

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE BIENESTAR EN LA PROVINCIA DE
SUGAMUXI BOYACÁ

BELTRÁN GUERRERO MARÍA MÓNICA

MONTOYA RUIZ YULIANA

SANDOVAL UYABAN ANGGIE LORENA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C

2017

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO DE BIENESTAR EN LA PROVINCIA DE
SUGAMUXI BOYACÁ

BELTRÁN GUERRERO MARÍA MÓNICA

MONTOYA RUIZ YULIANA

SANDOVAL UYABAN ANGGIE LORENA

Asesor Trabajo de Grado

EDWIN A. BERNAL TRISTANCHO

Trabajo de grado para optar al título de profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

PROGRAMA DE HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C

2017

Nota aceptación de jurados

Firma Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Dedicatoria

Dedico mi trabajo de grado a mi esposo Nelson Fernando Jiménez Forero, por su apoyo incondicional, por creer en mí y en mi proceso de preparación, por animarme a seguir pese a las dificultades que se presentaban, por hacer el sueño mío como el suyo, por acompañarme en esas noches de traspasó por todas esas y mil razones más te lo Agradezco mi amor.

Se lo Dedico a mis hijos Mariana Valentina y Johan Felipe Sáenz Beltrán, ellos son la fuerza motivadora la razón por la cual no me doy por vencida si me he de caer vuelvo y me levanto con más fuerza y con más experiencia que antes para cumplir con las metas propuestas y esas metas son ellos, apoyarlos desarrollarlos para que sean ciudadanos de bien con valores.

Y por último se lo Dedico a mi madre María Teresa Beltrán, y mis hermanos por expresar y hacerme saber que están orgullosos de mí y ponerme como ejemplo a seguir en la familia, que pese a las dificultades económicas y otros factores si se quiere se puede luchar por nuestros sueños.

Muchas gracias a todos, los amo.

María Mónica Beltrán Guerrero

Dedicatoria

Este trabajo de investigación es el fruto del esfuerzo y de la perseverancia en mi estudio y trabajo, significa la culminación de una etapa más en la carrera que Dios ha trazado en mí, por esta razón primero que todo hago esta dedicatoria a Dios quien es mi guía siempre, el que me ha dado la fortaleza para continuar, de igual manera a mis padres Jairo de Jesús Montoya Vargas y Lucelly María Ruiz González a quien les debo mi vida, le agradezco su cariño y comprensión a quienes me han sabido formar con buenos sentimientos y valores lo que hoy me han ayudado a salir adelante buscando siempre el mejor camino, infinitas gracias por su apoyo y sus consejos, por hacer de mí una mejor persona cada día.

A mis hermanos por sus palabras y compañía Yamile Montoya Ruiz y Jeisson David Montoya Ruiz que más que mis hermanos son mis mejores amigos.

A mi novio Jonathan León Jiménez por sus palabras y confianza, por su cariño y brindarme el tiempo necesario para realizarme profesionalmente.

Finalmente, a mis compañeras de trabajo que de una manera u otra han contribuido para el logro de mis objetivos.

Yuliana Montoya Ruiz

Dedicatoria

Este proyecto de grado y la finalización de mi carrera universitaria se la dedico principalmente a Dios quien me dio la oportunidad de vivir esta etapa importante en mi vida, y por brindarme a Imelda Uyaban como mi madre, una mujer maravillosa caracterizada por su perseverancia. A ella le agradezco su cariño, comprensión y apoyo incondicional en todos estos años, sobre todo en aquellos momentos difíciles que han servido para retomar fuerzas y seguir luchando juntas, constantemente, para tener y poder brindar un mejor futuro para Miguelito, la razón de ser de tanto sacrificio.

A mi hermanito Miguel Ángel, que a pesar de su corta edad me has enseñado la importancia de soñar en grande. Gracias amor por tu cariño, alegría y detalles que hacen tener maravillosos recuerdos juntos.

A mi abuelita Ana Betty Rodríguez y a mi Tío Holman Uyaban por su apoyo incondicional es esta etapa de mi vida.

A mi novio Víctor Herreño por estar acompañándome en estos años de estudio, y sobre todo por su influencia de aprendizaje, y empeño para ser una mejor mujer.

Finalmente, a mis compañeras Mónica Beltrán y Yuliana Montoya por su acompañamiento en estos años de estudio y en especial en esta etapa del desarrollo de nuestro proyecto.

Anggie Lorena Sandoval Uyaban

Agradecimientos

El presente trabajo de grado primero que todo agradecemos a Dios por bendecirnos para llegar hasta donde hemos llegado, por poner en nuestro camino a personas en el momento y el lugar indicado para el desarrollo y cumplimiento de un sueño anhelado.

A la universitaria Agustiniiana por brindarnos la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A la directora del programa Gloria Elsa Duque Ayala por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, paciencia y su motivación ha logrado que nosotras podamos terminar nuestros estudios con éxito.

De igual manera agradecer a nuestro director de proyecto de grado Edwin Bernal por su visión crítica de muchos aspectos de la vida profesional, por su rectitud en su profesión como docente, por sus consejos que ayudan a formarnos como persona, y en general a todos los docentes que hicieron parte de este proceso de formación.

Para ellos muchas gracias y que dios los bendiga siempre.

María Mónica Beltrán Guerrero

Yuliana Montaya Ruiz

Anggie Lorena Sandoval Uyaban

Resumen

El proyecto surge con el fin de mostrar de qué manera los municipios que tienen aguas termales como parte de sus recursos hídricos –pueden enfocarse en ellas para la promoción turística de su territorio- en donde se encaminen hacia un nuevo producto turístico que incluya diversas actividades relacionadas con el turismo termal, enmarcadas en el turismo de bienestar. Se propone esta opción porque resulta fundamental entender que detrás de las aguas termales subyace un sinfín de actividades relacionadas al bienestar de los turistas que van más allá de la simple actividad recreativa que se oferta actualmente en los municipios de Cuitiva e Iza.

Para pasar de las actividades convencionales que se desarrollan en la región, con el termalismo se propone hacer un aporte a la gobernación del sector que permita identificar y generar oportunidades de desarrollo con el Turismo de Bienestar en la provincia de Sugamuxi para los municipios de Cuitiva, Iza y Tota en el departamento de Boyacá los cuales se caracterizan por los recursos disponibles del territorio posibilitando su oferta.

Esta propuesta se presentará como resultado de la investigación realizada en los municipios para la inclusión del turismo de bienestar.

Palabras clave: Turismo Bienestar, aguas termales, balneario, desarrollo, provincia del Sugamuxi.

Abstract

The Project arises in order to show how municipalities that have safe temperature for bathing hot springs as part of their water resources, can focus on them for tourism advertising of their territory, where they are directed towards a new tourism product that includes various activities related to Thermal tourism framed in wellness tourism. This option is proposed because it is fundamental to understand that behind the hot springs there are endless number of activities related to the wellness of tourists that go beyond the simple recreational activity currently offered in the municipalities of Cuitiva and Iza.

To go beyond the conventional activities that are developed in the region, with it thermals is proposed to make a contribution to the governance of the sector to identify and generate opportunities for development with Welfare Tourism in the province of Sugamuxi for municipalities of Cuitiva, Iza and Tota in the department of Boyacá, which are characterized by the available resources of the territory making their offer possible.

This proposal will be presented as a result of the research carried out in the municipalities for the inclusion of wellness tourism.

Key words: Wellness Tourism, Hot springs, spa, development, Sugamuxi province.

Tabla de contenido

Introducción	15
Problema de investigación	17
Planteamiento del problema	17
Descripción del problema	17
Justificación	19
Objetivos	22
Objetivo General	22
Objetivos Específicos	22
Marco teórico	23
Producto turístico: Definición y componentes	23
Atractivos turísticos	24
Patrimonio Cultural	24
Patrimonio Material	24
Patrimonio Inmaterial	25
Calidad	25
Oferta turística	26
Demanda turística	26
Alojamiento	26
Estacionalidad	27
Perfil del turista	27
Características socioeconómicas del turista	27
Características del comportamiento del turista	28
Conceptualización del turismo de salud, bienestar y sus características	28

	XI
Turismo de salud y bienestar	29
Termalismo utilizado en el turismo de salud y bienestar	30
Termalismo utilizado dentro del turismo de bienestar	31
Termalismo en Colombia	32
Marco geográfico	35
Marco legal	38
Diseño metodológico	41
Muestreo	41
Población objeto	42
Tamaño de la muestra	42
Capítulo I: Oferta turística de la provincia de Sugamuxi Boyacá	43
Oferta turística	43
Significado	46
Levantamiento de inventario turístico, de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota	47
Normas técnicas sectoriales que se usaron en la evaluación de la infraestructura y servicios turísticos	74
Hoteles activos en el RNT hasta el 23 de septiembre del 2017	76
Clasificación según el Registro Nacional de Turismo.	77
Evaluación de calidad de los hoteles según el registro nacional de turismo.	78
Hoteles de una estrella.	79
Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Hoteles NTSH 006.	79
Posada Turísticas.	80
Alojamientos Rurales.	82
Campamento	84
Hostal.	85

Evaluación de la calidad de los establecimientos de gastronomía activos en el Registro Nacional de Turismo.	85
NTS-USNA 008. Aplicadas a los establecimientos Gastronómicos.	86
Oferta gastronómica en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota.	87
Capítulo II: Demanda turística de la provincia de Sugamuxi Boyacá	90
Análisis de la demanda	90
Análisis de la encuesta	90
Encuesta realizada en el municipio de Cuitiva Boyacá.	91
Encuesta realizada en el municipio de Iza Boyacá.	99
Encuesta realizada en el municipio de Tota Boyacá.	110
Análisis generales de datos	121
Capítulo III: Planteamiento del producto turístico en la provincia de Sugamuxi Boyacá	123
Planteamiento del producto turístico	123
Análisis DOFA	123
Tabla de diseño del producto turístico	128
Objetivo y concepto del producto.	128
Estructura del producto.	129
Lista de posibles proveedores.	131
Servicio de alojamiento.	131
Alimentación.	131
Servicio de Transporte.	132
Presupuesto.	132
Características del recorrido.	133
Itinerario	133
Mapa del recorrido	137

Recomendaciones	138
Que no le debe faltar en el viaje:	138
Manejo de equipaje.	138
Servicios en el destino.	139
Emergencias	139
Otras medidas de seguridad	139
Protección al medio ambiente y al patrimonio natural.	140
Protección a la Flora y Fauna.	140
Protección al patrimonio Cultural.	140
Protección a niños, niñas y adolescentes.	141
Contribución a la sostenibilidad Económica de los destinos.	141
Capítulo IV: Estrategias de promoción y comercialización del producto turístico en la provincia de Sugamuxi Boyacá	142
Estrategias de promoción y comercialización del producto turístico.	142
Definición y caracterización del perfil del turista.	142
Creación del logo.	143
Logo y descripción.	144
Técnicas de comunicación	144
Diseño Brochure.	145
Diseño Banner.	149
Redes Sociales.	150
Facebook: Wellness is Travel	150
Twitter: @Sugauxi.boyacá (Wellness is Travel)	151
Instagram: Wellness is Travel (Sugauxi.boyaca)	151
Red de información turística.	152

Conclusiones	154
Recomendaciones	155
Bibliografía	156
Lista de ilustraciones	157
Lista de tablas	159
Lista de gráficos	160
Anexos	162
Anexo 1: Encuesta de valoración del potencial turístico del municipio de Cuitiva Boyacá.	162
Anexo 2: Tabla factores de categorización de hoteles	167
Anexo 3: Formato para el inventario de atractivos turísticos según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.	171

Introducción

Desde hace varios años, la cámara de salud de la Asociación Nacional de Industriales¹, el programa de transformación productiva del Ministerio de Comercio Industria y Turismo y Procolombia crearon el “sello Colombia es Salud” enfocado en la exportación de servicios de salud y bienestar. De acuerdo con cifras publicadas a 2014, Colombia es un país en el cual el turismo de salud ha generado un crecimiento significativo de visitantes en los últimos años, durante el 2013 se estimó que ingreso al país más de 50.000 personas extranjeras, tal afluencia genero ventas directas de servicios médicos que superaron los 220 millones de Dólares (Portafolio,2014).²

No obstante, la visita de personas extranjeras está muy focalizada en el uso del servicio médico que ofrecen en las diferentes clínicas y hospitales que cuentan con el sello, pero ¿Qué pasa entonces con el turismo de Bienestar?, este es un término que aún no está muy claro y difundido, comienza a salir a luz pública, porque la población mundial está en la búsqueda de una nueva conciencia de conservación y autocuidado.

Por lo anterior conocer las oportunidades de turismo en sitios estratégicos para fomentar el turismo de Bienestar como un enlace o alternativa adicional al de la salud sería ideal, con el fin de lograr que el turismo alcance una oferta innovadora para aquellas personas nacionales que buscan paraísos exóticos en Colombia.

El gobierno nacional es consciente que este nuevo permitirá fomentar el desarrollo del sector del turismo de bienestar en el país, con esto se aumentará de manera significativa la participación en el total de las exportaciones turísticas.

Con este propósito el Ministerio de Comercio Industria y Turismo planea invertir más de 640 millones de Dólares al 2030 (Programa de Transformación Productiva, 2013). El objetivo principal de este estudio es realizar una investigación cualitativa de tipo exploratorio para

¹ ANDI: Asociación Nacional de Industriales

² <http://dx.doi.org/10.19052/ed.3749>

analizar la oferta y la demanda turística, la investigación aquí presentada se realiza con el fin de diseñar un producto turístico basado en el turismo de Bienestar.

Problema de investigación

Planteamiento del problema

En diferentes lugares del país han surgido ciertos destinos turísticos de Bienestar y de aguas termales con el propósito de satisfacer las necesidades de las personas que los visitan. Este tipo de turismo no ha sido desarrollado adecuadamente debido a que la práctica se restringe en su mayoría al uso recreacional. Esta situación se debe en algunos casos a que no se aprovechan las fuentes de termales existentes con fines terapéuticos y relajantes, en Colombia existen aproximadamente 310 pozos de aguas termales de los cuales solo se ha analizado 20 de ellos entre los que se destacan los encontrados en los departamentos de Cundinamarca, Bolívar, Boyacá y Caldas, cabe resaltar el desconocimiento por parte de los prestadores de servicios y entes gubernamentales sobre las propiedades de las aguas termales para el cuidado personal, adicional a esto el desconocimiento de los gustos y preferencias de los turistas que inciden en la demanda y la aceptación a visitar dichos destinos.

Por lo tanto, si se ofreciera un proyecto innovador, cuya principal atracción fuera el aprovechamiento de aguas termales con servicios diferenciados, y éste fuera aceptado y rentable para el fortalecimiento económico de la comunidad ¿Cómo aportaría al desarrollo del turismo de bienestar los Municipios de Cuitiva, Iza y Tota, en el Departamento de Boyacá?; lo anterior constituye el problema de la presente investigación.

Descripción del problema

El turismo de bienestar y el turismo termal es una práctica que aún no está muy desarrollada en Colombia, es necesario seguir trabajando para certificar los diferentes servicios que pueden ofrecerse en los balnearios, Boyacá está enmarcada dentro de la industria del bienestar, pero requiere de la intervención de identidades públicas y privadas para que este tipo de turismo se siga fortaleciendo convirtiéndose en una fuente generadora de empleo, cultura y economía para el municipio.

Para esta investigación se tuvo en cuenta los municipios de Cuitiva, Iza y Tota por su potencial en aguas termales, sitios naturales y establecimientos adecuados para llevar a cabo actividades de bienestar.

La falta de información sobre los termales y el turismo de bienestar han permitido evidenciar que los esfuerzos de promoción y divulgación de estos atractivos en estos destinos están en mora. De igual manera se requiere mayor formación profesional y técnica para los prestadores de servicio involucrados en los productos y servicios generados a partir de turismo de bienestar.

El uso de la señalización y la promoción de los atractivos es clave para una mayor autonomía de los visitantes, la falta de puntos de información turística, la poca señalización para llegar a los atractivos, así mismo la escasa capacitación y conocimiento de la comunidad local impiden que estos sitios sean reconocidos.

Justificación

Este proyecto se realiza con el fin de demostrar que los municipios de Cuitiva, Iza y Tota son potenciales para el desarrollo de producto turístico en la rama del bienestar. Aunque actualmente son reconocidos como atractivos, carecen de reconocimiento y significado para la comunidad emisora³ y receptora⁴.

Se debe tener en cuenta que hoy en día el turismo de bienestar se ha convertido en una fuente de ingresos importante para el país debido a la relevancia que brinda el gobierno colombiano con su programa de transformación productiva buscando desarrollar las potencialidades que se tiene para brindar una competitividad en este tipo de turismo.

