos en buenas condiciones y con las facilidades necesarias para el desarrollo de la actividad turística, por otro lado se evidencia que para la implementación del agroturismo el municipio está dotado en la mayoría de su territorio por variedad de cultivos lo que podría generar cierto interés por parte de los turistas al querer sumergirse en la vida del campo. De igual forma se logró evidenciar el gran interés que tienen los agricultores por el turismo ya que ellos no solo ven en este una alternativa económica, sino que por otro lado ellos están interesados en mostrar como es el diario vivir del campesino para crear conciencia en los visitantes sobre el valor del campo.

De igual forma en el primer capítulo se pudo evidenciar la falta de cumplimiento del plan de desarrollo (Anolaima productiva, turística y de valores 2016-2019) en el programa 4 de este en cuanto al desarrollo y fortalecimiento del turismo se hace énfasis en el interés de la alcaldía por todos aquellos proyectos de agroturismo y ecoturismo, sin embargo en el momento en que se realizó el trabajo de campo se evidencia que no se está dando cumplimiento de este, ya que los agricultores manifestaron su inconformidad con el gobierno actual pues afirman que solo se interesan por el turismo masivo de recreación y no brindan apoyo a los pequeños productores para que ellos participen en la actividad turística, y contribuyan al desarrollo del agroturismo.

Para concluir el segundo capítulo, se generaron dos modelos de encuesta, el primero de ellos, fue dirigido a los turistas reales del municipio de Anolaima y el segundo de ellos, fue aplicado a los visitantes de municipios aledaños. Esto se realizó con la finalidad de tener una visión más amplia de las preferencias y necesidades que tienen los turistas del departamento de Cundinamarca para que de esta forma se pueda posicionar el municipio de Anolaima como un destino turístico.

Adicionalmente, se pudo establecer que el segmento al cual va dirigido la ruta agroturística se compone de individuos que se encuentran de los 18 a 28 años de edad, que suelen viajar en compañía de sus familias y su principal motivo de viaje es por ocio y recreación. De acuerdo, a las características anteriormente mencionadas se establece que los visitantes valorarán más los recursos brindados por esta ruta, debido a su perspectiva sobre el campo, ya que en su mayoría están interesados a adquirir este producto.

Como conclusión del tercer capítulo, se pudo establecer a partir de la definición de producto turístico y sus componentes, que el producto que mejor se adecua a las características del producto es una ruta agroturística, ya que para realizar el recorrido de esta, se visitarán cuatro veredas, debido a su ubicación geográfica y a su amplia diversidad de recursos agropecuario, los cuales brindan a los turistas la posibilidad de tener contacto con la naturaleza y ponerse por un día en el lugar de la labor diaria del campesino.

Para finalizar el tercer capítulo, se puede concluir la viabilidad de la ruta turística, ya que se ajusta a las características expresadas por los turistas en el segundo capítulo del presente trabajo, ya que las actividades plasmadas dentro de la ruta se enlazan con las preferencias y expectativas de los visitantes del municipio de Anolaima. A partir de la realización del costeo del producto agroturístico, se puede proyectar este como una alternativa real para el municipio de Anolaima y sus agricultores, para así mejorar su calidad de vida.

Recomendaciones

Gracias a la realización de este proyecto, se pudo demostrar el desinterés por parte de los entes gubernamentales, en la implementación del turismo, ya que en lo poco que se ha realizado en la industria turística en el municipio de Anolaima, se tiende a incluir grandes prestadores de servicios turísticos, dejando de lado la gran biodiversidad con la que cuenta el municipio y el gran interés que presenta los agricultores y la disposición de abrir las puertas de sus fincas a los turistas.

Según lo plasmado en el Plan de Desarrollo del municipio, se destaca el interés por los proyectos enfocados al agroturismo y al ecoturismo, por esta razón el presente proyecto recomienda al municipio de Anolaima, el desarrollo de proyectos ecoturísticos, por medio de los cuales se pueda obtener el máximo aprovechamiento de los atractivos del municipio, ya que en el trabajo de campo se demuestra la ausencia de este tipo de turismo.

Referencias

Anolaima pagina municipal. Recuperado de:

<http://cedir.gestiondelriesgo.gov.co/dvd/DVD2/Planes%20Departamentales%20y%20Municipales/Anolaima-Cundinamarca/Anolaima-Cundinamarca%20pdf.pdf>

Bencardino, C. M. (2005). Estadística y muestreo, (Bogotá). Ecoe ediciones.

Blanco. M., & Riveros, H. (2010). el _agroturismo_ como - _Marvin Blanco M..pdf.

Recuperado de: [de el agroturismo como - Marvin Blanco M..pdf](#)

Boullón, R, Boullón, D, (2008). Turismo rural un enfoque global. (México). Editorial trillas.

[Cárdenas, F. \(1986\), Producto turístico. \(México\). Editorial Trillas](#)

Constabel S. Oyarzun E. Szmulewicz P. (2007). Agroturismo en Chile caracterización y perspectivas (Santiago) Recuperado de:

<http://www.gestionturistica.cl/publicaciones/libros/libros/PDF/FIA.pdf>

Dirección de desarrollo de turismo alternativo (2004). Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo (México D.F) Recuperado de: http://www.jjcano.com/wp-content/uploads/2011/01/11_conceptualizacion_turismo_alternativo1.pdf

Esquema de Ordenamiento Territorial Anolaima.(2015). Recuperado de:

http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/sig_docanolaima_eot_men.pdf

[Fernández J. I. \(2008\), Turismo rural.\(Madrid\). Editorial síntesis](#)

[Fernández, B. \(2015\) El diseño de productos y servicios turísticos.\(Madrid\). Editorial síntesis.](#)

[García, N. \(2015\), Ley de desarrollo del agroturismo, \(Bogotá\).](#)

Henche, B.G. (2005). Marketing del turismo rural. Madrid: ESIC .

Instituto de Turismo de la universidad Austral de chile.(agosto 2012).manualdelemprendedor deturismorural2012.pdf. Obtenido de manualdelemprendedor deturismorural2012. Recuperado de: <https://www.indap.gob.cl/docs/default-source/turismo-rural/manualdelemprendedor deturismorural2012.pdf?sfvrsn=4>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura(IICA).(2009). Turismo rural en Argentina. Recuperado de: Turismo rural en la

Argentina:<http://repiica.iica.int/docs/B1558e/B1558e.PDF>

Ley General de turismo 300 (1996)

Mejía, A. M.(5 de noviembre de 2017). Maria e turismo y másRecuperado

de:<http://mariaeturismoymás.blogspot.com.co/2012/08/definiciones-de-turismo-rural-t.html>

Mincetur, (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Recuperado de:

[https://www.mincetur.gob.pe/wp-](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf)

[content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf)

Plan de desarrollo de Anolaima (2012-2015). Recuperado de:

http://plandedesarrolloanolaima2012015.bligoo.com.co/media/users/19/982434/files/259941/PLAN_DE_DESARROLLO_2012015_PORQUE_GOBERNAR_ES_SERVIR.pdf

Pulido, F. J. (2008).Turismo rural. Madrid..Sintesis

Rojas, V, M (2011) Metodología de la Investigación (Bogotá) Ediciones de la U

Sampieri, R.H., Collado, C.F.,& Lucio, P.B.(1997).METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN. Colombia:McGraw-Hill.

Sampieri, R.H., Collado, C.F.,& Lucio, P.B.(2006).METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN. México:McGraw-Hill.

Secretaria de Turismo SECTUR. (2004). 01 INTRO TURISMO ALTERNATIVO. Obtenido de 01 INTRO TURISMO ALTERNATIVORecuperado

de:<http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/05/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>

SENA, Diseño de rutas turísticas. Recuperado de:

https://senaintro.blackboard.com/bbcswebdav/institution/semillas/634122_1_VIRTUAL/OA/APs/OAAP4_Fase2/swf/aa3_oa2/utilidades/oa.pdf

SENA, Pautas generales para para Realizar Seminario de Investigación en Ciencias de Construcción.

Solomon, M. R. (2008). Comportamiento del consumidor. (México) Pearson educación.

