

ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE TENJO
CUNDINAMARCA.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ GERMÁN FELIPE

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA
PROGRAMA DE HOTELERIA Y TURISMO
BOGOTÁ D.C

2017

ACTIVIDADES AGROTURÍSTICAS EN EL MUNICIPIO DE TENJO
CUNDINAMARCA.

GONZÁLEZ RODRÍGUEZ GERMÁN FELIPE

Asesor del proyecto de grado
Efraín Morales Rivera

Proyecto de grado para optar al título como
Profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA
FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA
PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO
BOGOTÁ D.C

2017

Nota de aceptación.

Jurado 2

Jurado 1

Bogotá, 01 de Junio de 2017.

Dedicatoria.

Este trabajo de grado está dedicado a mis padres, que fueron las fuentes de inspiración para la misma, puesto que nuestras diferencias de edades no impidieron que tengamos un sueño en común, el verme como profesional. Padres ustedes me apoyaron en todos los momentos y son una fuente de inspiración para superarme personal y profesionalmente, me dieron todas las herramientas necesarias para salir adelante y hoy en día, quiero agradecerles por su apoyo y dedicación.

A mi compañera, amiga y pareja, Viviana Contreras, por haberme acompañado durante todo este proceso de investigación, poniendo de su parte tiempo, dedicación y amor, dándome todas las fuerzas para continuar adelante y poder sacar este trabajo de grado adelante.

Resumen.

La riqueza natural y cultural de Tenjo Cundinamarca, su gente amable y su fascinante historia, permite conocerlo como un destino turístico para todos los amantes de la naturaleza y turistas en general, es así que, al ser poseedores de esta riqueza, es el momento de valorar y aprovechar de una manera sostenible nuestros recursos, aportando mediante ideas y acciones que busquen el desarrollo turístico en nuestro municipio.

El gran dinamismo de la actividad turística ha determinado que cada día que pasa genera la necesidad de implementar nuevas alternativas, por lo que la oferta ha tenido que ampliarse en base a las exigencias de la demanda. En la actualidad debido al auge del sector turístico y al alto potencial agrícola, se comienza aprovechar el Agroturismo. En ella, se integran y utilizan los recursos naturales y agropecuarios bajo el concepto de sostenibilidad.

Abstract.

The natural and cultural wealth of Tenjo Cundinamarca, its friendly people and its fascinating history, allows you to know it as a tourist destination for all nature lovers and tourists in general, so that being the owners of this wealth, it is time to value and to take advantage of our resources in a sustainable way, contributing through ideas and actions that seek the tourist development in our municipality.

The great dynamism of the tourist activity has determined that every day that passes generates the need to implement new alternatives, reason why the supply has had to be extended based on the exigencies of the demand. At present due to the boom of the tourist sector and the high agricultural potential, it is begun to take advantage of the Agrotourism. In it, natural and agricultural resources are integrated and used under the concept of sustainability.

Contenido

1. Introducción	11
2. Título	12
2.1. Tema de investigación	13
3. Problema de investigación	14
3.1. Planteamiento del problema	12
3.2. Formulación del problema	14
3.3. Descripción del problema	14
3.4. Justificación del proyecto	14
3.5. Objetivos	14
3.6. Delimitación del problema	15
4. Marcos de referencia	16
4.1. Marco teórico	16
4.2. Marco conceptual	23
4.3. Marco geográfico	26
4.4. Marco legal	28
5. Metodología	30
6. Administración del proyecto	31
7. Capítulo N° 1: Diagnosticar las potencialidades turísticas viables en fincas del municipio de Tenjo Cundinamarca	32
7.1. La potencialidad turística	32
7.2. Aspectos de la oferta local	35
7.3. Herramientas de diagnóstico	37
7.4. Selección de la herramienta de diagnóstico	40
7.5. Descripción general del municipio de Tenjo Cundinamarca	41
7.6. Principales prestadores de servicios turísticos del municipio de Tenjo Cundinamarca	46

7.7. Aplicación de la matriz FODA al municipio	51
7.8. Análisis de la matriz FODA del municipio	52
7.9. Análisis global a las fincas y veredas	53
7.10. Información y aspectos generales de cada una de las fincas seleccionadas	57
7.11. Aplicación de la matriz FODA a las fincas elegidas	64
7.12. Análisis de la matriz FODA Fincas elegidas	66
7.13. Conclusión del diagnóstico	66
8. Capítulo N° 2: Caracterizar la demanda de los servicios turísticos en el municipio de Tenjo Cundinamarca	
68	
8.1. La demanda	68
8.2. La demanda turística	71
8.3. Los servicios turísticos	76
8.4. Técnicas de recolección de la información	78
8.5. Elección del instrumento de investigación	82
8.6. Población	83
8.7. Diseño de la encuesta	84
8.8. Descripción de los resultados de la encuesta	85
8.9. Cruce de preguntas	92
8.10. Características principales de la demanda	93
9. Capítulo N° 3: Propuesta de actividades agroturísticas para el municipio de Tenjo Cundinamarca	97
9.1. Producto turístico	97
9.2. Actividades turísticas	104
9.3. Propuesta de producto turístico para el municipio de Tenjo Cundinamarca	108
9.4. Propuesta de actividades turísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca	109
9.5. Diseño de la propuesta de actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca.....	111
Conclusiones	118

Recomendaciones	119
Referencias	120
Lista de tablas	122
Lista de ilustraciones	123
Anexos.	125

1. Introducción

El Agroturismo es actividad más relacionada con el turismo rural, donde no sólo importa el espacio protegido de flora y fauna, sino la interacción entre el trabajador de áreas rurales, sus técnicas, los recursos naturales y el visitante a estas áreas.

Tenjo Cundinamarca, posee grandes extensiones de terrenos aptos para la agricultura y ganadería, en donde existe la producción de cultivos entre los más destacados son: papas, zanahoria, maíz, habas, cebolla, lechuga etc.; además el paisaje, cultura y tradiciones, los mismos que constituyen aspectos relevantes de importancia para desarrollar de manera técnica nuevas actividades como el agroturismo.

El Agroturismo en la zona; se ha convertido en un fenómeno sociocultural que involucra tanto el espacio rural como natural para la práctica de actividades vacacionales en contacto directo con la labor agrícola. Lo que se pretende con este proyecto es determinar la viabilidad para que la comunidad anfitriona interactúe con los visitantes, permitiendo aprovechar sus técnicas agrícolas, manifestaciones productivas y en general, su cultura, para promover el desarrollo local a partir del beneficio que ofrecen las áreas rurales, los paisajes y los aspectos socioculturales como atracción turística.

Este estudio consta de tres capítulos en los que se presentan básicamente el concepto e historia del Agroturismo y sus características, un análisis de las generalidades del municipio de Tenjo Cundinamarca y una descripción del mismo, un estudio de las fincas y haciendas seleccionadas; y finalmente, se realiza una propuesta de actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

1.1. Planteamiento del problema

El proyecto de investigación es una oportunidad para el desarrollo del Agroturismo, puesto que actualmente el Plan de Desarrollo Municipal de Tenjo Cundinamarca, informa y da a conocer que las Practicas Agropecuarias son de alta trascendencia cultural. Por otro lado, el turismo no ha actuado frente al desarrollo agropecuario del municipio, por tal razón este proyecto va inclinado hacia el Desarrollo del Agroturismo, enfocado en las actividades turísticas Agropecuarias en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

2. Título

Actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

2.1. Tema de investigación

Escogí el tema de agroturismo, enfocado a las actividades turísticas Agropecuarias para el desarrollo turístico del municipio de Tenjo Cundinamarca, por las siguientes razones:

- Soy habitante del municipio de Tenjo Cundinamarca.
- Conozco la evolución del turismo en el municipio.
- Trabajé con la secretaria de turismo del municipio y veo la necesidad de encaminar el desarrollo turístico a la tipología del agroturismo.
- Cuento con el apoyo de las fincas, La Provincia, La Versalles y La Guatapuri; para el desarrollo del agroturismo con enfoque a las actividades pecuarias turísticas.

3. Problema de investigación

3.1. Formulación del problema

¿Cuáles son las alternativas existentes para el desarrollo turístico del municipio de Tenjo Cundinamarca?

3.2. Descripción del problema

Los habitantes del municipio de Tenjo Cundinamarca, basan su economía en la agricultura y en la ganadería, siendo el sector agropecuario el principal generador del PIB municipal, además que aproximadamente el 30% de la población económicamente activa vive de las actividades agrícolas y pecuarias.

3.3. Justificación del proyecto

Es necesario abordar el tema de agroturismo, enfocado a las actividades turísticas pecuarias, en razón a que el municipio de Tenjo es un espacio rural que cuenta con una tradición agropecuaria de cientos de años; la cual se ha transformado no solo en una tradición, si no en una costumbre con cientos de valores y principios. El agroturismo ofrece empleos y nuevas entradas de dinero con las cuales la comunidad campesina podrá mejorar su calidad de vida. Además, se busca integrar el intercambio cultural a través de la interacción del turista con las actividades típicas del municipio de Tenjo Cundinamarca.

3.4. Objetivos

General

- Diseñar una propuesta de actividades agroturísticas con las diferentes fincas del municipio de Tenjo Cundinamarca.

Específicos

- Diagnosticar las potencialidades turísticas viables en fincas del municipio de Tenjo Cundinamarca.
- Caracterizar la demanda de los servicios turísticos en el municipio de Tenjo Cundinamarca.
- Diseñar la propuesta de actividades agroturísticas enfocadas en las fincas del municipio de Tenjo Cundinamarca.

3.5. Delimitación del problema

El municipio de Tenjo es el punto de partida de la investigación, está situado en territorio Colombiano, en el departamento de Cundinamarca y provincia de Sabana Centro de la ciudad de Bogotá, en las coordenadas 4°52'11" de longitud norte, 74°08'38" de longitud oriente. Este municipio limita al Norte con el municipio de Tabio, al Oriente con los municipios de Chía y Cota, por el Sur con el municipio de Funza y por el Occidente con los municipios de Madrid y Subachoque. Está dividido en 15 veredas, con una temperatura media de 13°C. Además, el municipio de Tenjo Cundinamarca es una potencia en el desarrollo agropecuario enlazado a las tradiciones y por ende es un foco para el desarrollo turístico, desde la complementación de lo pecuario y lo turístico.

4. Marcos de referencia

4.1. Marco teórico

El agroturismo es una de las modalidades del turismo rural, este ofrece amplios abanicos de posibilidades para practicar esta nueva forma de descansar y de ponerse en contacto con la naturaleza, sobre todo hoy en día donde el turista busca el contacto con la naturaleza intacta y las curiosidades naturales y culturales de un lugar en específico. La definición de turismo rural no está definida con exactitud, debido a que en diferentes países se dan connotaciones diferentes como: Agroturismo, turismo de fincas o Agroturismo. Para el presidente de Agroturismo italiano es: “la hospitalidad de los agricultores en alojamientos restaurados a partir de antiguos edificios rurales y en espacios al aire libre para acampar, los servicios de alimentación o comidas con base en los productos de explotación y las actividades culturales y de ocio realizadas por los turistas en explotaciones agrarias”.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2010), considera el turismo rural no solamente al turismo en fincas o explotaciones agrarias, sino cualquier actividad turística en un espacio rural. De las anteriores definiciones se derivan otras definiciones como el turismo de pueblos y otras modalidades más dependiendo de espacio y forma rural utilizados para su desarrollo.

El turismo rural tiene modalidades particulares, pero en general es un turismo de bajo impacto tanto ambiental como sociocultural, esto facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, recupera el equilibrio físico y psicológico de turista, muestra la realidad de las comunidades anfitrionas, mediante la convivencia autentica y espontanea con sus pobladores, y trae un desarrollo económico que integra a los prestadores de servicios locales y sus anfitriones. Otro de los beneficios a considerar es la recuperación y el mantenimiento de las manifestaciones arquitectónicas y culturales de la región visitada, así como a protección de los entornos naturales. Esta modalidad turística se desarrolla de manera artesanal, ya que sus beneficios se ven reflejados de forma directa en el desarrollo económico regional y comunitario. Para la demanda turística de espacios rurales es importante e interesante para la creación y desarrollo de nuevos servicios y nuevos mercados. Otra característica de esta demanda es en

general buscar un eminente que provenga de grandes ciudades o que sean personas de carácter urbano. El turismo rural da una serie de posibilidades para el desarrollo regional, así como el bienestar tanto de la comunidad receptora como el visitante ocasional o frecuente. Permite que los habitantes de las grandes ciudades tengan acceso a una forma de vida diferente, reintegra al turista al ámbito de la naturaleza, la cultura y las prácticas agropecuarias.

El espacio rural permite encontrar refugio ante las presiones y frustraciones de la vida actual, permite recuperar el asombro y da el acercamiento a las raíces y manifestaciones socioculturales de una región, ofrece la posibilidad de formular estrategias y objetivos que diferencian de forma tajante con modelos pasivos y estandarizados, entre los cuales se pueden citar: Hacer compatibles la conservación y el desarrollo de los servicios turísticos; basado en la protección de patrimonios y el uso de ellos, sin sobreexplotarlos. Creación de una oferta de alojamiento y recreación no concentrada y de pequeña escala, pero coordinada con el nivel local y comercial; basado en ofrecer servicios muy propios que lo distinguen de los convencionales, con su propia personalidad, formas de gestión y organización. Activación económica regional; permite recuperar las inversiones realizadas en la restauración o recuperación de espacios y a su vez darles uso. Por último, la organización y gestión local; estos dos puntos garantizan que la actividad turística tenga un crecimiento sano y que sea desarrollado por la población local, siendo ellos los beneficiarios en el crecimiento y desarrollo de la región.

Otro tema importante para el desarrollo de este proyecto es conocer el sector pecuario que se relacionan con todas las actividades relacionadas con la producción de ganado, esta se constituye como actividades primarias dentro de la economía; como actividad primaria se destina su producción al sector alimenticio, en dado caso de que esta producción sea doble propósito; es decir a la producción de cárnicos y lácteos. La cría de ganado se ha llevado desde tiempos inmemoriales como aquel proceso que supone la comercialización de ganado bovino (vacas), que dependiendo de la capacidad productiva y condiciones físicas, se puede destacar el tipo de producción, en América latina, Asia y África, el agroturismo o actividades turísticas pecuarias (bovinas), se vienen dando hace unos años, se enfocan en la interacción entre el turista y las prácticas ganaderas propias de una región, entre las actividades que realiza el turista en relación con la ganadería bovina se encuentran las siguientes: El destete basado en el proceso de separación de la cría de su madre para

suspender la lactancia con el fin de acelerar su recuperación y así aumentar el índice de preñez de los vientres, normalmente el destete se hace antes de los primeros 70 días de nacido del ternero y es llevado a las guacheras para ser alimentados con suero o leche con calostros recién ordeñada la madre por medio de sondas. La yerra es el proceso de marcación y castración del ganado generalmente se hace antes de invierno por la proliferación de moscas debido a las bajas temperaturas, dentro de esta actividad se realiza la tarea de descornar y de enlazar; la yerra se inicia con el rodeo donde se demuestran las habilidades del jinete al enlazar al novillo y llevarlo hasta el sitio de castración, marcado y descorné. Enlazar y pialar es una actividad donde la persona echa el lazo a los cuernos o cuello del animal; pialar es arrojar el lazo a las patas delanteras (manos) con el objeto de hacerlo caer a tierra, normalmente a un animal de le enlaza para sujetarlo y se piala para derribarlo. Vacunar se realiza en una corraleja donde se en caravanan los animales para proceder al proceso de vacunación amarrándolos con una cincha o cepo con el fin de inmovilizarlos. Señalada es la forma en la que identifican una propiedad de otra; consiste en un corte realizado en las orejas de cada animal; este corte se realiza con tijeras o chuchillo, según la forma de corte de denominan con nombres característicos como: horqueta, zarcillo, muesca, martillo, punta de lanza, etc. La señalada se realiza en el otoño igual que en la yerra ya que no hay peligro de que las heridas se infecten. (Boullón, 2008).

Una variante del turismo de naturaleza, es el turismo rural que se ha desarrollado mucho más en Europa que en América Latina y otros países del tercer mundo. Este ambiente también corresponde a un espacio cultural, ya que los animales y cereales, criados y sembrados respectivamente responden a la voluntad y criterio del hombre.

Al turista rural le interesa conocer las técnicas productivas, forma de vida y trabajo de campo. Por esa razón se debiera tener en cuenta las actividades que realizarán, en cuanto al riesgo, esfuerzo, ya que el turista que va a esos sitios no lo hace para trabajar, sino haciendo como si trabajara.¹

¹ Roberto Boullón. (1993). Ecoturismo, Sistemas Naturales y Urbanos. Temas de turismo. Buenos Aires

Además poder diferenciar el turismo rural del agroturismo, siendo parte de este trabajo brindar información de tipo internacional para comparar y entender nuestras falencias e ir por un camino de experiencias.²

Características

Este tipo de turismo se caracteriza en la práctica consistente sobre el uso de los recursos naturales y culturales de la zona, y a su vez respetan el patrimonio del área; en algunos casos los pobladores locales tienen la autoridad e impulsan la participación de las comunidades con el fin de generar un desarrollo sostenible.

Objetivos agroturismo

- Compatibilidad en la conservación y el desarrollo de los servicios turísticos.
- Creación de una oferta de alojamiento, así como de espacios de recreación no concentrada y de pequeña escala, pero coordinada con el nivel local y comercial.
- Activación económica de la región.
- Organización y gestión local³.

Antecedentes

Surge por los diferentes motivos y condiciones, según las interpretaciones que se tiene de este tipo de turismo en cada país, el contexto se dividió en dos tipos de desarrollo, uno espontáneo y otro planificado; El desarrollo del contexto espontáneo sin la intervención del sector público, surge en Francia, Alemania, Austria y Reino Unido, considerando al turismo rural autosuficiente de requerir sustento público, aunque requerían de apoyos de las políticas agrarias pero sustentadas con fondos propios y de la EU; el desarrollo planificado surgió con la fuerte

² M&W. Tollos, diccionario de turismo, hotelería y transportes. 1998, Buenos Aires

³ Cebrián Abellán Francisco. (2008). Turismo rural y desarrollo local. (Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha). Publicado por secretariado de publicaciones universidad de Sevilla. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=_NjEMwc1i_AC&pg=PA54&lpg=PA54&dq=objtivos+del+turismo+rural&source=bl&ots=LOlih97dvg&sig=pSAJFPlékTjWFWwIPtWQQU_8few&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjqlcDHxbTLAhWI2B4KHYabCgQQ6AEIOTAF#v=onepage&q=objtivos%20del%20turismo%20rural&f=false

intervención del sector público, como en el caso de España, Portugal, Italia y Grecia, en la actualidad tienen programas formulados de desarrollo⁴.

A continuación, se citan algunos casos de mayor relevancia:

Noel di Pierro Valeria (2004) afirmo, [Internacional]:

- EEUU: Año 1990, el presidente George Bush, creó un Consejo Consultivo Nacional para el desarrollo Rural con el objetivo de frenar la depresión económica de las zonas rurales, este Consejo recomendó promover el desarrollo del turismo rural. Actualmente la Federal Tourism Task Force, atiende la problemática del sector. Francia: es uno de los países líderes en cuanto el desarrollo del sector, promovió que el Ministerio de Agricultura y de Turismo creara el Centro Nacional de Recursos en el Espacio Rural, que realiza actividades de promoción y capacitación junto al Ministerio de Educación.
- Holanda: El Poder Ejecutivo holandés deseaba en la década del 80 hacer del campo, no solo un área productiva sino de recreación y atracción. A través del Winand Staring Center, ejecutó en el marco del Proyecto Áreas Rurales Europeas el componente “Back to the Future. New functions for rural áreas in Europe”. Actualmente los agricultores holandeses se ocupan principalmente del agro-camping, en cuanto a las actividades de recreación.
- Reino Unido: En la década de los 70 comienzan los programas de amparo de desarrollo regional y rural. Algunos agricultores ofrecen servicios de alojamiento en Inglaterra y Escocia y otros ofrecen servicios de cabalgatas. En 1989 la Countryside Comisión, que es la agencia que se ocupa de los problemas inherentes al campo e informa la situación al Congreso, publicó una serie de principios destinados al desarrollo del turismo verde.

⁴ Noel Di Pierro Valeria. (2004) el Agroturismo. (proyecto de grado). Universidad Argentina John F. Kennedy. Recuperado de: <http://www.agro.uba.ar/sites/default/files/turismo/publicaciones/agroturismo.pdf>

- Italia: Los servicios de alimentación que brindan los agricultores en sus establecimientos son considerados una extensión de la actividad agropecuaria. Este ejemplo es importante porque Italia mantiene una legislación de neto corte regulatorio en materia de turismo, la que sin embargo no alcanza a los productores agropecuarios.

- España: Recién hacia fines de los 70 se decide iniciar un proceso de fomento del Turismo rural a través de varios proyectos piloto diseñados en el ámbito universitario y con intervención pública. En este país las normativas han tenido un desarrollo regional, todas las Autonomías han generado legislación en lo que respecta a los servicios de alimentación y alojamiento que ofrecen los productores en sus establecimientos. (p.18y19)

- En Latinoamérica es mayor la población rural que en otros países de mayores ingresos, donde en general se caracterizan por la presencia de minifundios, como lo es el caso de Chile y México. Chile ubicado en América del Sur es uno de los países que ha generado una de las políticas más activas en materia de promoción de los establecimientos rurales, brindan servicios de alimentación y venden productos artesanales a los turistas; El Instituto de Desarrollo Agropecuario (INDAP), organizó la red de productores de Chile, reúne un grupo numeroso de pequeños campesinos que ofrecen sus servicios a los turistas. Recientemente el Ministerio de Agricultura de Chile creó la Asociación Chilena de Turismo Rural (ACHITUR). México ha sido uno de los países que se ha desarrollado bajo el turismo rural, por la larga y constante tradición que tienen en el sector agrario, entre algunos de los proyectos Mexicanos se destacan dos (2) proyectos, el primero se ubica en la costa de Jalisco, que inició en 1997, llamado proyecto de haciendas y casa rurales, basado en la recuperación del patrimonio inmobiliario cultural de haciendas, en la actualidad se encuentran catorce (14) establecimientos en funcionamiento y cuatro (4) en proceso de integración.

El otro proyecto que se destaca es en la Bahía de Chacala, en el estado de Nayarit, en el cual se viene implementando un proyecto de agroturismo incipiente. Son campesinos que además de realizar sus actividades tradicionales, se dedican a la pesca con fines turísticos. El proyecto consiste en que estos campesinos construyan un segundo piso donde puedan

alojar al turista y a su familia, la actividad turística se complementa con la agricultura y el visitante que recorre el mundo rural es agasajado gastronómicamente con la comida local que realiza la esposa del dueño de la casa.

- En Colombia fue tomado e interpretado el agroturismo con la fundación de PANACA el 7 de diciembre de 1999, esta idea surge con la necesidad de retomar el sentido de pertenencia hacia la naturaleza y los animales, como objetivo principal de este proyecto fue retornar la mirada hacia el campo. El parque Nacional de la Cultura Agropecuaria (PANACA) está ubicado en el departamento de Quindío, municipio Quimbaya; la principal filosofía del parque PANACA es la interacción humana con la naturaleza y la zoología doméstica, se autodenomina como “una gran finca”, tiene 8 estaciones y más de 4.500 animales domésticos; y pretende que los visitantes conozcan las principales actividades del sector agropecuario y tradiciones del campo.

En general el agroturismo en Colombia está representado por la explotación de este en toda la zona del eje cafetero, formando una serie de rutas por algunas de las fincas productoras de café en los departamentos Quindío, Risaralda, Caldas, Antioquia, Valle del Cauca y parte del Tolima; alguna fincas reconocidas encontradas en estos departamentos son, finca cafetera el Balso ubicada a cinco kilómetros de la ciudad de Armenia vía al Valle del Cauca (5KM), finca cafetera La Pequeña Suiza ubicada en la ciudad de Armenia, vereda el Caimo, y por ultimo finca Villa Marta ubicada en la ciudad de Pereira; las anteriores Fincas Cafeteras nombradas son referencia para las diferentes regiones o diferentes municipios en vía al desarrollo del agroturismo, todas las actividades realizadas en estas fincas van relacionadas con la actividad agropecuaria de la región, algunas son el vestir al huésped con la ropa tradicional de esta región y enseñarle a cosechar café, otra es la interacción con los animales de esta región que ayudan al campesino con el trabajo diario⁵.

⁵ Panaca. (2016).

4.2. Marco conceptual

Según Zamora (2008), para hablar de Agroturismo, primero se debe hablar de otras terminologías que son los componentes específicos para la construcción de este término, se debe definir que el turismo alternativo son los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto con la naturaleza y expresiones culturales con actitud y compromiso de respetar, conocer, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales de un lugar en específico, de esta forma se debe introducir el término de turismo comunitario que es aquel donde ciertos grupos de la comunidad se agrupan para la prestación de servicios turísticos, generalmente estas agrupaciones se dan en comunidades rurales e indígenas y buscan compartir con el visitante su modo de vida, sus costumbres y su cultura; así de esta forma se debe definir el turismo rural que es una de las modalidades del turismo alternativo, compuesto o definido por las actividades turísticas que se realizan en espacios rurales y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones, la forma de vivir de esta población y los atractivos de estas zonas; con estos componentes se puede hablar del Agroturismo que son las actividades turísticas desarrolladas en áreas agropecuarias que tienen como fin el aprovechamiento del medio ambiente rural, ocupada por una sociedad campesina, que muestra y comparte las técnicas agrícolas, su entorno cultural, natural y socio productivo; a continuación se presentan las diferentes actividades agroturísticas que podrían llegar a interesar al turista, actividades relacionadas con la agricultura: dependiendo las épocas del año y el tipo de clima pueden variar las labores de siembra y cosecha, aunque la participación del turista sea de aspecto recreativo, de esta forma los procesos normales de producción no serán entorpecidos ni interrumpidos. Para el perfecto desarrollo de estas actividades se recomienda realizar las labores en pequeños predios, esto permitirá la intervención más activa de los turistas, los agricultores deben realizar sus labores con herramientas tradicionales de la región, con el fin de exponer sus labores diarias y tradiciones propias, a continuación, se presentará un listado de tareas relacionadas con el manejo productivo:

Las actividades agrícolas se dividen en cuatro: labores de pre-siembra; se encuentran actividades como el arado de reja y vertedera, discos, doble acción, excéntrica, vibro cultivador o cincel, la fertilización en cobertura total o en bandas, riego por inundación, canales, aspersión, goteo, inoculación de leguminosas. Labores de siembra convencional o directa: pasturas perenes y anuales dadas de marzo a junio, cultivos anuales; el trigo de junio a agosto, el maíz de septiembre

a octubre y la soya de noviembre a enero. Las labores prácticas de protección; control de malezas, aplicación de herbicidas y el escardillado. Labores de cosechas: el trigo de diciembre a enero, el maíz de abril a mayo y la soya en mayo. El agroturismo crece en proporción y diversificación, por ello los productores debe incorporar la mayor cantidad de actividades posibles, ya que las finalidades de las actividades son demostrativas y no productivas.