El turismo de bienestar ha sido uno de los temas planteados por el Programa de Transformación Productiva (PTP) para llegar a ser punto de referencia en el país, se ha convertido en una apuesta productiva que, según el Plan de Negocios, propende por ubicarse en un turismo de clase mundial para el 2032.

Teniendo en cuenta el gran potencial del turismo de bienestar en el mundo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del PTP, diseñó un Plan de Negocio con objetivos y estrategias nacionales de largo plazo para incrementar la oferta de valor y mejorar la calidad del servicio, donde empresarios, expertos y Gobierno Nacional propusieron la creación de un gremio que contribuyera a alcanzar las metas.

Para la creación de un producto turístico es necesario saber si el sector lo permite, por este motivo este trabajo consiste principalmente en analizar la oferta y la demanda con el fin de conocer si es factible desarrollar este tipo de mercado en los municipios de estudio.

Es importante resaltar que el tipo de aguas que se encuentran en el municipio de Cuitiva e Iza tienen una diferencia significativa, las aguas de Cuitiva se caracterizan por la temperatura tipo ferroso, ésta se encuentra a 30° de temperatura, se compone de propiedades curativas para

³ Turismo emisor. Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico

⁴ Turismo Receptivo. Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico

neuralgias y dolores musculares. Son aguas que en sus componentes minerales no se encuentra el azufre lo que permite que estas aguas sean inodoras e insaboras.

Seguido de las aguas de Iza se sabe que estas aguas tienen una temperatura entre los 35° y 45°, los minerales más importantes de estas termas son el hierro, el azufre, magnesio, calcio, sodio y bicarbonato. Este tipo de agua proceden de una falla geológica⁵ y se caracteriza por ser sulfurosa (rica en azufre), lo que genera un olor no tan agradable, aunque son las indicadas para:

- Ejercer una fuerte acción antialérgica y antiséptica⁶.
- Regular la circulación y estimular la función hepática.
- Aumenta la temperatura corporal.
- Matar gérmenes y virus.
- Aumentar la oxigenación y mejorar la alimentación de los tejidos.
- Normalizar las funciones endocrinas y el sistema nervioso.

No se recomienda que las personas que accedan a este tipo de aguas sufran de:

- Enfermedades cardiacas.
- Enfermedades contagiosas de la piel.
- Heridas abiertas y en recuperación.
- Hipertensión severa.
- Tuberculosis.⁷
- Procesos asmáticos en crisis.
- Consultar al médico, en caso de estar en embarazo, bajo el consumo de diferentes medicamento, distintos tumores y cáncer.

Finalmente, las ventajas que tienen este tipo de aguas son:

- Eliminar toxinas.
- Mejora problemas dermatológicos.
- Reequilibrar e organismo.

⁵ Falla geológica. Es una grieta en la corteza terrestre.

⁶ Antiséptica. Se emplea para destruir los gérmenes que infectan un organismo vivo o para evitar su existencia.

⁷ La tuberculosis es una enfermedad causada por *Mycobacterium tuberculosis*, una bacteria que casi siempre afecta a los pulmones. Es curable y prevenible

- Estimula las defensas del organismo.
- Neutraliza la acidez estomacal.
- Calma dolores y es de vital importancia en los tratamientos de rehabilitación esquelética actúa en la cadera, columna, codos, rodillas, manos y tendones.
- Actúa en afecciones cardiovasculares.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar el producto turístico de bienestar para los municipios de Cuitiva, Iza y Tota, ubicados en la provincia de Sugamuxi Boyacá.

Objetivos Específicos

Analizar la oferta turística de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota.

Estudiar la demanda turística de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota.

Diseñar el producto turístico en Bienestar.

Diseñar la estrategia de promoción y comercialización del producto turístico.

Marco teórico

Producto turístico: Definición y componentes

Se presenta el término de producto turístico como “un método complejo conformado por la oferta turística, formada por los servicios suministrados de la planta turística y por bienes no turísticos. Impulsa la satisfacción del turista, mediante las facilidades, accesibilidad y la experiencia que se logra gracias a los atractivos” (Morillo & Coromoto, 2011). Todo lo anterior presenta como personaje principal al turista, quien busca satisfacer diversas necesidades al momento de planear la visita a un destino turístico, encontrando servicios de calidad que generen en la persona una experiencia única e inolvidable.

Igualmente, los autores Morillo y Coromoto presentan la conformación del producto turístico como la unión de todas las entidades que ofrecen bienes y/o servicios a los turistas, incluyendo entretenimiento y recreación; así como todo activo de índole natural, cultural o social donde puedan ser desarrolladas actividades, constituidas como el principal atractivo del turismo y una de las mayores razones de desplazamiento. Esto quiere decir que todos los componentes del producto turístico son utilizados para la generación de demanda turística en un destino, y por medio, de la categorización del turismo se puede realizar el diseño específico y acorde dentro de destinos potenciales.

Según Santamaría, Kotler presenta tres niveles de producto turístico; 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. (Santamaria, 2017)

En conclusión, dentro del producto turístico y para un diseño y creación del mismo se deben tener en cuenta la combinación de tres elementos básicos: los atractivos (naturales, culturales y

eventos), las facilidades (alojamiento, alimentación, recreación y otros servicios) y accesibilidad (infraestructura de transporte), los cuales explicaremos a continuación. (Fedetur.org, 2017).

Atractivos turísticos

Son los factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos. (Mincit, 2017).

Teniendo en cuenta la metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, estos se clasifican en dos grupos principales denominados patrimonios materiales e inmateriales, los cuales pueden ser encontrados dentro del concepto de patrimonio cultural.

Patrimonio Cultural

Hace referencia al conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentra en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades.

Según el Instituto Distrital de Patrimonio Cultural (IDPC) se puede encontrar representado el patrimonio cultural de una región en objetos, edificaciones, sectores urbanos y manifestaciones de carácter cultural que aluden a las múltiples identificaciones, sentidos y apropiaciones que, como habitantes del territorio, se posee respecto a nuestra historia y nuestros vínculos con la memoria. ((IDPC), 2017)

Patrimonio Material

Se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente. Está constituido por territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat humano por hechos construidos; también constituido por los sistemas de transportes, obras de

infraestructura vial y todos los elementos de herramientas, utensilios, maquinaria que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos.

Patrimonio Inmaterial

Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente.

Así mismo se presenta en el artículo 2 del Decreto Nacional 2941 de 2009, que hacen parte del patrimonio inmaterial:

“Los usos, prácticas, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas, junto con los instrumentos, objetos, artefactos, espacios culturales y naturales que les son inherentes, así como las tradiciones y expresiones orales, incluidas las lenguas, artes del espectáculo, usos sociales, rituales y actos festivos, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, técnicas artesanales, que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte de su patrimonio cultural”. (Bogotá, 2017)

Calidad

Según ISO 9000 la calidad es el “grado en el que un conjunto de características inherentes de un objeto cumple con los requisitos”, los criterios de calidad de acuerdo con el MinCIT varían en dos factores importantes de acuerdo con el atractivo que se esté evaluando. Se evalúa el grado de conservación en el que se encuentre el atractivo, la calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje asignable y se deben valorar todos los criterios para cada atractivo.

Oferta turística

La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas. (Segittur, 2017)

Demanda turística

Según la organización mundial del turismo define la demanda turística como aquella que está compuesta por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. Por otro lado, Jafar Safari⁸, al referir a demanda turística se define como aquella que: “Corresponde con el total de personas que participan en las actividades turísticas, un total que se presenta en el formato de llegadas o salidas de turista, la cantidad de dinero que gastan y otros tipos de estadísticas”.

Alojamiento

Según Torres, Esteve, Fuentes y Martín (2006) Un establecimiento de alojamiento es aquella entidad que proporciona hospedaje a cambio de un precio, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios como alimentación, recreación, lavandería, entre otros. Cuando se menciona el concepto establecimiento de alojamiento, se está refiriendo a tantos tipos de hospedaje como servicios posea el establecimiento (Grupo de Investigación Empresarial y Turístico GIET)⁹.

⁸ Jafar Safari. “*Enciclopedia de turismo*”, Madrid, Ed. Síntesis SA.,2000

⁹Virtual.uptc.edu.co. (2017). Citar un sitio web - Cite This For Me. [online] Available at: <http://virtual.uptc.edu.co/memorias/index.php/turisinv/sinturismo/paper/viewFile/1157/1138> [Accessed 26 Oct. 2017]

Estacionalidad

De acuerdo con el libro “Breve diccionario de turismo”¹⁰ Es el factor que más caracteriza al sector turístico. Este concepto hace referencia a las concentraciones de demanda de los turistas en un determinado tiempo y espacio. De esta manera surge lo que se conoce en la actualidad como alta temporada en la cual se produce la mayor concentración de turistas, y otro periodo de baja temporada en la cual la recepción de turistas es más reducida.

Perfil del turista

Este concepto trata de identificar las características principales de la demanda turística para tener un concepto a nivel general de la demanda del turismo de Bienestar en el lugar de destino, por ello dos autores principales Mathienson y Wall¹¹ afirman que para poder establecer el perfil del turista se deben considerar dos categorías principales: por un lado, identificar las características socioeconómicas del turista y por otro lado describir las características de su comportamiento.

Características socioeconómicas del turista

En este contexto se aprecian las cuestiones como la edad, el nivel de ingreso y las experiencias previas lo que ejerce influencia sobre la percepción, actitudes y motivaciones del turista afectando las tomas de decisiones.

¹⁰ Turística, (2017). *¿Qué es la estacionalidad turística? - Entorno Turístico*. [online] Entorno Turístico. Available at: <http://www.entornoturistico.com/la-estacionalidad-turistica/> [Accessed 24 Oct. 2017].

¹¹ Mathienson y Wall Anon, (2017). [online] Available at: http://file:///C:/Users/yulia/Downloads/fuentes_p.pdf [Accessed 24 Oct. 2017].

Características del comportamiento del turista

Dentro del proceso de la toma de decisiones del turista ejercen un papel importante las motivaciones, las actitudes y las necesidades.

Conceptualización del turismo de salud, bienestar y sus características

El turismo constituye una actividad organizada a partir del tiempo libre del hombre, cuyo desarrollo provoca consecuencias de tipo político, culturales, de salud y socioeconómicas fuera del lugar de residencia, la OMT¹² define el turismo como: “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

Dentro del turismo actual se encuentra el turismo de salud, estudiado desde dos perspectivas: la primera se centra en el campo médico donde los turistas buscan mejorar su salud en clínicas y hospitales sometiendo a procedimientos médico-quirúrgico categorizándose como medicina especializada y en un segundo campo se encuentra la perspectiva turística enfocada en el turismo de bienestar, donde los visitantes acuden a centros turísticos como balnearios y spas con el fin de preservar la salud y lograr una mejor calidad de vida disminuyendo el estrés, la rutina diaria, desarrollando el termalismo como instrumento puntual y esencial dentro del campo de la prevención, curación y recuperación de la salud, así como un elemento de elevación de la calidad de vida en personas sanas y enfermas, mediante el uso de recursos naturales como aguas minerales y mineromedicinales, (Dr. Ez Nordarse).

España es un país que posee un alto reconocimiento internacional en turismo y es especialmente destacada en termalismo terapéutico. A su vez, Colombia avanza con paso firme en el desarrollo de proyectos de turismo de bienestar gracias a su riqueza natural y a su

¹² OMT: Organización Mundial del turismo.

privilegiada geografía y Multi-diversidad. (Programa de Transformación Productiva –PTP, 2014).

La cooperación mutua entre España y Colombia contempla además de la organización de eventos especializados, el turismo de bienestar dirigidos a empresarios que trabajen, preferiblemente en temas relacionados con el agua, como el termalismo, spa, centros de Bienestar y Talasoterapia- hace parte del PTP convirtiéndose en uno de los 20 sectores estratégicos de la economía nacional que buscan crecer y competir al tiempo que se consolidan como motor de la industria colombiana. (Programa de Transformación Productiva –PTP, 2014).

En Colombia el Ministerio de Comercio Industria y Turismo¹³ lanzó un plan de negocios para el sector de turismo de bienestar con el objeto de convertir al país en un territorio líder a nivel regional en esta clase de turismo. El proyecto consiste en el fortalecimiento de la oferta de termalismo a través de la inversión de USD 642 millones para la construcción de 10 centros termales, 2 centros de talasoterapia y 200 spa y/o centros de bienestar de primera clase para el año 2020.

Turismo de salud y bienestar

Tanto el turismo como la salud son dos conceptos que se encuentran estrechamente relacionados, debido a que son roles significativos en la economía de los países y hace parte de las políticas sociales por parte de los gobiernos.

El turismo de salud se define como los actos que realizan los turistas de viajar hacia un destino con el objetivo específico y principal de recibir un servicio de salud fuera de su país de residencia. (Tilman Ehrbeck), este concepto a la vez se subdivide en el turismo de bienestar, según la secretaria de la nación de Argentina¹⁴ es una actividad que aprovecha las diferentes fuentes termo-mineromedicinales y sus derivados como las aguas, peloides y algas, con la posibilidad de combinarlos con el clima a través de diferentes técnicas de aplicación, duración e

¹³ Mincit.gov.co. (2017). Presentan plan de negocios para promocionar turismo de naturaleza. [online] Available, at:http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5910/presentan_plan_de_negocios_para_promocionar_turismo_de_naturaleza [Accessed 26 oct. 2017]

¹⁴ www.turismo.gov.ar

intensidad con fines curativos, preventivos y de rehabilitación en post de mejorar la calidad de vida del turista.

Este a su vez tiene una relación estrecha con el desarrollo del turismo termal, modalidad que “Consiste en el desplazamiento de turistas hacia centros de aguas termales con fines curativos, preventivo o simplemente recuperación de hábitos saludables, ruptura de la rutina y reducción del estrés”.

Termalismo utilizado en el turismo de salud y bienestar

El uso de las aguas minerales y termales es la forma más antigua de tratamiento de las enfermedades empezando por el uso de los balnearios que datan desde tiempos remotos. Fueron los grecorromanos quienes descubrieron los beneficios de las aguas termales en el organismo y pondrían un mayor uso y disfrute de los mismos.

En la época clásica “las termas originales solo disponían de agua fría y se aplicaban en tinas para baño. A finales de siglo V a.C se empieza a construir complejas instalaciones independientes, distribuidas en la ciudad, que brindaban piscinas con agua fría o templada y años de vapor. En Grecia y Roma los baños se convertían en complejos rituales y se acompañaban de ejercicios y masajes”.¹⁵

En la primera mitad del siglo XIX los médicos de la época incentivaron el desplazamiento para el uso de las aguas termales con el fin de reestablecer la salud de los pacientes que en su mayoría pertenecían a la clase aristocrática, convirtiéndose este desplazamiento en una actividad de lujo abarcando un pequeño número de personas.

Por otro lado, con el proyecto se busca integrar estas actividades de bienestar con el termalismo en un producto turístico, este definido por (Machín, 1995): “Como una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones”.

¹⁵ Fagundo Castillo, Juan Reynerio; Gonzalez Hernandez, Patricia. "Historia del desarrollo del termalismo y termalismo moderno". [En línea] Disponible en: https://scholar.google.es/scholar?hl=es&lr=lang_es&q=historia+e+termas&btnG=Buscar&lr=lang_es [Consulta:26 de Octubre del 2017].

Otra definición desde el enfoque económico conduce a deducir que el producto turístico está formado por los bienes y servicios que forman parte de la oferta. (Boullon, 1985).

El producto turístico es el resultado de la combinación de los elementos que integran la oferta turística como los bienes y servicios que se producen en diversas unidades económicas y una vez elaborado adopta la forma de un paquete de servicios, que se ofrece en el mercado mediante un precio de venta.

Termalismo utilizado dentro del turismo de bienestar

Actualmente el gobierno colombiano ha identificado campos de la economía potencial para su desarrollo e implementación dentro del país, entre estos sectores se encuentra el turismo como uno de los pilares y sectores de clase mundial. Según la agencia de promoción del comercio exterior ProColombia se proyecta el turismo de salud dentro del territorio colombiano como una de las temáticas de turismo líderes a nivel Latinoamérica; esto se ve identificado por el número de establecimientos de salud y la calidad del personal de trabajo dentro de cada institución.

En el documento “Turismo termal como opción de turismo de bienestar en Colombia: un estudio exploratorio” se presenta como la utilización del termalismo dentro del turismo de salud y bienestar aporta propiedades fisicoquímicas dentro del cuerpo humano, tales como:

- Estimulación de las funciones metabólicas y orgánicas.
- Activación de la circulación.
- Movilización y eliminación de ácido úrico.
- Efectos analgésicos, sedativos y antiespasmódicos.