Zamora, J., Grez, Á., Ortega,R.,& Vargas, J.(1988). TURISMO ALTERNATIVO Y TECNOLOGIA: promoción de la sierra mágica por medio de internetRecuperado de:<http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n2/art02.pdf>

Zamorano, F. M (2017). Turismo Alternativo. México D.F: TIRILLAS

Lista de tablas

Tabla 1 tipos de instrumentos	17
Tabla 2 listado de fincas analizadas en el municipio de Anolaima	44
Tabla 3 ponderaciones y calificaciones finales de los atractivos agropecuarios	46
Tabla 4 características de turistas de Anolaima y Cundinamarca.	101
Tabla 5 perfil del cliente	103
Tabla 6 Recursos seleccionados para el diseño de la ruta agroturística	111
Tabla 7 fincas y actividades a desarrollar en la ruta agroturística	114
Tabla 8 itinerario de la ruta agroturística agrolaima	117
Tabla 9 Costos para Ruta Agroturística Agrolaima	122
Tabla 10 Costo + Utilidad + Imprevistos de la ruta agroturística “Agrolaima” por persona	122
Tabla 11 Costo + Utilidad + Imprevistos de la ruta agroturística “Agrolaima” por 10 personas	123
Tabla 12 Costo Final Paquete Agroturístico “Agrolaima”	123

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 participación de los principales sectores en las exportaciones Enero Mayo 2016.	13
Ilustración 2 Mapa político de Anolaima-Cundinamarca	25
Ilustración 3 Mapa casco urbano del municipio Anolaima-Cundinamarca	26
A continuación, en la Ilustración 4 que presenta los tres aspectos que integran el producto turístico:	34
Ilustración 5 Aspectos que integran el producto turístico	34
Ilustración 4	34
Ilustración 7 se muestra la composición más amplia del producto turístico:	35
A continuación, se presentará en la Ilustración 8 los distintos elementos de la actividad turística y su definición.	36
Ilustración 9 ecuación con los distintos elementos y significados turísticos	36
Ilustración 10 de motivación de viaje en Colombia – Migración Colombia 2015-2016	59
Ilustración 11 de motivación de viaje en Colombia – DANE 2016	59
Ilustración 12 Requisitos para instrumento de recolección de datos	62
Ilustración 13 Turismo Julio-2017 Departamento de Cundinamarca	68

	131
Ilustración 14 <i>elementos en los que se divide el producto turístico para su análisis.</i>	106
Ilustración 15 <i>fases y secuencia en el ciclo de vida en un producto</i>	108
Ilustración 16 <i>logotipo ruta agroturística</i>	112
Ilustración 17 <i>Mapa de las veredas utilizadas en la ruta agroturística Agrolaima</i>	113
Ilustración 18 <i>Mapa ruta agroturística Agrolaima - municipio Anolaima Cundinamarca</i>	116
Lista de ecuaciones	
Ecuación 1 <i>Formula muestreo aleatorio simple:</i>	70

Anexo I

Modelos de entrevista

Entrevista número 1

Buenas tardes, señor Jairo Pinzón, la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el departamento de Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

1. ¿Qué importancia o interés tiene el Instituto Departamental de Cultura y Turismo, el desarrollo de proyectos agroturísticos en los municipios pertenecientes al departamento de Cundinamarca?
2. ¿Cuáles han sido las experiencias agroturísticas que se han evidenciado en el departamento de Cundinamarca?
3. ¿Cuál considera usted que es el potencial agropecuario a nivel departamental?

Entrevista numero 2

Buenas tardes, señor Juan de Jesús Medina la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

1. ¿Qué lugares o fincas considera que son un potencial a nivel agropecuario para el municipio de Anolaima?
2. ¿Qué actividades se han implementado para la inclusión del turismo en el municipio de Anolaima?
3. ¿Qué perspectiva tienen los agricultores sobre el turismo?
4. ¿Cree usted que sería viable la implementación de un producto agroturístico en el municipio de Anolaima?

Entrevista numero 3

Buenas tardes, señor(a) agricultor la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de

las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

1. De acuerdo a su conocimiento en a la agricultura ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia? y ¿cada cuánto obtiene cosecha de estos productos?
2. Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados se obtiene usted de estas?
3. ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?
4. ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Anexo 2

Entrevista Jairo Pinzón IDECUT

Entrevistador: ¿Qué importancia o interés tiene el Instituto Departamental de Cultura y Turismo, el desarrollo de proyectos agroturísticos en los municipios pertenecientes al departamento de Cundinamarca?

Entrevistado: Bueno, sobre esta pregunta; ustedes saben que el Instituto de Cultura y Turismo es el ente rector de la actividad turística en el departamento; nosotros tenemos un objetivo y es hacer de Cundinamarca un excelente destino turístico y para ser un excelente destino turístico, hacemos énfasis en la planificación, siempre hacemos relación a la parte de la planificación; la planificación es el eje fundamental, o el eje vertical de cualquier emprendimiento; el turismo es un emprendimiento, es una empresa; por esto todas las administraciones y en este caso la administración del gobernador Jorge Emilio Rey, contamos con un plan de desarrollo turístico, el plan de desarrollo turístico es la carta de navegación, la que nos va a indicar qué hacer para que Cundinamarca sea un excelente destino turístico. Un plan de desarrollo que está elaborado con toda la población del departamento, pues ahí en ese plan de desarrollo identificamos alternativas de desarrollo y las comunidades están interesadas en la implementación de los turismos especializados; los turismos especializados son los que tienen que ver con la conservación del medio ambiente. Entonces, la comunidad, porque los planes de desarrollo tienen que ver con satisfacer las necesidades de las personas de las comunidades, o sea, en este caso de los cundinamarqueses; los cundinamarqueses que terminan siendo empresarios del turismo, entonces, a partir de las condiciones que tiene el departamento, las potencialidades, por ejemplo que nosotros estamos ubicados en la cordillera oriental y esa ubicación permite tener una diversidad de pisos térmicos y esa diversidad de pisos térmicos es un filón para el desarrollo del agroturismo, porque al haber muchos ecosistemas, entonces hay diferencias de cadenas productivas en lo agrícola y en lo pecuario, encontramos clima frío, donde encontramos una serie de productos; podemos encontrar por ejemplo, el acto lechero, cultivos de papa y alrededor de la papa y de esos elementos se puede desarrollar la actividad agroturística y si seguimos bajando hacia climas templados, encontramos otra serie de productos, por ejemplo el café y podríamos simular al Eje Cafetero para lo que es el agroturismo entono al café o a otros productos, o a otras cadenas productivas. Igualmente tenemos climas cálidos y en climas cálidos podemos poner en la oferta turística los productos que se dan en los climas cálidos, entonces la posición

geográfica del departamento es clave y es un elemento fundamental para desarrollar el agroturismo; de hecho, nosotros hemos venido desarrollando el agroturismo en regiones como la región de Valle de Ubaté, donde el turista puede conocer lo que es la cría y todo el conocimiento del acto lechero, a través de la vaca... Cuáles son las diferentes razas que se dan por allí, cuáles son los ciclos productivos de estos animales, conocer del ordeño, de la elaboración de los productos lácteos. En la región del Gualivá; no sé si ustedes sepan que Cundinamarca está dividido por Regiones, nosotros tenemos quince regiones o provincias, dentro de esas provincias ya les nombré la del Valle de Ubaté y está la región del Gualivá, que la región del Gualivá queda más al suroccidente del departamento, y ahí tenemos por ejemplo, cultivos de caña de azúcar y hemos venido trabajando el tema de la molienda del conocimiento de la caña de azúcar, entonces el turista que va allí a esas fincas que están preparadas y organizadas para el tema, pueden conocer sobre las diferentes especies de caña de azúcar, de donde es originaria la caña de azúcar, cuáles son los aspectos fitosanitarios o las enfermedades que tiene la caña de azúcar y terminan en la molienda, conociendo cómo es que se elabora la panela, o todos los subproductos de la caña de azúcar y así en cada una de las quince provincias, tenemos materia prima para desarrollar el agroturismo. Entonces, hay algunas fincas, algunas regiones que venden el agroturismo, ya les mencionaba la región de Ubaté, la región del Guavilá, la provincia del Tequendama y en general todas, pero unas más desarrolladas que otras, igualmente pues es un proceso, es un esfuerzo de largo tiempo en el Eje Cafetero comenzó por allá en el año 95 entonces serían aproximadamente veinte años, pero a medida en que la gente y el gobierno ven importancia en este tipo de turismo, pues le meten más recursos, más interés en el tema; entonces para nosotros el desarrollo del agroturismo es un filón importante, debido a todos los elementos y a las potencialidades que les mencioné, la ubicación geográfica del departamento, la presencia de muchas cadenas productivas que tienen que ver con la parte agrícola y la parte pecuaria y a través del agroturismo pues buscamos acercar al campesino con el turista para conocer su cultura, para conocer su idiosincrasia, para conocer sus platos típicos; el agroturismo se está convirtiendo en una estrategia para el desarrollo rural, porque el campesino sin apartarse de sus labores agrícolas y pecuarias pueden generar unos ingresos adicionales un fin de semana, entonces el campesino vende alojamiento, vende vivienda, hace que el grupo familiar se mueva que se generen unos roles al interior de la familia, porque cuando llegan los turistas pues lo que son las mujeres de la familia se dedican a la parte de la gastronomía y/o hacer la habitación o a arreglar la vivienda y los hombres se dedican pues a la parte de la guianza o a mejorar los cultivos para que la finca quede bien sintonizada para ofrecérsela al turista, entonces ahí hay

una simbiosis, hay un fenómeno de integración de la familia, surgen nuevas funciones y al surgir nuevas funciones pues más elementos integradores para la unidad familiar y si hay ingresos para todos, pues con mucho más énfasis se genera la unidad. Eso es con respecto a la primera pregunta, y todos los municipios tienen potencialidades para el agroturismo. Todo lo están planificando y todos pues ya hablan del tema agroturístico.