Las actividades relacionadas con la ganadería: se encuentran siete actividades relacionadas con la ganadería bovina y ovina, las cuales se relacionaran a continuación: el destete; se basa en suspender la lactancia del animal con el fin de acelerar su recuperación y así aumentar el índice de preñes, tradicionalmente se desteta entre los seis y ocho meses de la vida del ternero, en algunos casos el ternero es llevado a la guachera donde es alimentado con el ordeño de la madre con el fin de obtener el calostro el cual se da al ternero en mamadera o sonda. La yerra; es la castración y marcación del ganado vacuno normalmente se realiza antes del invierno, por la menor proliferación de moscas debido a las bajas temperaturas, este trabajo incluye la tarea de descornar a los animales, normalmente en acontecimientos campesinos era un acontecimiento de fiesta ya que los hombres exhibían sus habilidades de jinetes y enlazadores, se enlaza y piala al animal hasta la corraleja inmovilizándolo y pisándole el cogote para caparlo normalmente con un cuchillo o navaja, enseguida traían el hierro enrojecido para aplicarlo con mano firme en el cuarto trasero izquierdo del orejano. Enlazar y pialar; el enlazar es echar el lazo a los cuernos o cuello del animal, y pialar es arrojarle el lazo a las patas delanteras (manos), con objeto de hacerlo caer a tierra. Vacunación; se inmoviliza del cogote con un cepo con el fin de descornarlos o aplicar alguna inyección. Descole y señalada; el descole es el corte de la cola a las hembras y la capada de los corderos machos que al crecer tomaran la categoría de capones aptos para el consumo de carne, la señalada es la forma de identificar la propiedad en ganado menor como, ovejas, cerdos, cabras, etc. Consiste en un corte en una o las dos orejas del nacido ese año, se llevan a cabo con tijeras o cuchillo y de acuerdo al corte se le da un nombre característico, por ejemplo, horqueta, zarcillo, muesca, doble muesca, martillo, punta de lanza, etc. La esquila; es el corte de lana realizado a los ovinos se realiza una vez por año y se acostumbran dos tipos de corte la entera y media lana. Baño de ovinos; se realiza con el fin de prevenir enfermedades en la piel del animal, es un pasillo por el cual pasan los animales y son lavados con agua y medicamentos líquidos.

Actividades relacionadas con los equinos: se encuentran cinco actividades que miden las habilidades del turista, y serán relacionadas a continuación: jinetear; consiste en un espectáculo donde las personas experimentadas montan a crina limpia o potro pelado con el fin de lucir los atributos de animal. La doma; consiste en el proceso de amansar al animal de forma racional, sin violencia y sin palenquearlo, también consiste en acostumar al animal a los ahitamientos de la monta criolla es decir los caballos de silla o de andar. Amadrinar; es el proceso de acollarar a una yegua madrina con el fin de acostumar a los caballos a seguir a esta yegua. El rodeo, aparte y arreo; el rodeo consiste en acostumar el caballo a dar vueltas en un cuadro de un campo. El arreo consiste en trasladar a los animales de un potrero a otro. La carrera cuadrera; son carreras típicas disputadas en los hipódromos las distancias oscilan entre los trecientos a quinientos metros.

Otras tareas; se encuentra el cuerear y la producción de embutidos, el cuerear consiste en desangrar el animal y secarlo, con el fin de curtir el cuero para la elaboración de productos, la producción de embutidos consiste en picar la carne de cerdos y bovinos, condimentarlas y luego venderlas en los pueblos rurales. Actividades relacionadas con las instalaciones: el alambrado son herramientas para implementar el pastoreo rotativo en subdivisiones creadas dentro de los potreros ganaderos. El molino de viento; son utilizados con el fin de extraer aguas subterráneas. El tanque australiano; es un reservorio artificial de agua aproximadamente de un metro o tres metros de profundidad, es de forma circular. La matera; es un lugar techado bajo el cual se reúne la peonada en los momentos de descanso normalmente hay un fogón y algunos bancos. Cuarto de recados y monturas; es el cuarto que contienen el conjunto de piezas con que se ensilla un caballo de montar, normalmente en los establecimientos rurales se exponen piezas como: apero, freno, bozal, pretal, maneador, cabestro, cabezadas, riendas, rebenque, manea y lazo, adicional los cuartos de recados contienen los medicamentos veterinarios y concentrados.

Las actividades del turista se definen según Zamora (2008), como cada tarea, esta puede ser una actividad contemplativa, participativa o en algunos casos juntas a la vez. La mayoría de actividades son contemplativas ya que muchas veces la participación está limitada por las preferencias, el riesgo o la falta de experiencia y habilidad del turista. Se debe incluir un programa lo más completo y diverso posible, tratando de equilibrar los distintos tipos de actividades durante la visita al establecimiento rural. Actividades tales como el arreo, ordeño y yerra son de tipo participativo. En

el caso del descorné, marcada, señalada, enlazada y pialada son de tipo contemplativo, en algunos casos según las habilidades del turista, las actividades contemplativas pueden convertirse en actividades participativas.

4.3. Marco geográfico

Tenjo es un municipio de Cundinamarca (Colombia), ubicado en la Provincia de Sabana Centro, se encuentra a 37 kilómetros de Bogotá. Hace parte del área metropolitana de Bogotá, según el censo DANE 2005. Se encuentra ubicado al noreste de Bogotá a 57 Km pasando por Chía, Cajicá y Tabio, puede llegarse también por la autopista Medellín a 21 Km de la capital, vía Siberia – Tenjo.

Tenjo está conformado por 15 veredas pobladas por 10.459 habitantes, de los cuales 2.037 pertenecen al área urbana. El 30 por ciento de la población económicamente activa vive de las actividades pecuarias y agrícolas.

Las veredas de mayor importancia según Alfonso Zapata (1998), para la realización de este proyecto son, la vereda de Chince, la vereda de Poveda I, la vereda de Poveda II, la vereda Santa Cruz y la vereda Guangata, ya que cuentan con la mayor parte de terrenos fértiles para la producción ganadera y agrícola, dentro de estas veredas se pueden destacar fincas como la Versalles, la Provincia, la Guancha, Fincas Meridor y la finca criadero la Herradura.

Para el proyecto de actividades turísticas pecuarias del municipio de Tenjo Cundinamarca se destacan las fincas la Versalles y la Provincia, ya que, por el reconocimiento y posicionamiento en producción de ganadería, son las más apropiadas para el desarrollo de este proyecto. Adicional a esto, contamos con el apoyo de los dueños de estas fincas, la señora Nyla Vega dueña de la finca La Versalles demostró el interés por el proyecto y ofreció sus instalaciones para el desarrollo de este proyecto, el señor Bernardo Posada dueño de la finca La Provincia, tiene gran interés en desarrollar este proyecto en su finca, adicional mostro y explico todos los procesos que en ella se desarrollan.

El municipio de Tenjo Cundinamarca se caracteriza por todas aquellas actividades relacionadas con la historia, la cultura, la arqueología y el medio ambiental, ofreciendo a sus visitantes diferentes atractivos como lo son: La feria dominical; esta feria va relacionada con todas las artesanías costumbres y diversidad cultural que se puede encontrar en el municipio de Tenjo, la Peña de Juaica es otro de los atractivos que se encuentran; es una de las montañas con mayor altitud que se podrá encontrar en los alrededores de sabana centro, es un icono ya que por su diversidad de flora y fauna la convierte en un pulmón de esta zona, además de esto esta montaña ha sido considerada como una puerta astral, asociada a fenómenos paranormales y eventos relacionados con el fenómeno del OVNI.

Entre otros de sus atractivos se encuentra la Capilla Doctrinera, ubicada en la plaza central del municipio; Es un centro religioso declarada patrimonio histórico cultural de la nación, construida entre el 1603 y 1607 con fines de adoctrinamiento, dentro de sus actividades se encuentran el día del campesino celebrado el 20 de julio y el festival del maíz celebrado en el mes de septiembre, todo esto relacionado con conmemorar y agradecer a la comunidad campesina por el trato dado a la tierra y por las grandes facultades y habilidades que tienen estas personas.

A nivel gastronómico según Alfonso Zapata (2015), el municipio de Tenjo ofrece una gran variedad de opciones, entre los cuales se pueden encontrar restaurantes desde los \$10.000 el plato hasta los \$75.000; estos restaurantes de precios bajos (\$10.000) se encuentran principalmente ubicados en el casco urbano del municipio, mientras los otros se encuentran ubicados en las veredas del municipio; son Centros pedagógicos y culturales en los cuales el cliente tiene la oportunidad de interactuar con las actividades cotidianas de la vida del campo, entre otras actividades que se pueden realizar es la interacción y conocimiento de los animales domésticos entre otros.

Principalmente dentro de estos centros pedagógicos y culturales se encuentran, La granja pedagógica Faunaticos, Restaurante la Granja, Restaurante granja el abuelo, Eco parque Tigua Magüe, entre otros⁶.

⁶ Tenjo en palabras I y II. Zapata Silva Alfonso. (1998 y 2015). Edición 1. Libro escrito por un habitante nativo del municipio de Tenjo Cundinamarca, historiador y gran conocedor de la historia propia del municipio.

4.4. Marco legal

Legalmente existen leyes que apoyan al turismo y planes de gobierno que fomentan e incentivan a la comunidad para que colabore con la atención adecuada al turista. Entre estos encontramos.

Política de Turismo de Naturaleza en que otorga mayor potencialidad, fuerza y dinamismo al sector para lograr ser motor de desarrollo regional, con el objetivo de “mantener los logros alcanzados y consolidar al sector como uno de los de mayores perspectivas de la economía nacional, garantizando que la actividad turística sea sostenible e incluyente.”

Esta política pública contó con nueve líneas estratégicas para su implementación:

- Ordenamiento y planificación de las áreas.
- Determinación de los requerimientos de infraestructura, planta turística y actividades permitidas en las áreas en las que se desarrolle el ecoturismo.
- Establecimiento de programas de monitoreo y aplicación de correctivos para los impactos negativos.
- Determinación de las responsabilidades de los actores locales y regionales.
- Formación, capacitación y sensibilización de los actores regionales y locales.
- Investigación de mercados y diseño del producto eco turístico.
- Desarrollo de estándares de calidad para el servicio.
- Fortalecimiento de organizaciones empresariales de base para la prestación de servicios.
- Promoción y comercialización de los servicios.

Actualmente el panorama nacional en las zonas rurales en Colombia, el turismo rural se ha podido apreciar en el territorio de Urabá Antioqueño, con el desarrollo del Agroturismo, basándose en el proceso del banano desde el momento de la siembra hasta la exportación a los distintos

destinos. Mientras en el valle del Cauca el principal cultivo son las hortalizas, cítricos y madre viejas del río Cauca, permitiendo que el turista visite los sitios de producción agrícola⁷.

- Plan Municipal de desarrollo “Honestidad, cambio y resultados para la prosperidad”.

El plan de desarrollo municipal 2012-2015 presentado, apuesta a que las personas tengan habilidades y conocimiento para desempeñar un tipo de vida que consideren valiosa e incrementen las posibilidades de elección. Para esto se requiere diversidad de oportunidades y mejora de medios para vivir bien por medio de la ejecución de iniciativas de proteger y atender un enfoque deferencial a la población. Profundización en cada una de las modalidades de turismo rural en el campo legal.⁸

- Los Lineamientos de la política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia:
Contexto de la política: El turismo comunitario se compromete como una estrategia local para el aprovechamiento de las condiciones sociales, económicas, culturales y ambientales, que con unas mínimas oportunidades y capacidades puedan transformar su realidad y entorno en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, y así posibilitar a las zonas rurales en la interacción de las familias campesinas con los visitantes, permitiéndoles ejercer un papel protagónico en su planificación y gestión, permitiendo la distribución de utilidades y beneficios; esta tendencia de desarrollo turístico se enfoca en el aprovechamiento de los recursos naturales y en la valorización del patrimonio, los derechos humanos, sociales y culturales de sus habitantes.⁹
- Plan Sabana Centro; establece que el municipio de Tenjo Cundinamarca, sea la puerta de entrada de la ruta de Sabana Centro, de este modo Tenjo se integra en grupos de trabajo con características similares, es decir grupos dedicados a la comercialización del turismo de naturaleza, turismo cultural y agroturismo.¹⁰
-

⁷ Política de turismo de naturaleza (2012).

⁸ Ley 300 de 1996.

⁹ Lineamientos de la política de desarrollo de turismo comunitario en Colombia

¹⁰ Plan de desarrollo inmerso en el plan de desarrollo municipal 2017

5. Metodología

- Tipo de investigación: Es una investigación de tipo descriptivo, ya que se desea conocer una situación, costumbre y actitud predominante a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas; con el fin de predecir e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables.
- Vocación: Las fincas serán el foco de esta investigación, ya que son el punto de partida para la elaboración y ejecución de este trabajo de investigación.
- Instrumentos: Encuestas; con el fin de conocer los conocimientos y experiencias que ha tenido la población local frente al turismo y ver la reacción frente a la idea de implementar un desarrollo agro turístico en el municipio. Las encuestas se desarrollarán con el fin de analizar y diagnosticar la demanda de los turistas que visitan el municipio de Tenjo Cundinamarca.
- Enfoque: Será de enfoque cualitativo ya que se busca revelar a profundidad las características de este proyecto.

6. Administración del proyecto

- Recursos humanos: Se necesita de la colaboración de la directora y de la secretaria de la oficina de turismo del municipio de Tenjo Cundinamarca, y de la colaboración de la coordinadora del punto de información turística.
- Recursos técnicos: Se necesita de los informes y documentos informativos que maneje la secretaria de turismo en el municipio de Tenjo que tengan relación con el desarrollo turístico.
- Recursos tecnológicos: se necesita de un equipo de cómputo y bases de datos con información del personal activo en turismo del municipio.
- Recursos financieros: Para la elaboración de la investigación se necesita \$ 300.000; para gastos relacionados con transporte, fotocopias, impresiones y otros gastos.

7. Capítulo N° 1: Diagnosticar las potencialidades turísticas viables en fincas del municipio de Tenjo Cundinamarca

La zona de estudio de este proyecto se denomina las fincas Agropecuarias en el municipio de Tenjo Cundinamarca, con el fin de desarrollar el primer capítulo denominado, “Realizar un diagnóstico de las fincas potencialmente viables para el turismo en el municipio de Tenjo Cundinamarca”, se contemplan las siguientes etapas:

7.1. La potencialidad turística

Según Maass (2009) el potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos. La valoración de los recursos incluye, como etapa previa, la elaboración de un inventario que integre la información descriptiva más relevante de dichos recursos. Asimismo, la SECTUR (2002) afirma que toda zona que considere desarrollar o ampliar su turismo debe evaluar cuidadosamente sus recursos turísticos. Entre éstos figuran todos los tipos de atracciones y actividades actuales o posibles relacionadas con el medio ambiente natural, el patrimonio cultural y los rasgos específicos de la zona, como actividades económicas, sitios urbanos, entorno rural, servicios de salud, lugares religiosos, instalaciones y servicios turísticos ya en funcionamiento infraestructura de transporte y general, y disponibilidad de mano de obra cualificada.

Al respecto, Ritchie y Crouch (2005), señalan dos elementos esenciales para determinar el potencial turístico de un destino:

- Los recursos y atracciones principales: Fisiografía y clima, cultura e historia, lazos del mercado, mezcla de actividades eventos especiales, entretenimiento y superestructura.
- Los factores de apoyo y los recursos: La accesibilidad, recursos facilitadores, la hospitalidad, iniciativa y voluntad política.

El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales.

Para realizar una evaluación del potencial turístico según Crouch (2005), es necesario primeramente valorar cuál es el desarrollo turístico actual para determinar de qué manera los productos turísticos actuales contribuyen al turismo del destino. Esto permite conocer de qué manera dichos productos es que se deben de tomar en cuenta en la evaluación del potencial turístico de un destino, ya que esta permitirá definir qué tanto puede desarrollarse turísticamente. Teniendo en cuenta los siguientes ítems.

Tabla 1. Potencialidades de un destino.

Recursos naturales.
Recursos culturales.
Equipamiento, instalaciones, servicios y atractivos artificiales.
Infraestructura y servicios básicos.
Perfil del turista.
Gustos y preferencias.
Tendencias del turismo.

Fuente: Universidad Externado de Colombia.

El turismo se puede ver como el incentivo para un desarrollo local de un gran número de zonas rurales, este es un sector que se encuentra en auge permitiendo estimular múltiples actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales propias de un lugar, y así generar empleo para la población más joven de las zonas rurales y minimizando o extinguiendo el éxodo rural. Se debe contemplar que el turismo no es la panacea para solucionar los problemas de desarrollo de un lugar, ni de las zonas rurales así están predispuestas a esta actividad.

Es un error considerar que el sector turismo es la única alternativa o solución para mejorar el desarrollo de la agricultura o de otra actividad económica local que se encuentre en dificultades, la única manera de confirmar que un territorio posee en verdad un potencial turístico que justifique una inversión, es a través de una evaluación donde se tenga en cuenta la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado. La evaluación de un territorio debe arrojar resultados de oportunidad, con el fin de superar obstáculos importantes y evitar errores.

Aunque la evaluación no siempre arroja datos fiables sobre las perspectivas de desarrollo efectivas del sector, una evaluación precisa del potencial turístico del territorio constituye una excelente base de adopción de decisiones para los organismos de desarrollo, ya que permite minimizar los riesgos de implicarse en malas inversiones. El evaluar el potencial turístico local conlleva a dos fases fundamentales.

- El análisis de la situación: Es la fase donde se examina la oferta, la demanda, la competencia y las tendencias del mercado.
- El diagnóstico: Es el comparar los resultados del análisis de la situación, que permite identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, las oportunidades y los riesgos, y por último decidir la conveniencia de desarrollar el proyecto en la zona.

Para estos puntos es vital recoger información de fuentes internas y externas.

El análisis de la situación, esta fase consiste en evaluar toda la situación del entorno en cuanto a la oferta y conocer todo en cuanto a ella, para ello si la información interna es correcta permitirá identificar los puntos fuertes y débiles del territorio, también es necesario especificar detalladamente las condiciones generales externas: los operadores turísticos locales tienen que tener a su disposición toda información relativa a las características del mercado en su conjunto, en particular las informaciones sobre la demanda y la competencia. La previsible evolución de las tendencias del mercado a corto y medio plazo también condiciona el desarrollo del turismo.

El diagnóstico, permite confrontar los resultados de la oferta permitiendo conocer los puntos fuertes y débiles del territorio, comparados con las oportunidades y riesgos del sector turístico en

el mercado, permite el desarrollo de estrategias a largo o corto plazo con el fin de tener un desarrollo constante del territorio. Los elementos indispensables de la oferta serán tomados como los aspectos de mayor relevancia para poder evaluar las fincas consolidar la lista de chequeo y así tener de herramienta estos elementos en la formación del inventario.¹¹

7.2. Aspectos de la oferta local

^{si}

Para poder generar una lista de chequeo según el LEADER EUROPEAN OBSERVATORY (2014), se deben tener en cuenta diferentes aspectos o elementos que hacen posible un desarrollo turístico, se tomarán como la base fundamental para evaluar cada una de las fincas seleccionadas, a continuación, se nombra cada uno de los elementos:

Tabla 2. Aspectos indispensables de la oferta local.

Factores Naturales.
Situación geográfica y tamaño del territorio.
Situación geológica y condiciones climáticas.
Hidrografía.
Paisajes, fauna y flora.
Factores Socioeconómicos
Estructura económica. (Según el campo)
Estructura socio-demográfica.
Estructura político-administrativa.
Infraestructuras y Servicios disponibles.
Equipamientos.
Transportes.

¹¹ LEADER EUROPEAN OBSERVATORY, líder en investigaciones científicas y tecnologías de Europa.

Servicios.

Factores Culturales.
Historia.
Costumbres / Productos artesanales locales.
Configuración de los lugares.
Monumentos y curiosidades.
Lugares para visitar y visitas guiadas.
Atracciones, manifestaciones culturales etc.

Deportes y ocio.
Ciclo turismo.
Senderismo.
Equitación.

Alojamiento.
Capacidad local.
Distribución local.
Calidad y precios.

Restauración.
Capacidad local.
Distribución local.
Calidad y precios.

Posibilidades de organizar conferencias y seminarios.
Centros de congresos y exposiciones.

Salas de seminarios y equipamientos técnicos.

Fuente: Leader European Observatory.

7.3. Herramientas de diagnóstico

- La matriz FODA, consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas. También se puede definir como una herramienta básica que proporciona la información pertinente a la implantación de acciones preventivas y correctivas, generando nuevos proyectos o mejorando las ya existentes acciones propias de la planeación estratégica.
- Matriz de impacto: Es una herramienta que permite resumir visualmente los pros y contra de posibles soluciones al problema estudiado. También permite establecer prioridades al momento de escoger la solución más adecuada tomando en cuenta dos criterios:
 - Nivel de dificultad para implementar la solución.
 - Nivel de impacto de beneficios al momento de resolver el problema.

Según Sabela Murada (2014), es una herramienta de análisis cualitativo de riesgos que nos permite establecer prioridades en cuanto a los posibles riesgos de un proyecto en función tanto de la probabilidad de que ocurran como de las repercusiones que podrían tener sobre nuestro proyecto en caso de que ocurrieran. Como se puede ver en la siguiente ilustración, la matriz se compone de dos ejes: un eje vertical en donde se establecen los valores de probabilidad (entre 0 – imposible y 1 – siempre) y un eje horizontal en donde se establecen los valores del impacto del riesgo sobre los objetivos de nuestro proyecto (en donde 0 implica que ese riesgo no repercutirá en los objetivos y 1 que dificultará en gran medida el cumplimiento de los mismos). Los valores obtenidos en las diferentes celdas de la matriz son el resultado de multiplicar la probabilidad de ocurrencia por el impacto del riesgo, indicando los valores más altos (máximo 1) los riesgos más críticos del proyecto y los más bajos los menos relevantes.¹²

¹² Sabela Murada. (2014) Proyectos productivos. (Tesis).

- **Árbol de problemas:** Se puede comenzar por la identificación del problema más importante y de sus causas y consecuencias, el resultado alcanzado se expresa mediante el trazo o dibujo del árbol del problema. Debe llegarse a un consenso sobre el problema central que constituirá la base del tronco. Luego el grupo determina los principales efectos y consecuencias de este problema que los inscriben en las ramas principales del árbol, reservándose las ramificaciones para los efectos secundarios (consecuencias de las consecuencias). En las raíces se expresan las causas y orígenes del problema central, ordenándose también en causas principales y secundarias. El resultado es fijar una jerarquización de las causas y consecuencias de la situación de desigualdad planteada. El árbol de problemas y soluciones puede ser elaborado por el investigador o bien por los propios sujetos protagonistas de la realidad social sobre la que se quiere actuar. El árbol se realiza en un soporte gráfico (valdría una hoja, una cartulina, una pizarra, etc.).¹³
- **Matriz EFI:** Según Frederick Harley (1960), este instrumento sirve para formular estrategias resume y evalúa las fuerzas y debilidades más importantes dentro de las áreas funcionales de un negocio y además ofrece una base para identificar y evaluar las relaciones entre dichas áreas. Al elaborar una matriz EFI es necesario aplicar juicios intuitivos, por lo que el hecho de que esta técnica tenga apariencia de un enfoque científico no se debe interpretar como si la misma fuera del todo contundente. Es bastante más importante entender a fondo los factores incluidos que las cifras reales.
 - Haga una lista de los factores de éxito identificados mediante el proceso de la auditoría interna. Use entre diez y veinte factores internos en total, que incluyan tanto fuerzas como debilidades. Primero anote las fuerzas y después las debilidades. Sea lo más específico posible y use porcentajes, razones y cifras comparativas.
 - Asigne un peso entre 0.0 (no importante) a 1.0 (absolutamente importante) a cada uno de los factores. El peso adjudicado a un factor dado indica la importancia relativa del mismo para alcanzar el éxito de la empresa. Independientemente de que

¹³ Universidad Alicante. (2012).

el factor clave represente una fuerza o una debilidad interna, los factores que se consideren que repercutirán más en el desempeño de la organización deben llevar los pesos más altos. El total de todos los pesos debe de sumar 1.0.

- Asigne una calificación entre 1 y 4 a cada uno de los factores a efecto de indicar si el factor representa una debilidad mayor (calificación = 1), una debilidad menor (calificación = 2), una fuerza menor (calificación = 3) o una fuerza mayor (calificación = 4). Así, las calificaciones se refieren a la compañía, mientras que los pesos del paso 2 se refieren a la industria.
- Multiplique el peso de cada factor por su calificación correspondiente para determinar una calificación ponderada para cada variable.
- Sume las calificaciones ponderadas de cada variable para determinar el total ponderado de la organización entera.

Sea cual fuere la cantidad de factores que se incluyen en una matriz EFI, el total ponderado puede ir de un mínimo de 1.0 a un máximo de 4.0, siendo la calificación promedio de 2.5. Los totales ponderados muy por debajo de 2.5 caracterizan a las organizaciones que son débiles en lo interno, mientras que las calificaciones muy por arriba de 2.5 indican una posición interna fuerza. La matriz EFI, al igual que la matriz EFE, debe incluir entre 10 y 20 factores clave. La cantidad de factores no influye en la escala de los totales ponderados porque los pesos siempre suman 1.0.¹⁴

- Matriz EFE: La matriz de evaluación de los factores externos (EFE), según Frederick Harley (1960), permite a los estrategas resumir y evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, jurídica, tecnológica y competitiva. La elaboración de una matriz EFE consta de cinco pasos: Haga una lista de los factores críticos o determinantes para el éxito identificados en el proceso de la auditoría externa. Abarque un total de entre diez y veinte factores, incluyendo tanto oportunidades como amenazas que afectan a la empresa y su industria. En esta lista, primero anote las oportunidades y después las amenazas. Sea lo más específico posible, usando porcentajes, razones y cifras comparativas en la medida de lo posible. Asigne un peso relativo a cada

¹⁴ Frederick Harley. (1960). Modificado en (2010).

factor, de 0.0 (no es importante) a 1.0 (muy importante). El peso indica la importancia relativa que tiene ese factor para alcanzar el éxito en la industria de la empresa.

Las oportunidades suelen tener pesos más altos que las amenazas, pero éstas, a su vez, pueden tener pesos altos si son especialmente graves o amenazadoras. Los pesos adecuados se pueden determinar comparando a los competidores que tienen éxito con los que no lo tienen o analizando el factor en grupo y llegando a un consenso. La suma de todos los pesos asignados a los factores debe sumar 1.0.¹⁵

7.4. Selección de la herramienta de diagnóstico

El estudio y diagnóstico de las fincas potencialmente viables para el turismo en el municipio de Tenjo Cundinamarca, se realiza bajo la matriz FODA para conocer con mayor claridad los recursos con los que cuenta las diferentes fincas del municipio, con el fin de determinar la factibilidad técnica, operativa y financiera, para determinar el alcance y la viabilidad de este proyecto.

La matriz FODA, consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa, es decir las oportunidades y amenazas. También se puede definir como una herramienta básica que proporciona la información pertinente a la implantación de acciones preventivas y correctivas, generando nuevos proyectos o mejorando la ya existente acción propia de la planeación estratégica.

En otras palabras:

Es una estructura conceptual que da origen a un análisis o desarrollo sistemático, para facilitar las modificaciones en las amenazas y oportunidades externas frente a las fortalezas y las debilidades internas de una organización o proyecto. Esta matriz enfrenta los factores internos y externos, con el objetivo de generar diferentes opciones de estrategias.

¹⁵ Frederick Harley. (1960). Modificado en (2010).

La matriz FODA se compone de las siguientes variables:

- **Fortalezas:** Se definen como las capacidades especiales por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se tienen y actividades que se desarrollan positivamente.
- **Debilidades:** Son factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son los recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. Pero que podemos tener influencia sobre ellas al conocerlas, para reducir sus efectos en la empresa.
- **Oportunidades:** Son las variables que resultan positivas, favorables, explotables y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, ya que permiten obtener ventajas competitivas con respecto a otras.
- **Amenazas:** Son situaciones que provienen del entorno externo y que puedan llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización, difícilmente podemos incidir en estas, sin embargo, es esencial conocerlas para minimizar la capacidad que tienen de afectarnos.