(Pineda & Falla, 2018)

Termalismo en Colombia

En el marco del territorio colombiano la utilización de las aguas termales se ha utilizado continuamente dentro de la presentación de productos turísticos diversos por la diferencia de escenarios dependiendo de la zona en la que se encuentren las termales. Desde páramos hasta escenarios naturales el termalismo entrega a los turistas una alternativa para disfrutar de los paisajes colombianos durante la utilización de servicios con fines de relajación; es por esto que en la actualidad las termales no son vistas solo como espacios centrados en la curación, si no también han pasado a formar parte del aprovechamiento de los recursos naturales (Pineda & Falla, 2018).

A continuación, se presenta una pequeña recopilación de casos de la utilización del termalismo dentro del turismo en el país, destacando las regiones geográficas y características de las mismas:

Tabla 1. Termalismo en el territorio colombiano.

NOMBRE	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
Termales de Santa Rosa de Cabal	Risaralda	<p>Una de las termales más reconocidas e importantes de Colombia, ya que descienden desde una cascada de agua caliente. Los visitantes tienen dos formas de disfrutar de este producto:</p> <p>La primera son los Termales Balneario Santa Rosa de Cabal, la cual implica una corta caminata hasta el pie de la primera cascada caliente que llega a varias piscinas naturales.</p> <p>Mientras que la segunda opción es seguir hacia el hotel contiguo en donde una cascada más pequeña corre hacia docenas</p>

NOMBRE	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
		de bañeras calientes, todas a diferentes temperaturas.
Las Termals	Villa de Leyva	Uno de los lugares más reconocidos por los visitantes provenientes de la capital y sus alrededores. Este producto cuenta con piscinas de diferentes temperaturas, además de otros servicios complementarios.
Termals de Santa Mónica	Choachí	Las aguas de las termals de Choachí emergen de la tierra a una temperatura de 80°C, pero al llegar a las piscinas públicas se encuentran a 30° - 38° c para el disfrute de los visitantes. El paisaje natural es un plus para la relajación y disfrute de las termals.
Tierra Viva	Manizales	A las afueras del Parque Nacional de Los Nevados y a tan solo cinco minutos de la ciudad y en medio del paisaje cafetero se encuentran estas preciosas termals, las cuales reciben el agua utilizada del Nevado del Ruiz, el cual es encargado de calentar el agua que llegan al complejo de Tierra Viva.
Termals San Vicente	Pereira	A dos horas de la ciudad de Pereira y en conjunto del paisaje cafetero estas termals son unas de las más rústicas del país; las piscinas naturales se encuentran definidas pero aisladas y limitadas por árboles, plantas y cascadas naturales de agua tibia que también se calientan por la actividad volcánica del contiguo Parque Nacional de Los Nevados. Los visitantes hacen senderismo en los bosques de los

NOMBRE	UBICACIÓN	CARACTERÍSTICAS
		alrededores antes de relajarse en las piscinas termales.
Termales Aguascalientes	Paratebueno, Cundinamarca	<p>Una de las termales con mejor infraestructura y servicio del país, reconocidas como una de las más calientes de Cundinamarca gracias a la formación telúrica de la zona, permitiendo que no solo sean utilizadas como balneario, sino también como turco.</p> <p>La belleza del paisaje y las características de las aguas, hacen de Aguascalientes uno de los destinos más llamativos para los turistas.</p>
Termales	Nuquí, Chocó	<p>Catalogado como un spa entre selva y playa, las termales de Nuquí consisten en pozos de agua mineral, pozos de lodo azufrado y quebradas de agua fría; las características y beneficios que brinda el balneario generan una sensación de tranquilidad y relajación que se complementa con el paisaje de la región. Lastimosamente esta región bañada en naturaleza y posibilidades se encuentra todavía limitada en su propuesta de servicios.</p>

Creación propia

Nota: Tabla creada a partir de los aportes documentados de (Pineda & Falla, 2018) y (Anónimo, Colombia, 2018)

Marco geográfico

La provincia de Sugamuxi está conformada por los municipios de Sogamoso, siendo esta su capital, Aquitania, Cuitiva, Firavitoba, Gámeza, Iza, Labranzagrande, Mongua, Monguí, Nobsa, Pajarito, Pesca, Tibasosa, Tópaga y Tota.

Limita al Norte con las provincias de Valderrama, Tundama y Centro, al Occidente con las provincias de Centro y Márquez, al Este con la provincia de La Libertad y con el departamento de Casanare, y al Sur con la provincia de Lengupá y con el departamento del Casanare.

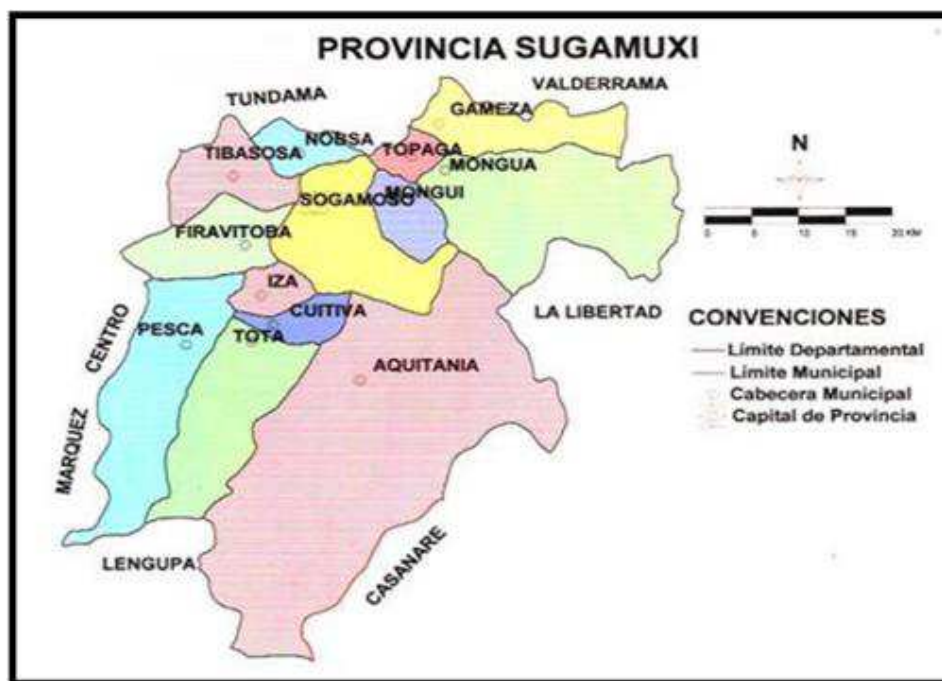


Ilustración 1. Provincia de Sugamuxi.

(Anónimo, Sugamuxi Tour, 2017)

El proyecto se realizará específicamente en los municipios de Iza, Cuitiva y Tota ya que se evidenció potencialidad para el desarrollo del turismo de bienestar uno de los atractivos con mayor relevancia en la zona es La laguna de tota¹⁶, dado que es considerada como la segunda

¹⁶ <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/preservacion-de-la-laguna-de-tota-99788>

laguna más extensa de Latinoamérica, la más extensa de Colombia con una ubicación de 3.015 metros sobre el nivel del mar y conecta a los municipios de Aquitania, Tota y Cuitiva.



Ilustración 2. Mapa Cuitiva, Iza y Tota

(Anónimo, Agencia de noticias, 2017)

Iza se localiza a 93 km al noroeste de Tunja, en la provincia de Sugamuxi. Este municipio es comparado con la ciudad de Cuzco en Perú, representado en el trazado de calles y construcciones típicas de la época colonial por los diseños de origen indígena y la mezcla de técnicas de construcción española y nativa presentes en todo su territorio, se ha convertido en el testimonio de una historia que habla de razas, costumbres, culturas y conquistas.

Es el pasado impregnado en cada rincón, casa y esquina que sirve como invitación para que los turistas visiten esta tierra de recuerdos, de antepasados, pero también de progreso.

Cuitiva es un municipio situado a 85 Km al Oriente de la ciudad de Tunja con una temperatura de 13° C, cuenta con algunos ecosistemas estratégicos, como la laguna de Tota, complementados con actividades productivas agropecuarias y bosques que hacen de éste un territorio privilegiado. Los recursos del municipio no son explotados sustancialmente, en razón a

que no se ha desarrollado el potencial turístico y productivo y a pesar de su localización posee los recursos necesarios para lograr un crecimiento sostenible.

Tota es el municipio más antiguo de Boyacá, está situado aproximadamente a 40 Km de la capital de Sogamoso, este lugar tiene un gran valor cultural para los pueblos indígenas y campesinos, y proporciona un entorno extraordinario para los viajeros que hoy en día quieren una experiencia diferente, en comunión con la naturaleza.

Marco legal

Para garantizar la viabilidad del proyecto se tienen en cuenta los requisitos legales acorde con las exigencias de las leyes colombianas necesarias para el desarrollo de la actividad Turística. Se reconocen leyes y normas, que orientan y coordinan lineamientos generales para todo aquel que esté involucrado en la prestación de servicios turísticos y hoteleros fomentando así el desarrollo del país y en especial para las diferentes entidades territoriales.

La actividad turística es desarrollada por empresas privadas y estatales según sus respectivos campos de acción, siendo esta una industria de libre iniciativa, acceso y de libre competencia sujeta a los requisitos exigidos por la ley. (ley300 de 1996, Art 1 y 2)

Como lo estipula la ley 1100 de 2006 (Art.12): Los establecimientos de alojamiento como hoteles, viviendas turísticas y hospedajes no permanentes; y centros gastronómicos como restaurantes, son reconocidos como prestadores de servicios turísticos y que de acuerdo con la ley 1558 de 2012 (artículo33), todo aquel que se considere prestador de servicios turísticos debe estar inscrito y activos en el Registro Nacional de Turismo para ejercer esta actividad sin sanciones establecidas por la ley.

Las Normas Técnicas Sectoriales permiten mejorar la prestación de servicios turísticos prestados a la comunidad, por medio de una gestión de la calidad pertinente para cada prestador de servicios reconocidos anteriormente, con el fin de que contribuir al posicionamiento de Colombia como un destino diferenciado, sostenible y competitivo en los mercados turísticos nacionales e internacionales.

La Norma Técnica Sectorial (NTSH 006)¹⁷. Clasifica los establecimientos de Alojamientos y Hospedaje, categorizando a los hoteles por estrellas. La norma provee una herramienta a los responsables de la operación de los establecimientos de alojamiento, facilitando criterios de estándares internaciones en operación y administración, que le permite tener mayor competitividad en el sector.

¹⁷ https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2009/NTSH006-09.pdf [Accessed 26 Oct. 2017].

Esta norma establece requisitos de evaluación para los establecimientos en términos de planta y servicio dependiendo su clasificación.

Para el caso de las Posadas Turísticas la Norma Técnica Sectorial, la norma aplicada corresponde a la (NTSH 007)¹⁸ y La Norma Técnica Sectorial (NTSH 008)¹⁹ aplica para los Alojamientos Rurales.

La norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible (NTS-TS 002)²⁰ va dirigida a los establecimientos de alojamiento y hospedaje. El objetivo es crear una cultura de la excelencia en la prestación de servicios turísticos a los consumidores, promoviendo la búsqueda de la Certificación de Calidad turística como herramienta de promoción y reconocimiento de los establecimientos, buscando de esta forma el fortalecimiento de la industria turística en el país, relacionados en requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económico.

Al igual que los establecimientos de alojamiento y hospedaje, los establecimientos gastronómicos tienen la Norma Técnica Sectorial (NTS-USNA 008)²¹, que categoriza los establecimientos de esta industria por tenedores de acuerdo con estándares internacionales evaluando requisitos de servicio y planta.

De acuerdo con la ley 1558 (Art. 30, numeral 4) las actividades turísticas serán desarrolladas de acuerdo con el plan sectorial de turismo, el cual forma parte del plan nacional de desarrollo. En Boyacá, cada municipio expresa dentro de su plan de desarrollo una oportunidad de crecimiento económico, involucrándose activamente en el turismo para hacer de Boyacá un destino atractivo que logre cautivar la demanda nacional e internacional.

El Plan Departamental de Desarrollo “Creemos en Boyacá, tierra de paz y libertad - 2016-2019”. Es una estrategia para apoyar en mejoramiento y consolidación del sector desarrollando productos, servicios, empresas y destinos competitivos, con certificaciones de calidad,

¹⁸ https://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2005/NTSH007.pdf [Accessed 26 Oct. 2017].

¹⁹ Mincit.gov.co. (2017). Citar un sitio web - Cite This For Me. [online] Available at: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=25009&name=NTSH008.pdf&prefijo=file> [Accessed 26 Oct. 2017].

²⁰ http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=75405&name=NTS_TS_002_PUBLICADA_MINICIT.pdf&prefijo=file [Accessed 26 Oct. 2017].

²¹ Mincit.gov.co. (2017). Citar un sitio web - Cite This For Me. [online] Available at: <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=23881&name=NTS-USNA008.pdf&prefijo=file> [Accessed 26 Oct. 2017].

integrando el turismo comunitario como medio de desarrollo sostenible que ayude a la construcción de la educación y paz.

Plan de desarrollo turístico Iza. 2016-2019. Con su programa “Como destino turístico, ¡Porque Iza tiene con qué... ¡Y con Quien!”, en sus objetivos esta posicionar al municipio de Iza como un destino turístico de Bienestar, implementando por medio de sus subprogramas capacitaciones en convenio con el Sena, seminarios, talleres para elaborar la promoción del desarrollo turístico con operadores del sector y todo aquel habitante que tenga alguna relación con el turismo. Por otro lado, se busca la recuperación, protección, mantenimiento de sitios y rutas de interés que permita ofrecer diversidad de entretenimiento en temas ecológicos, culturales y recreativos.

Plan De Desarrollo Turístico Tota. 2016-2019 Con su programa “Unidos dejaremos huella”, identifican el turismo como una oportunidad de desarrollo económico, tienen como objetivo mejorar la competitividad de los sectores de comercio y turismo e impulsarlos mediante estrategias de mercadeo y promoción de acuerdo con su potencial que es Playa Blanca, La laguna de Tota, se enfatiza en brindar capacitación a los prestadores de servicios y ejecutar campañas de emprendimiento local²².

Plan De Desarrollo Turístico Cuitiva. 2016-2019, con su programa “Cuitiva somos todos”, ellos reconocen que el municipio es un paso obligado para llegar a la laguna de Tota por lo que ven una oportunidad de hacer convenios con el Sena para ampliar la cobertura que fomenten el turismo y la responsabilidad social de los Cuitivenses.²³

²²<http://tota-boyaca.gov.co/apc-aa-files/39626463393064353438313235316536/plan-de-desarrollo-municipal-2016-2019-.pdf>

²³<http://cuitiva-boyaca.gov.co/apc-aa-files/37616139363634663565393830343932/documento-pdt-cuitiva-2016-final.pdf>

Diseño metodológico

Inicialmente se consultó información secundaria proveniente de informes, bases de datos, información recopilada en las alcaldías de los municipios, lo que permitió la construcción de la primera sesión del trabajo el cual nos arrojó los marcos teórico, conceptual, geográfico y legal lo que permitió puntualizar y analizar la oferta y demanda turística que se presentan en los municipios de estudio localizados en la provincia de Sugamuxi.

Con información facilitada del Registro Nacional de Turismo, SITUR Boyacá²⁴, se analizó la oferta presente en los municipios a través de la metodología para la elaboración de inventario de atractivos turísticos encontrada en el MinCIT²⁵, por otro lado, se elaboró la lista de chequeo teniendo como base algunos criterios mínimos requeridos presentados en las NTS²⁶ para los prestadores de servicio de alojamientos y restaurantes localizados en los municipios.

El análisis de los turistas de estos municipios se realizó mediante encuestas aplicadas los días 01, 07, 08 del mes de octubre del presente año.

Analizada la oferta y la demanda de los turistas que viajan a Cuitiva, Iza y Tota, se realizó la propuesta de producto turístico con su respectivo diseño y promoción. Para finalizar con el cuerpo de trabajo se dieron las conclusiones y recomendaciones pertinentes para los municipios de estudio.

Muestreo

El muestreo es un proceso que sirve para determinar el cálculo promedio de cuál es el comportamiento de la población de lo que se va a estudiar, es importante tener en cuenta las etapas del proceso de muestreo.

- Definir la población objetivo.
- Determinar el tamaño de la muestra.

²⁴ Sistema de información turística. <http://www.situr.boyaca.gov.co/atractivos-turisticos-por-municipio/>

²⁵Ministerio de Comercio industria y turismo. <http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=40681&name=MetodologiaInventarioTuristicos2010.pdf&prefijo=file>

²⁶Normas Técnicas Sectoriales. http://www.mincit.gov.co/publicaciones/16197/normas_tecnicas_sectoriales

Población objeto

La población objetivo debe definirse en términos de elementos, unidades de muestreo, extensión y tiempo por lo tanto es la recopilación de elementos u objetos que poseen la información buscada por el investigador y acerca de la cual se harán las deducciones.