Entrevistador: ¿Cuáles han sido las experiencias agroturísticas que se han evidenciado en el departamento de Cundinamarca?

Entrevistado: Bueno, nosotros iniciamos con la región del Gualivá con la caña panelera, lo hicimos en el año 95, lo hicimos paralelo con la Corporación de Turismo Nacional, que en ese entonces existía, hoy es el Viceministerio, entonces con ellos establecimos que la Corporación Nacional, se iba a enfocar hacia los departamentos del Quindío, Risaralda y Caldas para el desarrollo del Eje Cafetero y lo iban a hacer con énfasis en el café. Y, en Cundinamarca escogimos en ese mismo año un sitio y pues vimos las potencialidades en la región del Gualivá, pero las condiciones del café son muy diferentes o eran muy diferentes a las condiciones de la panela, en el punto de vista de su comercialización; el café pues era un producto que en el siglo XIII se venía produciendo en Colombia y se ha convertido en un producto bandera de la economía nacional, entonces los cafeteros y las zonas dedicadas al café pues eran zonas muy desarrolladas, las familias eran muy cultas, adineradas entonces las condiciones estaban como dadas; además la actitud y la forma de ser de los paisas pues eso también hace que el agroturismo prospere en esta región. Nosotros en la región del Gualivá, pues la panela nunca ha sido un producto muy conocido, es un producto de bajo perfil, de bajos precios, siempre ha tenido el mote de que lo consumen las familias o las personas de bajos recursos, entonces el campesino panelero no es tan beneficiado como lo ha sido el café, entonces esos productos bajos muy oscilantes del precio de la panela pues han hecho que el campesino no sea una persona ilustrada, una persona con cierta capacidad económica y por eso sus casas eran muy humildes, muy pobres y para llevar turistas se necesitaba tener algo mínimo de infraestructura, entonces las condiciones socioeconómicas, culturales no eran las propicias para desarrollar el agroturismo entorno de las fincas paneleras, en cambio en el Quindío sí prosperó por lo que les comento, el café es un producto muy importante, familias pudientes, haciendas bonitas, su construcción hecha en guadua que es un elemento biológico turístico; en cambio las casas de los campesinos paneleros más pobres, pisos de tierra, hechas de paja, sin ninguna ilustración para atender al turista, pero como esas condiciones no estaban dadas, entonces volvimos la mirada hacia el Valle de Ubaté, el Valle de Ubaté pues

es otra condición social, económico, tan grandes haciendas del ato lechero con familias muy pudientes, con unas casas de hacienda hermosísimas, pero en el año 95 todavía el fenómeno de la violencia golpeaba mucho al país, entonces estos prestadores o posibles prestadores del agroturismo tenían miedo de que sus fincas llegaran turistas y que en esa llegada de turistas se filtraran personas que fueran detrás de ellos para secuestrarlos, entonces una reticencia en eso y de unas diez fincas, quince fincas comenzamos el proceso pues apenas lograron perdurar una finca que yo recuerde, el hostel de Siberia, así se llama la finca que queda ubicada en el municipio de Fuquene, entre Fuquene y Ubaté; es una finca que se convirtió pues en un filón agroturístico y que hoy todavía funciona. Esa es la experiencia que hemos tenido como en agroturismo, hoy en día veinte años después pues ya la gente se ha concientizado más y tenemos importantes fincas en Gualivá, como es por ejemplo, la finca de Chitavindá que ofrece al turista todo el proceso y elaboración de la panela, hay otras fincas que ofrecen todo lo que es la dulcería que es con respecto al producto de la panela y así en diferentes actividades, entonces ya el agroturismo se ha venido posicionando mejor; ciertos finqueros ya con el fenómeno de la pacificación, con los acuerdos de la Habana, entonces ha generado más confianza y pues para que haya turismo en todas sus manifestaciones lo esencial es que haya paz, entonces la gente se abre más a la parte turística.

Entrevistador: ¿Cuál considera usted que es el potencial agropecuario a nivel departamental?

Entrevistado: Entonces, les decía que al estar ubicados en la zona, en la cordillera Oriental, a lo ancho de la cordillera Oriental, porque Cundinamarca tiene límites con el río Magdalena, con la parte Occidental; Cundinamarca empieza en Girardot y termina en Puerto Salgar y todo es un recorrido por el río Magdalena y de ahí uno comienza a subir y llega aquí a la Sabana de Bogotá a 1600 metros de altura y uno después comienza a bajar hacia el pie de Monte Llanero, hacia los límites con Villavicencio, entonces en Cundinamarca tenemos alturas hasta de 4700 metros sobre el nivel del mar, entonces esas diferencias de alturas nos permite tener diferencias o variedades de cadenas productivas, entonces tenemos café, tenemos cultivos de banano, cultivos de cítricos; la región del Tequendama s una región muy productora en cítricos, lo que es mandarinas, naranjas, cultivo de mangos, piñas; entonces podemos hacer agroturismo alrededor de esas fincas que son frutícolas; igual podemos simular al Quindío, nosotros también tenemos franja cafetera, todos los municipios que están entre alturas entre los 1000 y los 2000 metros, son municipios cafeteros entonces ahí tenemos cultivos de café que podríamos igualmente crear el agroturismo alrededor de la finca cafetera

y tenemos climas fríos, para el agroturismo a partir del ato lechero, Ubaté es la capital lechera y todos los municipios que hacen parte del Valle de Ubaté; Sabana Centro también tiene unos potenciales muy fuertes en lo que tienen que ver con el ato lechero, son productores de leche hay importantes fincas lecheras allí que se podrían con ellas involucrarlas para que los procesos productivos que llevan a cabo al interior se han mostrado como atractivos turísticos. Hacia el Occidente lo que es Facatativá, Madrid, Mosquera también queda todavía un reducto de fincas lecheras, entonces podíamos también incluirlas dentro de ese proyecto de agroturismo. Tenemos parte del llano, nosotros tenemos en Cundinamarca a Ameida y Paratebueno, que son parte del llano Cundinamarqués y ahí podemos desarrollar el agroturismo entorno a todo laboreado que significa pues la labor del llano.

Anexo 3

Entrevista presidente aso-juntas

Buenas tardes, señor Juan de Jesús Medina la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniense, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Qué lugares o fincas considera que son un potencial a nivel agropecuario para el municipio de Anolaima?

Entrevistado: Bueno, yo le voy a decir las que yo creo que le sirven, pero no me sé los nombres exactos de las fincas, sólo le voy a dar los nombres de los finqueros. Hay una finca en la vereda Santa Bárbara que tiene cultivo de habichuela, esa es la del Señor Miguel Romero.

En esa misma vereda el señor Juan Carrasco tiene una finca con siembra de follaje.

De esta no me sé el nombre del dueño, pero pregunte por Punto Blanco y ahí lo encuentra Hay otra en la vereda Corama que es del señor José López, si no estoy mal él tiene cultivo de café. El señor Armando García tiene sembrado varios palitos frutales, si quiere mire a ver si ese le sirve. También, el señor Humberto Romero, ese sí tiene una finca grandísima y tiene sembrado de todo, él les colabora y se me ocurre que también les puede servir la finca del señor Rafael, no recuerdo el apellido pero él tiene un criadero de cabras y él hace queso, yogurt y otras cosas con esa leche de esas cabras.

Entrevistador: ¿Qué actividades se han implementado para la inclusión del turismo en el municipio de Anolaima?

Entrevistado: Las caminatas que las realizan en Santa Bárbara, Puente Tierra, San Jerónimo, Mesitas de Caballero

Entrevistador: ¿Qué perspectiva tienen los agricultores sobre el turismo?