El análisis FODA según Luis Herminio Anilema (2012), ha sido utilizado por muchas organizaciones con el fin de generar nuevas estrategias creando productos y servicios, buscando detectar y aprovechar las oportunidades particulares para un negocio en un momento dado, eludiendo sus amenazas, mediante un buen uso de sus fortalezas y una neutralización de sus debilidades.¹⁶

7.5. Descripción general del municipio de Tenjo Cundinamarca

El municipio de Tenjo es un poblado netamente Chibcha, Tenjo en vocablo Chibcha significa el Boquerón, según el diccionario de Acosta Ortegón, su significado no corresponde a los términos geográficos porque la ubicación del municipio está en un valle angosto entre dos altas serranías, que al sur dan salida a la sabana de Bacata y al norte dan salida al Boquerón de Tiquiza. En años como 1593 el Valle de Tenjo estaba subdividido en pequeñas poblaciones como lo eran:

¹⁶ Luis Herminio Anilema Morales. (2012) Proyecto Agroturísticas. (tesis). Escuela superior politécnica de Chimborazo. Recuperado de: <http://dspace.esoch.edu.ec/bitstream/123456789/1843/1/23T0311%20%20ANILEMA%20LUIS.pdf>

Tenjo, Songota, Churuguaca, Tabio, Gines y Guangata, Años más tarde con la visita de Diego Gómez de Mena se organiza a cada uno de los caciques, con el fin de integrar un nuevo pueblo, el 8 de abril de 1603 la real Audiencia de su Majestad otorga el permiso a Diego Gómez de Mena a organizar dos o tres municipios en esta zona, este mismo año se da orden directa para la construcción de la primera iglesia de la zona (actualmente Museo Religioso, Tenjo), con el fin de desarrollar un pueblo alrededor de la iglesia.

Desde esos aquellos tiempos la vida religiosa era lo más importante para esta comunidad, esto a su vez atrajo el desarrollo económico, ya que las ofrendas a los dioses iban inclinadas a los tributos, entre ellos, según Alfonso Zapata (2015), se encontraban el maíz, la lana y el oro. En otro contexto la vida económica del municipio se basó en la agricultura y la ganadería, y a su vez en productos elaborados a partir de estos, cabe anotar que desde el momento en que se diseñó el escudo del municipio se otorgó un espacio para resaltar la agricultura y la ganadería, enfocando primordialmente la espiga del maíz, la cabeza de un equino y un bovino.

Ilustración 1 Escudo municipio de Tenjo.



Fuente: Alcaldía Municipal.¹⁷

La superficie del municipio es de 108 kilómetros, de los cuales 106 se hallan en el piso térmico frío y los otros dos corresponden al páramo, este territorio se extiende desde los 4^a.45 11,2 N hasta los 4^a.54 30,4 N y respecto al meridiano de Greenwich está entre los 74^a.05 04W y los 74^a.1324 W, por lo cual presenta gran variedad de vida. Cuenta con gran diversidad de recursos naturales, paisajes formidables, gente trabajadora y terrenos productivos por excelencia; es considerado un municipio netamente agrícola y ganadero, que destina al mercado: Maíz, papa, Arveja, lechuga tomate, cebolla, habas, zanahoria, remolacha, cubios, carne, leche, queso, mantequilla entre otros.

¹⁷ Tomado de la página Web.

Se ubica en la sabana centro de Bogotá del cual dista de 47 kilómetros por carretera pavimentada, siendo la cabeza o eje principal de la cabecera del corredor turístico, por esta razón tiene una gran influencia inmediata en la ciudad de Bogotá.

Ilustración 2. Mapa Veredal del Municipio.



Fuente: Alcaldía Municipal.¹⁸

Por su ubicación presenta precipitaciones y en los meses de Diciembre a Mayo son los más lluviosos y los secos de Junio a Noviembre, esto interfiere en el uso del agua que es diverso, mayormente se utiliza en actividades agrícolas y consumo humano, pero la abundancia de esta, varía según la época del año, encontrando cantidades razonables o suficientes en la época de invierno; y, con una alarmante disminución en la época de verano, afectando directamente a todos los consumidores primarios en actividades como: riego de cultivos y áreas de pastoreo, disponibilidad de agua para el consumo de los habitantes; así los terrenos y paisajes naturales se observan secos, aumentando con ello problemas de desertificación, erosión, menor cantidad de recursos para la fauna local y como respuesta directa de estos, disminuye el bienestar para el ser humano.

¹⁸ Tomado de la página Web.

Son características sociales propias del municipio.

La mayoría de sus habitantes según Alfonso Zapata y Amparo Cortes (2013), viven de la agricultura, la ganadería, el comercio y el turismo; sobresaliendo este último por la gran acogida en el sector comercial. Se calcula que cada fin de semana llegan unas cuatrocientas personas, por sus características geográficas, lo que permite a los jóvenes principalmente realizar actividades deportivas como el ciclismo y el motociclismo; por los famosos restaurantes, que por su tradición en la elaboración de exquisitos y refinados platillos nacionales e internacionales, invitan a propios y a extraños a engolosinarse con el dulce aroma y su grato sabor; y, finalmente por su cultura y tradición, Tenjo se ha vuelto el centro vacacional por excelencia, de ahí que sus habitantes han invertido y han creado la mayor parte de planta turística con la que cuentan, en su gran mayoría restaurantes y parques recreativos, en los que se muestra la diversidad gastronómica de la zona. Entre los platos típicos que se preparan están: sopa de yotas, el cocido, mazamorra de pisto, mazamorra de pintao, mazamorra dulce, el cuchuco con espinazo de cerdo, el ajiaco, el sancocho de gallina, el mute con pezuña, el candil, el masato, la chicha, el guarapo, la mistela.

La principal celebración religiosa es en honor a San Isidro Labrador y a “La Virgen de Maíz”; la fiesta anual se realiza el 15 de mayo, y se prolonga durante dos días. Actúan danzas y grupos musicales; se queman fuegos artificiales, se adecuan carrozas en tractores, se traen artistas de fama nacional e internacional, etc.

Una costumbre y tradición, es la celebración del “Festival de la ruana”, evento que se realiza durante el mes de agosto, se inicia con la elección de la mejor ruana, se dan concursos de actividades agrícolas y ganaderas; el “gastronómico” se hace para compartir y conocer las costumbres de las diferentes culturas nacionales e internacionales, El festival de teatro se realiza a finales de noviembre con fines de recreación, otra que es de vital importancia nombrar es la feria agroindustrial y equina realizada en el mes de diciembre con fines comerciales, en ella se exponen los mejores ejemplares de la ganadería bovina y equina, además se dan a conocer las nuevas prácticas agrícolas y las nuevas tendencias en genética bovina.

Ilustración 3. Campesino en la fiesta de San Isidro Labrador.



Fuente: Empresa de Televisión TenSatTv.¹⁹

Gracias a su clima y a la calidad de los suelos, el desarrollo de pastizales es óptimo y por tanto favorece a la ganadería. Esta zona es considerada el núcleo de la cría de ganado de leche y de carne, también se encuentra el núcleo de toda la ganadería ovina y caprina, estas dos últimas se deben tener en cuenta con todo lo de fabricación de productos típicos de la zona.

Los principales atractivos y actividades son.

El municipio de Tenjo cuenta con la mayoría de atractivos en las zonas altas o zonas de páramo, es decir en toda la zona montañosa llamada la vereda de Churuguaco, encontrando en 10 coordenadas diferentes todos los pictogramas propios de la cultura muisca, entre ellos se resaltan los pictogramas de la zona de las cuevas, compuesta por 4 figuras de descripción animal, zona de la cuesta, compuesta por 6 figuras de descripción de siembra y cosecha, y por último la zona de los pinos, compuesta por 3 figuras de descripción de una deidad. Otros de los atractivos son las zonas o serranías más altas del municipio una de ellas es la peña de Juaica, por su alta trascendencia cultural y mística; esta peña es el punto más alto de la zona y los pobladores de esta vereda afirman que en ella se esconde un mundo subterráneo perteneciente a los extraterrestres, otro mito es que en esta peña se encuentra el guardián del valle, y cuando él ve algo malo baja a remediarlo. El otro

¹⁹ Cortesía de la señora María Cecilia Nemocon directora de TenSatTv, Fotógrafa Tenjana.

atractivo es la serranía del Majui es otra de las zonas altas y se dice que en ella se oculta la esposa del guardián del valle. Los principales atractivos turísticos del municipio son netamente naturales, entre ellos se encuentran los senderos de ascenso en la montaña; estos senderos tienen una distancia aproximada de 4 kilómetros uniendo entre sí algunos de anteriormente nombrados pictogramas. Otro atractivo es el templo doctrinero o primera iglesia, se destaca por su estructura netamente colonial y la historia que tras sus paredes esconde.

Ilustración 4. Monumento a los pictogramas del Municipio.



Fuente: Empresa de Televisión TenSatTv.²⁰

Las actividades más importantes y propias de la región se encuentran la pelea de gallos; situación presentada en un ruedo, donde sueltan dos gallos finos o de pelea, hasta que uno de ellos queda vivo, otra actividad es el toreo de bovinos o toros de casta; lucha entre una persona y un animal, capoteando al animal hasta que se cansa para que al final el torero de la estocada final. Según la secretaria de turismo la señora Amparo Cortez Afirma que en los dos últimos años las actividades que más se practican en el municipio son el ciclo montañismo y las caminatas ecológicas, pero a pesar de ella estas actividades se realizan por parte de entes privados.²¹

7.6. Principales prestadores de servicios turísticos del municipio de Tenjo Cundinamarca

²⁰ Cortesía de la señora María Cecilia Nemocon directora de TenSatTv, Fotógrafa Tenjana.

²¹ Tenjo en palabras I y II. Zapata Silva Alfonso. (1998 y 2015). Edición 1.

Lamentablemente el municipio de Tenjo cuenta con una planta turística incompleta, ya que solo se encuentran sitios para la restauración y la recreación, no se cuenta con un agente de viajes ni prestadores de transporte turístico. En lo que compete a sitios de restauración y recreación, se pueden encontrar los siguientes lugares más relevantes y reconocidos:

- Restaurantes y comidas.

Tabla 3. Restaurantes y establecimientos alimentarios.

Tipos de Establecimiento.	Descripción.
Restaurante Palma Vieja	Ubicado en la vereda el Chacal, ofrece platos típicos colombianos, ubicado en el kilómetro 4 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante El Rancho de Nacho	Platos típicos Colombianos, servicio de canchas de futbol y voleibol, ubicado en el kilómetro 4.3 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante MazorCota	Manejo de autoservicio, principales platos son de parrilla, ubicados en el kilómetro 4.5 Vía Siberia – Tenjo.
Restaurante la Iguana Campestre	Platos típicos regionales, ubicados en el kilómetro 4.8 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante El Gato	Platos típicos de la región costera de Colombia, ubicados en el kilómetro 5 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante El Gato Dorado	Platos típicos de la región, ubicados en el kilómetro 5.2 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante – Piqueteadero el Guayabo	Platos típicos del municipio como la fritanga entre otros, ubicados en el kilómetro 5.6 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante el Majui	Platos típicos locales y regionales, presta servicios de alimentación,

	recreación y salones de eventos, ubicado en el kilómetro 6 vía Tenjo - Siberia.
Restaurante – Piqueteadero LomoSapiens	Platos típicos de la región del oriente Colombiano, ubicado en el kilómetro 9 vía Siberia – Tenjo.
Restaurante Granja el Abuelo o Ecoparque el abuelo	Platos locales y nacionales, Presta servicios de alimentación, recreación en contacto indirecto con animales y salones para eventos, ubicado en el kilómetro 5 vía Tenjo – Siberia.
Restaurante El Rekreo	Platos locales e internacionales, presta servicios de alimentación, recreación y salones de eventos, ubicado en el kilómetro 4 vía Tenjo – Siberia.
Restaurante La Granja Tenjo	Platos nacionales e internacionales, presta servicios de alimentación, recreación en contacto indirecto con animales y salones para eventos, ubicado en el kilómetro 3.4 vía Tenjo – Siberia.
Restaurante Casa Luchef campestre	Comida Francesa e italiana, ubicado en el kilómetro 13 vía Siberia –Tenjo.
Restaurante El mesón	Comida típica colombiana, ubicado a dos cuadras del parque principal.
Restaurante Lllamarada	Comida típica antioqueña, ubicado a dos cuadras del parque principal.
Restaurante Casa Luchef	Comida Francesa e italiana, ubicado en el parque principal.
Finca Recreativa Faunaticos	Presta servicio de restaurante, ofreciendo comida Nacional, cuenta con varios salones para eventos, su principal

	atractivo es el zoológico, ubicada en la vereda de Poveda I.
Restaurante – Piqueteadero el Llanero	Comida Típica del llano Colombiano, ubicado en el kilómetro 0 vía Tenjo – Tabio.
Restaurante Eureka	Comida nacional e internacional, se ubica en la calle 2da #2-33 (calle principal).
Restaurante SabroZona	Comidas rápidas y platos nacionales, ubicado en la calle 4ta #6-55.
Asadero 22	Pollo frito, asado y algunos platos de parrilla, ubicados en la calle 1ra #9-10.
Asadero Kampy Broaster	Pollo asado y a la Broaster, ubicado en la calle 2da #2-14.
Asadero el Oriente	Pollo asado, frito, a la Broaster y arroz oriental, ubicado a media cuadra del parque principal.
Asadero don Claudio	Pollo Broaster y platos típicos santandereanos, ubicados en el parque principal.
Pizza World: Pizza y comidas rápidas	Ubicados en la calle principal.
Mauros Pizza: Pizza y comidas rápidas	Ubicados en el parque principal
Comida Rápida el Bombazo	Especialistas en hamburguesas y comidas rápidas, ubicados en el kilómetro 0 vía Tenjo – Tabio.
Comida Rápida el parasol	Especialistas en sándwiches y hamburguesas, ubicados en el parque principal.
Arepas doña Rosario	Arepas rellenas y zona de cafetería, ubicados en la carrera 1ra # 2- 12.

Chorizos el Rey	Choriperro y arepas con chorizo, ubicado en el kilómetro 0.5 vía Tenjo – Tabio.
Chorizos el paisa	Chorizos y platos parrilla, ubicados en la calle principal.
La casita de los postres	Pastelería y repostería, ubicados en el parque principal.
Postres la Abuela	Postres y zona de cafetería, ubicados en el parque principal.
Postres la casona	Postres y zona de cafetería, ubicados en el parque principal.
Postres Dulce encuentro	Postres y café, ubicados en el kilómetro 2.2 vía Tenjo – Tabio.
Postres cuatro caminos	Postres y café, ubicados en el kilómetro 1.5 vía Tenjo – Siberia.
Postres Don Carlos	Postre y helados, ubicados en el kilómetro 2 vía Tenjo – Chía.

Fuente: Punto de información turística PIT.

- Oficinas de representación turística:
 - Secretaria de turismo: Información general de las actividades a realizar en el pueblo, ubicada en el parque principal, al lado de la alcaldía.
 - Punto de información turística: Información detallada de las actividades a realizar en el municipio, préstamos de bicicletas y orientación general del municipio, ubicada en el parque principal.

- Operadores de congresos, ferias y convenciones:
 - Centro cultural Nora Matallana: Auditorios, salones de eventos y plazoletas de comercio, ubicada en el kilómetro 2 vía Tenjo – la Punta.

- Centro de eventos la Martina: Salones y auditorios, ubicada en el kilómetro 3.5 vía Tenjo – Chía. ²²

7.7. Aplicación de la matriz FODA al municipio

Se realiza una matriz FODA del municipio ya que resulta de interés el conocer los factores externos a las fincas, como lo son las fortalezas en cuanto a ubicación, atractivos y herramientas que tenga el municipio frente al desarrollo del turismo, de igual manera las oportunidades que el municipio brinda a sus pobladores en cuanto a la gestión administrativa para la capacitación e incorporaciones de nuevas herramientas para el turismo, y por ultimo conocer las debilidades y amenazas que presente el municipio de Tenjo, que lleguen a afectar a las fincas, como las vías de acceso, los servicios públicos, las fallas geológicas entre otras; todo esto se debe tener en cuenta a la hora de formular un proyecto y de seleccionar las veredas o fincas, con el fin de minimizar los problemas que se puedan presentar a futuro.

Tabla 4. Matriz FODA del municipio de Tenjo Cundinamarca.

Fortalezas.	Oportunidades.
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica, cerca de la ciudad de Bogotá. • Atractivos turísticos únicos en Cundinamarca. • Prestación de servicios de alimentación. • Cuenta con recursos naturales. • Suelos fértiles. • Variedad productiva. • Personas trabajadoras y progresistas. • Mesas de trabajo participativas. • La alcaldía motiva y genera eventos para todos los sectores. • Página Web del municipio actualizada constantemente. 	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de eventos para atraer al turista. • Creación de centros educativos. • Convenios con universidades para la educación profesional. • Incorporación en la ruta del plan de desarrollo turístico “Sabana Centro”. • Convenios con la CAR verde. • Capacitaciones de sensibilización turística. • Alianzas con multinacionales.

²² Información recolectada en el transcurso del desarrollo del presente proyecto. (2017).

	<ul style="list-style-type: none"> • Motivación de constitución legal. • Alianzas entre departamentos administrativos para la gestión turística. • Gestión de un punto de información turística (PIT).
<p>Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de mantenimiento de vías de acceso. • Escases de agua en épocas de verano. • Insuficiencia en servicios de salud. • Falta de una planta de tratamiento de aguas residuales. • Escases en el servicio de alcantarillado en algunas veredas. • Comercio desorganizado. • Falta de organización de la comunidad. • Mala administración de recursos económicos y naturales. • La secretaria de turismo no es independiente. • Tala y quema de bosques. • Erosión de la tierra. • Falta de promoción turística. • Una de las 3 rutas de acceso está en buenas condiciones. 	<p>Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fallas geológicas. • Intereses políticos. • Perdida de la cultura propia del municipio de Tenjo. • Alcoholismo y drogadicción de la población juvenil. • Pérdida de valores, como el respeto y la honestidad por parte de la población juvenil. • Migración de la población joven. • Mayor índice de personas sin educación superior y universitaria. • Aumento de tráfico de trago adulterado. • Urbanización de grandes terrenos, aumentando el casco urbano.

Fuente: Propia, realizada en el trabajo de campo.

7.8. Análisis de la matriz FODA del municipio

Las fortalezas del municipio de Tenjo, en su gran mayoría son por cuestiones geográficas, motivacionales, turísticas y sociales, mientras que las oportunidades se presentan en forma de

proyectos, convenios, alianzas y programas que permitirán a corto, mediano y largo plazo, mejorar la calidad de vida de sus habitantes y por ende habilitarán el desarrollo del municipio de Tenjo Cundinamarca. En cuanto a las debilidades, la mayor parte de ellas se presentan por cuestión administrativa y por la falta de organización y concientización de los habitantes. Referente a las amenazas, se tiene por prioridad este evento natural de reciente manifestación como es la activación de la falla geológica en la vereda de Jacalito y Santa cruz, un fenómeno que ha afectado el mantenimiento de la vía, al comercio en general y al turismo, que obligó a la evaluación por parte de la gobernación y la alcaldía debido a la magnitud del problema, ya que en la totalidad de la carretera principal Siberia vía Tenjo, se encuentran grandes ondulaciones en el pavimento, también se encuentra partes sin pavimentar y grandes socavones u orificios, que demoran los traslados y dificultan el tránsito, se puede decir que alrededor once (11) kilómetros de la vías están completamente destruidos, lo que da origen a un decreto municipal de restricción horaria de paso de vehículos pesados, este decreto está dando paso a que se originen rutas alternas, una de ellas conduce por la ruta de la Balvanera, la segunda ruta del norte que desde la ciudad de Bogotá, deben atravesar los municipios de Chía, Cajicá, Tabio hasta llegar al municipio de Tenjo y la tercera alternativa es saliendo de Bogotá vía la Vega y en el kilómetro siete (7) girar a la derecha entrando por La vereda la Punta vía Tenjo, esto trae múltiples problemas, ya que el deterioro de las otras vías será cada vez mayor, además los transportes de mercancías se demoran más. Otra amenaza que presenta el municipio es de carácter social, ya que en un setenta y cuatro puntos cinco por ciento (74.5%), la población juvenil presenta problemas de drogadicción y alcoholismo, que por ende afecta en la disertación del municipio de otros jóvenes que no han caído en este problema y de la misma manera se generan problemas de tráfico, por lo cual la población juvenil no tiene interés alguno en tener una carrera profesional.

7.9. Análisis global a las fincas y veredas

El municipio de Tenjo Cundinamarca, en un 80% de su extensión hace parte de la zona rural y un 20% es la zona urbana, lo que lleva a considerar que este 80% está constituido en parcelaciones o terrenos de grandes magnitudes como fincas, haciendas y hatos, esta zona rural se divide en 15 veredas las cuales se mencionan a continuación, vereda la Punta, vereda Jacalito, vereda el Chacal, vereda Carrasquilla y vereda el Estanco, son las veredas que se ubican en la zona suroriental,

vereda Chitasuga, la vereda Churuguaco y vereda Chince son veredas ubicadas en la zona centro, vereda Chucua, vereda Martin y Espino, vereda Santa Cruz y vereda Guangata, se ubican en la zona suroccidental, vereda Poveda I y vereda Poveda II, se ubican en la zona noroccidental y la vereda Juaica se ubica en la zona norte.

Para el proyecto se toman las siguientes veredas, vereda Santa Cruz, vereda Chince, vereda Guangata, vereda Poveda I, vereda Poveda II y vereda Martin y Espino, por las siguientes condiciones que estas veredas presentan a favor del proyecto:

- La distancia del casco urbano a las fincas es de menos de 6 kilómetros.
- Los tiempos en recorrido desde el casco urbano a las veredas son de máximo 15 minutos.
- Los caminos, aunque son caminos reales están en perfectas condiciones.
- Son las veredas que tienen mayor trascendencia en la práctica de la agricultura y la ganadería.
- Son veredas que cuentan con las fincas en cada sector requeridas para el proyecto.
- Se tiende a una estética en la dirección de los recorridos.
- Se genera un paso obligatorio por el casco urbano del municipio.

De la muestra inicial de fincas de estas veredas se tomaron en consideración 20 fincas, analizando el sector al que pertenecen, las ubicaciones, principales rutas de acceso y las motivaciones de querer o no pertenecer a este proyecto, a continuación, se presenta la totalidad de las fincas por veredas:

Tabla 5. Principales fincas por veredas.

Veredas.	Fincas.
Vereda Santa Cruz.	<ul style="list-style-type: none"> • Finca La Provincia. • Finca La Versalles. • Finca El Face. • Finca El Remanso.

	<ul style="list-style-type: none"> • Finca Recreativa Limbalu. • Finca La Luna.
Vereda Chince.	<ul style="list-style-type: none"> • Finca El Gusto. • Finca Los Pinos. • Finca La Herradura. • Finca Los Zapata.
Vereda Guangata.	<ul style="list-style-type: none"> • Finca Guatapuri. • Finca Las Delicias. • Finca La Villa.
Vereda Poveda I.	<ul style="list-style-type: none"> • Finca La Guancha. • Finca El Sol.
Vereda Poveda II.	<ul style="list-style-type: none"> • Finca El Amarillal. • Finca Tres Esquinas. • Finca Los Morenos.
Vereda Martin y Espino.	<ul style="list-style-type: none"> • Finca La Colorada. • Finca El Astro.

Fuente: Propia, realizada en el trabajo de campo.

El trabajo de investigación de este primer capítulo muestra que la potencialidad turística está basada en la valoración y evaluación de los recursos internos y externos de las fincas, es decir que las fincas elegidas a continuación, deben tener buenos recursos naturales, grandes extensiones de tierra, fuentes hídricas que no incurran en gastos y excelentes paisajes con gran variedad de fauna y flora, de la misma manera deben tener una buena infraestructura, servicios públicos, transportes y equipamientos, que para este proyecto son necesarios, es decir equipos para todas las actividades de campo, otros aspectos importantes para el desarrollo de este proyecto es el tener historia, costumbres, tradiciones, lugares a visitar y atracciones o manifestaciones culturales, es preciso anotar que estas son las más importantes ya que el proyecto busca identificar y rescatar las costumbres típicas del municipio de Tenjo en la industria agropecuaria, y por ultimo contar con

actividades adicionales que se puedan realizar en estas zonas, además el espacio para el hospedaje que resulta ser uno de los más importantes para el desarrollo de este proyecto.

El trabajo de investigación muestra que de estas veinte (20) fincas, diecisiete (17) están interesadas en hacer parte del proyecto, y las otras tres (3) según sus administradores están cansados de proyectos que nunca se llevan a cabo por falta de colaboración de la alcaldía municipal, de las diecisiete (17) se descartan siete (7) fincas ya que su comercio no cuenta con la mayoría de los aspectos o elementos necesarios según la potencialidad turística, ejemplo, no cuenta con animales, maquinaria, rutas de acceso, servicios públicos, ni con transporte necesario para los traslados, además el haber perdido las técnicas propias de cultivo y adicional encontramos que no cuentan con la aprobación o legalización ante la alcaldía; por estas razones se toman las siguientes fincas como las potenciales para el desarrollo del proyecto:

Tabla 6. Fincas potencialmente viables para el desarrollo del proyecto.

Veredas	Fincas
Vereda Santa Cruz	Finca Hato la Provincia. Finca El Face. Finca Limbalu. Finca La Versailles.
Vereda Chince	Finca La Herradura.
Vereda Guangata	Finca Guatapuri.
Vereda Poveda I	Finca La Guancha.
Vereda Poveda II	Finca El Amarillal. Finca Tres Esquinas.
Vereda Martin y Espino	Finca La Colorada.

Fuente: Propia, realizado en el trabajo de campo.

7.10. Información y aspectos generales de cada una de las fincas seleccionadas

- Finca Hato La Provincia: Finca ubicada en la vereda de Santa Cruz, a solo 4 kilómetros del municipio de Tenjo vía Siberia, es una finca netamente ganadera según su propietario Bernardo Posada, el terreno se extiende por cuatro (4) fanegadas en su mayoría es terreno plano y crecen grandes pastizales, aptos para la tenencia de ganadería de carne y leche, cuenta con treinta (30) vacas lecheras que aproximadamente dan 350 litros de leche diarios, la finca posee una casa de un nivel, tiene cuatro (4) habitaciones, tres (3) baños, una (1) sala de estar, una (1) cocina, un (1) comedor y un (1) patio de lavandería. La finca cuenta con una (1) bodega para el almacenamiento de concentrados e insumos ganaderos, además suele utilizarse como la zona de destete y crianza de los terneros.

Ilustración 5. Entrada principal Finca La Provincia.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquira.²³

- Finca el Face: Finca ubicada en la vereda de Santa Cruz, a solo 3.7 kilómetros del municipio de Tenjo vía Siberia, es una finca con larga trayectoria en la educación agrícola según la señora Blanca Amaya, ya que su hijo Daniel Felipe estudió en el colegio Face anterior propietario de la finca y aprendió todo acerca de las prácticas agrícolas, el terreno se extiende por 3 fanegadas en su mayoría planas aptas para el cultivo agrícola, dos (2) fanegadas son utilizadas para el cultivo a cielo abierto y media (½) bajo techo, las principales siembras son de zanahoria, lechuga, papa, cilantro, rábanos, cubios, hibus, entre otros. La finca tiene una casa de uso para los administradores y tres (3) salas para

²³ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.

limpieza y empaclado, los administradores, trabajadores y dueños son aptas para la enseñanza de las prácticas agropecuarias.

Ilustración 6. Vista panorámica Finca El Face.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquira.²⁴

- Finca Recreativa Limbalu: Finca ubicada en la vereda de Santa Cruz, a solo 2.9 kilómetros del municipio de Tenjo vía Siberia, es una finca que desde sus inicios se ha dedicado a la prestación de servicios turísticos y recreativos, su nicho de mercado según el administrador el señor Héctor Gómez ha sido los niños de colegios de la ciudad de Bogotá, el terreno se extiende por 7.5 fanegadas en su mayoría planas, aptas para el crecimiento de altos pastizales, entre los principales animales que tiene la finca son los búfalos, los cerdos, los conejos, las gallinas, entre otros. Con normalidad la finca ofrece servicios de restaurante, recreación, eventos y actividades de granja, para la prestación de estos servicios la finca tiene una infraestructura completa, cuenta con cinco (5) cabañas, tres (3) salones de eventos, dos (2) cocheras, un (1) barbecue y dos (2) parques infantiles.