La población objeto para el desarrollo del trabajo son los turistas que llegan a los municipios de Cuitiva, Iza y Tota, la población residente para esta investigación no se tuvo en cuenta porque el objetivo es diseñar el producto turístico para personas que visitan este destino.

Tamaño de la muestra

Debido a que no se encontró estadísticas relacionadas con la cantidad promedio de turistas que llegan a los municipios de estudio, y de acuerdo con los niveles de ocupación definidos por los prestadores de servicio de alojamiento de manera verbal se estableció una muestra de 280 encuestas distribuidos de la siguiente manera.

Tabla 2. Total de encuestas aplicadas por municipio

MUNICIPIO	ENCUESTAS APLICADAS	PORCENTAJE
Cuitiva	43	15%
Iza	168	60%
Tota	70	25%
TOTAL	281	100%

Creación propia

Nota: Estos porcentajes se determinaron por la cantidad de establecimientos de alojamiento y hospedaje activos en RNT, siendo Iza el municipio con mayor ocupación debido a su gran cantidad de alojamientos con respecto a los otros dos municipios.

Capítulo I: Oferta turística de la provincia de Sugamuxi Boyacá

Oferta turística

La oferta turística que ofrecen los tres municipios de acuerdo con la información obtenida de SITUR Boyacá es de 23 atractivos turísticos distribuidos entre patrimonio cultural y sitios naturales.

Tabla 3. Atractivos turísticos

MUNICIPIO	ATRATIVOS	PORCENTAJE
Cuitiva	4	17%
Iza	14	61%
Tota	5	22%
Total	23	100%

Creación propia

Tabla 4. Participación Patrimonio Cultural

Patrimonio Cultural		
MUNICIPIO	ATRATIVOS	PORCENTAJE
Cuitiva	3	20%
Iza	10	67%
Tota	2	13%
Total	15	100%

Creación propia

Tabla 5. Participación Sitios Naturales

Sitios Naturales		
MUNICIPIO	ATRATIVOS	PORCENTAJE
Cuitiva	1	12.5%
Iza	4	50%
Tota	3	37.5%
Total	8	100%

Creación propia

Los atractivos encontrados en los municipios de estudio, muestra que Iza es el municipio que cuenta con una mayor cantidad de atractivos con un porcentaje del 61% siendo en este característico el patrimonio cultural de los cuales se encuentran centros arqueológicos y religiosos, dentro de su oferta turística se evidencia que las festividades y eventos tienen gran participación a lo largo del año reuniendo a la población y turistas en 6 festividades y eventos reconocidas por SITUR Boyacá con respecto a los municipios de Cuitiva y Tota que tienen una participación menor.

En contraste con el patrimonio cultural, la participación de los atractivos naturales es menor, cabe resaltar que los municipios de Cuitiva e Iza cuentan con potencial de aguas minerales fundamentales para el desarrollo del producto turístico, además de otros atractivos naturales presentes también en el municipio de Tota que sirven como apalancamiento o complemento para integrar la oferta turística.

Para realizar la valoración de calidad para el patrimonio cultural de cada uno de los atractivos, se tuvo en cuenta el grado de conservación en los que se encuentran. La clasificación tiene un puntaje máximo de 100 puntos de los cuales la valoración de la calidad representa el 70% de este puntaje, de los cuales se obtiene de la sumatoria de los diferentes criterios como:

- Estado de conservación: (21 puntos), enfatizándose en la conservación de la integridad física y estética desde la situación original, o a partir de posibles acciones del hombre (restauración) para mejorar la calidad del recurso.

- Constitución del bien: (21 puntos), se refiriéndose a los materiales y las técnicas de elaboración del bien que por su antigüedad poseen materiales y técnicas en desuso o desaparecidas que merecen ser destacadas.
- Representatividad: (28 puntos), la importancia del bien como un elemento que dio partida a un hecho histórico, social o cultural.

Los municipios de estudio cuentan con festividades y eventos que hacen parte del patrimonio cultural importantes para la población. Se tienen en cuenta criterios de calidad como el nivel de organización del evento con un puntaje de (30), valorando aspectos como el contenido del mismo, logística, programación y cumplimiento.

- Los beneficios económicos locales, con puntaje de (20) valora el aumento de los ingresos monetarios durante estas temporadas, permitiendo mejorar la calidad de vida de la población.
- Beneficios socioculturales para la comunidad con puntaje de (20), valora la divulgación del evento a nivel regional, el nivel en que el evento ayuda a la promoción de la región y el nivel de integración de la comunidad con los eventos.

Los criterios de valoración de la calidad de los sitios naturales presentes en los municipios, están representados en la conservación del atractivo a nivel ambiental, es decir que exista una escasa o nula presencia de deterioro, ocasionado por contaminantes primarios como residuos agrícolas, restos orgánicos, residuos industriales y mineros; o contaminantes secundarios relacionados con el ruido, olores desagradables, mala disposición de la basura o la acción destructora del hombre ocasionada por el uso irracional de los recursos.

Los atractivos fueron valorados con puntaje de 10 para cada criterio.

- Sin contaminación del aire, que generalmente es ocasionado por automóviles.
- Sin contaminación del agua, provocada por elementos químicos o residuos de fertilizantes utilizados para zonas agrícolas representativas de actividad comercial de los municipios.
- Sin contaminación visual, originada por la dispersión de basuras y la obstrucción visual.
- Sin contaminación sonora, representada en los niveles que impidan el disfrute de la naturaleza.
- Estado de conservación, encontrando la fauna o flora del lugar.

- Diversidad, referente a la riqueza de la observación paisajista y de flora y fauna.
- Finalmente, con la singularidad, los rasgos excepcionales y únicos, con flora y fauna que se encuentre en un área restringida.

Significado

Según el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española define significado como algo “conocido, importante, Reputado “El significado que se le brinda a un atractivo turístico está determinado por el grado de reconocimiento fuera de su entorno, dicho reconocimiento puede ser local regional, nacional e internacional. Esta calificación representa el 30% restante sobre los 100 puntos que valora los atractivos de patrimonio cultural y sitios naturales.

Levantamiento de inventario turístico, de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota

Tabla 6. Componentes inventario turístico. Municipio de Cuitiva

	Listado de atractivos	Tipo de patrimonio	Grupo	Componente	Elemento
CUITIVA	Termales el Batán	2. Sitio Natural	2.11 Aguas subterráneas	2.11.2 Aguas termales	
	"Pueblito antiguo"	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano o Rural	1.2.1 Sector Urbano o rural de interés.	
	Capilla doctrinera (monumento nacional)	1. Patrimonio Cultural	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3. Arquitectura Religiosa	1.1.3.4 Centro Doctrinero (Capilla doctrinera; Iglesia doctrinera)
	Monumento cebollero	1. Patrimonio Cultural	1.5. Patrimonio Cultural Material Mueble	1.5.2 Obras en espacio público	1.5.2.6 Monumento

Creación propia

Nota: Tabla construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES								
1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	Termales el Batán							
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad								
1.5. Administrador o Propietario								
1.6. Dirección/Ubicación								
1.7. Teléfono/Fax								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso							
	Terrestre		X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso								
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	2.11.2 Aguas termales							
2.2. Descripción	<p>Agua termal de 30 grados de temperatura tipo ferroso, con propiedades curativas para neuralgias y dolores musculares, para eczemas. Agua inodora e insabora. Tres piscinas dos de adultos y una de niños, baño turco natural en el que se canaliza el vapor tal como sale de la tierra y restaurante.</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACION								
CALIDAD				PUNTAJE				
Sin contaminación aire (10)				10				
Sin contaminación del agua (10)				10				
Sin contaminación visual (10)				10				
Estado de conservación (10)				10				
Sin Contaminación sonora (10)				10				
Diversidad (10)				10				
Singularidad (10)								
Subtotal				70				
SIGNIFICADO								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	18				
TOTAL				88				
								
Fuente: Tripadvisor								
Diligenciado por				Anggie Lorena Sandoval Uyaban		Fecha		14-oct-17

Ilustración 3. Inventario turístico Termales de Batán.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Capilla Doctrinera					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad						
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación						
1.7. Teléfono/Fax						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.4 Centro Doctrinero (Capilla doctrinera; Iglesia doctrinera)					
2.2. Descripción	Ubicado en el centro urbano del municipio. Epicentro religioso de gran reconocimiento dentro de la población, su construcción se realizó en 1.537 por los misioneros Franciscanos y Don Juan de San Martín. Es un Centro Doctrinero que persuade al turista vía al Lago de Tota					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD				PUNTAJE		
Estado de Conservación (21)				21		
Constitución del Bien (21)				21		
Representatividad General (28)				28		
Subtotal				70		
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6		
TOTAL				76		
Fuente: Situr Boyacá.						
Diligenciado por		Angie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	14-oct-17



Ilustración 4. Inventario turístico Capilla Doctrinera.

Creación propia – Angie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Monumento al Cebollero						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre		X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERISTICAS							
2.1. Código Asignado	1.5.2.6 Monumento						
2.2. Descripción	Realizado por el maestro Delfin Ibáñez, reconocido a nivel departamental y nacional por sus grandes obras en diferentes lugares del país. Reconoce las características propias de cada comunidad el Bochica, mitos y leyendas de esta provincia que era gobernada por el sumo sacerdote de Iraka o cacique Suamox.						
3. PUNTAJES DE VALORACION							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				21			
Constitución del Bien (21)				20			
Representatividad General (28)				26			
Subtotal							
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)	
						6	
TOTAL				73			
Fuente: Situr Boyacá.							
Diligenciado por			Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	
						14-oct-17	



Ilustración 5. Inventario turístico Monumento El Cebollero.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Pueblito Antigo.					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad						
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación						
1.7. Teléfono/Fax						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado						
2.2. Descripción	Este atractivo es uno de los más visitados por turistas. Tiene una gran variedad de atracciones: una locomotora modificada para ofrecer servicio de restaurante manteniendo sus particularidades ferroviarias, un canal para barcos de papel espléndido para los infantes, un pueblo con todo su comercio antaño, almacén de juguetes, botica, palacio municipal iglesia y plaza principal con un museo de autos antiguos.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD				PUNTAJE		
Estado de Conservación (21)				19		
Constitución del Bien (21)				19		
Representatividad General (28)				23		
Subtotal				61		
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6		
TOTAL				67		
						
Fuente: Situr Boyacá.						
Diligenciado por		Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	14-oct-17

Ilustración 6. Inventario turístico Pueblito Antigo.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

INVENTARIO TURISTICO														
Cuadro de resumen														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calificación	Local	Regional	Nacional	Inter.	Calificación Total
Capilla Doctrinera	1.1.3.4	21	21	28					70	6				76
Monumento Cebollero	1.5.2.6	21	20	26					67	6				73
Pueblito Antiguo	1.2.1	19	19	23					61	6				67
Termales el Batán	2.11.2	10	10	10	10	10	10	10	70				18	70
Diligenciado por												Anggie Lorena Sandoval	Fecha	14-oct-17

Ilustración 7. Tabla resumen inventario turístico.

Creación propia.

Nota: Ilustración construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 7. Atractivos y componentes municipio de Iza

	Listado de atractivos	Tipo de patrimonio	Grupo	Componente	Elemento
Iza	Capilla del Salvador	1. Patrimonio Cultural	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3. Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Capilla)
	Espadaña de la Antigua Iglesia	1. Patrimonio Cultural	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3. Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia)
	Casa Cural	1. Patrimonio Cultural	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3. Arquitectura Religiosa	

Piedra del Cacique	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arqueológico	1.4.1 Sitio arqueológico	
Piedra del Diablo	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arqueológico	1.4.1 Sitio arqueológico	
Piedra del Divino Salvador	1. Patrimonio Cultural	1.5. Patrimonio Cultural Material Mueble	1.5.1 Obras de arte en museos, colecciones o recintos cerrados	
Cueva de Bochica	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arqueológico	1.4.1 Sitio arqueológico	
Petroglifos	1. Patrimonio Cultural	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.4.1 Sitio arqueológico	
Encuentro Internacional De Poesía “Valle De Iraka”	1. Patrimonio Cultural	1.7 Festividades y Eventos	1.7.3. Eventos artísticos y culturales	1.7.3.3. Poesía, letras y/o narración oral
Ferías Y Fiestas Tradicionales En Honor Al	1. Patrimonio Cultural	1.7 Festividades y Eventos	1.7.1 Fiestas	1.7.1.5 Religiosas, patronales y/o profanas

Divino Salvador De La Piedra De Iza y a San Isidro Labrador				
Celebración Del Patrimonio Cultural Y Natural	1. Patrimonio Cultural	1.7 Festividades y Eventos	1.7.3. Eventos artísticos y culturales	1.7.3.6. Otros
Celebra La Música	1. Patrimonio Cultural	1.7 Festividades y Eventos	1.7.3. Eventos artísticos y culturales	1.7.3.2. Música
Semana Santa En Vivo	1. Patrimonio Cultural	1.7 Festividades y Eventos	1.7.1 Fiestas	1.7.1.5 Religiosas, patronales y/o profanas
Noche de Velitas	1. Patrimonio Cultural	1.7 Festividades y Eventos	1.7.3. Eventos artísticos y culturales	1.7.3.65 Otros
Aguas termales piscinas Erika	2. Sitio Natural	2.11 Aguas subterráneas	2.11.2 Aguas termales	
Cascada Bochica	2. Sitio Natural	2.5 Aguas Loticas	2.51 Cascada	
Parque Ecológico	3. Sitio Natural	2.10 Áreas protegidas		

Creación propia

Nota: Tabla construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles								
1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	Capilla del divino Salvador							
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad								
1.5. Administrador o Propietario								
1.6. Dirección/Ubicación								
1.7. Teléfono/Fax								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso					
			Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso								
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	1.1.3.1	Templo (Iglesia; Claustro; Capilla; Ermita; Templo Parroquial; Templete; Santuario; Oratorio; Basílica; Catedral; Sinagoga; Mezquita; Otros)						
2.2. Descripción	Bien inmueble de arquitectura religiosa. Se encuentra a la entrada del pueblo. Se construyó para venerar al patrono del pueblo. Aquí se encuentra un cuadro donde está plasmado el rostro del divino salvador de la piedra							
3. PUNTAJES DE VALORACION								
CALIDAD				PUNTAJE				
Estado de Conservación (21)				21				
Constitución del Bien (21)				20				
Representatividad General (28)				25				
Subtotal				66				
SIGNIFICADO								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6				
TOTAL				72				
Fuente: Situr Boyacá								
Diligenciado por			Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	14-oct-17	



Ilustración 8. Inventario turístico Capilla del Divino Salvador.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Espadaña De La Antigua Iglesia						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.3.1 Templo (Iglesia)						
2.2. Descripción	Bien inmueble de arquitectura religiosa ubicada en el parque del municipio. Reliquia arquitectónica de principios de siglo. El único recuerdo de la antigua iglesia ubicado al lado derecho de la iglesia actual, la cual se quería demoler, pero gracias a un ciudadano que pagó una elevada suma de dinero, no se realizó dicha demolición						
3. PUNTAJES DE VALORACION							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				20			
Constitución del Bien (21)				20			
Representatividad General (28)				25			
Subtotal							
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6			
TOTAL				71			
Diligenciado por				Anggie Lorena Sandoval Uyaban		Fecha	14-oct-17

Ilustración 9. Inventario turístico Espadaña De La Antigua Iglesia.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	Casa Cural				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad					
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección/Ubicación					
1.7. Teléfono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso				
	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.1.3 Arquitectura religiosa				
2.2. Descripción					
<p>Bien inmueble de arquitectura religiosa. Fue construida en 1678 por los padres franciscanos. En su interior cuenta con una hermosa fuente y arquitectura colonial</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD				PUNTAJE	
Estado de Conservación (21)				19	
Constitución del Bien (21)				19	
Representatividad General (28)				18	
Subtotal				56	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6	
TOTAL				62	
					
Fuente: Situr Boyacá					
Diligenciado por			Anggie Lorena Sandoval Uyaban	Fecha	14-oct-17

Ilustración 10. Inventario turístico Casa Cural.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Piedra del Divino Salvador					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad						
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación	Parque Principal					
1.7. Teléfono/Fax						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Féreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.5.1 Obras de arte en museos, colecciones o recintos cerrados					
2.2. Descripción	Es una pequeña piedra en la que se admira el rostro del Divino Salvador en impactantes tonos rojizos, amarillos, negros entre otros. Se exhibe únicamente los días domingos cuando se encuentran abiertas las puertas de la iglesia					
3. PUNTAJES DE VALORACION						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			21			
Constitución del Bien (21)			21			
Representatividad General (28)			28			
Subtotal			70			
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6		
TOTAL				76		
			Fuente: Blog Nido Verde			
Diligenciado por		Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	14-oct-17



Ilustración 11. Inventario turístico Piedra del Divino Salvador.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Cueva Bochica						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	
1.11. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.4.1 Sitio arqueológico						
2.2. Descripción	Sitio arqueológico del municipio elegido por el dios Bochica como lecho cuando educaba a los nativos. Terminado sus enseñanzas tapo la cueva con una gran roca. Lugar propicio para observar paisajes y contemplar el gran valle.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				19			
Constitución del Bien (21)				19			
Representatividad General (28)				23			
Subtotal				61			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6			
TOTAL				67			

Fuente: Blog Nido Verde

Ilustración 12. Inventario turístico Cueva Bochica.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO I. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Piedra Del Diablo						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre		X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.4.1. Sitio Arqueológico						
2.2. Descripción	<p>Tiene la función de servir como trono al diablo. Cuenta la historia que un señor encontró por el camino un niño llorando, este lo alzo y cada vez crecía más hasta que se convirtió en bestia. Desde entonces en muchas ocasiones se le ha sentido en ese lugar provocando estruendos y diabólicos chillidos. Los habitantes de los alrededores lo tienen como paso prohibido después del ocaso.</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				18			
Constitución del Bien (21)				19			
Representatividad General (28)				21			
Subtotal				58			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6			
TOTAL				64			

Fuente: Situr Boyacá

Ilustración 13. Inventario turístico Piedra del Diablo.