Entrevistado: Pues como dar a conocer la actividad que ellos practican todos los días, dar a conocer la finca y hoy en día, pues la mayoría de campesinos y agricultores quieren es conocer más y que la gente vaya y conozca del tema. Yo creo que los campesinos sí están dispuestos a colaborar

Entrevistador: ¿Cree usted que sería viable la implementación de un producto agroturístico en el municipio de Anolaima?

Entrevistado: ¡Claro, lógico!

Anexo 4

Entrevista agricultor numero 1

Buenas tardes, señor Miguel Romero la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: señoritas, nos encontramos en el alto de santa bárbara y mi finca se llama el refugio.

Entrevistador: ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia?

Entrevistado: En este momento tengo cultivos de habichuela uno que acaba de pasar su cosecha y otro que recién está sembrado, y en este momento nos encontramos en labores para implementar el cultivo de gulupa, para la venta. Pero también entre estos cultivos aprovecho para sembrar papita, arracacha, cilantro, calabaza que nos sirve para la comidita de la familia.

Entrevistador: ¿cada cuánto obtiene cosecha de estos productos?

Entrevistado: bueno la habichuela, esa me da cada 80 o 90 días, y la recogemos con los demás trabajadores. Bueno y la gulupa pues como la traje hace poco de invernadero está muy pequeña toca esperar por ahí 8 meses en buenas condiciones para que crezca, y ya después da una cosecha grande cada 3 meses y una cosecha más pequeña cada mes, ósea esa siempre está produciendo

Entrevistador: señor Miguel sería posible que nos diera un recorrido por sus cultivos.

Entrevistado: claro, vamos es por allí abajito.

Entrevistador: Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados obtiene usted de estas?

Entrevistado: no, pues yo nos los utilizo para nada mas yo voy y vendo mis productos directamente a Bogotá.

Entrevistador: ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?

Entrevistado: claro, si es que a uno le gusta que vengan a conocer la finca, porque es que los de Bogotá no saben ni de dónde viene lo que se comen.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: si claro, no ve que eso significa una entrada adicional de dinero para nosotros.

Entrevista agricultor numero 2

Buenas tardes, señor Juan Carrasco la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: acá se llama el paraíso.

Entrevistador: ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia?

Entrevistado: yo tengo un cultivo de follaje y plantas de ornamentación, pero también estoy cultivando aguacate hass.

Entrevistador: ¿cada cuánto obtiene cosecha de estos productos?

Entrevistado: de las plantas de ornamentación hay algunas que las saco hasta en dos meses, pero eso depende de las plantas que cultive. Y el aguacate ese se me demora tres años en crecer, el árbol da buena producción durante 10 años dando 1 cosecha cada mes, y pues estos los destino a la exportación.

Entrevistador: Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados obtiene usted de estas?

Entrevistado: no pues las plantas de ornamentación las vendo es como para los viveros y los jardines que las utilizan como plantas de decoración y pues los aguacates como le dije se los vendo a un señor que exporta aguacates.

Entrevistador: ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?

Entrevistado: si pues a nosotros nos gustaría que los turistas vinieran para mostrarles la vida del campesino de lo que nosotros vivimos.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: si sumerce claro, cualquier cosa acá me tienen para lo que les pueda ayudar.

Entrevista agricultor numero 3

Buenas tardes, señora Gloria Vargas la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: Mamita acá se llama la esperanza, esta es una finca campestre ofrecemos principalmente el servicio de alojamiento para familias o grupos.

Entrevistador: ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia?

Entrevistado: pues como tal no tenemos un cultivo solo hay una siembra de café en la cual los huéspedes pueden recolectar su café o comprar para llevárselo, pues no tenemos más productos agrícolas, pero tengo un lago en el cual los huéspedes pueden pescar y si desean el mismo pez que sacaron del lago se les puede preparar en el almuerzo.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: si claro que me interesa porque yo puedo prestarles el servicio de alojamiento, un pasa día o solamente el servicio de almuerzo como ustedes quisieran cuadrar. El alojamiento por persona tiene un costo de \$45.000 pesos, para este cuento con 3 cabañas con una capacidad máxima de 30 personas, las cuales cuentan con baño privado, televisión y camas en guadua. El paquete por persona que incluye desayuno, almuerzo, comida y snacks tiene un valor de \$75.000, adicional a esto tenemos zona de camping el cual tiene un valor de \$20.000 por carpa, salón de juegos con billar, pingpong, juegos de mesa, cancha de baloncesto, microfútbol, mini tenis, tejo y zona de BBQ.

Entrevista agricultor numero 4

Buenas tardes, señor José López la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniense, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: acá se llama Buenavista.

Entrevistador: ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia?

Entrevistado: Yo acá cultivo varias cosas tengo café, aguacate hass, habichuela y plátano. En este momento hago parte de la asociación de aguacateros de Anolaima, pero como este se demora tres años en crecer tengo otros cultivos mientras se da la cosecha. Pues en este momento los cultivos más grandes que tengo son el de café y el de plátano, pero el de plátano es de mi hermano el mío es el de café, este me da al año dos cosechas grandes.

Entrevistador: Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados obtiene usted de estas?

Entrevistado: pues yo seco el café y lo muelo para venderlo en el pueblo.

Entrevistador: ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?

Entrevistado: claro porque es que a uno le gusta que las personas vean el campo y que con el turismo también tenemos una ayuda económica, por ejemplo, acá han venido grupos de colegios y traen los niños a que vean los cultivos, y eso me parece muy bueno ya que les enseñan a los niños a valorar y respetar el campo.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: si, como le decía eso le sirve a uno para cualquier gastico adicional, ya si ustedes quieren yo puede hacer como un senderito para que las personas pasen y tampoco se dañe el cultivo, y las felicito por hacer este proyecto y tener en cuenta los pequeños agricultores y no tomar ese turismo que ya está desarrollado, pues porque eso es pura rosca de la alcaldía, y solo quieren promocionar esas fincas grandes y no tiene en cuenta al campesino. Entonces las felicito por este proyecto y ojalá lo puedan realizar.

Entrevista agricultor numero 5

Buenas tardes, señor Armando García la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: Esta finca es conocida como Rincón Santo o Bueno Aires.

Entrevistador: ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia?

Entrevistado: En este momento tengo unos 300 palitos de naranja tangelo y valencia, guayaba pera, maracuyá, limón y mandarina, si no que en este momento no hay muchos frutos porque no sé qué está pasando, pero a los arboles les cae algo como hielo y quema el cucuruchito de las hojas y las tumba y no las deja crecer bien.

Entrevistador: Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados obtiene usted de estas?

Entrevistado: Yo solamente recojo la cosecha y voy a venderla en el pueblo cuando hay día de mercado.

Entrevistador: ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?

Entrevistado: si señorita, pues uno puede dejar que la gente venga y visite y conozca un poco sobre lo que uno siembra que disfruten la naturaleza y se den cuenta como es la vida del campo.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: pues como le decía antes en este momento no sé qué está pasando con mi cultivos y es que eso va uno a la Umata y de dicen a uno que no tiene tiempo de venir a revisar el cultivo no nos ayudan a los agricultores, en este momento si me gustaría es tener como la visita de un agrónomo que viniera viera los problemas que tengo y me dijera que puedo hacer para recuperar mis cultivos y de pronto ya cuando pueda tener más bonita mi finquita ya hay si de pronto da uno el permiso de que vengan y conozcan.

Entrevista agricultor numero 6

Buenas tardes, señor Humberto Romero la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniiana, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: Se llama el placer.

Entrevistador: ¿Qué producto cultiva con mayor frecuencia?

Entrevistado: Pues tengo cultivos de varias cosas tengo, guayaba pera, mango común y mango rojo, guanábana, mamey, mandarina arrayana, limón dulce y limón Tahití, banano, plátano, habichuela y aguacate Lorena.

Entrevistador: Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados obtiene usted de estas?

Entrevistado: Pues yo preparo acá para mi familia mermeladas, pero solo para nosotros no las vendo ni nada, pero si tengo tres vacas lecheras y pues con eso mi esposa hace queso y cuajada y eso si a veces los vendemos.

Entrevistador: ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?

Entrevistado: pues es que, si me parece bueno que la gente venga, muchas veces hay cosecha que se pierde sería bueno que vinieran los turistas y que coman no importa yo no les vendería la fruta, pero sí que disfruten y no se pierda nada, solo que pues a uno le da es como miedo que vengan personas malas.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: Pues donde sea que uno encuentre hay una ayudita extra apúnteme hay que me interesa eso como le decía siempre y cuando no vengan personas malas y pues que tampoco me dañen los cultivos ni nada si no que sean personas interesadas en aprender y apreciar todo lo que encuentren acá.