Ilustración 7. Entrada principal Finca Limbalu.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquira.²⁵

²⁴ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.

²⁵ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.

- Finca La Versalles: Finca ubicada en la vereda de Santa Cruz, a sólo 4.2 kilómetros del municipio de Tenjo vía Siberia, es una finca con que ha sufrido grandes cambios, ya que desde sus inicios fue una finca productora de ganadería bovina, su segundo propietario la destino para producción agrícola, enfocándose principalmente en la siembra de lechuga, y su actual propietaria, la señora Nyla Vega se enfocó en el desarrollo de un restaurante de comida típica colombiana, prestando servicio de jueves a domingo, además la finca ofrece recorridos rurales en buggies por los alrededores de la finca y adicional cuenta con una (1) pista de carreras para estos vehículos, el restaurante cuenta con múltiples acomodaciones para la comodidad del cliente, una de las acomodaciones es en el comedor interno o bajo techo y la otra acomodación es en mesas con parasol ubicadas en la parte externa del restaurante, cuenta con una capacidad de ciento veinte (120) personas, con normalidad los fines de semana es alquilado en horas de la noche para eventos sociales.

Ilustración 8. Frente de la Finca La Versalles.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquirá.²⁶

- Finca La Herradura: Finca ubicada en la vereda Chince, a sólo 2.7 kilómetros del municipio de Tenjo vía Tabio, es una finca que desde sus inicios ha trabajado con la ganadería equina, cuenta con cuarenta (40) ejemplares de paso fino y otras modalidades, cuenta con taparos o caballos que con normalidad se utilizan para cabalgatas, paseos y trabajos pesados, el terreno se extiende por 3.5 fanegadas en su totalidad planas, cuenta con una (1) pesebrera con capacidad de sesenta (60) ejemplares, tiene un (1) picadero bajo techo, consta de silletería y una pista o pasarela, se suele utilizar para ferias o exhibiciones de equinos de gran destreza, hace aproximadamente ocho (8) meses el propietario Constantino García da

²⁶ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.

apertura al restaurante, ofreciendo una carta con gran variedad de platos típicos nacionales, el restaurante tiene capacidad para ciento treinta personas, suele ser utilizado para eventos y ferias de exposición equina, el señor Constantino ve a futuro una construcción con mayor capacidad para realizar eventos de mayor magnitud en el sector de la ganadería equina.

Ilustración 9. Frente de la Finca La Herradura.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquirá.²⁷

- Finca Guatapuri: Finca ubicada en la vereda Guangata, a solo 3 kilómetros del municipio de Tenjo vía Chía (ruta la Balvanera), desde sus inicios ha sido un criadero de ganadería equina, dando grandes ejemplares para ferias y exposiciones, a principios del año 2016 afirma el señor Arístides Rodríguez actual administrador de la finca, deciden trasladar toda esta ganadería equina a otras fincas del mismo propietario, con el fin de desarrollar un proyecto con la ganadería ovina, al día de hoy tienen más de 30 ejemplares de la ganadería ovina, destinados a la comercialización de lana y carne, la lana es cambiada a los artesanos del municipio por la esquilación de las ovejas, los artesanos siguen el proceso en la elaboración de bolsos, ruanas, gorros entre otros, la finca Guatapuri se extiende por cuatro (4) fanegadas, en su totalidad el terreno es plano, esta parceladas en lotes de aproximadamente ochocientos (800) metros y crecen grandes pastizales aptos para la tenencia de la ganadería ovina, la finca cuenta con una (1) casa que es la vivienda del

²⁷ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.

administrador, un (1) establo utilizado para el almacenamiento de concentrados e insumos y una (1) pista de exhibición.

Ilustración 10. Parte trasera de la finca Guatapuri.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquira.²⁸

- Finca La Guancha: Finca ubicada en la vereda de Poveda 1, a solo 4.4 kilómetros del municipio de Tenjo vía Chía (ruta la Balvanera), es una finca de larga trayectoria en la producción y comercialización de productos agrícolas tales como, el maíz, la papa, arveja, entre otros, en los últimos años se han introducido animales de clasificación caprina, el terreno se extiende por ocho (8) fanegadas, seis (6) fanegadas están destinadas al cultivo agrícola y dos (2) fanegadas están parceladas con el fin de la crianza de caprinos, son tierras fértiles para los cultivos y pastizales, según el administrador de la finca el señor Antonio Correa, afirma que estos animales son esplendorosos para todo lo relacionado con la recreación, cuenta entre sus anécdotas que los obreros de las fincas de los municipios productores de los caprinos, hacían todos los procesos o actividades normales de la raza y el adicional basado en el rodeo y el torero, también expresa el deseo de expandir este mercado para el consumo de carne y comercialización de artículos a base de los animales, como los tapetes, bolsos, botas, entre otros, con el fin de dar a conocer más a esta raza tan estigmatizada.

²⁸ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.

Ilustración 11. Frente de la finca La Guancha.



Fuente: Julián Rodríguez Tibaquirá.²⁹

- Finca El Amarillal: Finca ubicada en la vereda de Poveda II, a sólo 5.7 kilómetros del municipio de Tenjo vía Chía (ruta la Balvanera), fue construida en el año 2002 con fines agrícolas, sus administradores la señora Patricia y el señor Fabián, afirman que han estado encargados de esta finca desde el momento de su construcción, el terreno se extiende por cuatro (4) fanegadas en su totalidad planas, cuenta con dos (2) naves de cultivo, divididas en seis (6) líneas de siembra y cada línea de siembra con 10 nidos o cunetas de cultivo, tiene una (1) bodega de almacenamiento de insumos y en él se ubica el sistema central de riego, en cada nave se cuenta con una (1) sala de procesos de recolección y empaclado, la finca tiene un lote a cielo abierto en el cual se siembra hortalizas, árboles frutales y algunos tubérculos. Según el administrador el señor Fabián cuenta que el dueño de la propiedad el señor Nicolás Bejarano lleva con regularidad grupos de quince (15) a veinte (20) personas con fines recreativos en el conocimiento de la siembra hidropónica y siembra en tierra.

Ilustración 12. Zona de cultivo a cielo raso y en invernadero, finca El Amarillal.

²⁹ Fotógrafo del Municipio de Tenjo.



Fuente: Propia, 31 de marzo de 2017.

- Finca Tres Esquinas: Finca ubicada en la vereda de Poveda II, a sólo 5.4 kilómetros del municipio de Tenjo vía Chía (ruta la Balvanera), su terreno se extiende por cuatro (4) fanegadas, en su totalidad es terreno plano, la finca cuenta con una casa de un nivel y consta de tres (3) habitaciones, una (1) cocina, una (1) sala, dos (2) baños, un (1) comedor, un (1) patio de lavandería y un (1) garaje, la entrada principal val directo a la casa y las otras (2) entradas son utilizadas para zona de carga y descarga, con normalidad según su propietario el señor Miguel Carrillo, siembran cada 8 o 12 meses dependiendo del cultivo, y sus principales siembras son el maíz, la papa, la arveja y las habas. La casa esta amoblada pero no está habitada ya que el señor Miguel Carrillo la utiliza para estancias de fines de semana y es alquilada de vez en cuando a personas conocidas.

Ilustración 13. Lado derecho de la casa y siembra, finca Tres Esquinas.



Fuente: Propia, 31 de marzo de 2017.

- Finca La Colorada: Finca ubicada en la vereda de Martin y Espino, a solo 6.3 kilómetros del municipio de Tenjo vía Chía (ruta la Balvanera), su terreno se extiende por once (11) fanegadas, en su totalidad es terreno plano, apto para el crecimiento de grande pastizales,

la finca cuenta con dos casas, una (1) de ellas es la vivienda del administrador el señor Teobaldo Contreras y la otra casa es de los propietarios, La finca está dedicada a la producción de ganadería bovina, tiene alrededor de unas cincuenta (50) vacas lecheras que producen aproximadamente setecientos (700) litros de leche diarios, tiene zonas de destete, zonas de ordeño mecánico y zonas de ordeño manual, además según el administrador son pioneros en la Hacienda Meridor en Venta y comercialización de leche y derivados, produciendo con técnicas artesanales el queso, la cuajada, la mantequilla y postres de calostros, cuenta el señor Teobaldo que los dueños dejaron la finca en manos de él y que las ganancias son divididas en mayor porcentaje para los dueños, el expresa el deseo de generar un proyecto donde haya mayor interacción del sector ganadero bovino.

Ilustración 14. Lote con el ganado bovino y casa principal finca La Colorada.



Fuente: Propia, 31 de marzo de 2017.

7.11. Aplicación de la matriz FODA a las fincas elegidas

Tabla 7. Matriz FODA de las fincas elegidas.

Fortalezas.	Oportunidades.
-------------	----------------

<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica, cerca al municipio de Tenjo. • Armonía en la formulación del circuito. • Variedad Productiva. • Fincas con grandes extensiones de tierra. • Manejo de técnicas orgánicas en cultivos. • Manejo de desechos como el abono. • Poseen tanques de almacenamiento de aguas lluvias. • Deseo por atender al turista. • Legalidad en los gremios pertenecientes. • Maquinaria especializada para la producción de derivados. • Estructuras típicas de la región. • Caminos reales en buen estado. • Paisajes cien por ciento rurales. • Pertenecen al plan de desarrollo Sabana Centro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de capacitación en la agricultura. • Campañas de legalización en sectores. • Campañas de legalización en turismo. • Cupos para ferias nacionales e internacionales. • Colaboración de la alcaldía para la promoción turística. • Descuentos de M&A en planos y publicidad. • Prioridad en préstamos banco agrario. • Espacio de promoción en el PIT. • Colaboración de la CAR verde en las mejoras agrícolas. • Ferias municipales.
<p>Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de organización y colaboración del gremio. • Precios en el mercado desiguales. • Falta de capacitación en servicio al cliente. • Falta del conocimiento del sector turístico. • Visión individualista del futuro, por parte de los comerciantes. 	<p>Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Incorporación de nuevas técnicas agropecuarias. • Pérdida de identidad cultural, en las prácticas agropecuarias. • Fallas geológicas en vías de acceso. • Deterioro de caminos reales. • Incremento de competidores en el sector turístico.

Fuente: Propia, realizada en el trabajo de campo.

7.12. Análisis de la matriz FODA Fincas elegidas

Las fortalezas de las fincas analizadas, en su totalidad están basadas en las cuestiones geográficas, estructurales y sociales, que permiten desarrollar el proyecto de una manera coordinada y enfocada en el servicio al turista, mientras que las oportunidades se presentan en forma de campañas, cupos y ferias, que resaltan cada vez más la legalidad en los productos y servicios ofrecidos, además estas oportunidades dan paso a una pre – promoción del municipio por ende a las fincas involucradas en este proyecto, que se dedicaran a la producción de servicios Agro turísticos.

En cuanto a las debilidades, están enfocadas a las faltas de conocimiento, falta de capacitación y falta de colaboración por parte de la población, ya que muestran un sentido de visión individualista, con el fin de querer sacar sus productos o servicios adelante sin la idea de compartir y querer ayudarse como una comunidad.

Las amenazas podrían representarse como factores internos y externos; dentro de los factores internos se encuentra que cada vez más la tecnología se ha vuelto una solución para diferentes situaciones, y en la introducción de nuevas técnicas agropecuarias se pueden perder aquellas técnicas propias del municipio, por ende, perder la identidad cultural. Dentro de los factores externos se encuentran las fallas geológicas que complican que los turistas vengan o regresen al municipio, la mala administración de los recursos para el mantenimiento de caminos reales y el incremento de los competidores ya que día tras día la comunidad local y vecina.

7.13. Conclusión del diagnóstico

Se detecta que el municipio de Tenjo Cundinamarca, presenta grandes amenazas y debilidades, debido en mayor escala a la mala administración dada en los recursos financieros y humanos, uno de los puntos más críticos a tocar es el mal estado de la vía principal que comunica al municipio de Tenjo Cundinamarca con la ciudad de Bogotá, y que a gran escala y mayor deterioro, puede ser un obstáculo para el buen desarrollo del turismo en el municipio, es claro que esta carretera es una vía departamental, y que su mantenimiento debe ser tratado con recursos del departamento, es preciso anotar que se deben dar mesas de trabajo y alianzas entre los diferentes sectores del

municipio para hacer una petición a la gobernación de Cundinamarca, para el mejoramiento de esta carretera. El municipio también presenta gran variedad de oportunidades, ofreciendo así un portafolio de servicios en pro del mejoramiento de vida de la población, dividiendo o sectorizando a la población en cada uno de los sectores de trabajo de ella, cabe anotar que el municipio tiene una ubicación estratégica frente a otros municipios ya que tiene una ruta directa a la ciudad de Bogotá, capital del país, teniendo mayores oportunidades en la atracción del turista extranjero y nacional, por la cercanía dada con la capital.

Dadas las circunstancias y características del municipio de Tenjo Cundinamarca se abre el proyecto de actividades agroturísticas en el con el fin de expandir y comercializar el turismo rural, por esto se decide evaluar el municipio desde la potencialidad turística y se hallan los siguientes datos, la potencialidad turística está basada en la valoración y evaluación de los recursos internos y externos del municipio y de las fincas a trabajar, es decir que las fincas elegidas anteriormente, cuentan con buenos recursos naturales, grandes extensiones de tierra, fuentes hídricas que no incurran en gastos y excelentes paisajes con gran variedad de fauna y flora, también cuentan con una buena infraestructura, servicios públicos, transportes y equipamientos, que para este proyecto son necesarios, es decir equipos para todas las actividades de campo, otros aspectos importantes para el desarrollo de este proyecto es el tener historia, costumbres, tradiciones, lugares a visitar y atracciones o manifestaciones culturales, es preciso anotar que estas son las más importantes ya que el proyecto busca identificar y rescatar las costumbres típicas del municipio de Tenjo en la industria agropecuaria, y por último contar con actividades adicionales que se puedan realizar en estas zonas, además el espacio para el hospedaje que resulta ser uno de los más importantes para el desarrollo de este proyecto.

8. Capítulo N° 2: Caracterizar la demanda de los servicios turísticos en el municipio de Tenjo Cundinamarca

En este segundo capítulo se busca caracterizar el turista que visita el municipio de Tenjo, para esto se deben contemplar los siguientes pasos y técnicas para el mejor conocimiento de los servicios y características de la demanda en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

8.1. La demanda

La demanda se puede definir desde la economía según Jaime Darcillan (2012), como; el conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de variables, o como una petición de compra de un título, divisa o servicio, y se divide en:

- Demanda exterior: Demanda de un país de bienes o servicios producidos en el extranjero.
- Demanda interna: Suma del consumo privado y del consumo público de bienes y servicios producidos en el propio país.
- Demanda monetaria: Expresa la cantidad de riqueza que las empresas y personas guardan en forma de dinero, renunciando así a gastarlo en bienes y servicios o a invertirlos en otros activos.

Otro autor a resaltar es José Honorio Cárdenas (2003), sugiere que la demanda es el número de artículos comprados a un precio determinado, por unidad de tiempo; es decir lo que la gente compra en las fábricas, tiendas comerciales y prestadoras de servicios. Cuando la sociedad tiene un porcentaje alto en compras a precios relativamente altos, se presentan cuatro factores.

- Gustos y preferencias: Se determinan por aquellos bienes o servicios que otorgan una utilidad al consumidor, en si estos productos satisfacen las diferentes necesidades que los consumidores tienen y que pueden conseguir teniendo en cuenta dadas sus respectivas restricciones presupuestarias.

- Ingresos del consumidor: Determinan las posibilidades de consumo, se determina por los ingresos o entradas de dinero de cada consumidor, al tener mayores ingresos podrá adquirir más bienes y servicios, mientras si tiene bajos ingresos su capacidad de adquisición será menor.
- Precio de los productos sustitutos: Es la existencia de diversos satisfactores de menor calidad o prestigio, pero cuyo precio es más accesible para la población.
- Valor agregado del producto: Son ventajas extra de algunos productos, que, mediante promociones, representan una ventaja competitiva con respecto a sus consumidores.

Otra definición enfocada en el marketing y a tener en cuenta es que según Rivera (2008), propone que la demanda es la estimación razonada de las posibilidades cuantitativas de ventas de un producto o de un servicio para un periodo determinado y para una clientela definida. Y asimismo plantea la siguiente clasificación de acuerdo a como se compran y usan los productos:

Demanda por aceptación del producto: Subdividida en:

- Negativa: una parte importante del mercado no acepta el producto.
- Inexistente: el mercado no tiene interés en la oferta de un producto o servicio, en un momento dado.
- Latente: la necesidad de algo que, al momento, no existe pero que se desearía que existiera.
- Decreciente: se presenta un descenso del número de consumidores.
- Irregular: se presentan oscilaciones durante un período de tiempo.
- En exceso: la demanda supera a la capacidad de la oferta.
- Socialmente indeseable: cuando el consumo está socialmente más considerado.

Demanda por frecuencia de compra: Subdividida en:

- Demanda del mercado de consumo masivo, se divide en bienes perecederos y en bienes como producto duradero.
- Demanda del mercado industrial, se estructura en demanda de bienes industriales consumibles, de componentes industriales y de equipos industriales.

Demanda por sensibilidad económica: Subdividida en:

- Demanda por renta disponible del consumidor: la renta disponible es la parte de los ingresos que el comprador puede gastar sin detrimento de su patrimonio y de forma discrecional.
- Demanda del consumidor respecto a los precios del mercado: se basa en el cliente como un agente racional que compra en función del precio, si es bajo compra mucho, si es alto poco.

El comportamiento de la demanda: Es importante el registrar los datos de manera histórica con la finalidad de saber lo que ocurre con la demanda del mercado y determinar si los picos y valles que se presentan en el mercado; como las promociones de ventas, incrementos de precios y desabasto del mercado por los competidores. Así que se deben evaluar los siguientes aspectos de la demanda:

- La estacionalidad: Se espera que la demanda de los productos se incremente en algunos meses por los eventos que suceden en determinadas temporadas, y es de esperar que, al paso del tiempo, este comportamiento se repita de manera continua.
- La tendencia: las ventas de un producto se están incrementando, al graficar los datos, esto tiene que mostrarse de manera evidente, habrá meses en los que la demanda no muestre un comportamiento incremental, pero en la fotografía general la tendencia puede ser alcista, o por el contrario, puede ser estable o estar en declive, una análisis gráfico de ello nos puede dar un excelente indicador de lo que sucede en el comportamiento.
- La variación aleatoria: Influyen en el mercado y provocan un comportamiento atípico en el mismo, en casos como estos habrá altos y bajos en su venta, sin que ésta se pueda predecir con exactitud, aquí lo conveniente es monitorearlo y prepararse con inventario para amortiguar el efecto de la demanda.
- La variación cíclica: Esta se presenta en periodos largos en el tiempo, por ejemplo, en época de elecciones municipales, presidenciales o de cualquier índole, habrá productos (anuncios espectaculares, carteles, etc.) que presenten un comportamiento atípico quizá

incremental, por lo que, nuevamente el registro oportuno de este tipo de eventos resulta de suma importancia, para no jugar a las adivinanzas cuando de predecir la demanda se trate.

8.2. La demanda turística

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos.

Según la OMT, la demanda turística se define como: el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades económicamente, la definimos como la cantidad de “producto turístico” que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado un precio determinado.

Por el lado Cooper (1993), comenta que la demanda cuenta con formas de turismo que se encuentran son:

- Turismo doméstico: Residentes visitando su propio país.
- Turismo receptivo: No residentes procedentes de un país determinado.
- Turismo emisor: Residentes del propio país se dirigen a otros países.

Estas tres formas de turismo pueden combinarse en:

- Turismo interior: doméstico y receptivo.
- Turismo nacional: doméstico y emisor.
- Turismo internacional: emisor y receptivo.

La demanda turística según Cooper (1993), se clasifica en tres grandes grupos:

- La demanda efectiva o actual: es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales. Uno de los indicadores más útiles de la demanda efectiva es la propensión a viajar, que considera la penetración de los viajes turísticos en una población determinada.
- La demanda no efectiva: es el sector de población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo puede distinguirse: la demanda potencial, que se refiere a aquéllos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales (más tiempo libre, más dinero, etc.); y la demanda diferida, que es aquella que no ha podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta (actividad terrorista en una zona, falta de alojamiento, etc.). En este grupo no debemos olvidar al sector de la población que no puede viajar por ser un lujo demasiado caro, no sólo en los países en desarrollo, sino también en los industrializados.
- El tercer grupo lo configura la no demanda, caracterizada por un grupo de gente adverso a los viajes, aquellos que simplemente no desean viajar

La OMT en sus definiciones enmarca el concepto de gasto por turismo, el cual define como “el gasto realizado por un visitante o de parte de un visitante por causa de un viaje y durante su estancia en el destino”.

En esta definición hay seis variables importantes que deben ser tomadas en consideración por su incidencia en el concepto de gasto por turismo:

- Los precios en los destinos.
- Los precios en los destinos competidores.
- Las dimensiones de los mercados turísticos.
- La renta y riqueza de los demandantes de turismo (la cual figura como una restricción presupuestaria).
- Los factores sociológicos, psicológicos y culturales de la demanda.
- Gustos y preferencias del consumidor.

El principal objeto de estudio son las motivaciones de viaje que impulsan a un individuo a trasladarse de su lugar habitual de residencia para el consumo de un determinado producto turístico. Dependiendo de las motivaciones, necesidades y deseos de la demanda se conforman distintos tipos de productos turísticos, esto implica que cada producto se adecuará a las exigencias de esa demanda específica para garantizar su plena satisfacción, pues no son las mismas necesidades a satisfacer en un producto «sol y playa» de turistas de la tercera edad con motivos recreacionales que turistas empresarios con motivos laborales.

En este sentido la OMT, basándose en las características de la actividad desarrollada, clasifica los siguientes productos turísticos en:

- Turismo de sol y playa.
- Turismo urbano.
- Turismo de nieve.
- Turismo deportivo.
- Turismo de aventura.
- Turismo ecológico (ecoturismo).
- Turismo rural.
- Turismo de salud.
- Turismo cultural.
- Turismo religioso.
- Turismo de formación.
- Turismo lúdico-festivo.
- Turismo gastronómico.
- Turismo residencial.
- Turismo de negocios.
- Turismo de compras.
- Turismo alternativo.
- Turismo de excursiones.
- Turismo de hechos singulares.

- Turismo de Parques temáticos.

La demanda turística según la OMT, se ve afectada por variables económicas directas (del país emisor) e indirectas (del destino turístico) que influyen en el momento de decisión de viaje. Éstas son:

Las variables económicas directas son:

- Nivel de renta nacional.
- Valor de la moneda.
- Nivel de Gasto en turismo.
- Estado del ciclo económico.
- Derecho a vacaciones remuneradas.

Las variables económicas indirectas:

- Nivel general de precios.
- Nivel de precios relativos.
- Calidad.
- Regulación económica.
- Nivel de competencia de la oferta.

Las variables de la demanda turística son las que actúan específicamente sobre la demanda de todos los posibles consumidores en una zona emisora, sin tener en cuenta su destino. Están afectados por limitaciones generales sobre la capacidad de ingresar en los mercados turísticos, como el nivel de ingresos y gastos, target de consumo, y el grado de autorización gubernamental para que puedan ser turistas.

En cambio, las variables del destino turístico definen el atractivo económico, *ceteris paribus*, de un destino turístico para los consumidores, independientemente de su procedencia de

competencia entre los destinos turísticos, la influencia de estas variables determina el efecto sustitución.

La propia complejidad a la hora de definir la demanda turística como concepto global, hace necesario un previo análisis de cómo los distintos factores que condicionan la decisión de viajar influyen sobre la propia estructura de la misma. Estos factores pueden agruparse en cinco grandes grupos:

Los factores económicos son.

- Nivel de renta disponible: Este factor se refiere a la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes de ocio, como el turismo, tras haber pagado sus necesidades básicas.
- Nivel de precios: Respecto a esta variable hay que considerar que no afecta por igual a los mercados de origen que a los destinos turísticos.
- Política fiscal y controles de gasto en turismo: Esta variable relacionada indirectamente con la renta disponible de los individuos es un componente económico importante.
- Financiación: Este factor está siendo un elemento importante en los estudios recientes sobre la demanda.
- Tipos de cambio: La relación explícita entre las monedas de los países emisores y receptores de turismo es un factor importante en la demanda turística.

Basado principalmente en los sistemas de comercialización, como la publicidad, el marketing, el conocimiento, la comunicación, etc. También se destacan factores como internos y externos como, la satisfacción, la calidad, la seguridad, la sanidad, las políticas, regulaciones y situaciones de inestabilidad externas.

8.3. Los servicios turísticos

Los Servicios Turísticos son el conjunto de realizaciones, hechos y actividades, tendientes a producir prestaciones personales que satisfagan las necesidades del turista y contribuyan al logro de facilitación, acercamiento, uso y disfrute de los bienes turísticos.

Según la OEA (1980), los Servicios Turísticos, se describen como el resultado de las funciones, acciones y actividades que, ejecutadas coordinadamente, por el sujeto receptor, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades o industria turística y darle valor económico a los atractivos o recursos turísticos.

Los Servicios Turísticos incluyen su producción, distribución, comercialización, venta y prestación y se refieren a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico, que satisfacen las necesidades de los turistas en la organización del viaje y mediante el disfrute del mismo a través de empresas intermediarias de transporte, alojamiento, organizadoras de eventos y actividades recreativas, etc.

Se tienen como consideración los servicios turísticos las siguientes actividades:

- Servicio de alojamiento, cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación, cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía, cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- Servicio de operadores profesionales de congresos ferias y convenciones (OPC), cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información, cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

- Servicio de intermediación, Agencias de Viajes, cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- Servicios de consultoría turística, está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.
- Servicios de transporte, ofrecido por la necesidad de movilización de los turistas.

Según la Organización Mundial de Turismo, OMT, el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Arthur Bormann (Berlín, 1930) define el turismo como el conjunto de los viajes cuyo objeto es el placer o por motivos comerciales o profesionales y otros análogos, y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal, no son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo.

Walter Hunziker - Kurt Krapf (1942), dicen que "El turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencia no están motivados por una actividad lucrativa".

Hay otras muchas empresas relacionadas con el turismo directa o indirectamente como las de ocio (parques temáticos, teatros, cines, espectáculos), publicaciones especializadas, asociaciones, redes y gremios representativos, etc.

Dentro de las organizaciones relacionadas con la regulación y control del turismo encontramos:

- Organización Mundial del Turismo (OMT). Su objetivo es promover el desarrollo económico, social y cultural del turismo y los viajes a nivel mundial. Cooperación entre países. Elaborar datos estadísticos. Asesora de la ONU. Sede en Madrid.