Creación propia – Angie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FOMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Piedra Del Cacique						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.4.1. Sitio Arqueológico						
2.2. Descripción	<p>Sitio arqueológico donde la piedra era el recuerdo de Bochica quien desapareció allí. Se dice que cuando Bochica dio todas sus enseñanzas partió hacia el río donde dejó su última huella sobre la tierra y se elevó a los cielos terminando su trayecto desde Tequendama hasta Iza</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				19			
Constitución del Bien (21)				19			
Representatividad General (28)				18			
Subtotal				56			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6			
TOTAL				62			
Fuente: Situr Boyacá							
Diligenciado por		Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha		14-oct-17

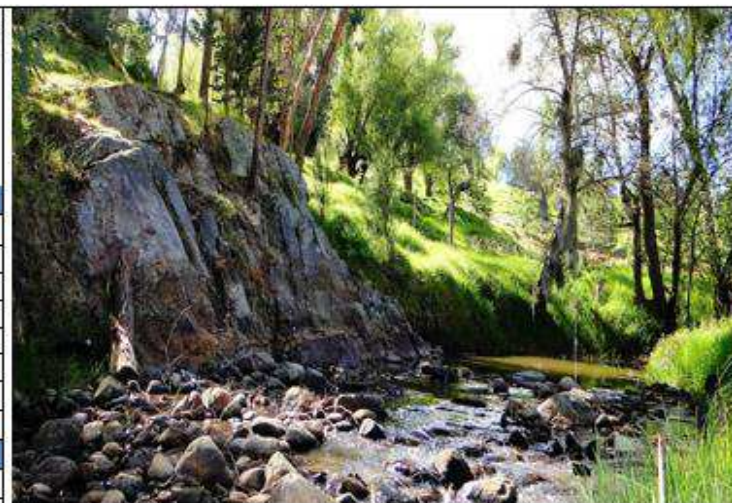


Ilustración 14. Inventario turístico Piedra del Cacique.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Petroglifos								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad									
1.5. Administrador o Propietario									
1.6. Dirección/Ubicación									
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.4.1 Sitio Arqueológico								
2.2. Descripción	<p>Sitios arqueológicos petroglifo en bajo relieve. Es la unión de los ejércitos muiscas, cada figura representa un pueblo de la provincia de Sugamuxi. Constituye una muestra valiosa de arte rupestre de carácter ritual que datan entre los años 500 y 800 d.c. Según el instituto colombiano de antropología inca e historia en estudios.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACION									
CALIDAD				PUNTAJE					
Estado de Conservación (21)				18					
Constitución del Bien (21)				19					
Representatividad General (28)				22					
Subtotal				59					
SIGNIFICADO									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		6	
				TOTAL				65	
									
Fuente: Situr Boyacá.									
Diligenciado por		Anggie Lorena Sandoval Uyaban				Fecha		14-oct-17	

Ilustración 15. Petroglifos.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO													
FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES													
1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre	Pozo Verde												
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza										
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad													
1.5. Administrador o Propietario													
1.6. Dirección/Ubicación													
1.7. Teléfono/Fax													
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso											
		Terrestre	X	Acuático		Férreo							
						Aéreo							
1.11. Indicaciones para el acceso													
2. CARACTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado	2.11.2 Aguas Termales												
2.2. Descripción	Aguas subterráneas termales. Este pozo lo forma un pequeño riachuelo de agua termal, que a su paso va formando pequeños pozos donde grandes y chicos disfrutan del agua termal sin ningún costo ya que esta es una zona a campo abierto												
													
							3. PUNTAJES DE VALORACION						
							CALIDAD						PUNTAJE
							Sin contaminación aire (10)						8
							Sin contaminación del agua (10)						6
							Sin contaminación visual (10)						5
							Estado de conservación (10)						6
							Sin Contaminación sonora (10)						7
							Diversidad (10)						7
							Singularidad (10)						8
Subtotal						47							
SIGNIFICADO													
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12							
TOTAL						59							
Fuente: Situr Boyacá.													
Diligenciado por			Anggie Lorena Sandoval Uyaban		Fecha	14-oct-17							

Ilustración 16. Inventario turístico Pozo Verde.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	Aguas termales				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad					
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección/Ubicación					
1.7. Teléfono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso			
		Terrestre	X	Acuático	
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	2.11.2 Aguas Termales				
2.2. Descripción	<p>Aguas subterráneas aguas termales. Privilegio natural Pertenece al grupo de las alcalinas por el bicarbonato y el cloruro de sulfato de sodio, por el ácido carbónico y por las sales. Esta agua es reconocida por sus propiedades terapéuticas. Por sus gases disueltos, sus tibiazas características que las hacen medicinales. Se puede disfrutar de ellas en la piscina Erika.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD				PUNTAJE	
Sin contaminación aire (10)				9	
Sin contaminación del agua (10)				8	
Sin contaminación visual (10)				8	
Estado de conservación (10)				8	
Sin Contaminación sonora (10)				8	
Diversidad (10)				7	
Singularidad (10)				8	
Subtotal				56	
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	12	
TOTAL				68	
					
Fuente: Propia					
Diligenciado por <u>Anggie Lorena Sandoval Uyaban</u>					

Ilustración 17. Inventario turístico Aguas Termales.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Parque Ecológico								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad									
1.5. Administrador o Propietario									
1.6. Dirección/Ubicación									
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.10 Areas protegidas								
2.2. Descripción	<p>Parque Ecológico Lugar donde se observa el valle de Iza ya que cuenta con un mirador. Este parque tiene plantas ornamentales y plantas de aliso que decoran el parque para el mayor disfrute de la naturaleza nativa de la región. Cuenta con caminos marcados para que el visitante disfrute del aire puro y de la belleza que en este lugar presenta la naturaleza construido en terrazas.</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACION									
CALIDAD				PUNTAJE					
Sin contaminación aire (10)				9					
Sin contaminación del agua (10)				8					
Sin contaminación visual (10)				9					
Estado de conservación (10)				9					
Sin Contaminación sonora (10)				9					
Diversidad (10)				8					
Singularidad (10)				8					
Subtotal				60					
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6					
TOTAL				68					
									
Fuente: Situr Boyacá									
Diligenciado por Anggie Lorena Sandoval Uyaban				Fecha		14-oct-17			

Ilustración 18. Inventario turístico Parque Ecológico.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICO															
FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES															
1. GENERALIDADES															
1.1. Nombre	Cascada Bochica														
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Iza												
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad															
1.5. Administrador o Propietario															
1.6. Dirección/Ubicación															
1.7. Teléfono/Fax															
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso													
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo								
1.11. Indicaciones para el acceso															
2. CARACTERISTICAS															
2.1. Código Asignado	2.51 Cascada														
2.2. Descripción	Se encuentra una cascada con una caída de dos metros y medio aproximadamente formando un pozo de agua cristalina														
															
								3. PUNTAJES DE VALORACION							
								CALIDAD				PUNTAJE			
								Sin contaminación aire (10)				8			
								Sin contaminación del agua (10)				8			
								Sin contaminación visual (10)				9			
								Estado de conservación (10)				7			
								Sin Contaminación sonora (10)				9			
								Diversidad (10)				7			
								Singularidad (10)				8			
Subtotal				56											
SIGNIFICADO															
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6											
TOTAL				62											
Fuente: Situr Boyacá															
Diligenciado por		Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha		14-oct-17								

Ilustración 19. Inventario turístico Cascada Bochica.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

INVENTARIO TURISTICO														
Cuadro de resumen														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calificación	Local	Regional	Nacional	Inter.	Califa Total
Capilla del Salvador	1.1.3.1	21	20	25					66	6				72
Espadaña de la Antigua Iglesia	1.1.3.1	20	20	25					65	6				71
Casa Cural	1.1.3.	19	19	18					56	6				62
Piedra del Cacique	1.4.1	19	19	18					56	6				62
Piedra del Diablo	1.4.1.	18	19	21					58	6				64
Piedra del Divino Salvador	1.5.1	21	21	28					70	6				76
Petroglifos	1.4.1	18	19	22					59	6				65
Cueva de Bochica	1.4.1.	19	19	23					61	6				67
Parque Ecológico	2.10	9	8	9	9	8	8		60	6				66
Aguas termales piscinas Erika	2.11.2	9	8	8	8	7	8		56		12			68
Pozo Verde	2.11.2	8	6	5	6	7	7	8	47		12			59
Cascada Bochica	2.51	8	8	9	7	9	7	8	56	6				62
Encuentro internacional de poesía "Valle de Iraca"	1.7.3.3.	25	18	18					61	6				67
Ferias Y Fiestas Tradicionales En Honor Al Divino Salvador De La Piedra De Iza Y A San Isidro Labrador	1.7.1.5	30	20	20					70		12			82
Celebración Del Patrimonio Cultural Y Natural	1.2.1	17	18	18					53	6				59
Celebra la música	1.7.3.2.	16	17	19					52	6				58
Semana santa en vivo	1.7.1.5	27	18	18					63	6				69
Noche de velitas	1.7.3.6	26	18	19					63	6				69
Diligenciado por									Anggie Lorena Sandoval			Fecha	14-oct-17	

Ilustración 20. Tabla resumen inventario turístico.

Creación propia.

Nota: Ilustración construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Tabla 8. Componentes inventario turístico. Municipio de Tota.

	LISTADO DE ATRACTIVOS	TIPO DE PATRIMONIO	GRUPO	COMPONENTE
TOTA	Parque Principal	1 patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano o Rural	1.2.2 Elementos del espacio público (Plaza)
	Cerro Chiquito	2. Sitio Natural	2.1 Montañas	2.1.13 Cerro
	Lago de Tota	2.Sitio Natural	2.4 Aguas lenticas	2.8 Lugares de caza y pesca

	Playa Blanca	2. Sitio Natural	2.4 Aguas lenticas	2.4.2 Lagos
	Festival Del Cedazo	1. Patrimonio Cultural.	1.7 Festividades y Eventos	1.7.3. Eventos artísticos y culturales

Creación propia

Nota: Tabla construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Parque Principal					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tota			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad						
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación						
1.7. Teléfono/Fax						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático		Férreo
1.11. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERISTICAS						
2.1. Código Asignado	1.2.2. Elementos del espacio Público (Plaza)					
2.2. Descripción	Ubicado en la Plaza Principal del pueblo. Se realizan actividades culturales y recreativas.					
3. PUNTAJES DE VALORACION						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			18			
Constitución del Bien (21)			19			
Representatividad General (28)			26			
Subtotal			63			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			6			
TOTAL			69			
			Fuente: <u>Situr Boyacá</u> .			
Diligenciado por		Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	14-oct-17



Ilustración 21. Inventario turístico Parque Principal.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles								
1. GENERALIDADES								
1.1. Nombre	Festival Cedazi.							
1.2. Departamento	Bovacá	1.3. Municipio	Tota					
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad								
1.5. Administrador o Propietario								
1.6. Dirección/Ubicación								
1.7. Teléfono/Fax								
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso								
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado	1.7.3. Eventos artísticos y culturales							
2.2. Descripción	<p>Se realiza por la necesidad de rescatar y promover las costumbres y tradiciones de los habitantes de la región, especialmente del municipio de Tota, la música campesina es la más escuchada e interpretada en las fiestas veredales que se realizan durante el año en el municipio; los niños, niñas, jóvenes, adultos y adultos mayores disfrutan bailando y cantando la música propia de la región</p>							
3. PUNTAJES DE VALORACION								
CALIDAD				PUNTAJE				
Organización del evento (30)				26				
Beneficios socioculturales (20)				17				
Beneficios económico-locales (20)				19				
Subtotal				61				
SIGNIFICADO								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	6				
TOTAL				67				
Diligenciado por				Anggie Lorena Sandoval Uyaban		Fecha		14-oct-17

Ilustración 22. Inventario turístico Festival Cedazi.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Playa Blanca						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tota				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad							
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación							
1.7. Teléfono/Fax							
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)		1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	2.4.4 Lagos						
2.2. Descripción	<p>Son 55 kilómetros cuadrados de un gran cuerpo de agua cargado de trucha arco iris y catalogado como el segundo más alto de Suramérica. Está rodeado de los paisajes más atractivos de la región central del país, donde domina el departamento de Boyacá y se dice que el color de su agua cambia de acuerdo con el reflejo de los rayos del sol, de manera que se encuentran fragmentos de agua azul o verde</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACION							
CALIDAD				PUNTAJE			
Sin contaminación aire (10)				10			
Sin contaminación del agua (10)				9			
Sin contaminación visual (10)				9			
Estado de conservación (10)				8			
Sin Contaminación sonora (10)				9			
Diversidad (10)				9			
Singularidad (10)				9			
Subtotal				63			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	30			
TOTAL				93			
							
Fuente: Tripadvisor							
Diligenciado por			Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha	14-oct-17

Ilustración 23. Inventario turístico Playa Blanca.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Lago de Tota								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Tota						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad									
1.5. Administrador o Propietario									
1.6. Dirección/Ubicación									
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)			1.9. Tipo de Acceso						
			Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso									
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.4.2 Lagos								
2.2. Descripción	<p>Ubicado al oriente del Departamento de Boyacá. Con una temperatura promedio de 12°C y localizado a solo 15 km al sur de la ciudad de Sogamoso. El Lago de Tota es el más grande e importante de Colombia. Playas de arena blanca que rememora al Caribe. Tota es un lugar ideal para deportes como ciclo montañismo, kayak, navegación a vela y buceo</p>								
3. PUNTAJES DE VALORACION									
CALIDAD				PUNTAJE					
Sin contaminación aire (10)				10					
Sin contaminación del agua (10)				9					
Sin contaminación visual (10)				9					
Estado de conservación (10)				8					
Sin Contaminación sonora (10)				9					
Diversidad (10)				9					
Singularidad (10)				9					
Subtotal				62					
SIGNIFICADO									
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	30					
TOTAL				93					
									
Fuente: Tripadvisor									
Diligenciado por			Anggie Lorena Sandoval Uyaban			Fecha		14-oct-17	

Ilustración 24. Inventario turístico Lago de Tota.

Creación propia – Anggie Lorena Sandoval Uyaban

INVENTARIO TURISTICO														
Cuadro de resumen														
Nombre	Código	A	B	C	D	E	F	G	Calificación	Local	Regional	Nacional	Inter	Calificación Total
Parque Principal	1.1.3.1	18	19	26					63	6				69
Playa Blanca	1.1.3.1	10	9	9	8	9	9	9	63				30	93
Festival del Cedazi	1.7.3.	26	17	18					61	6				67
Lago de Tota	1.1.3.	10	9	9	8	9	9	9	63				30	93
Diligenciado por												Anggie Lorena Sandoval	Fecha	14-oct-17

Ilustración 25. Tabla resumen inventario turístico.