Entrevista agricultor numero 7

Buenas tardes, señor Rafael la siguiente entrevista es realizada por estudiantes de la Universitaria Agustiniense, con la finalidad de adquirir conocimientos sobre el desarrollo de las actividades agropecuarias en el municipio de Anolaima Cundinamarca, los datos recolectados en dicha entrevista serán utilizados netamente con fines académicos.

Entrevistador: ¿Cuál es el nombre de su finca?

Entrevistado: Pues es conocida como mi Refugio o agroindustria Europa.

Entrevistador: ¿Cuál es la principal actividad de su finca?

Entrevistado: Principalmente nos dedicamos al estudio de la genética y la crianza de la especie caprina en este momento contamos con 5 razas que son: alpina de Suiza y Francia, togenburg de Suiza, anglonubiana de Reino Unido, la mancha proveniente de España y saanen de Suiza todas utilizadas principalmente para la producción de leche y de igual forma algunas de ellas con características especiales son preparadas para concursos de ganadería.

Entrevistador: Con las materias primas anteriormente nombradas ¿Qué productos derivados obtiene usted de estas?

Entrevistado: Nos especializamos en la realización de productos hecho a base de leche de cabra como: queso, kéfir, pate, hamburguesas, arequipe, yogurt, baileys, de igual forma hay algunas cabras que son sacrificadas para la venta de carne.

Entrevistador: ¿Cree usted que las actividades agropecuarias se pueden relacionar con el turismo?

Entrevistado: A pesar de que nos dedicamos principalmente el estudio científico de la genética de la especie, disponemos nuestro lugar principalmente para la visita de universidades a ellos se les da una guía y práctica sobre la crianza, alimentación, gestación, genética y demás que tiene un costo de \$25.0000 y para los visitantes que no reciben la explicación científica tiene un costo de \$2.500.

Entrevistador: ¿Estaría usted interesado en participar en el proyecto agroturístico que se quiere desarrollar en el municipio?

Entrevistado: Pues la verdad es un tema un poco complicado ya que las visitas que recibo por parte de las universidades para realizar los estudios científicos son constantes pero todo

está bien siempre y cuando agendemos las citas y no se me crucen las visitas cuenten conmigo.

30 DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS

*Información
relativa al recurso*

Estructura:

 Tipo:

 Localización:

*Equipamientos
turísticos
y servicios
existentes*

	Tipos	Capacidades	Características	Cualidad
De delimitación				
De alimentación				
De comercialización				
De transporte				
De				
De				
De				

*Trabajos en curso
y proyectos existentes*

Descripción y características:

*Actividades
incompatibles*

Descripción:

*Calendario/horario
de utilización*

.....

*Nivel y grado
de utilización
del recurso
Planificación
existente en lo
relativo al recurso*

.....

*Características
intrínsecas
del recurso*

Descripción y características:

*Gráfico
de situación*

.....

Fotografías

.....

ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE UNA ZONA 31

<i>Infraestructura específica del recurso</i>	Tipo	Capacidad	Itinerarios
Acceso			
.....			
.....			
.....			
Orientación Urbana			
- Aducción de aguas			
- Planificación			
- Energía			
.....			
.....			
<i>Facilidades de acceso desde el exterior</i>	Características, infraestructuras y transportes existentes:		
		
		
		
<i>Perfeccionamientos que pueden introducirse en el recurso</i>		
		
		
		
<i>Demanda turística</i>	Tipo, procedencia y frecuencia según la temporada:		
		
<i>Utilización potencial</i>	Descripción:		
		
<i>Propiedad del recurso</i>	Pública:		
		
	Privada:		
		
	Mixta:		
		
<i>Organismos responsables de la ordenación, de la conservación y de la promoción del recurso</i>		
		
		
		
		
<i>Observaciones:</i>		
		

Anexo6

Modelos de encuesta

ENCUESTA DE LAS CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

Buen día, Señor(a) encuestado(a), somos estudiantes de la Universitaria Agustiniiana y estamos realizando un proyecto agroturístico en el municipio de Anolaima, la presente encuesta tiene como objetivo identificar las características del turista en el municipio de Anolaima, en cuanto a la actividad agroturística y conocer el comportamiento de los consumidores de dicha actividad. Tenga en cuenta que los datos obtenidos en esta encuesta serán utilizados netamente con fines académicos. Lea atentamente, revise las opciones de respuesta y elija la alternativa que más lo(a) identifique. Agradecemos por su atención y tiempo.

Edad: _____

Lugar de Residencia: _____

Género: _____

Ocupación:

Estado Civil:

a) Soltero

b) Casado

c) Separado

d) Unión Libre

a) Estudiante

b) Empleado

c) Independiente

d) Pensionado

1. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?
 - a) Primaria
 - b) Secundaria
 - c) Tecnólogo
 - d) Profesional
 - e) Otro, ¿Cuál? _____
 2. ¿Cuál es su principal motivo para viajar al municipio de Anolaima?
 - a) Negocios
 - b) Ocio y Recreación
 - c) Vacaciones
 - d) Visitas Familiares
 - e) Otro, ¿cuál? _____
 3. ¿Con qué frecuencia viaja al municipio de Anolaima?
 - a) Fines de semana
 - b) 1 vez a la semana
 - c) 1 vez al mes
 - d) 1 vez al año
 - e) Otra, ¿cuál? _____
 4. ¿Quién lo acompaña en sus viajes?
 - a) Familia
 - b) Amigos
 - c) Compañeros de trabajo
 - d) Pareja
 - e) Solo
 5. ¿Cuándo viaja al municipio de Anolaima ¿Cuál es su promedio de gasto por persona, en un viaje de fin de semana?
 - a) \$50.000 a \$100.000
 - b) \$100.000 a \$150.000
 - c) 150.000 a \$200.000
 - d) \$200.000 o más
 6. ¿Alguna vez ha adquirido algún paquete o producto agroturístico? El cual consiste en la realización de actividades como lo es la siembra, cosecha y cultivo de alimentos o actividades donde haya interacción directa con especies de animales
 - a) Sí
 - b) No
 7. ¿Le gustaría adquirir un paquete agroturístico en el municipio de Anolaima?
 - a) Sí
 - b) No
- Si la respuesta de la pregunta 7 fue "Sí", conteste de la preguntas 8 a la 10
8. ¿Qué actividades le gustaría encontrar en un producto agroturístico?
 - a) Relación con especies bovinas

- b) Visita a Cultivos
 - c) Recolección de Alimentos
 - d) Muestras Gastronómicas
 - e) Otras, ¿cuáles? _____
9. ¿Qué servicios complementarios le gustaría encontrar en un producto de estas características?
- a) Servicio de Guianza
 - b) Alimentación
 - c) Transporte
 - d) Otros, ¿cuál?: _____
10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar, por persona, por un producto agroturístico?
- a) \$70.000 a \$100.000
 - b) \$100.000 a \$130.000
 - c) \$130.000 a \$160.000
 - d) \$160.000 a más

ENCUESTA DE LAS CARACTERISTICAS DE LA DEMANDA

Buen día, Señor(a) encuestado(a), somos estudiantes de la Universitaria Agustiniiana y estamos realizando un proyecto agroturístico en el municipio de Anolaima, la presente encuesta tiene como objetivo identificar las características del turista de la Provincia del Tequendama, y conocer el comportamiento de los consumidores de esta Región, con el fin de conocer si Anolaima sería un posible destino turístico. Tenga en cuenta que los datos obtenidos en esta encuesta serán utilizados netamente con fines académicos. Lea atentamente, revise las opciones de respuesta y elija la alternativa que más lo(a) identifique. Agradecemos por su atención y tiempo.

Edad: _____	Género: _____	Lugar de Residencia: _____
Estado Civil:		Ocupación:
a) Soltero		a) Estudiante
b) Casado		b) Empleado
c) Separado		c) Independiente
d) Unión Libre		d) Pensionado

11. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

- f) Primaria
- g) Secundaria
- h) Tecnólogo
- i) Profesional
- j) Otro, ¿Cuál? _____

12. En una escala del 1 al 5, donde 1 es el menos importante y 5 el más importante, califique los siguientes

Criterios	1	2	3	4	5
Alimentación					
Alojamiento					
Transporte					
Actividades de recreación					
Guianzas					

criterios según su importancia al momento de elegir un destino.

13. ¿Con qué frecuencia viaja a la Región del Tequendama?