- Organización de Aviación Civil Internacional (OACI). Promueve la aviación civil a escala mundial y establece las normas internacionales que la rigen. Sede en Montreal.
- Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA). De carácter privado, forman parte de ella cualquier compañía aérea que tenga de su gobierno autorización para operar de forma regular. Establece cooperación entre compañías en cuanto a servicios, liquidación de billetes, interviene y regula el tráfico aéreo, establece códigos de compañías aéreas, aeropuertos, billetes, actúa en el campo de la seguridad y participa en negociaciones entre gobiernos. Sede en Ginebra y Montreal.
- Unión Internacional de Ferrocarriles (UIC). Es la asociación mundial para la cooperación entre los principales actores del sector ferroviario internacional. Sede en París.
- Unión Internacional de Transporte por Carretera (IRU). Es la organización mundial que defiende los intereses de los operadores de autobuses, taxis y camiones para asegurar el crecimiento económico y la prosperidad a través de la movilidad sostenible de personas y mercancías por carretera en todo el mundo. Sede en Ginebra.
- Federación Universal de Asociaciones de Agencias de Viajes (FUAAV). Conformada por las Asociaciones Nacionales de Agencias de Viajes de casi 100 países. Sede en Mónaco.
- Unión de Federaciones de Asociaciones de Agencias de Viajes (UFTAA). Es un organismo mundial que representa la industria de las agencias de viajes y de turismo. Sede en Bruselas.
- Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA). Comunidad mundial para la industria de reuniones y eventos, que permite a sus miembros generar y mantener una ventaja competitiva significativa en el mercado. Sede en Ámsterdam.
- Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA). Asociación que representa los intereses colectivos de la industria hotelera y de restauración ante los principales organismos internacionales. Sede en Londres.
- International Youth Hostel Federation (IYHF). Sede en el Reino Unido.
- International Federation of Tour Operators (IFTO). Sede en el Reino Unido.

8.4. Técnicas de recolección de la información

- Entrevista: Hemos de partir del hecho de que una entrevista, es un proceso de comunicación que se realiza normalmente entre dos personas; en este proceso el entrevistado obtiene

información del entrevistado de forma directa. Si se generaliza una entrevista sería una conversación entre dos personas por el mero hecho de comunicarse, en cuya acción la una obtendría información de la otra y viceversa. En tal caso los roles de entrevistador / entrevistado irían cambiando a lo largo de la conversación. La entrevista no se considera una conversación normal, sino una conversación formal, con una intencionalidad, que lleva implícitos unos objetivos englobados en una Investigación. (Hernández, 2003).

Tipos de entrevista.

- Entrevista semiestructurada: Se determina de antemano cual es la información relevante que se quiere conseguir. Se hacen preguntas abiertas dando oportunidad a recibir más matices de la respuesta, permite ir entrelazando temas, pero requiere de una gran atención por parte del investigador para poder encauzar y estirar los temas.
- Entrevista no estructurada: Sin guion previo. El investigador tiene como referentes la información sobre el tema. La entrevista se va construyendo a medida que avanza la entrevista con las respuestas que se dan. Requiere gran preparación por parte de investigador, documentarse previamente sobre todo lo que concierne a los temas que se tratan.
- Entrevista estructurada: El investigador planifica previamente las preguntas mediante un guion preestablecido, secuenciado y dirigido, por lo que dejan poca o ninguna posibilidad al entrevistado de réplica o de salirse del guion. Son preguntas cerradas (sí, no o una respuesta predeterminada).

Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana. Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar (Galindo, 1998).

Sabino (1992), argumenta que El investigador formula preguntas a las personas capaces de aportar datos de interés, estableciendo un diálogo peculiar, asimétrico, donde una de las partes

busca recoger informaciones y la otra es la fuente de esas informaciones. Por razones obvias sólo se emplea, salvo raras excepciones, en las ciencias humanas. La ventaja esencial de la entrevista reside en que son los mismos actores sociales quienes proporcionan los datos relativos a sus conductas, opiniones, deseos, actitudes y expectativas, cosa que por su misma naturaleza es casi imposible de observar desde fuera.

- Encuesta: La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (Grasso, 2006).

Al respecto, Mayntz et al (1976), citados por Díaz de Rada (2001), describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

Para ello, el cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. Gómez, (2006) refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

- Las preguntas cerradas contienen categorías fijas de respuesta que han sido delimitadas, las respuestas incluyen dos posibilidades (dicotómicas) o incluir varias alternativas. Este tipo de preguntas permite facilitar previamente la codificación (valores numéricos) de las respuestas de los sujetos.
- Las preguntas abiertas no delimitan de antemano las alternativas de respuesta, se utiliza cuando no se tiene información sobre las posibles respuestas. Estas preguntas no permiten pre codificar las respuestas, la codificación se efectúa después que se tienen las respuestas.

La técnica de la encuesta se utiliza en este proyecto de investigación aplicando el enfoque cuantitativo a los resultados de la investigación. Esta investigación pretende mediante la encuesta

medir las actitudes y comportamientos de las personas encuestadas; en este caso concreto: conocer la percepción respecto al consumo de los servicios turísticos del municipio de Tenjo Cundinamarca y los servicios adicionales que se les ofrece durante su estancia.

Al respecto Krech, Fishbein y Ajzen, al ser citados por Sánchez Moreno, Ramos y Maset (1994) definen la actitud como un sistema más o menos duradero de valoraciones positivas o negativas, estados, motivos o tendencias a actuar en pro o en contra, con respecto a un objeto social o una predisposición aprendida a responder de una manera consistente favorable o desfavorable respecto a un objeto dado.

- Focus group: Según Merton y Kendall (1946), al ser citados por Castaño (2003), el focus group es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada por los investigadores a fin de obtener información acerca de la opinión de los usuarios, sobre un determinado producto existente en el mercado o que pretende ser lanzado, también puede realizarse a fin de investigar sobre la percepción de las personas en torno a un tema en particular. Dentro de las características generales de un Focus Group, se puede señalar que se trata de una entrevista grupal en la que todos los entrevistados se encuentran juntos en un mismo momento, dando sus opiniones y conversando entre sí sobre el producto en cuestión. Los principios del Focus Group provienen de la Psicología Clínica, que, en términos generales, indica que las personas escuchan, hablan y se comunican con mayor facilidad encontrándose en grupos. Lo anterior, sumado a ciertas técnicas de mercadeo ha dado origen a este tipo de entrevista grupal.

Por lo general, un Focus Group se realiza en una habitación amplia y cómoda, que cuente con todas las comodidades de climatización y confort que favorezca la conversación de los participantes, que, en la mayoría de los casos, son entre 6 y 10 personas, que hablan sobre el producto por alrededor de 1 o 2 horas.

Para poder escoger a las personas que participarán de esta actividad, es necesario buscar individuos que cumplan con ciertos requerimientos básicos. Por lo mismo se habla de un

determinado "perfil" de consumidor, el que se seleccionara de acuerdo al mercado objetivo del producto.

Para poder obtener información más fidedigna, lo usual es que un Focus Group sea grabado u observado a través de una sala de espejos. Además, se cuenta con una persona encargada de guiar la conversación, impidiendo que ésta se aparte mucho del tópico a tratar y realizando preguntas o comentarios que favorezcan la reflexión en torno al tema o producto sobre el cual se investiga.

Para incentivar la participación en estos Focus Group del público objetivo, es común el uso de incentivos, ya sea monetarios u otros, para compensar la asistencia de los integrantes de estos grupos. Se pueden aplicar preguntas cerradas como son: dicotómicas, de opción múltiple, escala de Likert (afirmación con la que el encuestado indica su grado de acuerdo o desacuerdo) diferencial semántica, escala de importancia, escala de calificación, o escala de intención de compra y aplicar preguntas abiertas como son: sin estructura alguna, asociación de palabras, completar enunciados, completar relatos o completar imágenes.

8.5. Elección del instrumento de investigación

Para el presente trabajo de grado, se selecciona el instrumento de las encuestas, ya que es el más conveniente, porque define la actitud como un sistema más o menos duradero de valoraciones positivas o negativas, estados, motivos o tendencias a actuar en pro o en contra, con respecto a un objeto social o una predisposición aprendida a responder de una manera consistente favorable o desfavorable respecto a un objeto dado. Además, la encuesta se describe como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener, y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados.

Para ello, el cuestionario de la encuesta debe contener una serie de preguntas o ítems respecto a una o más variables a medir. Gómez, (2006) refiere que básicamente se consideran dos tipos de preguntas: cerradas y abiertas.

Así la encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así, por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad y temas significativos.

8.6. Población

Según la secretaria de turismo del municipio de Tenjo Cundinamarca, Amparo Cortez (2017), argumenta que la secretaría de turismo no cuenta con estadísticas pertinentes a la cantidad de turistas que vienen al municipio, pero según un estudio que se realizó por parte del punto de información (PIT), en promedio por fin de semana se reciben 375 turistas, es decir que cada mes se están recibiendo 1500 turistas. Teniendo en cuenta el número de población que posee el atributo deseado y no deseado se les da el valor de 50% a cada una de ellas y para el nivel de confianza se le otorga el máximo.

DETERMINACION DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

CONSIDERANDO EL UNIVERSO FINITO

FORMULA DE CALCULO

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N-1) + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

- Z = nivel de confianza (correspondiente con tabla de valores de Z)
 p = Porcentaje de la población que tiene el atributo deseado
 q = Porcentaje de la población que no tiene el atributo deseado = 1-p
 Nota: cuando no hay indicación de la población que posee o no el atributo, se asume 50% para p y 50% para q
 N = Tamaño del universo (Se conoce puesto que es finito)
 e = Error de estimación máximo aceptado
 n = Tamaño de la muestra

INGRESO DE DATOS

Z=	1.96
p =	50%
q =	50%
N =	1.500
e =	11%

TAMAÑO DE MUESTRA

n =	75,43
-----	-------

Para este proyecto se toma la técnica estadística de aleatorio simple, que según Cesar Pérez López (2015), es la técnica de muestreo en la que todos los elementos que forman el universo y que, por lo tanto, están descritos en el marco muestra, tienen idéntica probabilidad de ser seleccionados para la muestra. Para poder observar este resultado, partimos de la siguiente expresión para el tamaño de muestra en un M.A.S. sin reposición. La fórmula relaciona el tamaño de muestra necesario cuando el universo es finito.

De esta forma, al usar M.A.S. nos aseguramos la obtención de muestras representativas, de manera que la única fuente de error que va a afectar a mis resultados va a ser el azar. Y lo que es más importante, este error debido al azar puede calcularse de forma precisa (o al menos acotarse).

8.7. Diseño de la encuesta

Se diseñó la encuesta a partir de la caracterización de la demanda, con el fin de poder relacionar los datos de tal forma que algunas de las preguntas están en relación directa con la etapa de diagnóstico, que consta de una serie de preguntas en relación a los tipos de hospedajes, cantidad de dinero que gastan en un destino, frecuencia de visita, medios por los cuales obtuvo información y con cuantas personas usualmente viaja, estas preguntas son de tipo cerrado, redactadas de forma en que son de selección múltiple con única opción de respuesta, con el fin de conocer puntualmente la demanda de los turistas que visitan el municipio de Tenjo, y por otro lado en relación a las perspectivas de los turistas frente al desarrollo de actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca, que consta de una serie de preguntas en relación a los servicios turísticos indispensables, las actividades de campo, el gusto por realizar labores de campo y las razones principales cuando visitan el municipio de Tenjo Cundinamarca, estas preguntas son de tipo cerrado, redactadas de forma en que son de selección múltiple con única respuesta.

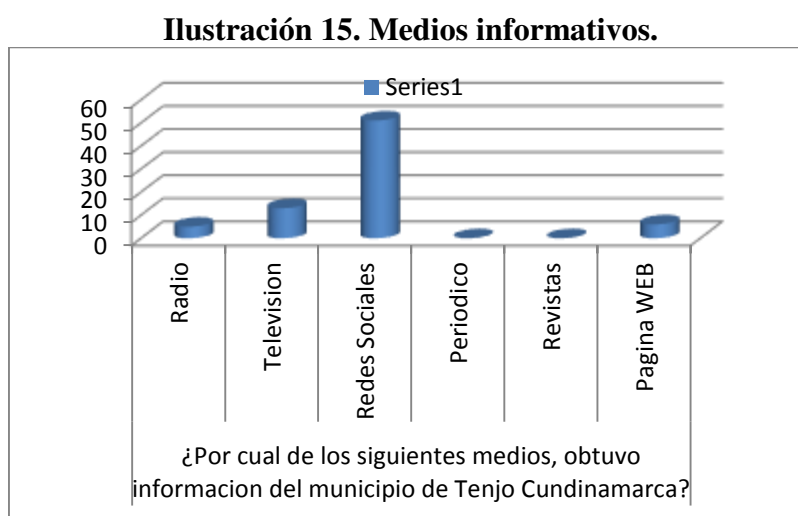
Esta encuesta se realizó el día domingo 30 de abril del año 2017, iniciando a las 11:00 de la mañana, frente a las instalaciones de la alcaldía municipal (Calle 3 #4-12), el filtro que se utilizó para encuestar únicamente al turista, sin aplicar a los pobladores, fue el preguntar de qué lugar venía y él sí eran turistas, aproximadamente a las 2:00 de la tarde me traslade a la esquina de los postres de la abuela (Calle 4 #4-22), ya que es el sitio en el que más turistas transitan, finalizando

así a las 4:40 de la tarde, de esta experiencia se resalta que la interacción con el turista en la presentación de la encuesta, abre la visión a nuevos proyectos, según las necesidades que adicional expresan. **(Ver encuesta en el anexo #2).**

8.8. Descripción de los resultados de la encuesta

Se encuentran importantes resultados para el futuro desarrollo del proyecto actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca, desde el trabajo de campo se ve el entusiasmo por la práctica del agroturismo en el municipio de Tenjo Cundinamarca, resultados que se reflejan en las encuestas realizadas el día 30 de abril del año 2017, como anteriormente se denominó, la encuesta tiene preguntas filtros o preguntas de mayor importancia que otras, por esta razón se describirán a continuación:

- Medios por los cuales el turista obtiene información del municipio de Tenjo Cundinamarca.



Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

En esta primera gráfica se puede analizar que los encuestados tiene como primera opción de información las redes sociales o canales en línea, como se puede observar 51 personas o un 68% de los encuestados contestaron la encuesta, obtuvieron información de municipio de Tenjo Cundinamarca a través de las redes sociales, y 13 personas o un 17% de los encuestados obtuvieron

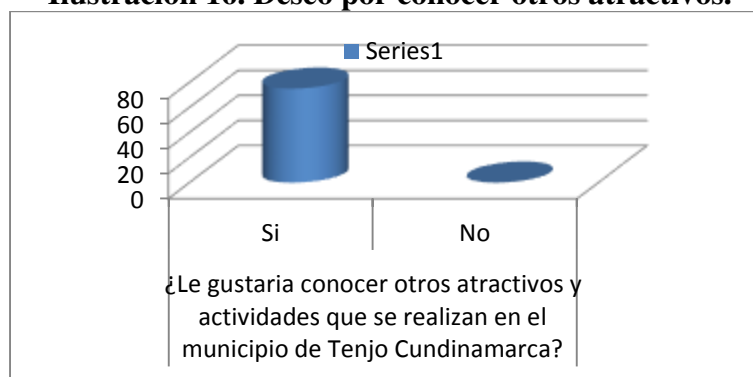
información por la televisión, esto da como resultado que si se quiere promocionar este proyecto la mejor opción son las redes sociales, además de ser económicas abarcan gran cantidad de personas demandantes y no demandantes.

- Atractivos turísticos que conocen los turistas del municipio de Tenjo Cundinamarca.

El municipio de Tenjo Cundinamarca, tiene varios atractivos, pero dos de ellos son los más importantes, alrededor de 25 personas o un 33% de los encuestados conocen la Peña de Juaica ubicada en el noroccidente del municipio y 21 personas o un 21% de los encuestados conocen el templo colonial, de esta forma se puede decir que en un 54% de los encuestados, se trasladan por las rutas principales para llegar a la peña de Juaica y su principal punto de estancia en el municipio de Tenjo Cundinamarca es el parque principal donde se encuentra el templo colonial. Se analiza que los turistas no toman rutas alternas ni caminos veredales para llegar a los destinos, situación que es favorable, ya que a la hora de establecer este proyecto todo será nueva para los turistas. (Ver tabulación en anexo #5).

- Turistas que desean conocer otros atractivos turísticos del municipio de Tenjo Cundinamarca.

Ilustración 16. Deseo por conocer otros atractivos.



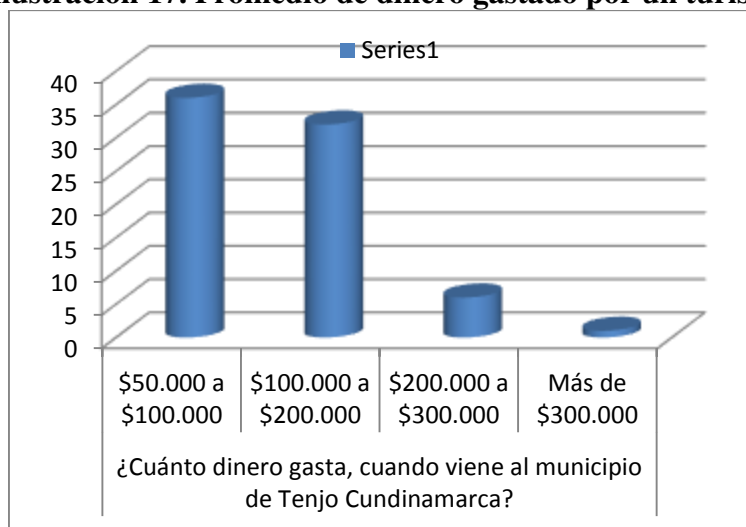
Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

Las 75 personas o 100% de los turistas encuestados, contestaron si al querer conocer otros atractivos y actividades que se realizan en el municipio de Tenjo Cundinamarca, esto demuestra

que la población encuestada está abierta a nuevas experiencias, por lo cual una de ellas puede ser el agroturismo.

- Dinero que normalmente gasta un turista al venir al municipio de Tenjo Cundinamarca.

Ilustración 17. Promedio de dinero gastado por un turista.



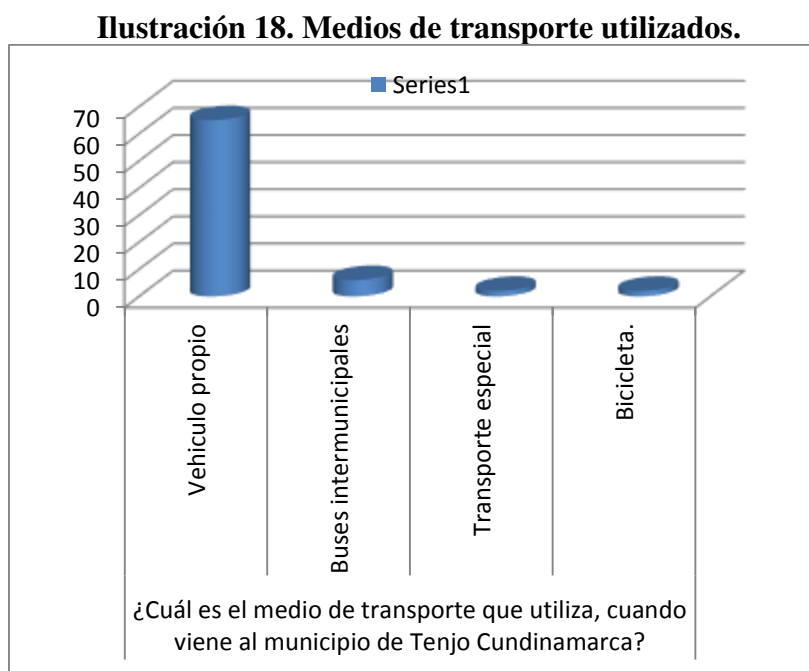
Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

Se puede observar que 36 personas o un 48% de los encuestados, gastan entre \$50.000 a \$100.000 cuando vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, y 32 personas o un 42% de los encuestados, gastan entre \$100.000 a \$200.000 cuando vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, con referencia a estos datos se debe tener en cuenta para el establecer los precios de este proyecto, sin sobrepasar estos gastos de los turistas.

- Cantidad de personas que viajan con el turista.

Da como resultado que 34 personas o un 45% de los encuestados viajan en pareja y 32 personas o un 42% de los encuestados viajan con cuatro (4) personas, esto indica que con normalidad los turistas vienen acompañados por otras personas, lo cual indica que el proyecto debe contemplar gran capacidad para recibir el número de visitantes que llegan al municipio de Tenjo Cundinamarca. (Ver tabulación anexa #8).

- Medios de transporte utilizados por los turistas cuando vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca.



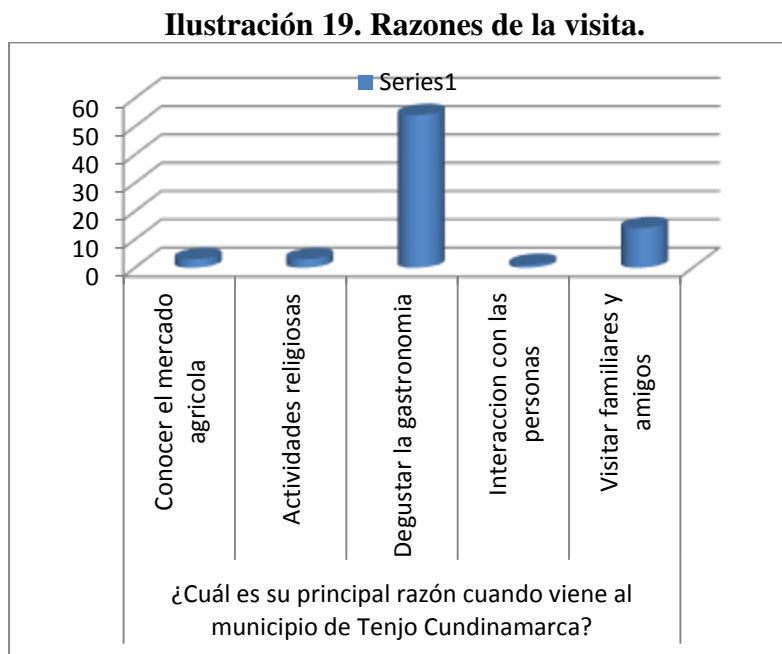
Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

Esta gráfica indica que 65 personas o un 86% de los encuestados vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca en vehículo propio, razón por la cual el presente proyecto debe tener en cuenta estacionamientos y/o parqueaderos con gran capacidad de almacenamiento.

- Frecuencia de visita al municipio de Tenjo Cundinamarca.

Da a conocer la frecuencia con que los turistas encuestados vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, teniendo en cuenta estos resultados, donde el 45% de los turistas encuestado viene una vez al municipio, el 21% viene al municipio una vez cada seis meses y el 20% viene al municipio una vez al año, y si estos datos fueran directamente proporcionales para los 1500 turistas que vienen al municipio, se podría afirmar que se tendría un buen porcentaje de visitas al municipio de Tenjo Cundinamarca, respuesta que da para más servicios. **(Ver tabulación en anexo #10).**

- Razones principales de visitar el municipio de Tenjo Cundinamarca.



Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

Muestra que 54 personas o el 75% de los turistas encuestados vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, con la principal motivación de degustar la gastronomía, por esta razón es fundamental que en este proyecto se tenga en cuenta la buena gastronomía local, regional, nacional e internacional, ya que para saber el tipo de comida preferida se necesita de otro estudio, y aunque al no saber qué tipo de comida se prefiere es mejor brindar amplias opciones en la alimentación.

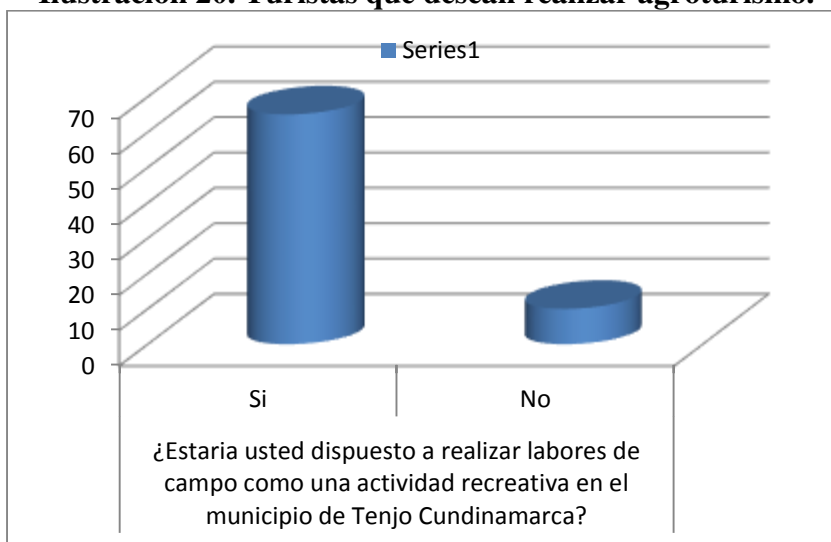
- Personas que requieren o no el servicio de alojamiento en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

Muestra que 41 personas o un 54% de los encuestados no necesitan del servicio de alojamiento cuando vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, mientras 34 personas o un 46% de los encuestados contestaron si al necesitar servicio de alojamiento cuando vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, esta pregunta necesita de otro estudio independiente para determinar si es viable o no el incluir el servicio de alojamiento en el municipio de Tenjo Cundinamarca, aunque se debe tener en consideración ya que el proyecto enfoca el uso del servicio de alojamiento y se

respalda en que el 46% de los encuestados si necesitan de este servicio. (Ver **tabulación anexa #12**).

- Personas dispuestas a practicar agroturismo en Tenjo Cundinamarca.

Ilustración 20. Turistas que desean realizar agroturismo.



Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

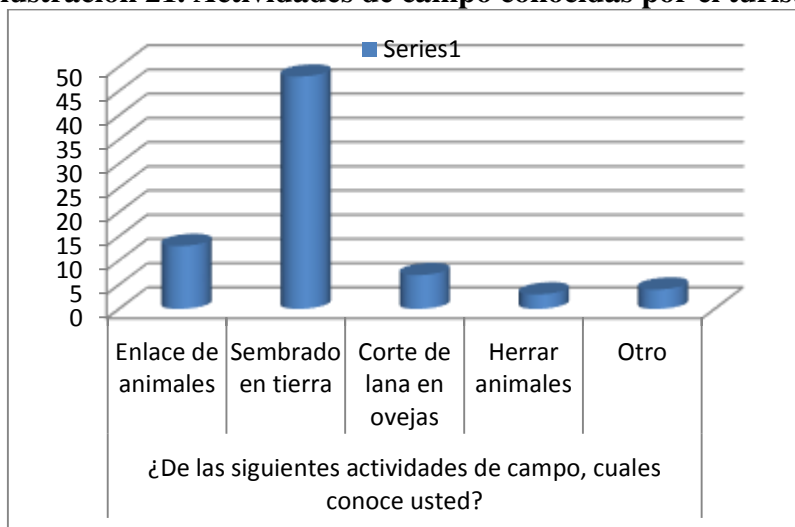
Muestra que 65 personas es decir el 87% de los encuestados dijeron sí a la respuesta de mayor importancia para el proyecto, ya que están dispuestos a la realización de actividades de campo como una actividad recreativa en el municipio de Tenjo Cundinamarca, esto representa que el proyecto es viable y que tiene probabilidades de entrar en el mercado turístico del municipio.

- Tipos de hospedaje que el turista prefiere.

Del total de los encuestados, 23 personas es decir el 30%, contestaron que prefiere hospedarse en alojamientos rurales, mientras 22 personas es decir el 29% prefieren hospedarse en hoteles, estos muestra que puede ser pertinente incluir un alojamiento rural o un hotel, dentro del proyecto ya que tendrán una acogida igual, pero como anteriormente se mencionó esto necesita de un estudio adicional, por la visión del proyecto y el manejo de temas que se tienen en cuenta, lo mejor es establecer un alojamiento rural. (Ver **tabulación anexa #14**).

- Actividades de campo que conoce el turista.

Ilustración 21. Actividades de campo conocidas por el turista.



Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

Da como resultado que 48 personas es decir el 64% contestaron que la siembra en tierra es una de las actividades de campo que conocen, mientras 13 personas es decir un 17% de los encuestados conocen el enlace de animales, el conocimiento de los turistas frente a las actividades de campo es bajo, dando una ventaja al proyecto al mostrar un gran portafolio de actividades que se realizan en el campo, desde el tipo participativo u observador.

- Servicios turísticos indispensables al elegir un destino.

Ilustración 22. Servicios turísticos indispensables.



Fuente: Propia, 02 de mayo de 2017.