Creación propia

Nota: Ilustración construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Para la valoración que se le dio a cada uno de los atractivos en los criterios de calidad y significado se tuvo en cuenta el apoyo y el conocimiento de la guía de turismo Lina Alejandra Marín. Con el trabajo de campo realizado en los municipios se pudo identificar el estado general actual de cada uno de ellos. Se resalta que los atractivos referentes al termalismo corresponden a Pozo Verde lugar que presenta un deterioro en cuanto a la contaminación visual, el estado de conservación y su diversidad, principalmente por ser un atractivo público y no tener restricciones para acceder a ellas, la población no tiene una cultura de cuidado y se ve reflejado en el destino, de la misma manera las termales las Erika presentan un deterioro en su estado de conservación en el agua mineral debido a que estas han bajado su nivel de temperatura principalmente por la extracción de puzolana por medio de una multinacional que está extrayendo este mineral desde la parte superior del tomo volcánico presente en el municipio.

Así mismo en esta línea dentro de las termales de intereses, en el municipio de Cuitiva está Balneario el Batan que cuenta con aguas mineromedicinales ausentes de azufre en conjunto con una infraestructura de servicios adecuada, inversamente con relación a las aguas encontradas en el municipio de Iza, estos termales se caracteriza por ser un agua inolora e insabora que permite beneficios para la salud.

La laguna de Tota y su Playa Blanca corresponden los atractivos con mayor significado a nivel local y regional, donde nació la Asociación Bachué, una alianza en donde participan los municipios de Sogamoso, Aquitania, Cuitiva, Firavitoba, Iza, Mongua, Nobsa, Tibasosa, Tota, Topaga y Pesca para velar por la preservación del medio ambiente con un desarrollo sostenible de los ecosistemas estratégicos del lago. El significado a nivel nacional se cataloga a esta laguna de agua dulce como la más extensa del país. Su significado a nivel internacional, en el 2012 el lago de Tota fue postulado y recibió el Premio Internacional Globo Gris, por su inminente peligro de desaparición se empezó a desarrollar movimientos de sostenibilidad. Para el 2017 este atractivo fue incluido entre los 100 destinos turísticos sostenibles del mundo, por parte de La organización Green Destinations en cooperación de otras 20 organizaciones y donde lo catalogan como el “segundo lago más alto navegable de América del Sur alimentado por páramos, un ecosistema único encontrado en solo 6 países de todo el mundo”.

Normas técnicas sectoriales que se usaron en la evaluación de la infraestructura y servicios turísticos

Las normas técnicas sectoriales se definen como un conjunto de características y procedimientos de orden técnico que deben cumplir los servicios y productos que ofrecen los empresarios del sector, con el fin de satisfacer las exigencias mínimas de los turistas. Estas normas deben ser aplicadas por los distintos sectores y sub sectores de la actividad turística de acuerdo con los estándares establecidos para cada actividad, teniendo en cuenta aspectos de calidad, sostenibilidad, planta y servicio.

Con el fin de evaluar el cumplimiento de elementos básicos descritos en la norma se elaboró el diseño de un Check List, seleccionando los criterios de evaluación más importantes para ser aplicados en establecimientos que se encuentran actualmente activos según el Registro Nacional de Turismo:

Tabla 9. Normas Técnicas Sectoriales Aplicadas por tipo de prestador.

Total Establecimientos	Hospedaje y Alojamiento	(NTS) Aplicadas
4	Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	<p>NTSH 006 Clasificación de Alojamientos y Hospedaje; factores de evaluación para la categorización de hoteles de 1, 2 y 3 estrellas.</p> <p>NTS-TS 002 Establecimientos de alojamiento y Hospedaje EAH Requisitos de sostenibilidad.</p>
5	Posadas Turísticas	<p>NTSH 007 Clasificación de las Posadas Turísticas; factores de evaluación para la planta y servicios.</p> <p>NTS-TS 002 Establecimientos de alojamiento y Hospedaje EAH Requisitos de sostenibilidad.</p>
3	Alojamientos Rurales	<p>NTSH 008 Clasificación de los Alojamientos Rurales; factores de evaluación para los Requisitos de planta y servicios.</p> <p>NTS-TS 002 Establecimientos de alojamiento y Hospedaje EAH Requisitos de sostenibilidad.</p>

Creación propia

Nota: Ilustración construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Hoteles activos en el RNT hasta el 23 de septiembre del 2017

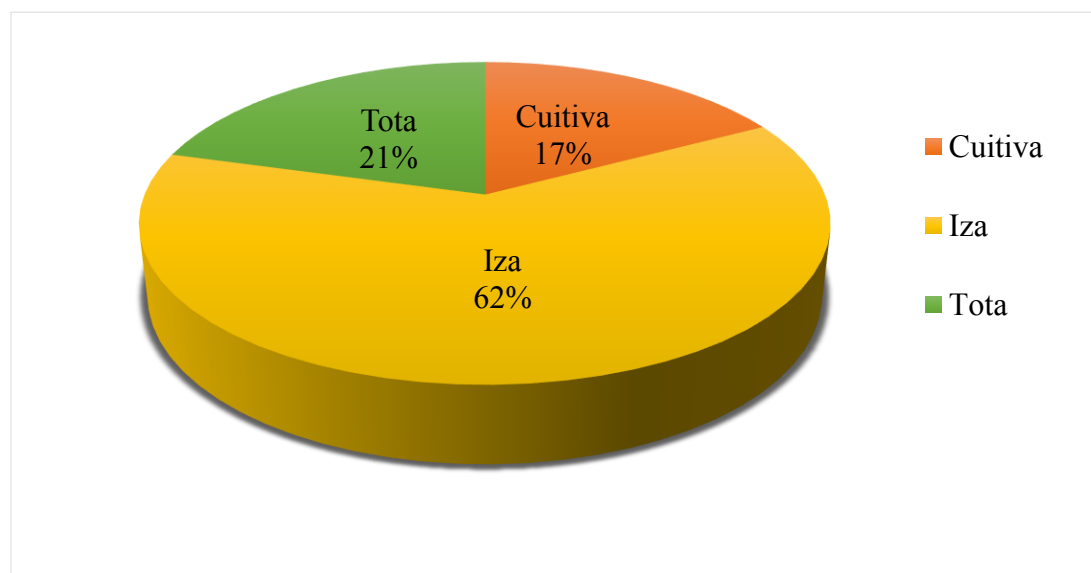
Son 29 establecimientos de alojamiento y hospedaje ubicados en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota que se encuentran registrados y activos en el RNT de Sogamoso. En la siguiente tabla se muestra el porcentaje el número de establecimientos y porcentaje de participación según el municipio.

Tabla 10. Establecimientos de alojamiento y hospedaje por municipio.

Municipios	N° de hoteles	Participación
Cuitiva	5	17%
Iza	18	62%
Tota	6	21%
Total	29	100%

Creación propia

Gráfico 1. Establecimientos de alojamiento y hospedaje por municipio.



Creación propia

Como se puede evidenciar en la gráfica, cada municipio cuenta con su respectiva participación. Iza con sus 18 establecimientos activos tiene mayor grado de participación con un 62%. Dentro de estos establecimientos se encuentran sub categorías y tipologías de alojamientos que son clasificados por el RNT como Hoteles, viviendas Turísticas (posadas), alojamientos rurales, hostales y campamento.

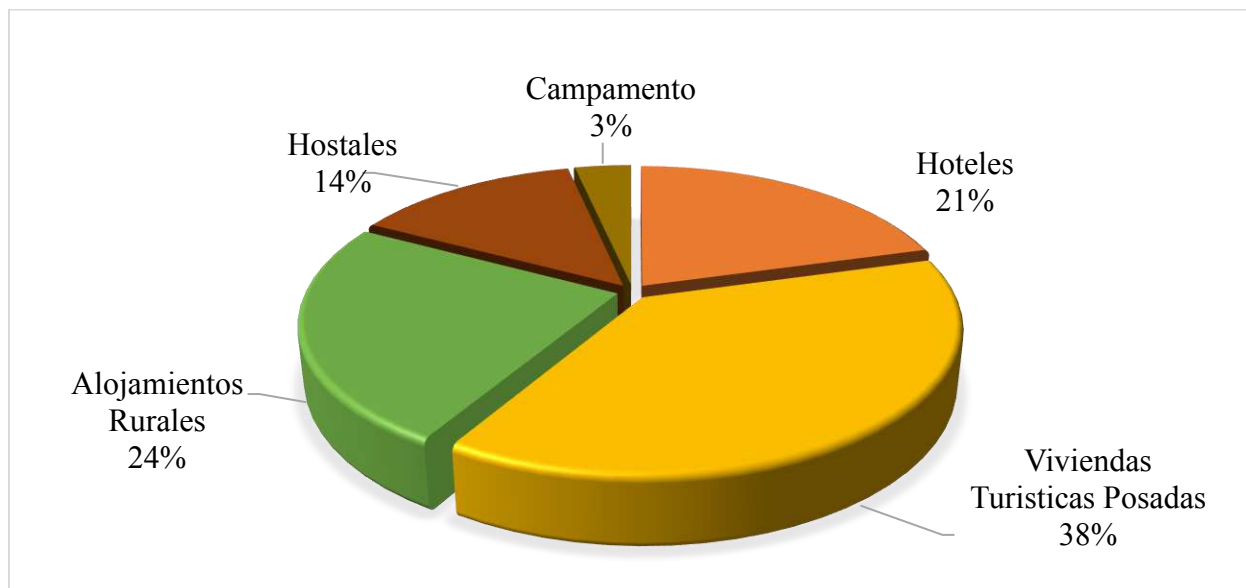
Clasificación según el Registro Nacional de Turismo.

Tabla 11. Clasificación según el Registro Nacional de Turismo.

TIPO DE ALOJAMIENTO	CANTIDAD	PARTICIPACION
Hoteles	6	21%
Viviendas Turísticas Posadas	11	38%
Alojamientos Rurales	7	24%
Hostales	4	14%
Campamento	1	3%
TOTAL	29	100%

Creación propia.

Gráfico 2. Clasificación según el Registro Nacional de Turismo.



Creación propia.

Con relación a la gráfica anterior se evidencia que las viviendas turísticas, alojamientos rurales y hoteles son tipos de hospedaje con mayor presencia en los municipios de estudio con una participación de (38%), (21%) y (24%) respectivamente.

Evaluación de calidad de los hoteles según el registro nacional de turismo.

Para el análisis de los requisitos de calidad de los Establecimiento de Alojamiento y Hospedaje se utilizó como referencia la Norma Técnica del sector Hotelero (NTSH 006) requisitos para hoteles de una estrella, la cual evalúa el cumplimiento de los requisitos mínimos de planta, accesibilidad, servicios y normatividad legal que deben cumplir los prestadores de este servicio

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje evaluados reciben un puntaje que varía de 1 a 0 si cumplen o no con los requisitos respectivamente. La suma de cada ítem permite la categorización:

*Hoteles de una estrella.*²⁷

Son 162 Los criterios evaluados definidos en la norma de los cuales (69) criterios corresponden a requisitos de planta y (93) a requisitos de servicio, ítems que se tuvieron en cuenta dentro de su categoría como los más importantes. Se le aplicó el check list a cuatro hoteles presentes en los municipios de Iza donde se evidencia los respectivos factores de cumplimiento y no cumplimiento.

Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Hoteles NTSH 006.

Tabla 12. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Hoteles NTSH 006.

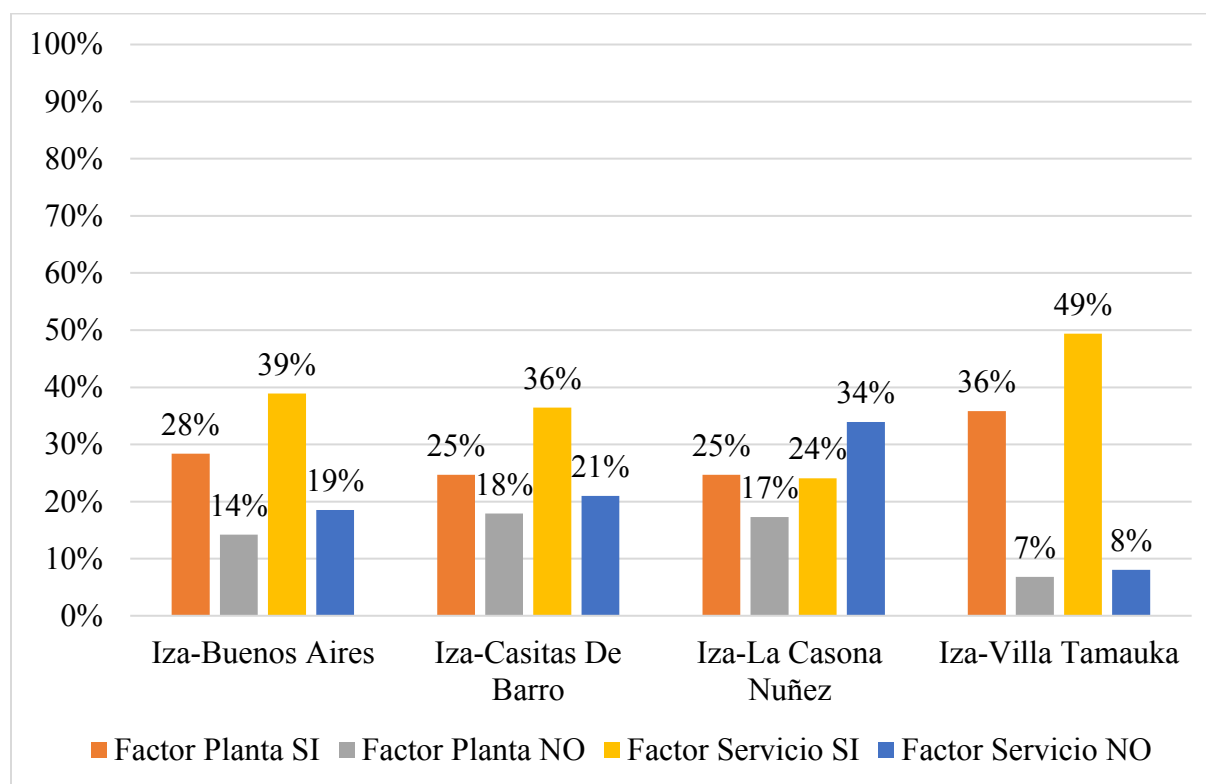
HOTEL	Total, Factores planta y Servicio	Factor Planta SI	Factor Planta NO	Factor Servicio SI	Factor Servicio NO	Total, factores SI cumple	Total, factores NO cumplen
Iza-Buenos Aires	162	46	23	63	30	109	53
Iza-Casitas De Barro	162	40	29	59	34	99	63
Iza-La Casona Núñez	162	40	28	39	55	79	83
Iza-Villa Tamauka	162	58	11	80	13	138	24

Creación propia

Nota: Tabla construida a través de los aportes de la Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos-Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

²⁷ Tierra de Gracia. (2017). *El verdadero significado de las estrellas de los hoteles*. [online] Available at: <https://tierradegracia.net/noticias-turismo/que-significan-las-estrellas-los-hoteles-98777> [Accessed 1 Nov. 2017]

Gráfico 3. Porcentaje de Cumplimiento y No Cumplimiento en Planta y Servicio.



Creación propia

Con relación a la gráfica anterior los hoteles Buenos Aires y Villa Tamauka son los hoteles que cumplen un número mayor de criterios en cuanto al factor de servicio y planta. Por otro lado, la Casona Nuñez y Casitas de Barro consideran un porcentaje considerable de factores que no cumplen con respecto a servicio y planta.

Posada Turísticas.

De acuerdo con la NTSH 006 posada turística se define como vivienda familiar en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales preferiblemente de arquitectura autóctona, cuyo principal propósito es promover la generación de empleo e ingresos a familias residentes prestadoras de servicios.

Fueron 129 criterios que se seleccionaron de acuerdo con la NTSH 007 para posadas turísticas, de los cuales se aplicaron 76 criterios correspondientes a planta y 53 a criterios de servicios.

Tabla 13. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Posadas Turísticas NTSH 007.