- a) Fines de semana
- b) 1 vez al mes
- c) 1 vez al año
- d) 2 o más veces al año

14. ¿En qué época del año realiza generalmente sus viajes a la Región del Tequendama?

- a) Inicio de año
- b) Semana Santa

c) Mitad de año

d) Temporada decembrina

15. Cuando viaja a la Región del Tequendama ¿Cuál es su promedio de gasto por persona, en un viaje de fin de semana?

- e) \$50.000 a \$100.000
- f) \$100.000 a \$150.000
- g) 150.000 a \$200.000
- h) \$200.000 o más

16. ¿Cuál es su principal motivo para viajar a la Región del Tequendama?

- f) Negocios
- g) Ocio y Recreación
- h) Vacaciones
- i) Visitas Familiares
- j) Otro

17. ¿Quién lo acompaña en sus viajes?

- f) Familia
- g) Amigos
- h) Compañeros de trabajo
- i) Pareja
- j) Solo

18. ¿Por cuál medio suele adquirir información turística?

- a) Redes Sociales
- b) Agencias de viajes
- c) Paginas Turísticas
- d) Medios de comunicación masiva

19. En el momento de adquirir productos o servicios turísticos ¿qué medio de pago generalmente utiliza?

- a) Efectivo
- b) Tarjeta crédito o débito
- c) Transferencias electrónicas
- d) Otra

10 ¿Alguna vez ha adquirido algún paquete o producto agroturístico? El cual consiste en la realización de actividades como lo es la siembra, cosecha y cultivo de alim[]s o actividades donde haya interacción directa con especies animales

- b) Sí
- b) No

11 ¿Conoce o ha escuchado acerca del municipio de Anolaima Cundinamarca?

- a) Sí
- b) No

12 ¿Le gustaría adquirir un paquete agroturístico en el municipio de Anolaima conocida como la capital frutera de Colombia?

- b) Sí
- b) No

Si la respuesta de la pregunta 12 fue “Sí”, conteste de la preguntas 13 y 14

13 ¿Qué actividades le gustaría encontrar en un producto agroturístico?

- f) Relación con especies bovinas
- g) Visita a Cultivos
- h) Recolección de Alimentos
- i) Muestras Gastronómicas
- j) Otras, ¿cuáles? _____

14 ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar, por persona, por un producto agroturístico?

- e) \$70.000 a \$100.000
- f) \$100.000 a \$130.000
- g) \$130.000 a \$160.000
- h) \$160.000 a más.

¡GRACIAS POR SU TIEMPO Y DISPOSICIÓN PRESTADA!

Anexo 7

Encuestas aplicadas en la ciudad de Bogotá

Tabla de codificación encuestas aplicadas en la ciudad de Bogotá

TABLA DE CODIFICACIÓN			
# DE PREGUNTA	IDENTIFICADOR	OPCIONES	CÓDIGO
E	EDAD	DE 18 A 28	1
		DE 28 A 38	2
		DE 38 A 48	3
		48 O MAS	4
G	GENERO	MASCULINO	1
		FEMENINO	2
		OTRO	3
EC	ESTADO CIVIL	SOLTERO	1
		CASADO	2
		SEPARADO	3
		UNIÓN LIBRE	4
LR	LUGAR DE RESIDENCIA	BOGOTÁ	1
		BOYACÁ	2
		LA MESA	3
		MADRID	4
		MESITAS	5
		FUNZA	6
		CACHIPAY	7
		APULO	8
		ANAPOIMA	9
		TENA	10
		COTA	11
		MOSQUERA	12
		EL ROSAL	13
		CHIA	14
		CAJICA	15
		FACATATIVA	16
		TENJO	17

		ZIPACON	18
		SOACHA	19
		SAN ANTONIO	20
		VIOTA	21
0	OCUPACIÓN	ESTUDIANTE	1
		EMPLEADO	2
		INDEPENDIENTE	3
		PENSIONADO	4
1	NIVEL DE ESCOLARIDAD	PRIMARIA	1
		SECUNDARIA	2
		TECNOLOGO	3
		PROFESIONAL	4
		OTRO	5
2	CRITERIOS DE SELECCIÓN	ALIMENTACIÓN	
		ALOJAMIENTO	
		TRANSPORTE	
		ACIVIDADES DE RECREACIÓN	
		GUIANZAS	
3	FRECUENCIA DE VIAJE	FINES DE SEMANA	1
		1 VEZ AL MES	2
		1 VEZ AL AÑO	3
		2 O MÁS VECES AL AÑO	4
4	ÉPOCA DE VIAJE EN EL AÑO	INICIO DEL AÑO	1
		SEMANA SANTA	2
		MITAD DE AÑO	3
		TEMPORADA DECEMBRINA	4
5	PROMEDIO DE GASTO	\$50.000 A \$100.000	1
		\$100.000 A \$150.000	2
		\$150.000 A 200.000	3
		\$200.000 O MÁS	4
6	MOTIVACION	NEGOCIOS	1

		OCIO Y RECREACIÓN	2
		VACACIONES	3
		VISITAS FAMILIARES	4
		OTRO	5
7	ACOMPAÑANTE	FAMILIA	1
		AMIGOS	2
		COMPAÑEROS DE TRABAJO	3
		PAREJA	4
		SOLO	5
8	MEDIO	REDES SOCIALES	1
		AGENCIAS DE VIAJES	2
		PAGINAS TURISTICAS	3
		MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA	4
9	MEDIO DE PAGO	EFFECTIVO	1
		TARJETA DÉBITO O CRÉDITO	2
		TRANSFERENCIAS ELECTRÓNICAS	3
		OTRA	4
10	PAQUETE AGRITURÍSTICO	SI	1
		NO	2
11	CONOCIMIENTO DE ANOLAIMA	SI	1
		NO	2
12	GUSTO POR ADQUIRIR PAQUETE	SI	1
		NO	2
13	ACTIVIDADES	RELACION CON ESPECIES BOVINAS	1
		VISITAS A CULTIVOS	2
		RECOLECCIÓN DE ALIMENTOS	3
		MUESTRAS	4

		GASTRONOMICAS	
		OTRO	5
14	PRECIO DISPUESTO A PAGAR	\$70.000 A \$100.000	1
		\$100.000 A \$130.000	2
		\$130.000 A \$160.000	3
		\$160.000 A MÁS	4

Encuestas municipio de Anolaima

Tabla de codificación municipio de Anolaima

TABLA DE CODIFICACIÓN			
# DE PREGUNTA	IDENTIFICADOR	OPCIONES	CÓDIGO
	EDAD	DE 18 A 28	1
		DE 28 A 38	2
		DE 38 A 48	3
		DE 48 O MÁS	4
	GENERO	MASCULINO	1
		FEMENINO	2
		OTRO	3
	ESTADO CIVIL	SOLTERO(A)	1
		CASADO(A)	2
		SEPARADO	3
		UNION LIBRE	4
	LUGAR DE RESIDENCIA	BOGOTÁ	1
		CACHIPAY	2
		DOIMA	3
		CHIA	4
		FACATATIVA	5
		MESITAS	6
		ZIPACON	7

		BOJACA	8
		LA MESA	9
		MOSQUERA	10
		SOACHA	11
		ALEMANIA	12
		FRANCIA	13
		MADRID	14
		FUNZA	15
	OCUPACIÓN	ESTUDIANTE	1
		EMPLEADO	2
		INDEPENDIENTE	3
		PENSIONADO	4
1	NIVEL DE ESCOLARIDAD	PRIMARIA	1
		SECUNDARIA	2
		TECNOLOGO	3
		PROFESIONAL	4
		OTRO	5
2	MOTIVACIONES	NEGOCIOS	1
		OCIO Y RECREACION	2
		VACACIONES	3
		VISITA FAMILIARES	4
		OTRO	5
3	FRECUENCIA DE VIAJE	FINES DE SEMANA	1
		1 VEZ A LA SEMANA	2
		1 VEZ AL MES	3
		1 VEZ AL AÑO	4
		OTRO	5
4	ACOMPAÑANTE DE VIAJE	FAMILIA	1
		AMIGOS	2