Esta gráfica muestra que 45 personas o un 60% de los encuestados, eligen un destino por los restaurantes y servicios de alimentos y bebidas, y 21 personas o un 28% de los encuestados eligen los destinos por el servicio de guianza, es decir que para el presente proyecto en el municipio de Tenjo Cundinamarca, se debe tener en cuenta la integración de buenos servicios de alimento y bebidas, de la misma forma se debe integrar la guianza turística no en el momento pero se puede dejar a largo plazo para su incorporación.

8.9. Cruce de preguntas

Se realiza con el fin de conocer más de cerca las características propias de la demanda y buscar una relación de esos comportamientos que en el siguiente ítem se describirán.

- ¿Cuánto dinero gasta, cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca? Y ¿Con cuántas personas viaja usted usualmente?

De los 75 encuestados, 36 personas es decir el 48% gasta entre \$50.000 a \$100.000, se relaciona con el que las 34 personas es decir el 45% viajan en pareja, esto indica que con normalidad las parejas que vienen al municipio gastan en promedio \$50.000 por persona, esto además se soporta en que 32 personas es decir el 42% gasta entre \$100.000 a \$200.000 y generalmente 32 personas es decir el 42% viajan con 4 personas, es decir que la situación se vuelve a presentar indicando que estas personas gastan \$50.000 por persona.

- ¿Cuál es su principal razón cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca? Y ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos, es más indispensable a la hora de elegir un destino?

De las 75 personas, 54 encuestados es decir el 72% vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca para degustar la gastronomía, y 45 encuestados es decir el 60% eligen un destino por los servicios de restaurantes o alimentos y bebidas, lo que indica que la gran mayoría de los encuestados buscan buenos restaurantes o servicios de alimentos y bebidas que ofrecen platos tradicionales del destino.

- ¿Al visitar el municipio de Tenjo Cundinamarca, requiere servicio de alojamiento? y ¿De los siguientes tipos de hospedaje, cual prefiere a la hora de utilizar el servicio?

Del total de los encuestados 41 es decir el 54%, indican que no necesitan del servicio de alojamiento al venir al municipio de Tenjo Cundinamarca, mientras 34 personas indican que sí necesitan del servicio de alojamiento al venir al municipio de Tenjo Cundinamarca, es de importancia resaltar que en el caso de implementar el hospedaje en el municipio se tenga en cuenta que la población encuestada busca hospedaje de tipo rural y hoteles.

- ¿Estaría usted dispuesto a realizar labores de campo como una actividad recreativa en el municipio de Tenjo Cundinamarca? y ¿De las siguientes actividades de campo, cuáles conoce usted?

De los 75 encuestados, 65 expresaron que, si desean realizar actividades de campo como actividad recreativa, para la implementación de este proyecto es de gran importancia el considerar los servicios restauranteros y de alimentos y bebidas, y a su vez que se ofrecen gastronomía típica del lugar como anteriormente se mencionó.

8.10. Características principales de la demanda

Al realizar el análisis de las encuestas se encuentran datos que clasifican las encuestas de la siguiente manera:

- Hombres: Se encuentra que la mayoría de los visitantes del municipio de Tenjo Cundinamarca son los hombres con un 51% del total de los encuestados, en un 63% vienen de la ciudad de Bogotá, en un 63% son profesionales y el 52% tienen entre los 31 y 40 años. El género masculino en un 79% busca información sobre el municipio de Tenjo Cundinamarca por medios electrónicos denominados redes sociales, el 44% tiende a gastar entre \$100.000 a \$200.000 y el 42% tiende a gastar entre \$50.000 a \$100.000, esto es debido a la cantidad de personas que viajan se puede decir que en promedio se gastan \$50.000 por persona, ya que los que gastan entre \$50.000 a \$100.000 viajan con

normalidad en pareja, datos reflejados en que el 60% viajan en pareja, mientras el 34% viaja con cuatro (4) personas, el transporte que utilizan con mayor frecuencia es el vehículo propio en un 89%, la frecuencia de viaje al municipio de Tenjo Cundinamarca es de una vez al mes con un 44%, con normalidad el 73% de los hombres vienen al municipio a degustar de la gastronomía, el 55% de los hombres buscan hospedaje, donde el 83% les agradaría realizar actividades de campo como una actividad recreativa, el 31% prefiere hospedarse en campings y por último el 73% elige un destino según los restaurantes o servicios de alimentos y bebidas.

Tabla 8. Caracterización masculina.

Hombres.
Bogotá - Estudiantes - Entre los 31 a 40 años.
Las redes sociales son la principal fuente de información.
Tienden a gastar entre \$100.000 a \$200.000.
Viajan en pareja.
Viajan en vehículo propio.
Viajan una vez al mes.
Buscan degustar la gastronomía.
Buscan hospedarsen.
Buscan nuevas experiencias en turismo.
Prefieren hospedarsen en camping.
Eligen un destino por los servicios restaurantes y de alimentos y bebidas.

Fuente: Propia, 06 de mayo de 2017.

- Mujeres: Equivalen al 49% del total de los encuestados, en un 61% vienen de la ciudad de Bogotá y el 16% vienen de la ciudad de Chía, el 32% son estudiantes, el 29% son profesionales y el 29% son trabajadoras, 54% de ellas tienen de 20 a 30 años de edad y el 43% tienen entre 31 a 40 años de edad. El género femenino como primera opción para

obtener información acerca del municipio de Tenjo Cundinamarca son las redes sociales, con 21 mujeres es decir el 56% y 11 mujeres es decir el 29% de las encuestadas buscan información por la televisión, las 37 mujeres es decir el 100% de ellas quieren conocer más atractivos y actividades en el municipio de Tenjo Cundinamarca, en promedio 20 mujeres es decir el 54% de las encuestadas gastan entre \$50.000 a \$100.000 cuando vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca, mientras 15 mujeres es decir el 40% gastan \$100.000 a \$200.000, suelen viajar con cuatro personas respuesta que dieron 19 mujeres es decir el 51% de las encuestadas, mientras 11 mujeres es decir 29% de las encuestadas viajan en pareja, el 83% es decir 31 mujeres vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca en vehículo propio, mientras el 13% es decir 5 mujeres vienen al municipio en buses intermunicipales, la mujeres encuestadas vienen al municipio de Tenjo Cundinamarca una vez al mes en un 46% es decir 17 mujeres, mientras el 32% es decir 12 de las encuestadas vienen una vez al año, 26 mujeres es decir el 70% de las encuestadas vienen por la razón principal de degustar la gastronomía, mientras 6 mujeres es decir el 16% vienen por la razón de visitar amigos y familiares, 24 mujeres es decir 64% más de la mitad no necesitan de hospedaje al venir al municipio de Tenjo Cundinamarca, mientras 13 mujeres es decir el 36% si necesitan de hospedaje al venir al municipio, de las 37 mujeres encuestadas, 32 están dispuestas a realizar trabajos de campo como actividades recreativas mientras 5 no lo están, el alojamiento rural y los hoteles, siguen siendo unos de los tipos de hospedaje de mayor importancia para las mujeres con un 37%, el sembrado en tierra sigue punteando como una de las actividades más conocidas con un 54%, pero para las mujeres la segunda opción conocida es el corte de lana en ovejas con un 16%, el servicio de restaurantes o servicios de alimentos y bebidas es uno de los más importantes ya que el 45% de las encuestadas lo dijeron, pero la guianza turística es la segunda en mayor importancia a la hora de elegir un destino ya que el 37% de las encuestadas lo dijeron.

Tabla 9. Caracterización femenina.

Mujeres.
Bogotá – Estudiantes – entre los 20 a 30 años.

Las redes sociales son su principal fuente de información.
Tienden a gastar entre \$50.000 a \$100.000.
Viajan con 4 personas.
Viajan en vehículo propio.
Viajan una vez al mes.
Buscan degustar la gastronomía.
No buscan alojarse.
Buscan nuevas experiencias de turismo.
Prefieren hospedarse en alojamiento rural u hoteles.
Eligen un destino por los servicios restaurantes y de alimentos y bebidas.

Fuente: Propia, 06 de mayo de 2017.

9. Capítulo N° 3: Propuesta de actividades agroturísticas para el municipio de Tenjo Cundinamarca

9.1. Producto turístico

Thomas Cook, británico que, en el año de 1841, fundó la compañía que lleva su nombre, organizó el primer viaje chárter en tren para una liga antialcohólica, en el que cada viajero pagó una cantidad de dinero por el desplazamiento y la alimentación. Se considera el nacimiento de la industria del turismo y con ella el primer producto turístico de la historia, que daría lugar al desarrollo que hoy se conoce en el sector.

Según Grönroos (1994), identifica que se encuentran categorías o niveles, ya que un servicio, formulado como un producto, puede entenderse como un paquete de servicios, donde existe un servicio principal y unos servicios auxiliares. En el caso de un hotel, podríamos entender como servicio principal la recepción, el alojamiento y el servicio de habitaciones, mientras que la posibilidad de conexión a Internet o el room service se realiza desde cada una de las habitaciones sería un servicio auxiliar.

Kotler (2004), argumenta que existen tres niveles de producto: el genérico, el esperado y el mejorado. El producto genérico sería aquel destinado a satisfacer la necesidad más básica del cliente. El producto esperado representa el conjunto de atributos que el consumidor espera recibir en relación con las expectativas y necesidades que éste tiene sobre el mismo. En relación con el producto mejorado, podemos decir que incluiría toda una serie de beneficios sobre el producto genérico y el producto esperado con el objetivo fundamental de diferenciarse de la competencia.

También se argumenta acerca de la existencia del producto potencial, que representa las características que el producto debería tener en un futuro para satisfacer las necesidades de los consumidores. El concepto de producto potencial requiere de una interacción con el cliente, con la finalidad de que éste contribuya con sus aportaciones al perfeccionamiento o mejora del producto actual.

Según Serra (2002), distingue que hay la existencia del paquete turístico como referencia importante en la historia moderna del turismo, en especial en relación con los viajes vacacionales y de ocio ofertados mayoritariamente en épocas tradicionalmente festivas. Se define como una combinación de elementos individuales del producto turístico total, comercializado bajo una denominada marca y ofrecido al consumidor a un precio único que incluye todos los distintos componentes.

Según Schlüter y Winter (2007), el producto turístico es aquello que se puede vender y comprar, luego tiene un precio y está constituido por un conjunto de servicios destinados a satisfacer ciertas expectativas, estas son las experiencias que desean recibir los clientes para satisfacer una motivación determinada. Los productos turísticos se organizan atendiendo a las características de los segmentos de mercado y en especial, a la motivación que origina el viaje, la cual es la condicionante principal en el diseño de todo producto turístico. Por ello también cuando se popularizan determinadas modalidades turísticas se comienza a hacer referencia a nuevos productos.

- Características del producto turístico.

Existen unas características que los diferencian los servicios de los bienes: como la intangibilidad, la inseparabilidad, la heterogeneidad y el carácter perecedero. Clarke y Middleton (2001), señalan, además, otras características propias de los servicios turísticos, que junto a las mencionadas establecen un carácter diferenciador de éstos sobre el conjunto de servicios de otros sectores de actividad. Se trata de la estacionalidad, los elevados costes fijos de las operaciones y la interdependencia de los distintos productos turísticos.

La estacionalidad es una característica inherente al turismo y que determina en gran medida las estrategias empresariales de las compañías que operan en el sector. Al ser un servicio que se consume de forma mayoritaria en época vacacional, se observa que existen grandes variaciones en la demanda según la época del año en la que nos encontremos. Desde que se instauraron las vacaciones pagadas en las empresas de la mayoría de países del mundo, se ha evidenciado una tendencia de las personas a disfrutar esos periodos en las épocas festivas, que coinciden con

aquellas en las que la climatología es más benigna. Otro factor, de tipo cultural, que incide en la elección de los periodos vacacionales, tiene que ver con las interrupciones en los periodos lectivos y la celebración de acontecimientos tradicionales como la Navidad o la Semana Santa.

Otra característica de los servicios turísticos son los elevados costes fijos que acarrea poner en marcha las infraestructuras necesarias. Desde hoteles a aeropuertos, la necesidad de unas complejas infraestructuras determina el desarrollo del sector en determinadas áreas geográficas.

En cuanto a las infraestructuras directamente implicadas en la prestación del servicio turístico, se constata que han sido determinantes para el desarrollo de diversas áreas geográficas como destinos turísticos de referencia. Al margen de disquisiciones acerca de la idoneidad o no de determinados modelos turísticos y de su impacto ambiental y estético, no cabe duda de que ciudades como Benidorm no habrían llegado a alcanzar las cifras actuales de turistas e ingresos directos por turismo de no ser porque el desarrollo que las infraestructuras turísticas, como hoteles y otros alojamientos, han permitido hacer frente a una elevada demanda. Los costes de estas infraestructuras son elevados y, generalmente, las inversiones son de tipo permanente, lo que supone al sector continuar estimulando la demanda para que no se produzca un exceso de oferta.

Otro aspecto diferencial del producto turístico es la interdependencia de los distintos productos turísticos. Ciertamente, resulta difícil imaginar una disociación, en el caso de un viaje combinado, entre el desplazamiento al lugar de destino y el alojamiento en un establecimiento hotelero. También existen productos turísticos como las visitas guiadas o el alquiler de vehículos que se conjugan con los anteriores para conformar un producto turístico integrado, en el que cada uno de sus componentes adquiere gran importancia en el resultado final de la producción del servicio.

- Componentes del producto turístico.

Los productos turísticos, por la gran variedad y diversidad de los componentes que los conforman, resultan de los más complejos entre todos los productos. Además de diseñarse para satisfacer las necesidades del hombre, también deben brindar una experiencia que resulte merecedora de ser recordada.

Los productos son, ante todo, heterogéneos. A veces lo son extremadamente, pues están formados por muchos componentes que pueden ser tanto tangibles como intangibles. El deseo de visitar un lugar es totalmente intangible, mientras que el disfrute de los servicios que se ofrecen en ese lugar, en un momento dado, es un hecho tangible.

Los productos turísticos se consumen al mismo tiempo que se producen y la percepción de su calidad es totalmente individual y va variar de acuerdo con la formación, la personalidad y los gustos de determinado cliente, así como por las condiciones objetivas imperantes en el momento de recibir el servicio relacionadas con el ambiente en general y con los que están prestando el servicio. Un mismo producto puede cambiar en el tiempo pues se le pueden agregar o añadir componentes y también hay que considerar que estos pueden hacerse obsoletos con el paso del tiempo.

Según Ebrahimi (1995) y Acerenza (2006), estos son los componentes del producto turístico:

- Los recursos turísticos (naturales, histórico-culturales y socioeconómicos).
- Accesibilidad.
- Guías especializados.
- Medios de transporte y comunicación.
- Infraestructura de alojamiento y servicios extra hoteleros.
- Equipamiento recreativo de diversos tipos.
- Comunidad local.
- Atractivos periféricos complementarios.

Smith (1994) propone un modelo que integra en el producto turístico cinco elementos o componentes: la planta física, el servicio, la hospitalidad, la libertad de elección y la implicación del cliente. Estos elementos están situados en círculos concéntricos que parten del entorno físico hasta la implicación del cliente. A medida que se pasa de un elemento a otro se va reduciendo el control de gestión y la posibilidad de aplicar mediciones empíricas sobre el proceso, incrementándose, a su vez, la implicación del cliente y el grado de intangibilidad.

Para el autor, la importancia relativa de cada elemento puede variar dependiendo del tipo de producto específico de que se trate, pero todos los productos turísticos los incorporan. La capacidad de un producto determinado para satisfacer las necesidades de un consumidor radica en la apropiada integración de los elementos que lo componen. El producto turístico no es una simple combinación de elementos, su éxito depende, en gran medida, de una adecuada sinergia e interacción entre todos ellos.

La planta física es considerada la base del producto turístico y comprende lugares, recursos naturales e instalaciones, como un hotel o un barco de crucero. La planta física también se refiere a las condiciones meteorológicas y ambientales del destino turístico en cuestión. Este componente tiene una gran influencia en la experiencia del consumidor y puede ser mejorado mediante políticas de protección del medio ambiente, accesibilidad o mejoras en las instalaciones (Gunn, 1988).

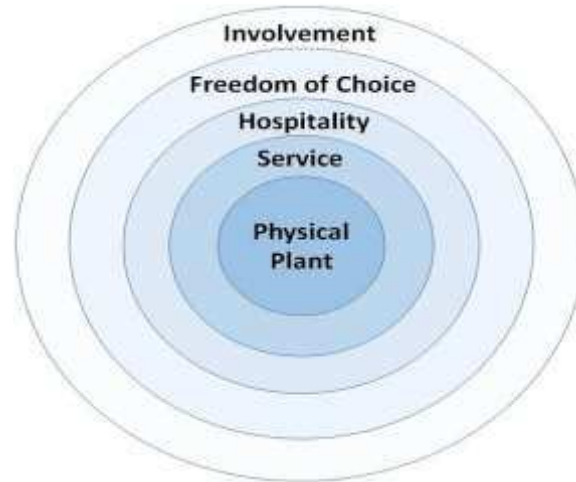
Muchos autores como Zamora, Kotler, Leiper entre otros, consideran que todo producto turístico está compuesto por cinco componentes:

- Atracción y entorno del destino turístico: los atractivos constituyen el fin del desplazamiento turístico, se conoce como el lugar, objeto u acontecimiento.
- Facilidades y servicios turísticos ofrecidos en el destino turístico: es la planta turística que se encuentra conformada por el equipamiento (servicios básicos) y las instalaciones (construcciones para la práctica de la actividad turística).
- Accesibilidad del destino turístico: indispensable para que el turista llegue al destino.
- Imagen del destino turístico: percepción del turista sobre el destino, que es apreciada a partir de la influencia del marketing sobre un lugar determinado, por ello la creación de los productos debe orientarse a los turistas y a los residentes para reforzar la imagen del mismo y su sostenibilidad en el tiempo.
- Precio para el consumidor turístico: instrumento compuesto por la cantidad de dinero que el usuario está dispuesto a desembolsar con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

La existencia de una planta física es, a menudo, sólo el comienzo, puesto que se requieren una serie de servicios que la hagan utilizable como destino turístico. Smith (1994) indica que son servicios todas las tareas llevadas a cabo con el objetivo de satisfacer las necesidades del

consumidor. Entre éstas se encuentran por ejemplo la gestión, mantenimiento, recepción de un hotel, restauración, asistencia en vuelos y aeropuertos, etc. Para determinar la calidad del servicio prestado, han de observarse las características de los empleados y sus habilidades técnicas para encomendarse a las tareas propuestas. Autores como Grönroos (1994) han profundizado en los aspectos relacionados con la calidad en la prestación de los servicios, resaltando la importancia de la misma en relación con diversos sectores de actividad.

Ilustración 23. Modelo de los 5 elementos de Smith.



Fuente: <https://www.google.com.co/search?q=Cinco+elementos>.

A pesar de la importancia de la calidad del servicio, el producto turístico precisa de otros elementos adicionales, como son la actitud y la forma en la que los servicios son prestados, ofreciendo un “extra” que puede marcar la diferencia en cuanto a una percepción superior por parte del cliente respecto a otros servicios recibidos. Smith (1994) indica que es posible diferenciar la calidad en el servicio de la hospitalidad, argumentando con un ejemplo basado en un mostrador de recepción de un hotel. Si el servicio se presta de forma correcta y de acuerdo con las especificaciones establecidas en la gestión del establecimiento, se habrá hecho con calidad; si además el servicio se ofrece con una sonrisa, amabilidad y, en general, yendo “más allá” del cumplimiento de los procedimientos considerados formales, se habrá conseguido transmitir hospitalidad al cliente.

La libertad de elección se refiere a la necesidad de que el turista pueda acceder a un abanico de opciones que le permitan hacer satisfactoria la experiencia. El grado de libertad variará en función

del tipo de viaje que se realice, del presupuesto disponible, la experiencia previa del consumidor o de la disponibilidad que ofrezca la agencia de viajes o el tour operador correspondiente. Al margen de esas consideraciones, todo producto turístico debería ofrecer cierto grado de elección al consumidor, con el objetivo de hacer satisfactoria la experiencia del viaje.

El aspecto de la libertad de elección se hace especialmente notorio en los viajes recreacionales o de placer. Autores como Mannell y Bradley (1986) han profundizado en este aspecto como parte integral de la experiencia turística. El consumidor percibe un mayor grado de relax si dispone de diferentes opciones para escoger, y, en cualquier caso, es importante que pueda, al menos, decidir si desea o no ejercitar ese derecho de libertad.

Una característica básica común a muchos servicios es que el consumidor participa, en mayor o menor grado, en la producción del propio servicio. La base para el éxito de la participación del cliente en ese proceso, en relación con el producto turístico, es que exista una combinación adecuada de los restantes elementos que conforman el modelo, esto es: la planta física, el servicio, la hospitalidad y la libertad de elección. La implicación del cliente no sólo significa una participación física; implica un compromiso con la actividad que suponga una vivencia más intensa de la misma.

Una implicación excesiva del turista en las actividades del viaje puede hacerle perder la perspectiva de valorar adecuadamente otros elementos importantes del producto turístico, como el servicio de alojamiento, las comidas o el transporte. La implicación del cliente también contribuye a fomentar la interacción del mismo con otros turistas y a conformar una respuesta emocional al viaje.

Como conclusión del modelo de Smith (1994), el autor indica que, si se da en el producto turístico una adecuada combinación de implicación, libertad de elección, hospitalidad, servicio correcto, junto a una buena planta física, que incluya buen tiempo, entorno agradable y accesibilidad, virtualmente queda garantizada la calidad y satisfacción para el cliente final.

9.2. Actividades turísticas

La actividad turística según la OMT, comprende el desplazamiento del lugar habitual de residencia, la pernoctación por un período superior a 24 horas y menor a un año para el goce y disfrute de un destino turístico. Por lo tanto, esta actividad implica el uso y contratación de medios de transporte, alojamiento. En este sentido, el producto turístico está constituido por el conjunto de bienes y servicios que se ponen a disposición de los visitantes para su consumo directo, es de gran importancia señalar que los mismos deben estar dirigidos a la satisfacción de los deseos y las expectativas de los visitantes.

Se considera que la ejecución de las actividades turísticas implica el diseño y desarrollo de productos turísticos comprendidos por estos componentes para la satisfacción de las necesidades de los diferentes segmentos del mercado, tanto en el trayecto o recorrido como durante su estadía en el destino.

Las actividades turísticas encaminadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forman parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que el propio turista es agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.

Entre las actividades más conocidas en turismo se destaca la ruta turística y el circuito turístico, según Nélida Chan (2005), estas actividades son de gran importancia para el desarrollo del turismo, ya que muestran el desarrollo de productos que implican los componentes o elementos, que son necesarios para generar y desarrollar la industria turística, a continuación, se define cada uno de ellos con las singularidades propias:

- Ruta turística:

Según el Servicio nacional de aprendizaje SENA (2009), 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.

Las rutas turísticas, se componen de un conjunto de puntos organizados en forma de red, dentro de una región determinada y, que estando debidamente señalizados suscitan un reconocimiento de interés; estos recorridos se organizan en torno a un tipo de actividad turística que caracteriza a la misma y le otorga su nombre, ejemplo (la ruta del café, la ruta del vino). La ruta debe ofrecer a quienes la recorren, una serie de placeres y actividades con los elementos distintivos de la misma. Debe presentar una imagen integral a partir de la complementariedad entre sitios, servicios, y lenguaje comunicacional.

- Características de las rutas turísticas.

Normalmente, las agencias de turismo son las que trazan las rutas turísticas a viajeros basados en un mapa, donde se señalan los distintos destinos, los medios de transporte, el estado de la ruta o rutas, horarios de salida y de arribo, las distancias entre un lugar y otro, los alojamientos y las descripciones de los atractivos turísticos que disfrutarán. Algunas rutas son predeterminadas por las respectivas regiones, exigiendo un esfuerzo conjunto del sector público y privado; en las rutas turísticas no sólo se disfruta de los destinos fijados, sino del tránsito entre uno y otro lugar.

Los elementos que mejor caracterizan las rutas turísticas son:

- Selección de la región o zona objeto de estudio.
- Recolección de la información: Historia, ubicación geográfica, clima, medios de comunicación).
- Selección de los atractivos: Monumentos, iglesias, sitios naturales.
- Nombre de la ruta: por ejemplo: Ruta del café, ruta del vino.
- Medios de transporte: Terrestre, aéreo y acuático.
- Descripción de actividades y puntos de interés a visitar: Museos, parques naturales, monumentos, etc.
- Tiempo y duración del recorrido.
- Itinerario de la ruta: Horario de salida, horario de llegada, destinos, actividades, entre otros.
- Comercialización: Medios utilizados para la promoción de la ruta turística.

Las rutas turísticas buscan los siguientes objetivos:

- El incremento, en su conjunto, de la actividad turística en el área geográfica donde se desarrolla.
- La generación de riqueza a través de una actividad complementaria a la tradicional de la zona.
- Mejorar la infraestructura de la zona geográfica, por ejemplo, a través de la creación de carreteras. Además, las rutas turísticas permiten la reactivación y revalorización del patrimonio en desuso, evitando su abandono y destrucción. Permite adecuar las instalaciones inactivas con una nueva funcionalidad didáctica y cultural en el marco de un proyecto turístico.
- La diversificación y la des estacionalización de la actividad turística en la zona geográfica. Las rutas turísticas surgen como propuestas nuevas e imaginativas en respuesta a los cambios en el actual perfil del turista.
- Las rutas turísticas permiten sensibilizar y concientizar a los visitantes, acerca de diversos temas y problemáticas culturales, ambientales, históricas, etc.
- Fomentar el diálogo entre visitantes y anfitriones, promueven nuevos tipos de cooperaciones, permiten conocer mejor los patrimonios de los territorios y contribuyen al desarrollo humano y económico.

Circuitos turísticos:

Según el Sistema nacional de aprendizaje SENA (2009), es la articulación de atractivos turísticos en forma ordenada y priorizada que facilita el conocimiento turístico del visitante, entre comillas es una ruta turística que abarca diferentes atractivos, terminando en el mismo lugar que inicia.

En otras palabras, un circuito turístico es la suma de varios corredores que unen los servicios y productos de un destino turístico con otros destinos; para el beneficio de las zonas turísticas y para quienes disfrutan del turismo.

Elementos de un destino turístico.

- Atracciones.
- Servicios.
- Acceso.
- Imagen.
- Precio.

Es de gran importancia el considerar que los atractivos turísticos, sean naturales o artificiales, son la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podría emprender el desarrollo turístico, por esto se debe acondicionar los lugares, de no tenerlos, con el fin de ofrecer una planta turística que permita la explotación comercial del lugar.

Los circuitos turísticos se pueden clasificar del siguiente modo:

- Por ámbito geográfico: Puede ser local, regional e internacional.
- Por su duración: Puede ser Medio día, día completo y más de dos días.
- Por su motivación: Comprendido en lo cultural, recreativo, religioso, entre otros.
- Por su diagramación: Encontramos el circular y el lineal, de esta clasificación se encuentran los circuitos interpretativos y circuitos temáticos.

Metodología para el desarrollo del circuito turístico.

- Definir aspectos generales del circuito: Definir el espacio geográfico en dónde se va a realizar; comprende los departamentos, ciudades, pueblos, municipios, regiones etc.
- Identificación de los recursos turísticos: Corresponderán a los recursos turísticos más sobresalientes o importantes de la región, departamento, ciudad, municipio o pueblo, ya sea por su importancia natural, artificial, cultural a través del tiempo, o por su monumentalidad contemporánea, pudiendo considerarse iglesias, catedrales, casonas, museos, entre otros.
- Definición del Recorrido: Consiste en definir el recorrido, marcando todos los atractivos y recursos turísticos, uniendo la vía de accesos con los recursos en un mapa.