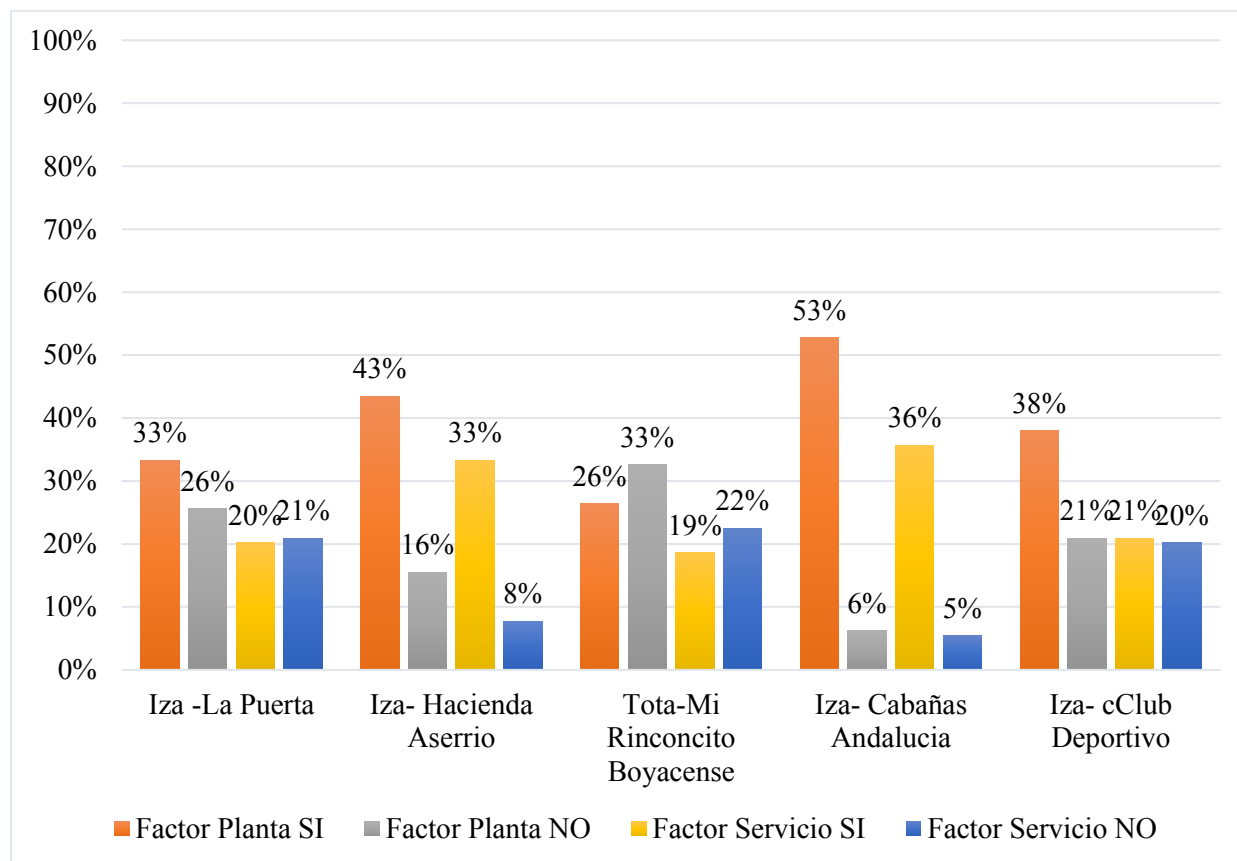
Posada Turística	Total, Factores planta y Servicio	Factor Planta SI	Factor Planta NO	Factor Servicio SI	Factor Servicio NO	Total, factores SI cumple	Total, factores NO cumplen
Iza -La Puerta	129	43	33	26	27	69	60
Iza- Hacienda Aserrió	129	56	20	43	10	99	30
Tota-Mi Rinconcito Boyacense	129	34	42	24	29	58	71
Iza- Cabañas Andalucía	129	68	8	46	7	114	15
Iza- Club Deportivo	129	49	27	27	26	76	53

Creación propia

En el gráfico que se encontrará a continuación, se puede evidenciar que de las cinco posadas Turísticas presentes en los municipios elegidos para el proyecto cuatro se encuentran en el municipio de Iza. Los factores con mayor cumplimiento por parte de las posadas corresponden al factor planta evidenciándolo en porcentajes de 53% para las cabañas Andalucía y, 43% para la

Hacienda Aserrió. Así mismo dentro de la aplicación del Check list la posada de Mi rinconcito Boyacense tiene falencias en el cumplimiento del factor planta.

Gráfico 4. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Posadas Turísticas NTSH 007.



Creación propia

Alojamientos Rurales.

En el numeral 3.4 de la NTSH006 se define alojamiento rural como un establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en habitacionales privadas, ubicado en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural. Se ofrecen un mínimo de servicios de alimentación bajo la modalidad de pensión completa, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios

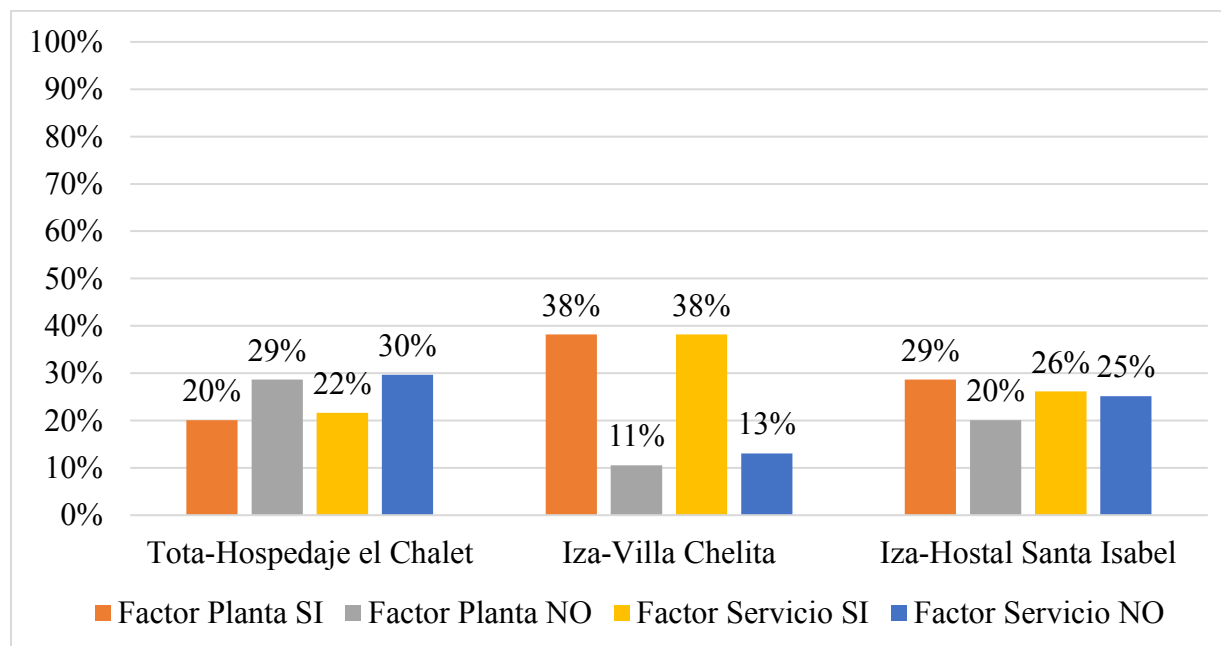
Para aplicar el Check list a los tres alojamientos rurales ubicados dentro de los municipios de Iza y Tota se escogieron 199 criterios con mayor relevancia dentro de la norma y fueron distribuidos de la siguiente manera, 97 criterio evaluado en el factor planta y 102 criterios evaluados para el factor servicio.

Tabla 14. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Alojamiento Rural NTSH 008.

Alojamientos Rurales	Total, Factores planta y Servicio	Factor Planta SI	Factor Planta NO	Factor Servicio SI	Factor Servicio NO	Total, factores SI cumple	Total, factores NO cumplen
Tota-Hospedaje el Chalet	199	40	57	43	59	83	116
Iza-Villa Chelita	199	76	21	76	26	152	47
Iza-Hostal Santa Isabel	199	57	40	52	50	109	90

Creación propia

Gráfico 5. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Alojamiento Rural NTSH 008.



Creación propia

Esta grafica evidencia que la vivienda turística Villa Chelita cumple en gran parte con los factores de planta y servicio con un 38% de acuerdo con lo evaluado en el Check list. Los resultados obtenidos en el hospedaje el Chalet arrojaron que tienen presentas falencias en el cumplimiento de factores de planta y servicio con 29% y 30% respectivamente.

*Campamento*²⁸

Los Campamentos se clasifican por la NTSH 006, por que ofrece servicios de Alojamiento dentro de un terreno delimitado, asignándosele un lugar don el turista puede instalar sus respectivas carpas, casas rodantes u otras al aire libre para pernoctar.

²⁸ Virtual.uptc.edu.co. (2017). *Citar un sitio web - Cite This For Me*. [online] Available at: <http://virtual.uptc.edu.co/memorias/index.php/turisinv/sinturismo/paper/viewFile/1157/1138> [Accessed 1 Nov. 2017]

*Hostal.*²⁹

Según la NTSH 006 define en su apartado 3.3 a los hostales como un establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento preferiblemente en habitaciones semiprivadas o comunes, al igual que sus baños y que pueden disponer además de un recinto común equipado adecuadamente para que los huéspedes se preparen sus propios alimentos, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Después del trabajo de campo realizado donde se aplicó los Check list a cada establecimiento de alojamiento y hospedaje se evidencio que gran parte de los prestadores de servicios no cuentan con un plan de emergencias en caso de alguna eventualidad (sismo, inundación, ataque externo, incendio o explosión) según lo expresado por los prestadores de servicio es porque en los municipios no se ha presentado ninguna de estas situaciones. También se observó que no manejan registros de las actividades desempeñadas en el mantenimiento de las instalaciones físicas, al igual que el escaso seguimiento y registro de los indicadores de la satisfacción del cliente. En cuanto a la señalización de seguridad los establecimientos tienen falencias en su implementación principalmente por falta de recursos y por su reciente incursión en la actividad turística.

Evaluación de la calidad de los establecimientos de gastronomía activos en el Registro Nacional de Turismo.

Verificación del número total de prestadores de servicios gastronómicos que se encuentran activos en el RNT para los municipios de Cuitiva, Iza y Tota fue nula, debido a que estos establecimientos no cumplen con criterios establecidos en la ley 1101 del 2006 (resolución 0347 de 2007 art.1), donde considera “turístico” a restaurantes cuyas ventas anuales sean superiores a

²⁹ Vögler, A. (2017). *¿Qué es un Hostal?* | *bitacorasdeviaje.com*. [online] BITÁCORAS DE VIAJE. Available at: <http://bitacorasdeviaje.com/tips/que-es-un-hostal> [Accessed 1 Nov. 2017].

los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren localizados en lugares de influencia directa a los atractivos turísticos no inferiores a (300) metros del reconocido lugar de interés. Para el correcto desarrollo del proyecto se seleccionaron restaurantes que cumplen con las características especificadas en el artículo para zonas rurales con área de influencia comprendida dentro de los (600) metros siguientes a lugares de atractivos turísticos. (Anónimo, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2017)

Conforme a la NTS-USNA 008 categorización de restaurantes por tenedores se eligieron criterios considerados de mayor importancia para la elaboración del Check List permitiendo realizar la evaluación de los establecimientos gastronómicos de los municipios mencionados en criterios de planta y servicio.

NTS-USNA 008. Aplicadas a los establecimientos Gastronómicos.

Tabla 15. Establecimientos Gastronómicos.

Total Establecimientos	Restaurantes	(NTS) Aplicadas
3	Establecimientos de Gastronomía	NTS-USNA 008: Categorización de Restaurantes por tenedores; establece los requisitos de servicio y planta.

Creación propia

Para la evaluación del establecimiento Gastronómico, dentro de la NTS-USNA 008 se tienen en cuenta elementos tales como; requisitos generales, requisitos de servicio, requisitos de planta, requisitos de decoración y ambientación.

Oferta gastronómica en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota.

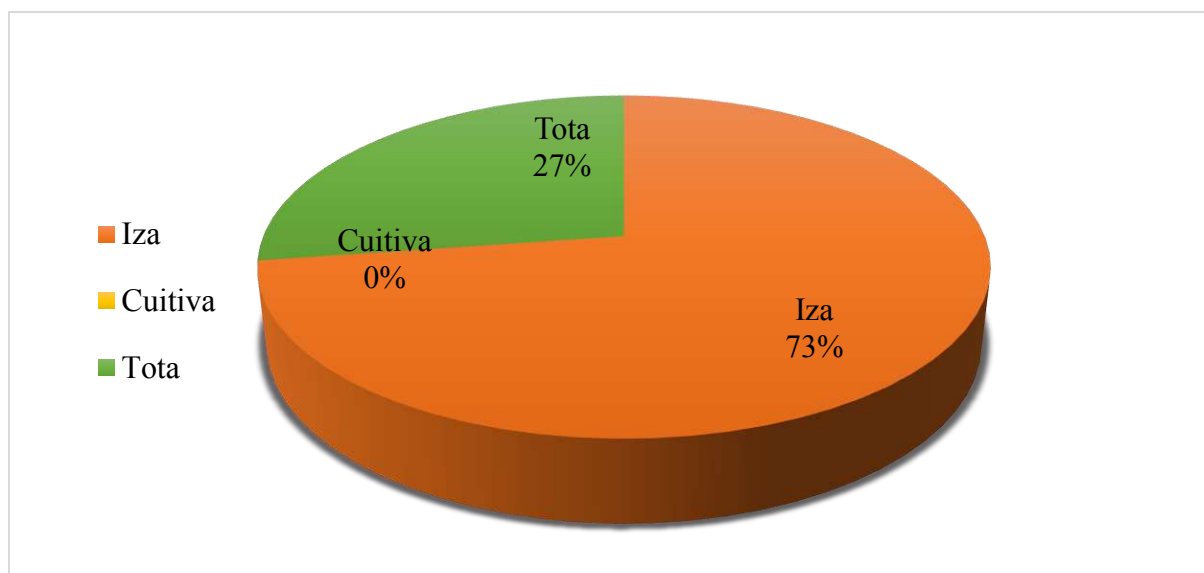
Dentro del trabajo de campo realizado, en los tres Municipios se pudo apreciar que la oferta gastronómica se centra en el Municipio de Iza.

Tabla 16. Participación de restaurantes por Municipio.

Restaurantes gastronómicos		
Municipio	Cantidad	Participación
Iza	8	73%
Cuitiva	0	0%
Tota	3	27%
TOTAL	11	100%

Creación propia

Gráfico 6. Participación de Restaurantes.



Creación propia

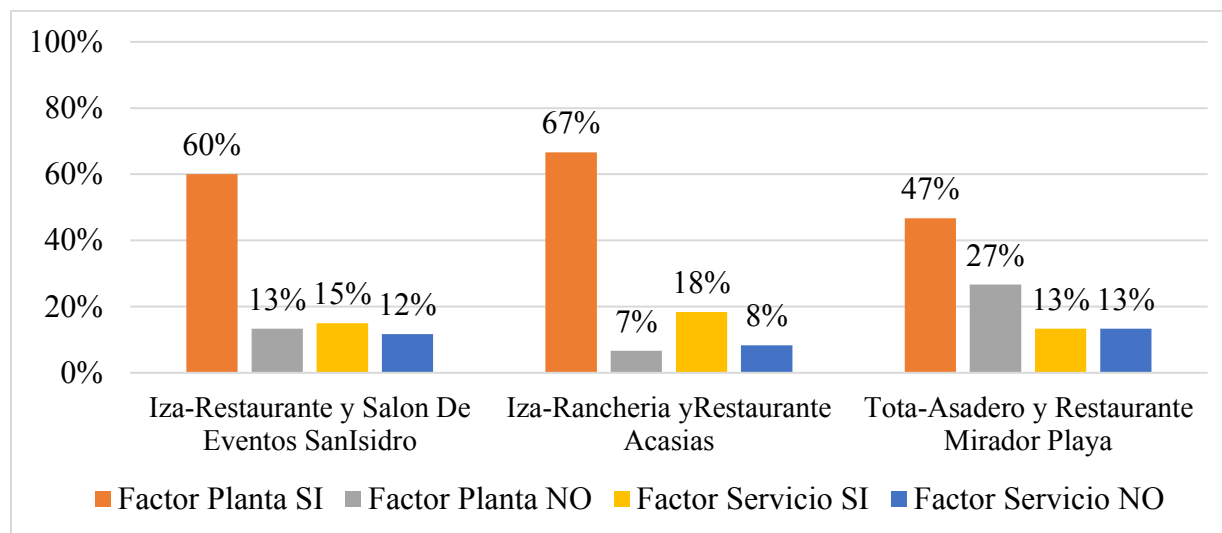
Como se puede ver en la gráfica Iza cuenta con una Gastronomía más amplia en relación a la oferta con una participación del (73%) seguido de Tota con una oferta gastronómica del (27%) y Cuitiva no cuenta con ningún establecimiento dedicado a la gastronomía.

Tabla 17. Evaluación de infraestructura para Restaurantes de 1 tenedor NTS-USNA 008.

RESTAURANTES	Total, Factores planta y Servicio	Factor Planta SI	Factor Planta NO	Factor Servicio SI	Factor Servicio NO	Total, factores SI cumple	Total, factores NO cumple
Iza-Restaurante y Salón De Eventos San Isidro	60	36	8	9	7	45	15
Iza-Ranchería y Restaurante Acacias	60	40	4	11	5	51	9
Tota-Asadero y Restaurante Mirador Playa	60	28	16	8	8	36	24

Creación propia

Gráfico 7. Evaluación de infraestructura para Restaurantes de 1 tenedor NTS-USNA 008.