		COMPAÑEROS DE TRABAJO	3
		PAREJA	4
5	PROMEDIO DE GASTO FIN DE SEMANA POR PERSONA	SOLO	5
		\$50.000 A \$100.000	1
		\$100.000 A \$150.000	2
		\$150.000 A \$200.000	3
		\$200.000 O MÁS	4
6	ADQUISICIÓN DE PAQUETE AGROTURISTICO	SI	1
		NO	2
7	ADQUISICION DE PAQUETE AGROTURISTICO EN ANOLAIMA	SI	1
		NO	2
8	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	RELACION CON ESPECIES BOVINAS	1
		VISITA CULTIVOS	2
		RECOLECCIÓN DE ALIMENTOS	3
		MUESTRA GASTRONÓMICA	4
		OTRO	5
9	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	SERVICIO DE GUIANZA	1
		ALIMENTACIÓN	2
		TRANSPORTE	3
		OTROS	4
10	PRECIO DISPUESTO A PAGAR	\$70.000 A \$100.000	1
		\$100.000 A \$130.000	2
		\$130.000 A \$160.000	3
		\$160.000 O MÁS	4

Anexo 8

Tabla de tabulación encuestas aplicadas en la ciudad de Bogotá

0	E	G	EC	LR	O	1	2/A	2/H	2/T	2/AR	2/G	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	2	1	4	5	2	3	2	5	4	3	1	1	1	3	2	4	3	2	2	1	1	3	3
2	4	2	3	1	3	3	4	3	2	5	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	4	3
3	4	1	2	1	4	4	5	4	3	2	1	1	3	3	2	1	4	2	2	1	1	2	3
4	2	1	1	11	3	2	3	4	2	5	1	2	3	4	2	2	4	2	2	1	2	0	0
5	2	2	2	1	2	4	2	5	1	4	3	1	2	4	2	4	1	1	1	1	1	4	4
6	2	1	2	1	2	2	5	3	1	2	4	1	2	4	2	4	1	1	1	1	1	3	4
7	3	1	3	3	2	2	5	4	1	2	3	4	3	2	4	1	4	2	2	1	1	1	2
8	1	2	2	1	2	4	3	2	1	5	4	2	3	3	2	1	3	2	2	1	1	2	4
9	2	2	1	4	2	4	2	5	3	1	4	1	3	3	2	1	1	2	2	1	2	0	0
10	2	2	2	7	3	2	4	5	3	2	1	1	3	2	2	4	3	2	2	1	1	3	2
11	4	1	2	7	3	2	4	5	1	3	2	4	2	2	2	4	3	2	2	1	2	0	0
12	4	1	2	1	4	4	4	5	1	2	3	1	2	2	2	1	3	2	2	1	1	2	4
13	3	1	2	12	2	2	2	5	3	4	1	2	1	2	2	1	4	2	2	1	1	3	2
14	2	2	1	14	2	4	2	4	3	5	1	4	3	3	2	2	1	2	1	1	2	0	0
15	2	2	1	16	2	4	1	4	2	5	3	4	3	3	2	2	1	2	2	1	1	2	3
16	3	1	2	17	2	3	5	4	1	3	2	1	2	2	3	1	4	2	2	1	2	0	0
17	4	1	2	15	4	2	2	4	5	3	1	1	3	3	2	1	4	2	2	1	2	0	0
18	4	2	2	3	2	4	3	4	2	5	1	4	3	3	4	1	3	1	2	1	1	1	3
19	1	2	1	1	4	3	5	4	2	1	4	4	1	2	1	1	1	2	2	2	1	3	1
20	1	2	2	6	2	4	2	4	3	5	1	4	3	3	2	4	1	1	1	1	1	4	2
21	4	1	2	9	4	4	5	4	3	2	1	2	3	3	2	1	2	1	2	1	2	0	0
22	3	1	3	1	3	3	3	2	1	5	4	1	2	2	3	1	2	2	1	1	1	1	4
23	1	2	1	1	1	4	2	5	3	4	1	2	3	2	2	1	1	1	2	1	2	0	0
24	3	1	2	10	2	4	3	4	1	5	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	4
25	4	2	2	1	3	3	3	5	1	4	2	4	4	4	2	1	3	2	2	1	1	1	4
26	4	1	3	14	2	4	4	5	1	3	2	4	2	2	2	1	2	2	2	1	1	4	4
27	2	1	4	18	2	4	2	4	3	5	1	1	1	2	2	1	2	3	2	1	1	3	1
28	2	2	2	4	2	4	1	5	2	4	3	4	1	2	2	1	4	2	1	1	1	2	4
29	2	1	1	1	2	4	2	5	4	3	1	4	3	2	3	2	1	1	2	1	1	4	2
30	3	2	2	2	2	4	3	4	2	5	1	4	2	2	2	1	4	1	2	1	1	2	2
31	4	1	2	13	3	2	3	5	4	2	1	3	4	1	2	1	4	1	2	1	2	0	0

32	3	2	2	19	3	3	2	3	1	5	4	3	4	1	4	1	4	1	2	2	1	2	1
33	3	1	3	11	3	4	4	5	2	3	1	4	4	2	2	1	4	2	2	1	1	1	2
34	1	1	1	11	2	3	4	5	3	2	1	4	2	2	2	1	4	1	2	1	1	2	3
35	1	2	1	11	1	2	5	4	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2
36	3	2	1	11	2	3	4	3	2	5	1	1	1	3	3	1	4	1	2	1	1	1	4
37	1	3	1	11	1	3	5	3	4	2	1	1	1	3	2	1	1	1	2	2	1	1	3
38	3	1	2	1	2	2	5	4	2	3	1	4	4	2	3	1	4	1	2	1	1	4	2
39	3	1	3	1	2	4	4	5	3	2	2	1	3	3	2	1	1	1	2	2	1	4	2
40	3	2	2	6	4	3	4	3	5	1	2	3	4	3	3	1	1	1	2	2	1	3	3
41	4	1	2	6	3	4	5	4	3	2	1	3	4	2	2	1	1	1	2	2	1	4	2
42	2	2	2	1	2	2	5	3	4	2	1	1	3	3	2	4	4	1	1	2	1	3	2
43	2	1	2	1	3	2	5	4	3	1	2	1	3	2	2	4	1	1	2	2	1	1	2
44	4	1	4	13	4	3	5	4	3	2	1	1	3	2	2	1	4	1	2	1	1	4	2
45	4	2	4	13	2	4	5	3	4	2	1	1	4	2	2	1	4	1	2	2	1	1	2
46	1	1	4	1	2	3	4	3	5	2	1	1	3	3	2	2	1	1	1	2	1	4	3
47	2	1	4	14	3	2	5	3	4	2	1	1	3	2	2	1	3	1	2	2	1	3	2
48	2	2	4	15	3	3	5	4	3	2	1	4	4	3	3	1	3	1	2	1	1	1	3
49	2	1	4	15	3	3	4	5	3	2	1	4	4	3	3	1	1	1	2	1	1	1	3
50	1	1	1	12	2	2	5	4	3	2	1	1	3	3	2	4	1	1	2	1	1	1	2
51	4	1	1	16	2	1	4	3	1	5	2	1	2	3	2	1	1	1	2	1	1	2	3
52	4	2	2	16	2	4	5	3	4	2	1	1	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2
53	1	1	1	6	2	2	5	3	2	4	1	1	3	3	3	4	1	1	2	2	2	0	0
54	1	2	1	18	2	4	5	3	4	2	1	1	3	3	2	2	1	1	2	2	1	3	3
55	1	1	1	12	1	3	4	5	2	1	3	3	4	3	3	1	1	1	2	1	2	0	0
56	2	1	2	6	2	4	5	3	4	2	1	3	3	4	3	1	2	1	1	1	1	4	2
57	1	1	1	12	2	3	5	3	4	2	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	4	3
58	3	1	2	1	3	4	4	2	3	5	1	1	3	3	2	1	1	1	2	2	1	4	3
59	4	2	2	1	3	2	3	5	2	4	1	1	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	3
60	1	2	1	1	2	3	4	3	1	5	2	1	3	2	4	1	4	1	2	1	1	5	2
61	3	2	1	4	2	2	3	4	1	5	2	1	3	2	2	2	1	2	1	1	1	3	3
62	4	1	4	17	2	4	5	3	2	4	1	3	4	4	3	2	1	1	1	2	1	4	2
63	2	2	1	17	3	4	5	3	4	2	1	4	3	3	2	1	1	1	2	1	1	4	3
64	3	2	1	17	2	3	5	1	2	4	3	1	3	2	4	1	1	1	1	2	1	4	2
65	1	2	4	16	3	3	5	4	1	2	3	2	2	3	3	1	3	2	1	1	1	1	3
66	4	2	1	18	1	3	4	5	2	3	1	4	4	4	3	1	4	1	2	1	1	2	3