- Recopilación de información y reconocimiento del circuito: Es fundamental el acopio y análisis de información y documentación acerca de los atractivos y recursos turísticos de cada localidad; este proceso es esencial para reunir información fidedigna, usando diferentes métodos de documentación como fuentes secundarias (textos) o a través de medios de información como Internet, videos y otros.
- Prueba del circuito propuesto: Esta prueba se realiza a través de: Medición de tiempos: Medición de tiempos a lo largo del recorrido, tiempo de traslados de una localidad a otra, tiempo de visita al atractivo turístico, entre otros tiempos.

Evaluación de facilitación turística: Evaluar el estado de las vías, accesos a los puntos a visitar, los servicios turísticos conexos, tales como restaurantes, centros de esparcimiento, otros.

- Difusión del circuito: Reunión con operadores turísticos, agencias de viajes para dar a conocer el circuito, a través de material informativo que incluya dípticos, trípticos o guías que proporcionen información a los turistas sobre los atractivos y recursos turísticos.

9.3. Propuesta de producto turístico para el municipio de Tenjo Cundinamarca

Cómo es notable en el trabajo realizado desde los marcos de referencia, el proyecto actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo es un producto agro turístico, que busca de manera idónea que la población del municipio de Tenjo Cundinamarca, explote el potencial agrícola y pecuario con el que cuenta, ofreciendo amplios abanicos de posibilidades para poner en práctica esta nueva forma de descansar y de ponerse en contacto con la naturaleza, sobre todo hoy en día donde el turista busca el contacto con la naturaleza intacta y las curiosidades naturales y culturales del lugar, que facilite la relación sociocultural, esto permite vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, recupera el equilibrio físico y psicológico de turista, muestra la realidad de las comunidades anfitrionas, mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus pobladores, y trae un desarrollo económico que integra a los prestadores de servicios locales y sus anfitriones. Otro de los beneficios a considerar es la recuperación y el mantenimiento de las manifestaciones arquitectónicas y culturales de la región visitada, así como a protección de los

entornos naturales. Esta modalidad turística se desarrolla de manera artesanal, ya que sus beneficios se ven reflejados de forma directa en el desarrollo económico regional y comunitario.

Se tiene en cuenta que el municipio de Tenjo Cundinamarca en un 80% se compone de un espacio rural, se pretende dar a conocer la producción bovina, equina, caprina, porcina, agrícola en tierra y agrícola en las nuevas modalidades, es decir se dará a conocer todas las practicas pecuarias y agrícolas del municipio de Tenjo Cundinamarca.

9.4. Propuesta de actividades turísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca

Debido al estudio realizado en los capítulos anteriores, se delimita el proyecto actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca a una actividad denominada circuito turístico, ya que las características del estudio dan como resultado una circuito que se enlaza con caminos alternos o caminos reales en este caso, además esto permite que el turista conozca otros atractivos que se encuentran en los trayectos entre fincas, por ende enlaza los prestadores de servicios turísticos de una forma organizada dando prioridad a los servicios de mayor importancia según el estudio que se realizado a los turista en las encuestas del segundo capítulo, al tener el enlace entre los prestadores de servicios turísticos, permitirá que el turista conozca y disfrute de caminos reales en perfectas condiciones y conozcan nuevos paisajes en estas zonas veredales.

Se selecciona un circuito de día completo, ya que los turistas encuestados tiene una caracterización muy marcada en que la gran mayoría no buscan alojarse, ya que son turistas que provienen de lugares cercanos como la ciudad de Bogotá, Chía y Cajica, por esta razón no es apropiado el instaurar en este momento un servicio de alojamiento, aunque la finca la provincia se está preparando en el servicio de alojamiento y esta es nuestro punto de partida, se fomentará y entusiasmará al turista, al hospedarse en el municipio de Tenjo con el fin de que a largo plazo de unos 2 años se implemente un circuito de dos o tres días.

Se contemplan las siguientes actividades agroturísticas para el desarrollo de este proyecto.

- Actividades de tipo participativo.

- Ordeño. (Manual y Mecánica).
- Destete. (Acostumbrar al ganado a otros alimentos).
- Arreo. (Llevar ganado a corrales).
- Señalada. (Bovinos).
- Yerra. (Marcación).
- Paseo a caballo o viaje en coche.
- Lavado, peinado y ensillado. (Equinos).
- Esquila. (Procesos de hilandería).
- Vacunas. (No intravenosas).
- Surcos. (Tierra).
- Siembra. (Tierra).
- Cosecha. (Tierra).
- Manejo irrigación. (Tierra).
- Ordeño de cabras.
- Alistamiento de plántulas. (Hidropónica)
- Limpieza de naves. (Limpieza y armamento del sitio donde se siembra en la hidroponía).
- Siembra de plántulas.
- Recolección de planta.
- Procesos de producción con lácteos.
- Procesos de producción con carnes.
- Elaboración de productos típicos con Materiales reciclados de las anteriores actividades.

Actividades de tipo contemplativo.

- Doma. (Jinetear y amansar).
- Equitación de salto. (Caballo se mide a obstáculos).
- Yerra. (Castración o descole del animal).
- Pialada. (Amarrar manos del animal durante una corrida).
- Descorné. (Pulir o quitar cachos del animal).
- Señalada. (Corte en la oreja del animal)

- Fumigación. (Tierra).
- Fumigación. (Hidropónica).

9.5. Diseño de la propuesta de actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca

Espacio geográfico:

Para el proyecto actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca, se ven implicadas las veredas de Santa cruz, Chinche, Santa Cruz, Martin y Espino, Poveda 1 y Poveda 2, del municipio de Tenjo Cundinamarca.

Ilustración 24. Mapa de las veredas implicadas.



Fuente: Alcaldía del municipio de Tenjo.³⁰

- Cartografía del circuito de las actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca.

³⁰ Modificado por David Villamarín, diseñador gráfico, (2017).

Ilustración 25. Cartografía del circuito.

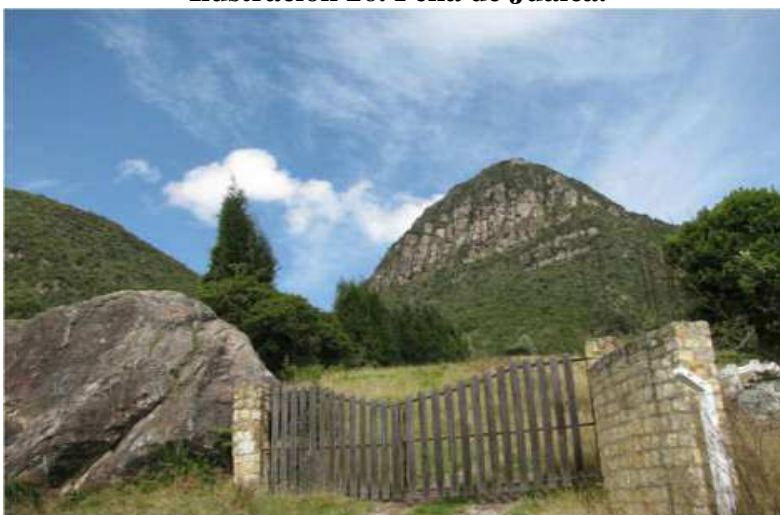


Fuente: David Villa Marín, 2017 diseñador gráfico.

- Reconocimiento de atractivos:

Se reconocen como atractivos turísticos del municipio de Tenjo Cundinamarca las fincas anteriormente nombradas en el capítulo número 1 y se consideran los siguientes atractivos turísticos para mejorar y ampliar el proyecto a futuro.

Ilustración 26. Peña de Juaica.



Fuente: Alcaldía del municipio de Tenjo Cundinamarca.

La Peña de Juaica siendo la montaña más alta de la serranía de la sabana centro de la ciudad de Bogotá, será el punto de mayor visibilidad durante el trayecto del circuito, se tiene referencia como uno de los atractivos naturales más importantes del municipio de Tenjo Cundinamarca y además según los encuestados es un punto de referencia del municipio, que atrae a los turistas por su mística historia.

Ilustración 27. Parque principal.



Fuente: Propia, 15 de mayo de 2017.

Como es normal el parque principal es uno de los puntos de encuentro de los turistas, ya que por su estructura colonial recoge y acoge la historia, las artesanías, las leyendas y a su población local, evocando el canto de libertad del pueblo Muisca.

Ilustración 28. Calle colonial.



Fuente: Propia, 15 de mayo de 2017.

Es una calle en perfectas condiciones de la época colonial, conserva las casas completamente originales en bareque, construidas aproximadamente hace 250 años, con normalidad los domingos se realizan ferias artesanales o mercados de pulgas.

Ilustración 29. Templo colonial.



Fuente: Propia, 15 de mayo de 2017.

Se consideró como el Templo doctrinero de la sabana centro, según la historia que relatan los habitantes, está construido sobre un cementerio indígena, en sus naves se sienten fuerzas sobrenaturales, y hasta apariciones se han visto; es uno de los atractivos de mayor relevancia ya que se encuentra en el extremo noroccidental del parque principal y se han realizado proyectos para instituirlo como un museo religioso de la sabana centro, aunque actualmente tiene vitrinas de exposición con algunos artículos religiosos de innumerable valor, el párroco local está buscando los demás artefactos que se hurtaron en años anteriores.

Ilustración 30. Casa Chitasuga.



Fuente: Propia, 15 de mayo de 2017.

Es un centro cultural que convoca a todos los artesanos del municipio, cuenta con talleres musicales, de pintura y danza, se consideró como patrimonio cultural e histórico del municipio.

Ilustración 31. Calle del comerciante.



Fuente: Propia, 15 de mayo de 2017.

Representa en cierto modo la potestad que la iglesia tuvo en el municipio de Tenjo ya que como la historia lo relata en cada esquina del parque se tenía una capilla Sixtina que evocaba a los apóstoles, en la actualidad es una de las cafeterías más antiguas del municipio de Tenjo Cundinamarca, y en esta calle se encuentran restaurantes, casas de postres y algunas artesanías.

- Itinerario del circuito turístico:

Tabla 10. Itinerario del circuito turístico.

Hora.	Lugar.	Actividad.
7:00 am	Finca la Provincia.	Recibimiento del turista en la finca la Provincia. Snacks.
7:15 am	Finca la Provincia.	Inicio de actividades pecuarias con bovinos. <ul style="list-style-type: none"> • Ordeño. (Manual y Mecánica). • Destete. • Arreo. • Señalada. (Bovinos). • Yerra. (Marcación). • Vacunación.
8:15 am		Desplazamiento.
8:20 am	Finca la Versailles.	Desayuno típico.
8:50 am		Desplazamiento.

8:55 am	Finca el Face.	Inicio de actividades agrícola. <ul style="list-style-type: none"> • Curcos. • Siembra. • Cosecha. • Irrigación en tierra.
9:00 am		Desplazamiento.
9:10 am	Finca Limbalu.	Inicio de actividades generales de campo. <ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de animales de granja.
10:30 am		Desplazamiento.
10:40 pm	Finca la Herradura.	Inicio de actividades pecuarios con equinos. <ul style="list-style-type: none"> • Lavado, peinado y ensillado. • Equitación de salto. • Doma. • Paseo a caballo o viaje en coche. • Yerra. (Castración).
12:00 pm	Finca la Herradura.	Almuerzo típico.
1:00 pm		Desplazamiento.
1:10 pm	Finca Guatapuri.	Inicio de actividades pecuarias con ovinos. <ul style="list-style-type: none"> • Esquila en ovejas. • Elaboración de productos a base de lana.
2:10 pm		Desplazamiento.
2:20 pm	Finca la Guancha.	Inicio de actividades pecuarias en la finca la Guancha. <ul style="list-style-type: none"> • Ordeño. • Descorné. • Señalada. • Yerra. (Castración).
3:20 pm		Desplazamiento.
3:30 pm	Finca el Amarillal.	Inicio de actividades agrícolas. <ul style="list-style-type: none"> • Alistamiento de plántulas. (Hidropónica) • Limpieza de naves. • Siembra de plántulas. • Recolección de planta. (Final).
4:30 pm		Desplazamiento.
4:40 pm	Finca Tres Esquinas.	Inicio de actividades agrícolas. <ul style="list-style-type: none"> • Siembra. • Recolección. • Irrigación.
5:10 pm		Desplazamiento.
		Inicio de actividades adicionales.

5:20 pm	Finca la Colorada.	<ul style="list-style-type: none"> • Procesos de producción con lácteos. • Procesos de producción con carnes. • Elaboración de productos típicos con Materiales recolectados en las actividades anteriormente.
6:00 pm		Retorno a la finca la Provincia y despedida.

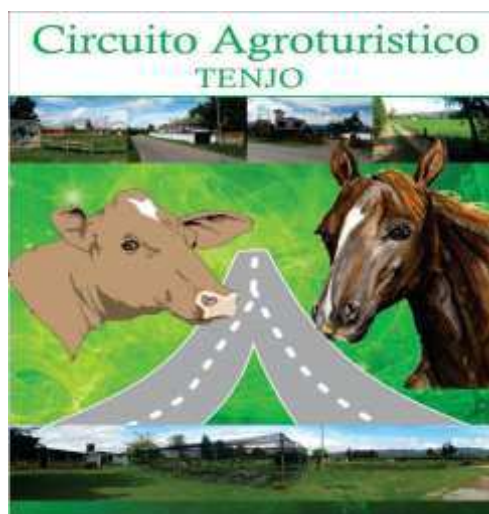
- Prueba del circuito:

Se realizó una prueba el día 23 de mayo de 2017, obteniendo las horas aproximadas de duración de las actividades a realizar, trayectos y adicionales que se puedan presentar, se define que los accesos al punto de inicio del circuito finca la Provincia, por la vía de Siberia Tenjo se encuentra en gran deterioro en este momento, se recomienda que los turistas vengan al municipio por la ruta de Bogotá, Chía, Cajica, Tabio y Tenjo, en 4 meses es recomendable asistir al municipio por la ruta habitual de Siberia Tenjo, ya que por decreto municipal y departamental esta vía será reconstruida en 4 meses.

Se traza el circuito de esta forma con el fin de que el turista pase por los atractivos turísticos anteriormente nombrados, con el fin que los conozca y busque el retorno con mayor frecuencia al municipio.

- Logo:

Ilustración 32. Logo del circuito.



Conclusiones

Luego de culminar la investigación de las actividades agroturísticas en el municipio de Tenjo Cundinamarca, se concluye lo siguiente:

- El municipio de Tenjo Cundinamarca es rico en recursos naturales, culturales y recreativos, mismos que han sido detallados a lo largo de esta investigación y que resultan sumamente atractivos para toda aquella población tanto nacional como extranjera, ansiosa de encontrar áreas en las cuales disipar el estrés de las grandes ciudades, convirtiendo a esta localidad en un destino turístico por excelencia.
- El Agroturismo, es la principal opción para que los pobladores tengan la oportunidad de trabajar en equipo, integrando a diferentes comunidades que se beneficiarán equitativamente mejorando su calidad de vida, a más de que su unión eliminará cualquier tipo de competencia directa y facilitará la creación de rutas que muestran al turista un producto completo y diversificado.
- Se debe contemplar si existe la necesidad de fomentar el hospedaje para el desarrollo óptimo del circuito, o, por otro lado, dividir el circuito por sectores como el ganadero, agrícola y acuaponico, teniendo en cuenta las mismas fincas.
- Tenjo Cundinamarca, no cuenta con una infraestructura completa, ni con una planificación turística adecuada, aunque existen varios proyectos por parte de las autoridades locales en alianza con otras instituciones, para satisfacer la demanda de servicios básicos, así como la necesidad de implementar un plan turístico que beneficie a todos los sectores, especialmente a aquellos menos favorecidos, como son: mujeres, adultos mayores, campesinos, etc.
- El municipio de Tenjo Cundinamarca necesita mejorar el marketing en general de lo que es el turismo en la zona, creando nuevas estrategias de promoción y publicidad, así como implementando una adecuada señalización de los sitios turísticos.
- Tenjo Cundinamarca es apto para el desarrollo de Agroturismo, puesto que, aunque combina una amplia gama de prestadores de servicios, como de atractivos y actividades turísticas, carece de la infraestructura y planificación necesarias para promover óptimamente dicha actividad.

Recomendaciones

- El municipio debe instaurar la oficina de turismo como un departamento independiente, que se encargue de la planificación, capacitación, marketing e información turística de la zona.
- Establecer un fondo para el rescate de las costumbres y tradiciones propias del municipio de Tenjo, identificando personas que tengan conocimientos del sector.
- Se debe levantar un inventario turístico, tanto de atractivos turísticos como de los respectivos prestadores de servicios.
- Se debe reacomodar el plan de desarrollo territorial, con el fin de mantener alguna zona como rurales.
- Incentivar y facilitar el desarrollo de proyectos y emprendimientos turísticos de los habitantes del municipio de Tenjo.
- Definir, señalar y difundir los diversos atractivos y senderos que existen en el municipio de Tenjo.

Referencias

- Roberto y Diego Boullón. (2008). *Turismo Rural*. Editorial Trillas. México.
- Francisco Zamora. (2007). *Turismo Alternativo*. Editorial Trillas. México.
- Roberto Boullón. (1997). *Planificación del espacio Turístico*, Editorial Grupo Planeta. México.
- Constabel Silvia et al. (2007). *Agroturismo en Chile*. Universidad Austral de Chile, Santiago de Chile.
- Alberto Enríquez. (2001). *Delimitación conceptual de turismo local*. Editorial Ahora. San Salvador.
- Lundberg Donald. (1986). *Manual de Organización y Administración del Turismo*. Editorial Centrum Técnicas y Científicas S.A. Madrid.
- Monroy Rafael y Hortensia Colín. (2002). *Turismo rural, agroturismo y ecoturismo*. Universidad Autónoma del Estado de Morelos. México.
- Mosquera Fabián. (2008). *Plan de Desarrollo Local del Cantón Santa Isabel*. Universidad de Santa Isabel, Ecuador.
- Szmulewicz Espinosa, Pablo y Aurora Lagos Cantero. (1997). *Agroturismo y turismo rural en Chile*. Instituto de Turismo/ Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas/ Universidad Austral de Chile. Chile.
- Antonio Suarez. (2001). *Visión agropecuaria y desarrollo ambiental*, Universidad del Atlántico. Colombia.
- Cesar Pérez López. (2015). *Muestreo estadístico*. Editorial Pearson. Madrid.
- Rafael Ramírez. (2014). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas*. Universidad del Atlántico. Colombia.
- Luis Herminio Anilema Morales. (2012). *Diseño de un proyecto agroturístico para la asociación de trabajadores agrícolas autónomos de la provincia de Chimborazo*, Universidad de Cuenca. Ecuador.
- Ana María Vega Zamora. (2011). *Análisis potencial agroturístico del cantón de Santa Isabel*. Universidad de Santa Isabel. Ecuador.
- Nélide Chan. (2005). *Circuitos Turísticos*. Ediciones turísticas. Argentina.
- Quindío y Risaralda “Fincas Temáticas”, 2002.

- Parque Nacional del Café.
- Parque nacional de la cultura agropecuaria. (Panaca) <http://www.panaca.com.co/>
- Historia del Eje Cafetero: <http://www.hotelarrayanes.com.co/la-historia-del-cafe-en-el-eje-cafetero-72-32>
- Observatorio Líder Europeo.

Lista de tablas

Tabla 1. Potencialidades de un destino.....	33
Tabla 2. Aspectos indispensables de la oferta local.....	35
Tabla 3. Restaurantes y establecimientos alimentarios.....	47
Tabla 4. Matriz FODA del municipio de Tenjo Cundinamarca.	51
Tabla 5. Principales fincas por veredas.....	54
Tabla 6. Fincas potencialmente viables para el desarrollo del proyecto.....	56
Tabla 7. Matriz FODA de las fincas elegidas.....	64
Tabla 8. Caracterización masculina.	94
Tabla 9. Caracterización femenina.	95
Tabla 10. Itinerario del circuito turístico.	115

Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Escudo municipio de Tenjo.	42
Ilustración 2. Mapa Veredal del Municipio.	43
Ilustración 3. Campesino en la fiesta de San Isidro Labrador.	45
Ilustración 4. Monumento a los pictogramas del Municipio.	46
Ilustración 5. Entrada principal Finca La Provincia.	57
Ilustración 6. Vista panorámica Finca El Face.	58
Ilustración 7. Entrada principal Finca Limbalu.	58
Ilustración 8. Frente de la Finca La Versalles.....	59
Ilustración 9. Frente de la Finca La Herradura.	60
Ilustración 10. Parte trasera de la finca Guatapuri.	61
Ilustración 11. Frente de la finca La Guancha.	62
Ilustración 12. Zona de cultivo a cielo raso y en invernadero, finca El Amarillal.....	62
Ilustración 13. Lado derecho de la casa y siembra, finca Tres Esquinas.	63
Ilustración 14. Lote con el ganado bovino y casa principal finca La Colorada.	64
Ilustración 15. Medios informativos.	85
Ilustración 16. Deseo por conocer otros atractivos.	86
Ilustración 17. Promedio de dinero gastado por un turista.	87
Ilustración 18. Medios de transporte utilizados.	88
Ilustración 19. Razones de la visita.....	89
Ilustración 20. Turistas que desean realizar agroturismo.....	90
Ilustración 21. Actividades de campo conocidas por el turista.	91
Ilustración 22. Servicios turísticos indispensables.....	91
Ilustración 23. Modelo de los 5 elementos de Smith.	102
Ilustración 24. Mapa de las veredas implicadas.....	111
Ilustración 25. Cartografía del circuito.	112
Ilustración 26. Peña de Juaica.....	112
Ilustración 27. Parque principal.	113
Ilustración 28. Calle colonial.	113
Ilustración 29. Templo colonial.	114
Ilustración 30. Casa Chitasuga.....	114
Ilustración 31. Calle del comerciante.....	115

Ilustración 32. Logo del circuito..... 117

Anexos.

Anexos #1. Modelo de la matriz FODA.

<p style="text-align: center;">Fortalezas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidades especiales por las que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Son los recursos que se controlan, capacidades y habilidades que se tienen y actividades que se desarrollan positivamente. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Variables que resultan positivas, favorables, explotables y que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, ya que permiten obtener ventajas competitivas con respecto a otras.
<p style="text-align: center;">Debilidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Son los recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc. Pero que podemos tener influencia sobre ellas al conocerlas, para reducir sus efectos en la empresa. 	<p style="text-align: center;">Amenazas.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Situaciones que provienen del entorno externo y que puedan llegar a atender incluso contra la permanencia de la organización, difícilmente podemos incidir en estas, sin embargo es esencial conocerlas para minimizar la capacidad que tienen de afectarnos.

5. ¿Con cuántas personas viaja usted usualmente?
- 2 personas.
 - 4 personas.
 - 6 personas.
 - Más de 6 personas.
6. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza, cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca?
- Vehículo propio.
 - Buses intermunicipales.
 - Transporte especial o expreso.
 - Bicicleta.
7. ¿Con qué frecuencia visita usted el municipio de Tenjo Cundinamarca?
- Una vez al mes.
 - Una vez cada seis meses.
 - Una vez al año.
 - Dos veces al año.
 - Otro. ¿Cuánto?_____.
8. ¿Cuál es su principal razón cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca?
- Conocer el mercado agrícola.
 - Actividades religiosas.
 - Degustar la gastronomía.
 - Interacción las personas.
 - Visita a familiares y amigos.
9. ¿Al visitar el municipio de Tenjo Cundinamarca, requiere servicio de alojamiento?
- Si _____
 - No _____ ¿Por qué? _____.
10. ¿Estaría usted dispuesto a realizar labores de campo como una actividad recreativa en el municipio de Tenjo Cundinamarca?
- Si _____
 - No _____ ¿Por qué? _____.
11. ¿De los siguientes tipos de hospedaje, cual prefiere a la hora de utilizar el servicio?
- Posadas turísticas.
 - Alojamiento rural.
 - Hotel.
 - Camping.

12. ¿De las siguientes actividades de campo, cuáles conoce usted?

- A. Enlace de animales.
- B. Sembrar en tierra.
- C. Corte de lana en ovejas.
- D. Herrar animales.
- E. Otro. ¿Cuál? _____.

13. ¿Cuál de los siguientes servicios turísticos, es más indispensable a la hora de elegir un destino?

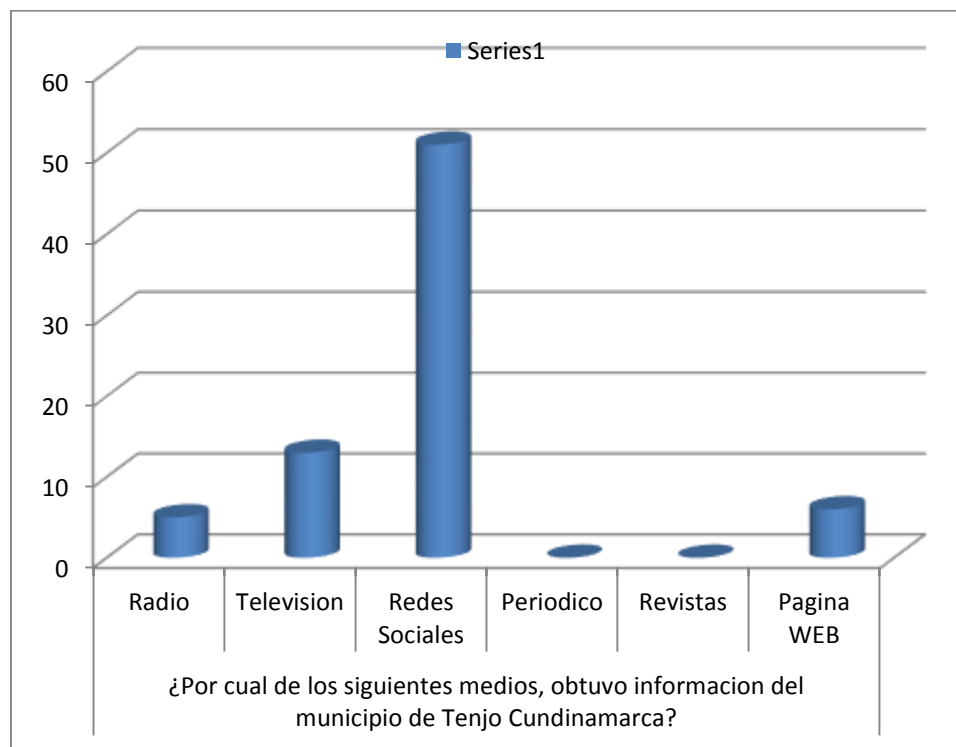
- A. Guianza turística.
- B. Restaurantes, alimentos y bebidas.
- C. Alojamiento.
- D. Transporte turístico.
- E. Otro. ¿Cuál? _____.

Anexo #3. Tabulación total de los encuestados.