67	2	1	1	1	2	2	5	4	3	2	1	4	4	4	4	3	2	1	1	1	2	2	1
68	2	1	1	1	2	1	4	3	5	2	1	4	4	4	3	4	2	1	1	1	1	2	4
69	1	1	1	19	2	5	5	3	2	1	4	4	1	4	3	2	4	1	2	2	2	0	0
70	3	2	4	3	3	2	5	4	3	2	1	4	3	4	4	1	4	1	2	1	1	1	1
71	1	1	1	5	2	2	5	4	2	3	1	4	4	1	4	1	4	1	2	2	1	2	2
72	3	1	1	9	3	1	5	4	3	2	1	2	1	2	4	1	4	1	2	1	1	1	2
73	4	2	3	16	2	3	4	3	5	2	1	4	4	3	4	1	2	1	2	1	1	2	2
74	2	1	1	7	2	4	4	5	2	3	1	3	4	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
75	1	2	4	3	2	4	2	3	1	5	4	4	2	1	3	1	1	1	2	1	1	2	1
76	4	1	2	20	3	2	3	2	4	5	1	3	3	2	2	1	4	1	2	1	2	0	0
77	1	2	2	5	3	3	2	4	3	5	1	3	1	2	2	1	1	1	2	2	2	0	0
78	4	2	4	10	2	2	5	4	3	2	1	3	4	4	3	2	1	2	1	1	1	4	4
79	1	1	1	15	2	3	3	4	2	5	1	4	4	3	2	2	3	1	2	2	1	2	2
80	3	1	2	9	3	2	4	5	3	1	2	2	3	3	2	3	2	1	1	1	1	3	2
81	3	2	4	8	3	3	5	4	2	3	1	3	2	3	4	1	2	1	1	2	2	0	0
82	2	1	4	1	2	2	5	4	2	1	3	1	4	2	2	1	3	2	2	2	1	4	2
83	1	2	1	8	2	3	5	4	3	2	1	4	3	2	2	1	1	1	2	1	1	4	3
84	2	2	1	21	2	5	5	4	3	2	1	3	2	4	4	1	3	1	2	1	1	4	4
85	4	2	2	1	4	1	3	4	5	1	2	4	1	2	4	1	4	1	2	1	1	4	2
86	4	2	2	9	4	3	4	3	5	2	1	2	3	4	2	1	4	1	1	2	1	5	1
87	2	1	1	3	2	3	5	3	2	4	1	2	3	3	3	5	2	1	2	1	1	3	4
88	2	2	1	21	2	3	4	5	3	2	1	3	1	4	3	1	3	1	2	2	1	4	2
89	4	1	2	3	3	1	4	5	3	1	2	3	3	2	3	1	4	1	2	1	1	1	2
90	3	1	3	3	2	1	3	2	4	5	1	1	3	1	5	3	4	1	2	1	1	2	1
91	2	2	2	1	3	4	5	3	4	2	1	2	2	1	4	1	1	1	2	1	1	4	1
92	1	1	1	14	2	4	4	3	2	5	1	3	4	2	2	4	3	2	2	1	1	4	2
93	2	3	1	11	2	4	2	4	5	3	1	2	1	2	3	5	1	2	1	2	1	3	2
94	2	2	1	4	2	4	4	5	1	3	2	1	3	3	3	2	1	2	2	1	1	1	3
95	3	2	2	5	3	2	4	5	2	3	1	3	2	3	2	1	1	2	2	1	1	3	2
96	1	2	1	9	1	2	5	4	3	2	1	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	3	3
97	4	2	2	20	3	3	5	3	4	2	1	4	1	2	3	4	4	2	1	2	1	2	2
98	4	2	3	10	4	2	5	4	2	3	1	1	3	3	3	1	4	1	2	2	2	0	0
99	1	1	1	14	2	3	2	3	1	5	4	4	3	2	2	2	1	1	1	2	1	3	2
100	2	1	2	18	2	2	5	4	2	3	1	1	3	2	2	1	4	1	1	1	1	4	2

Tabla de tabulación encuestas a al municipio de Anolaima

0	E	G	E.C	L.R	O	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1	1	2	1	1	2	4	2	1	1	2	2	1	1	3	2
2	4	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	1	3	2	1
3	1	1	1	2	1	3	2	1	1	1	2	1	1	2	1
4	2	1	2	3	3	2	2	2	4	2	1	1	4	2	2
5	2	2	1	1	2	4	2	3	5	2	2	2	0	0	0
6	4	1	2	1	2	3	2	3	4	2	1	1	5	2	2
7	3	2	4	4	2	4	1	1	3	3	2	2	0	0	0
8	3	1	3	5	3	2	1	3	3	3	2	2	0	0	0
9	2	2	4	1	2	4	4	1	4	1	2	1	3	2	3
10	4	1	2	6	4	2	4	3	1	1	2	2	0	0	0
11	3	2	1	7	2	4	2	4	2	3	2	1	5	2	3
12	4	2	2	1	3	1	4	4	1	1	1	1	1	2	2
13	4	1	2	1	4	3	4	4	1	2	2	1	4	3	3
14	3	1	4	8	3	1	2	4	4	2	2	1	5	2	2
15	2	1	1	9	2	3	2	1	2	3	2	1	4	2	3
16	1	2	4	8	3	2	4	4	4	2	2	1	1	2	2
17	1	3	1	1	2	4	2	3	5	3	2	1	4	3	3
18	1	2	1	1	1	4	3	3	1	2	2	1	4	2	2
19	1	1	1	10	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	3
20	2	1	2	1	2	4	2	1	1	2	2	1	3	3	2
21	4	2	1	12	3	4	3	5	2	4	2	1	1	2	4
22	4	1	1	12	3	4	3	5	2	4	2	1	1	3	4
23	2	1	1	10	2	4	2	1	1	2	2	1	2	2	3
24	2	1	1	9	2	3	3	4	1	2	1	1	2	3	2
25	3	2	3	10	2	3	2	4	1	2	2	1	4	1	2
26	3	1	2	1	3	4	2	1	2	4	2	1	2	3	2
27	1	1	4	10	2	3	2	3	1	3	2	1	5	2	1
28	4	1	4	1	4	2	4	1	4	4	2	2	0	0	0
29	4	2	1	11	4	1	3	3	1	2	2	1	2	3	1
30	2	1	3	1	3	4	2	5	2	3	2	1	5	1	2
31	2	2	2	1	2	3	4	5	1	1	2	1	1	2	2
32	3	1	4	5	2	2	3	4	4	2	2	1	4	3	2
33	2	1	3	1	2	4	2	1	2	2	2	1	2	2	3

34	3	2	2	6	2	2	4	1	1	3	1	2	0	0	0
35	3	1	2	6	2	4	4	1	1	3	1	2	0	0	0
36	2	1	4	14	2	4	2	3	4	2	2	1	1	3	3
37	1	2	4	14	2	4	2	3	4	2	2	1	4	2	2
38	2	1	1	5	3	2	1	2	5	1	2	2	0	0	0
39	4	1	2	15	3	2	2	3	1	2	1	1	2	1	3
40	4	2	2	15	2	4	2	3	1	2	1	1	3	2	3
41	1	2	1	2	2	4	2	5	2	3	2	1	4	2	3
42	1	1	1	15	2	3	2	3	1	2	1	1	2	1	3
43	2	1	1	5	2	4	3	4	2	3	1	1	1	2	2
44	2	1	2	1	2	2	4	5	1	1	2	1	3	3	1
45	1	2	1	1	2	3	2	4	1	2	2	1	4	1	2
46	3	2	1	1	2	4	2	1	2	3	2	1	1	3	3
47	1	2	1	1	2	4	3	4	1	2	2	1	4	1	2
48	1	2	1	1	1	3	4	4	1	2	1	1	1	2	3
49	1	1	1	1	2	4	3	4	1	1	2	1	4	3	1
50	1	2	1	14	2	4	3	4	1	2	2	1	3	2	2
51	2	1	1	14	2	4	3	4	1	2	2	1	1	2	2
52	2	1	2	1	2	2	4	4	1	3	2	1	4	1	2
53	3	2	1	13	2	4	3	4	2	4	1	1	1	2	4
54	3	1	1	13	2	4	3	4	2	4	1	1	4	1	4
55	2	1	1	1	2	4	2	1	1	4	2	1	5	1	1
56	2	1	2	11	2	3	4	4	1	4	2	1	2	1	1
57	2	2	2	11	2	4	4	4	1	4	2	1	3	2	1
58	3	2	2	1	3	2	2	1	4	4	2	2	0	0	0
59	2	2	4	5	3	3	3	4	4	2	2	1	3	2	2
60	4	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	4	1	1
61	1	2	1	1	1	4	3	4	2	1	2	1	5	2	1
62	3	2	1	1	2	3	2	4	1	2	2	1	4	2	2