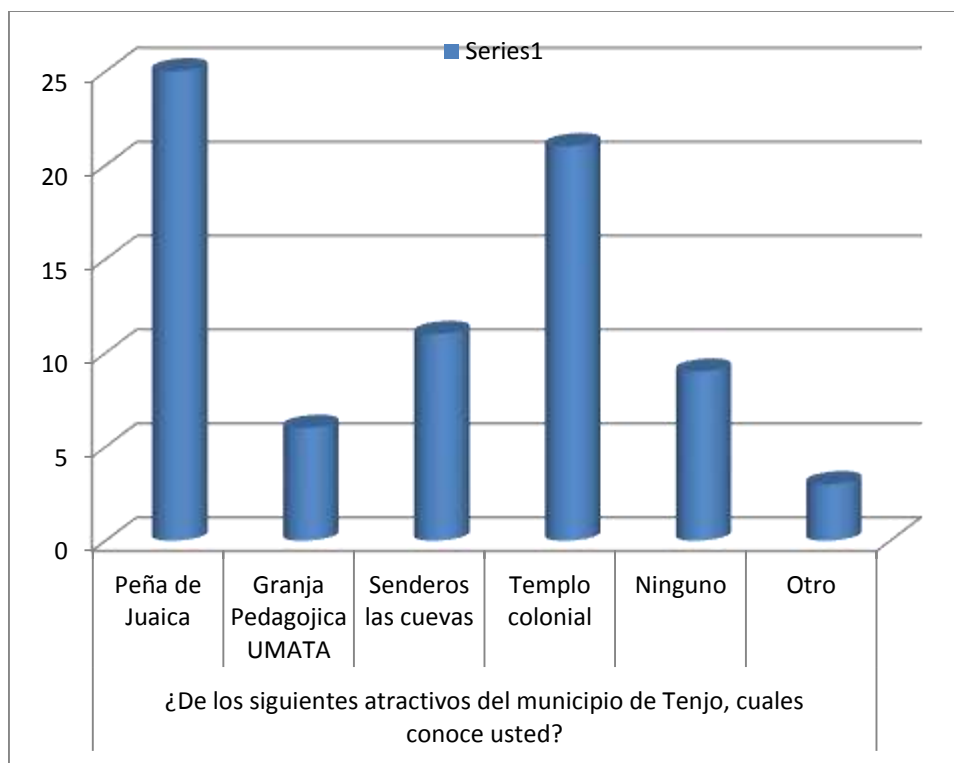
Proyecto de actividades agroturisticas en el municipio de Tenjo.			
Tabulación total de los encuestados		Numero de encuestas	75
Numero de pregunta.	Pregunta.	Respuestas.	Cantidad.
1	¿Por cual de los siguientes medios, obtuvo informacion del municipio de Tenjo Cundinamarca?	Radio	5
		Television	13
		Redes Sociales	51
		Periodico	0
		Revistas	0
		Pagina WEB	6
		TOTAL.	75
2	¿De los siguientes atractivos del municipio de Tenjo, cuales conoce usted?	Peña de Juajica	25
		Granja Pedagógica UMATA	6
		Senderos las cuevas	11
		Templo colonial	21
		Ninguno	9
		Otro	3
		TOTAL.	75
3	¿Le gustaria conocer otros atractivos y actividades que se realizan en el municipio de Tenjo Cundinamarca?	Si	75
		No	0
		TOTAL.	75
4	¿Cuánto dinero gasta, cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca?	\$50.000 a \$100.000	36
		\$100.000 a \$200.000	32
		\$200.000 a \$300.000	6
		Más de \$300.000	1
		TOTAL.	75
5	¿Con cuantas personas viaja usted usualmente?	2 personas	34
		4 personas	32
		6 personas	6
		Más de 6 personas	3
		TOTAL.	75
6	¿Cuál es el medio de transporte que utiliza, cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca?	Vehículo propio	65
		Buses intermunicipales	6
		Transporte especial	2
		Bicicleta.	2
		TOTAL.	75
7	¿Con que frecuencia visita usted el municipio de Tenjo Cundinamarca?	Una vez al mes	34
		Una vez cada 6 meses	16
		Una vez al año	15
		Dos veces al año	9
		Otro	1
		TOTAL.	75
8	¿Cuál es su principal razón cuando viene al municipio de Tenjo Cundinamarca?	Conocer el mercado agrícola	3
		Actividades religiosas	3
		Degustar la gastronomía	54
		Interacción con las personas	1
		Visitar familiares y amigos	14
		TOTAL.	75

9	¿Al visitar el municipio de Tenjo Cundinamarca, requiere del servicio de alojamiento?	Si	34
		No	41
		TOTAL	75
10	¿Estaría usted dispuesto a realizar labores de campo como una actividad recreativa en el municipio de Tenjo Cundinamarca?	Si	65
		No	10
		TOTAL	75
11	¿De los siguientes tipos de hospedaje, cual prefiere a la hora de utilizar el servicio?	Posadas turísticas	15
		Alojamiento rural	23
		Hotel	22
		Camping	15
		TOTAL	75
12	¿De las siguientes actividades de campo, cuales conoce usted?	Enlace de animales	13
		Sembrado en tierra	48
		Corte de lana en ovejas	7
		Herrar animales	3
		Otro	4
		TOTAL	75
13	¿Cuál de los siguientes servicios turísticos, es más indispensable a la hora de elegir un destino?	Guianza turística	21
		Restaurantes, alimentos y bebidas	45
		Alojamiento	3
		Transporte turístico	5
		Otro	1
		TOTAL	75

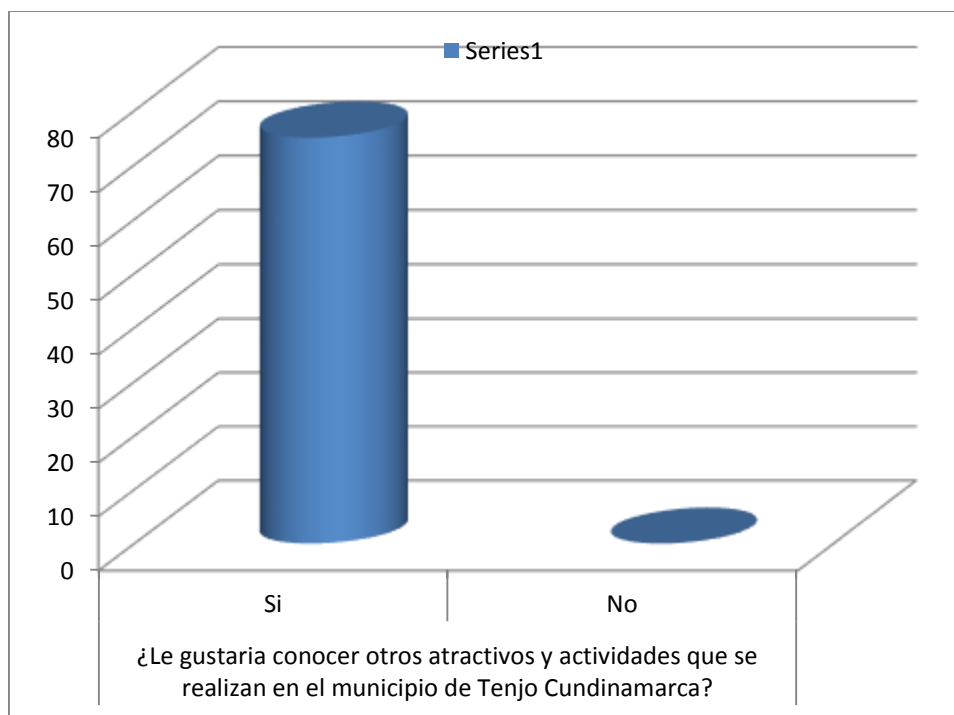
Anexo #4. Grafica primera pregunta.



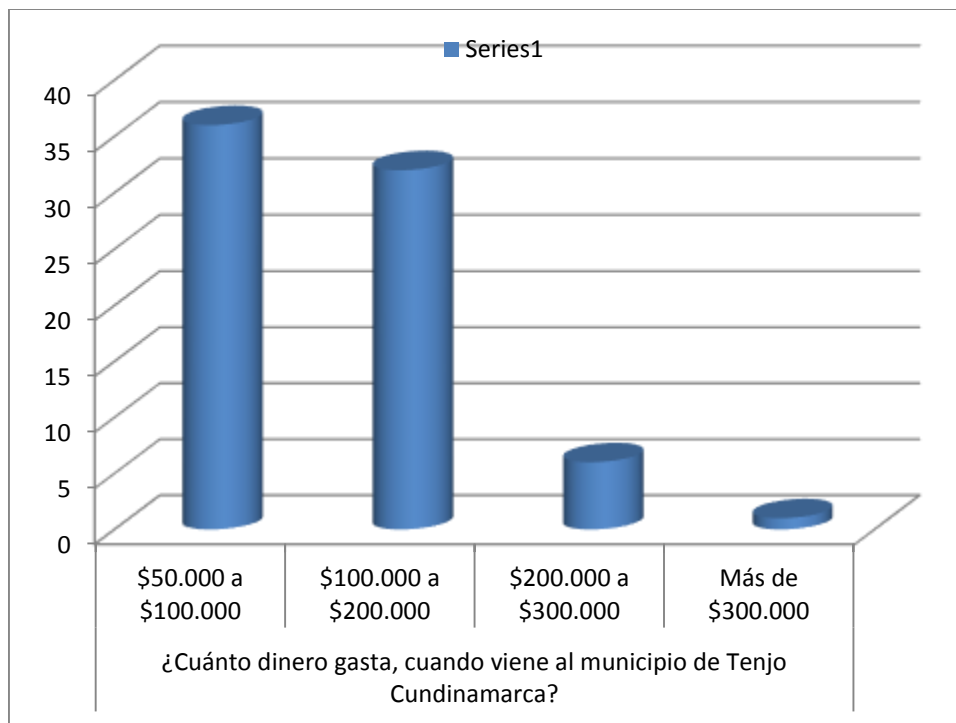
Anexo #5. Grafica segunda pregunta.



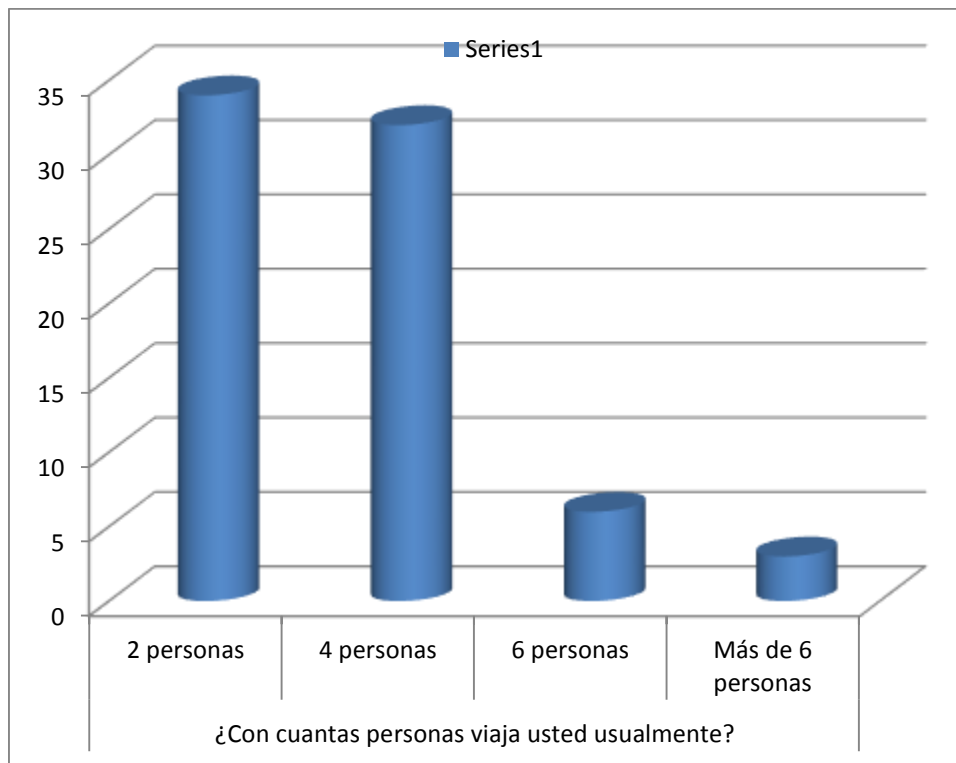
Anexo #6. Grafica tercera pregunta.



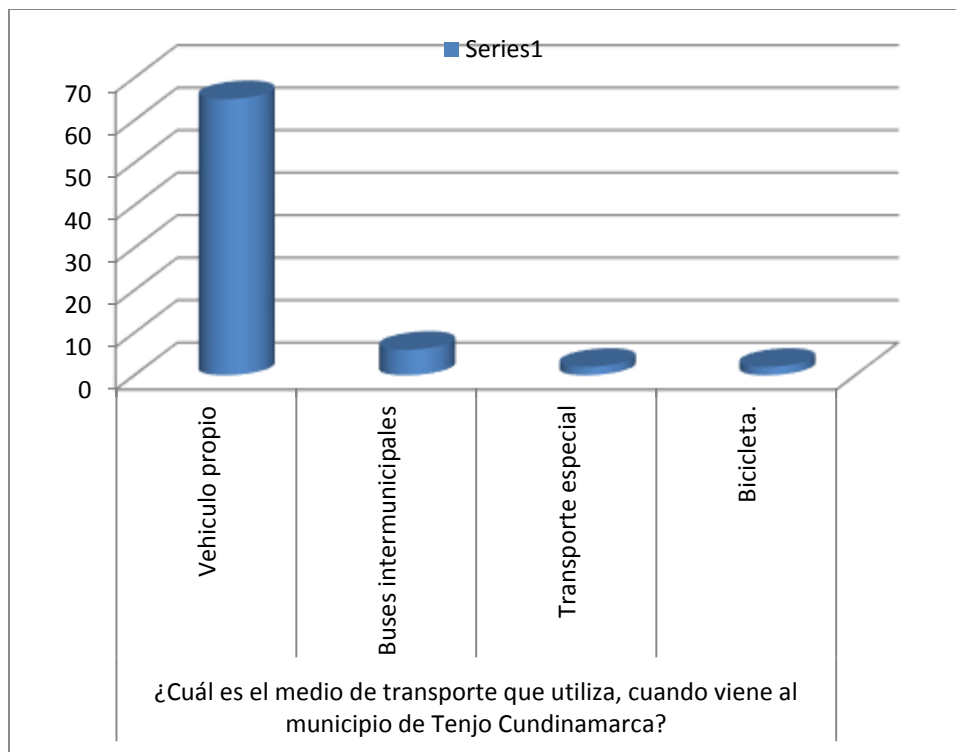
Anexo #7. Grafica cuarta pregunta.



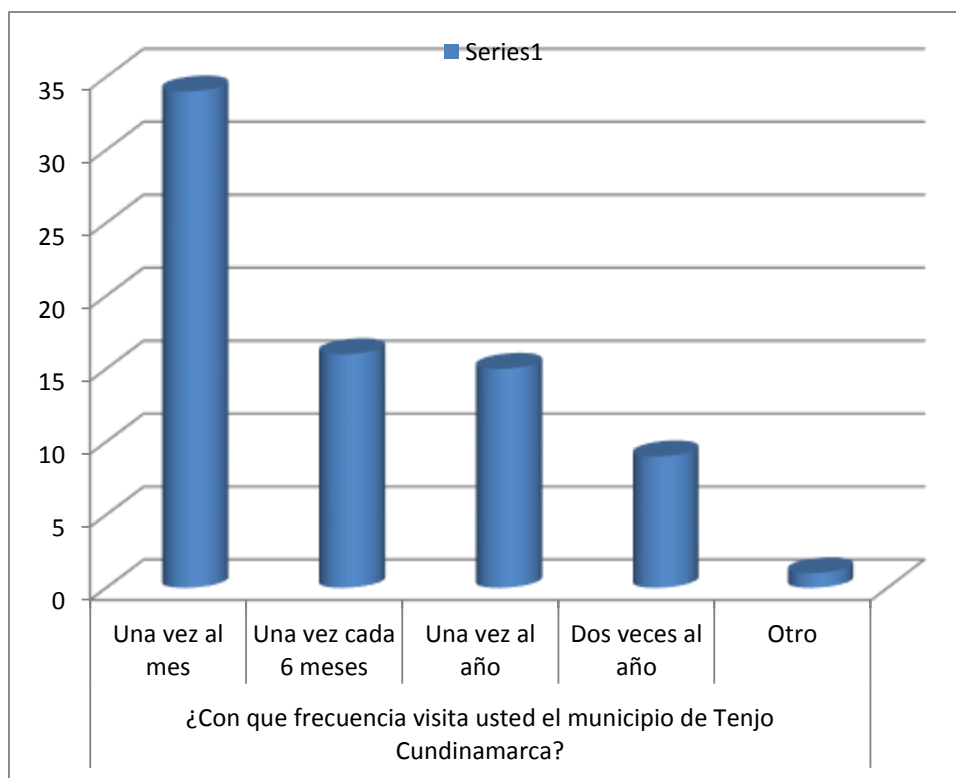
Anexo #8. Grafica quinta pregunta.



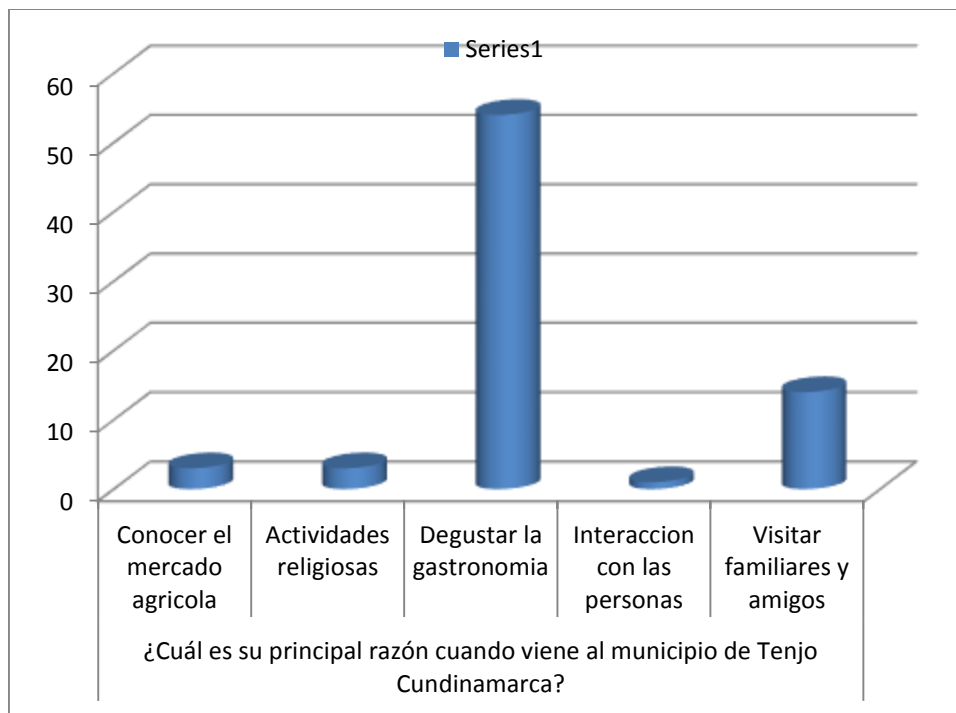
Anexo #9. Grafica sexta pregunta.



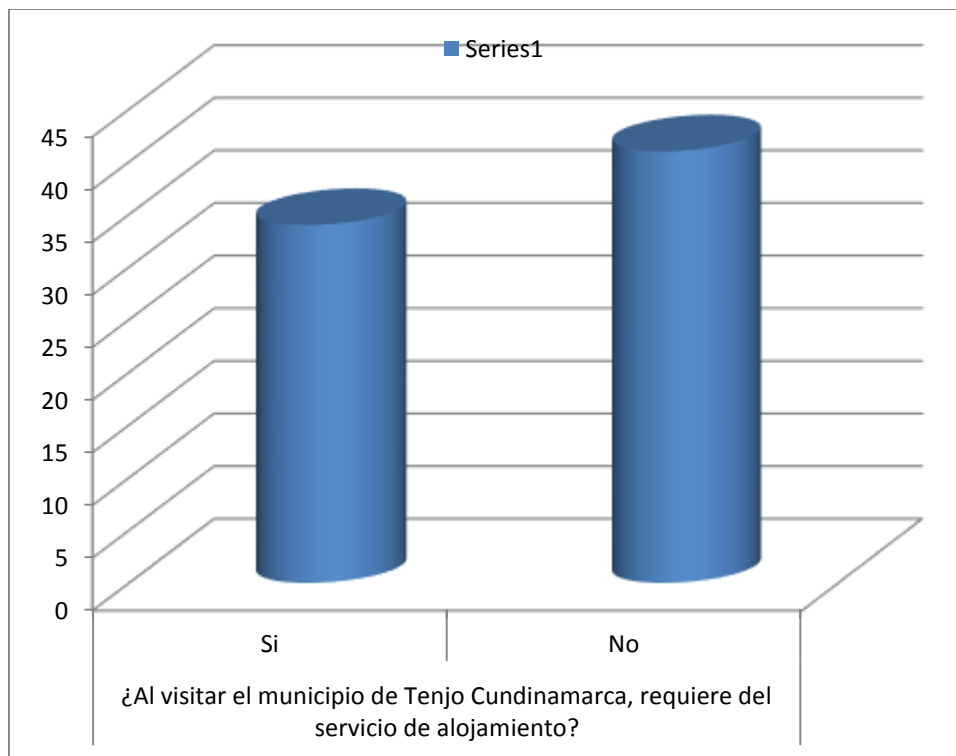
Anexo #10. Grafica séptima pregunta.



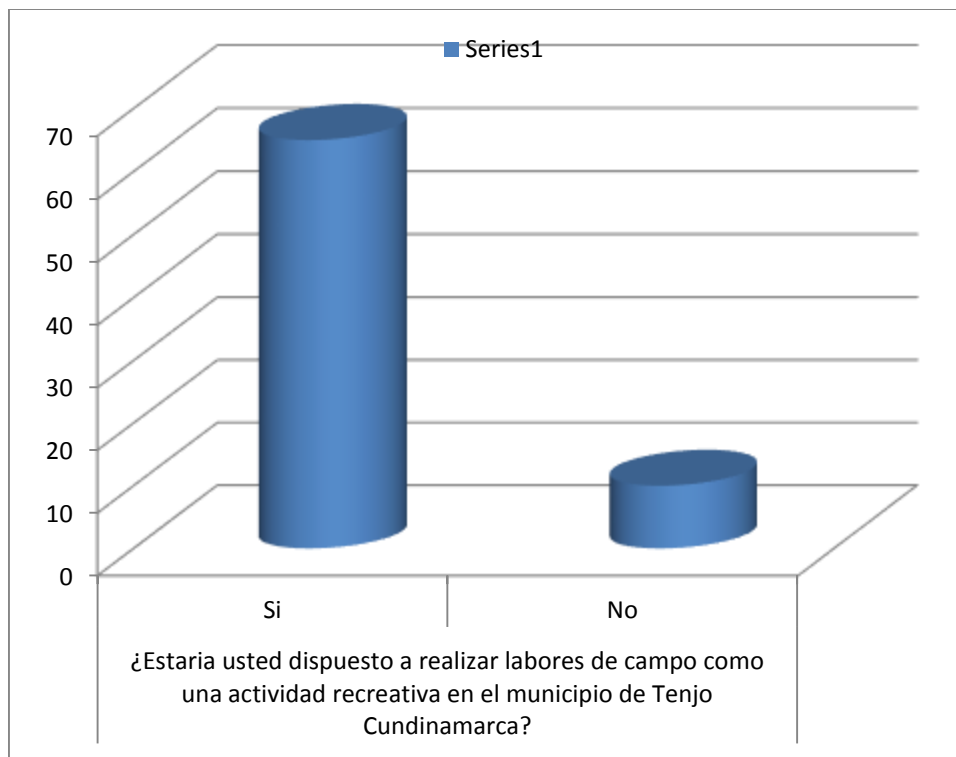
Anexo #11. Grafica octava pregunta.



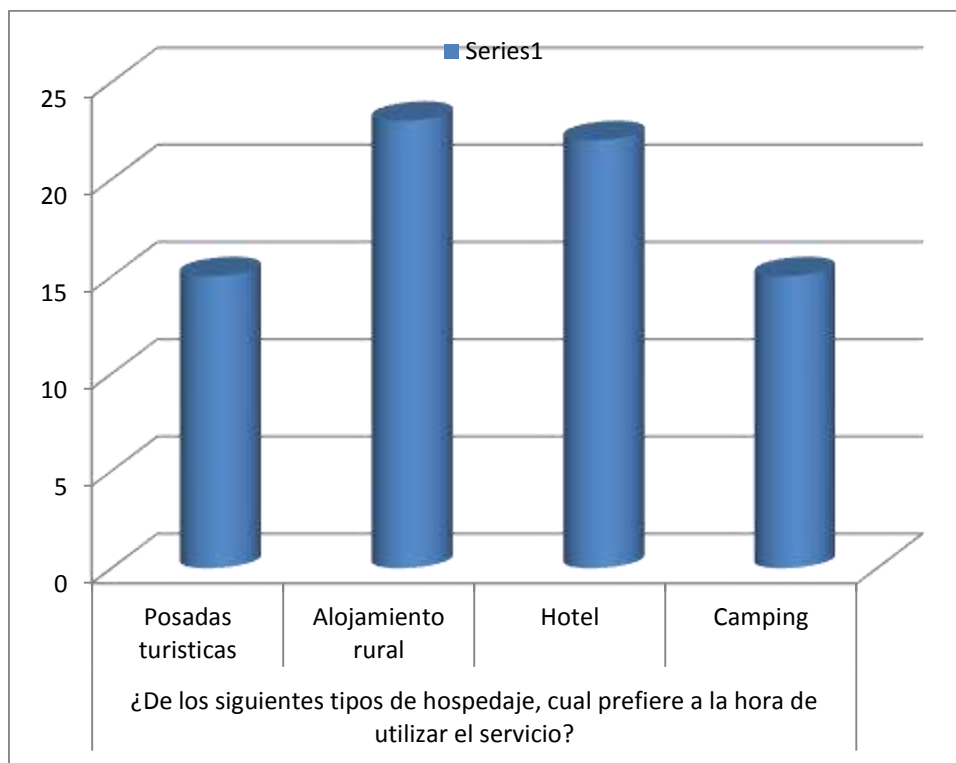
Anexo #12. Grafica novena pregunta.



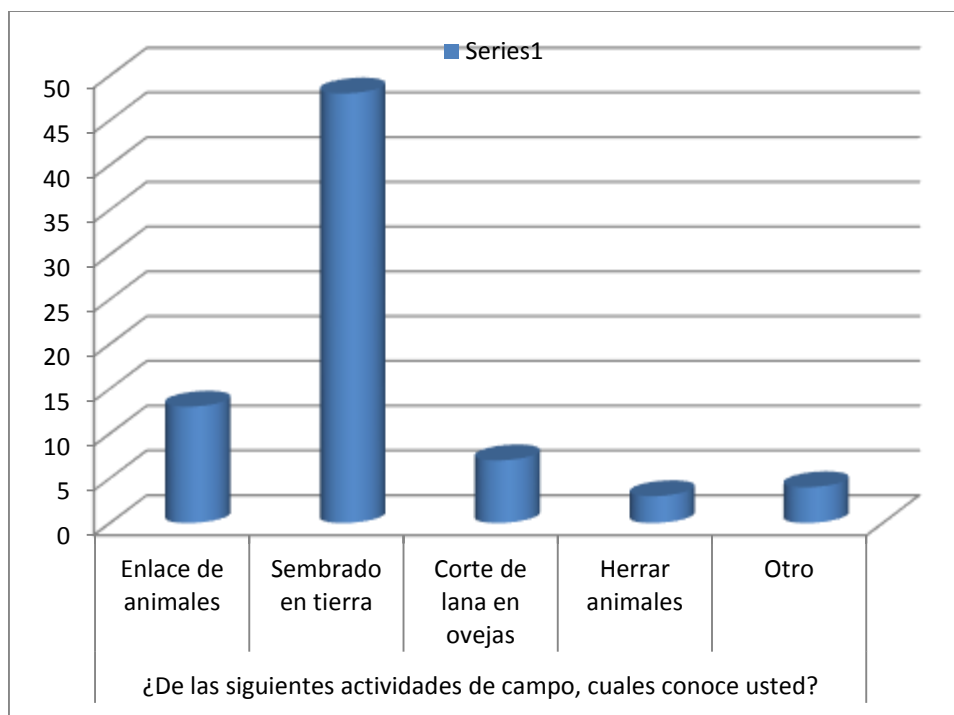
Anexo #13. Grafica decima pregunta.



Anexo#14. Grafica décimo primera pregunta.



Anexo #15. Grafica décimo segunda pregunta.



Anexo #16. Grafica décimo tercera pregunta.