Creación propia

De los elementos evaluados en planta y servicio se puede ver que los tres establecimientos gastronómicos a los cuales se les evaluó se caracterizan por cumplir casi en su totalidad los factores de planta, evidenciándose el poco cumplimiento relacionado al factor de servicio el cual muestra unos porcentajes poco sobresaliente a los factores que no cumplen, de (60) Ítems evaluados el (73%) corresponden a los elementos que se cumplen en planta y servicio y un (27%) corresponde a los que no se están cumpliendo por parte de los prestadores gastronómicos según lo exigido por la Ley.³⁰

³⁰ Bogotaturismo.gov.co. (2017). *Citar un sitio web - Cite This For Me*. [online] Available at: http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/intranet.bogotaturismo.gov.co/files/normograma_observatorio/NTS-USNA008.pdf [Accessed 2 Nov. 2017].

Capítulo II: Demanda turística de la provincia de Sugamuxi Boyacá

Análisis de la demanda

La movilidad de personas es una tendencia creciente durante el último ciclo, no solamente por motivos vacacionales, sino que, cada vez más, las personas viajan en busca de servicios a otros destinos, por diferentes motivos, como lo puede ser el precio, la calidad o la disponibilidad de dichos servicios en otros lugares.

Por otro lado, existe una serie de servicios demandados por el turista de bienestar que engloban tratamientos con agua (Termalismo y Spa) y servicios de diferente índole como terapia corporal y masajes.

La creciente preocupación por la estética y los hábitos saludables han servido como motivación entre los turistas para la búsqueda de un turismo diferente como el de bienestar aprovechando su tiempo libre.

Entre las principales motivaciones que impulsan el desarrollo de la actividad turística de bienestar, se menciona la necesidad de descanso en un entorno diferente al habitual, llevando a cabo una puesta en forma física para obtener beneficios a través de las aguas, el descanso, tranquilidad y relajación.

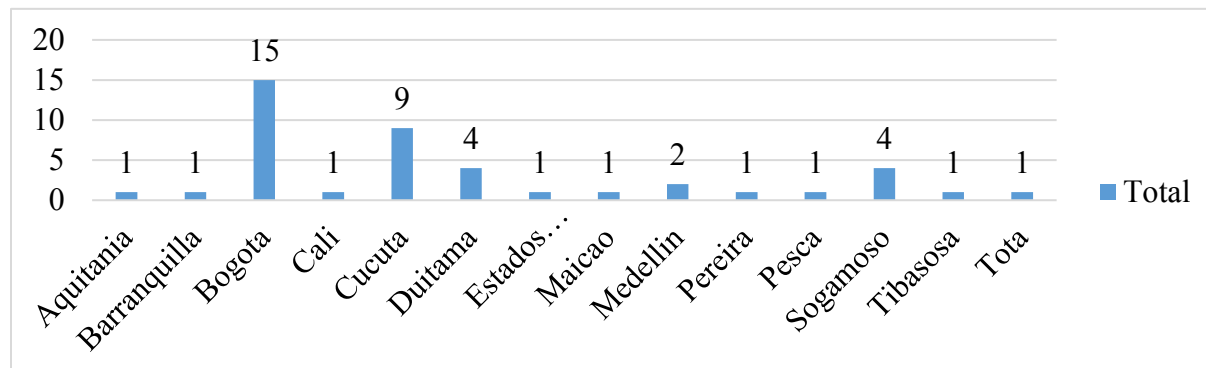
Análisis de la encuesta

Este documento pretende brindar un informe a la encuesta realizada a los turistas con el fin de medir el conocimiento y la percepción de las personas que visitan estos municipios de la provincia de Sugamuxi, además permite conocer la calificación que dan los turistas sobre el servicio en hoteles, restaurantes y atractivos turísticos, las cuales se plantean de la siguiente manera:

Encuesta realizada en el municipio de Cuitiva Boyacá.

Personas encuestadas: 43

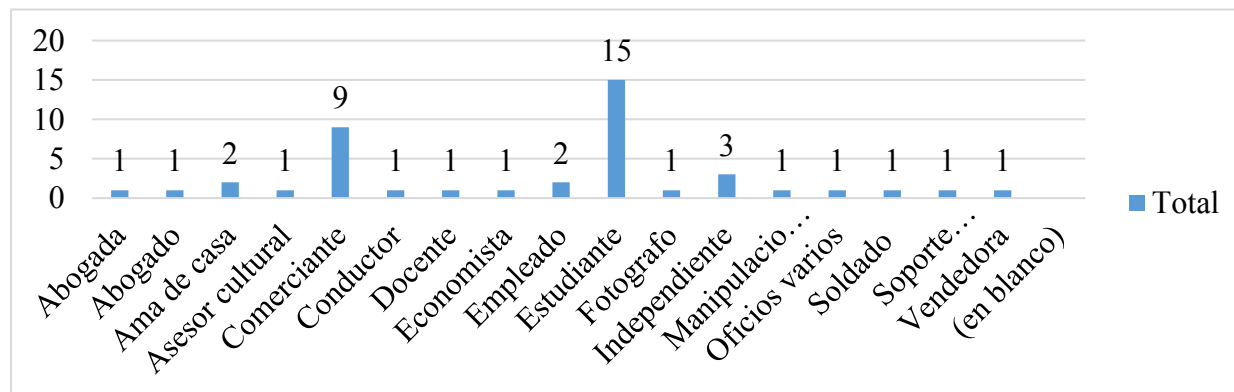
Gráfico 8. Destino de procedencia para visitar el municipio de Cuitiva.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Cuitiva provienen de la ciudad de Bogotá un destino muy cerca al departamento de Boyacá y lugares que se encuentran cerca al destino como Sogamoso, Duitama, Pesca y Tibasosa.

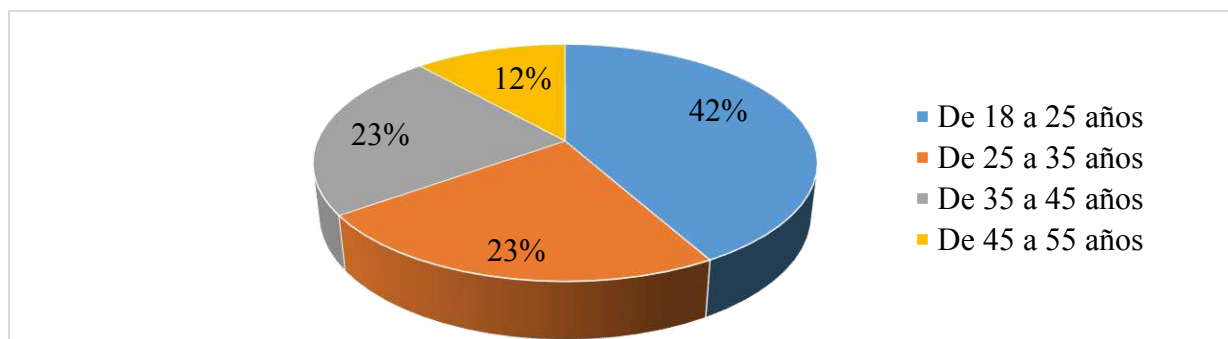
Gráfico 9. Ocupación de turistas.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Cuitiva son estudiantes por lo que se identifica que podrían gastar menos ya que no cuentan con un presupuesto alto y su finalidad del viaje allí no es pernoctar.

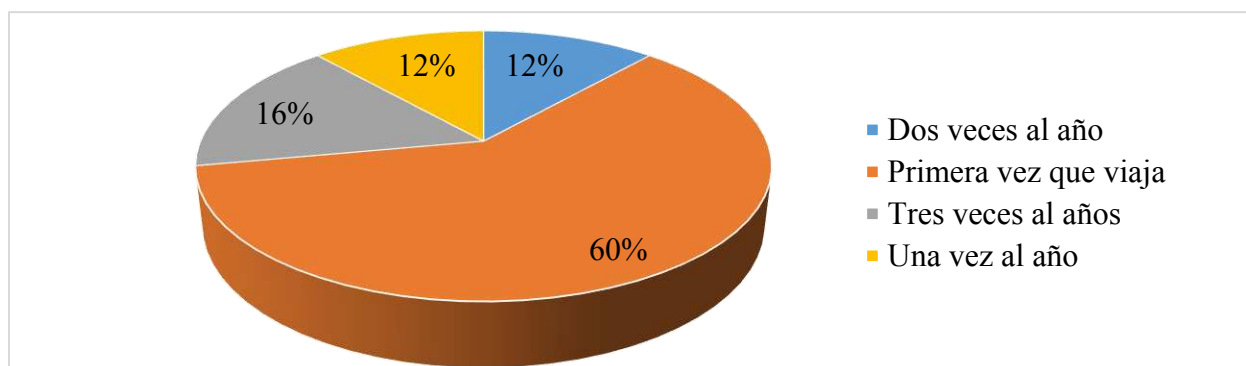
Gráfico 10. Rango de edad.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Cuitiva se encuentran entre la edad de 18 a 25 años lo que indica que este lugar se presente atractivo para personas jóvenes que les gusta estar en contacto con la naturaleza y realizar actividades bienestar y gastronomía en el municipio a diferencia de las personas que tiene de 45 a 55 años que se evidencia en un 12%.

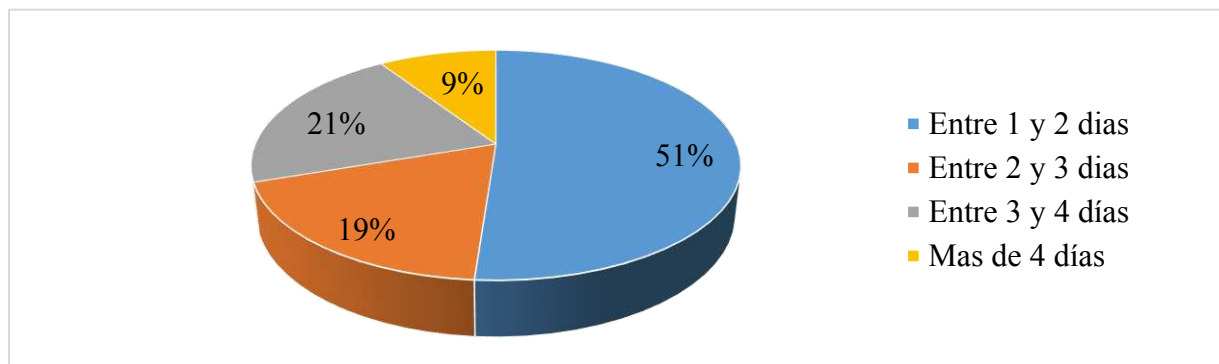
Gráfico 11. Frecuencia de viaje al municipio.



Creación propia

Se refleja en la gráfica que el 60% de los turistas viajan al municipio por primera vez, esto representa una oportunidad para explotar el turismo de bienestar, para ofertar el destino y cubrir las expectativas del turista.

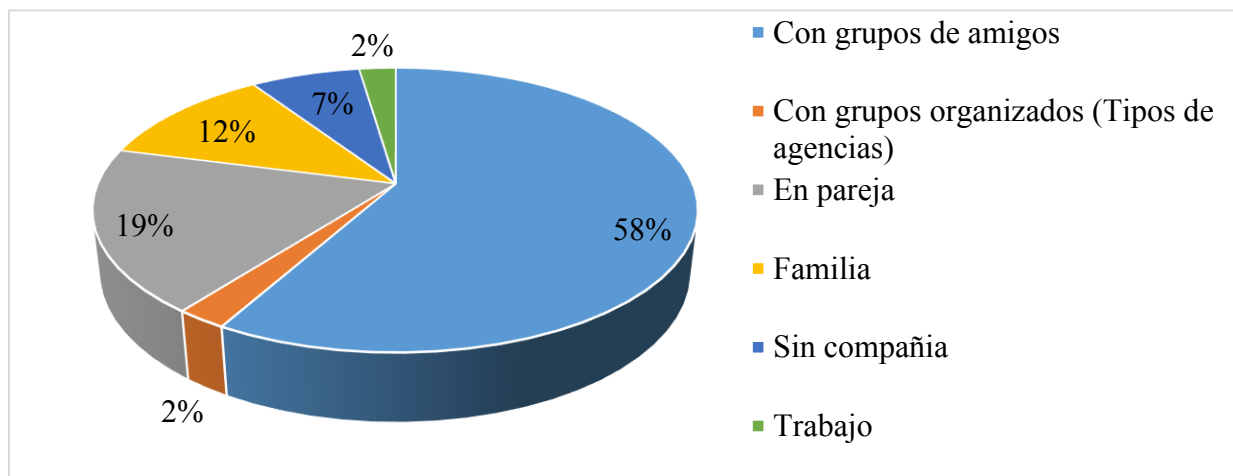
Gráfico 12. Tiempo de permanencia en el municipio.



Creación propia

Se identifica que el 51% de los turistas no pernoctan en el municipio, ya que lo expresado en las encuestas, este destino es un trayecto obligatorio para llegar al municipio de Tota o Iza Boyacá.

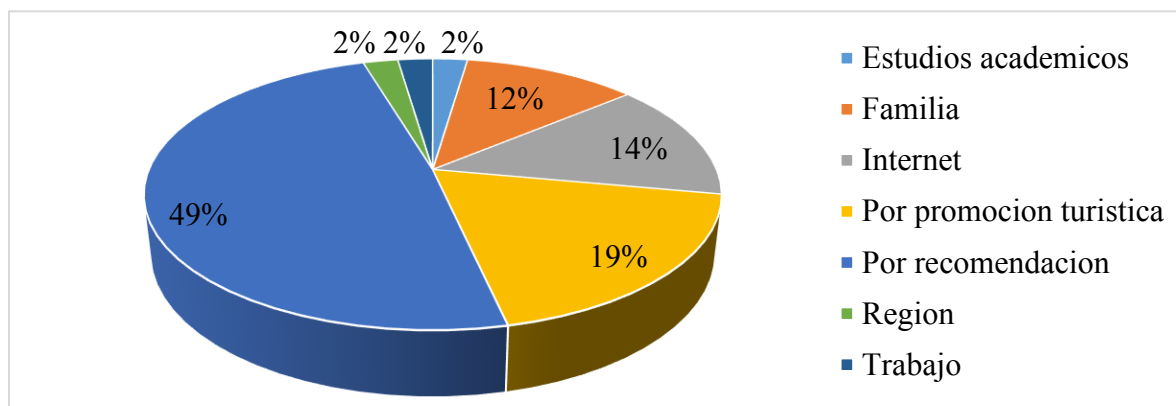
Gráfico 13. Con quien realiza el viaje al municipio de Cuitiva.



Creación propia

Se concluye que este municipio es más atractivo para grupo de amigos porque lo pueden percibir como un lugar para compartir tranquila y naturalmente, por otro lado, es atractivo para las parejas ya que permite un día para conocer la arquitectura y atractivos que ofrece este municipio.

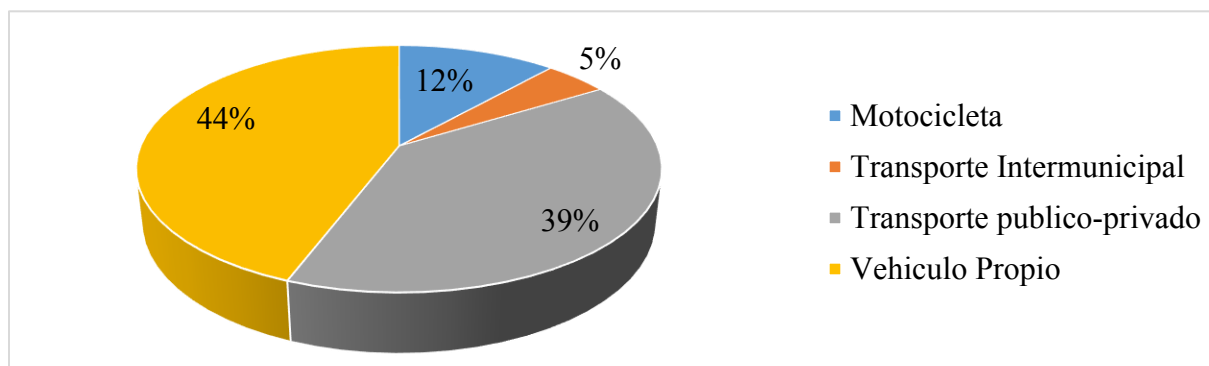
Gráfico 14. Medio por el que se enteró del municipio de Cuitiva.



Creación propia

Se percibe que la mayoría de turistas con 49% han sido influenciados para visitar el destino por recomendación, por el contrario, se evidencia poca influencia de comunicación por parte de la región, familia e internet para que el turista visite Cuitiva Boyacá.

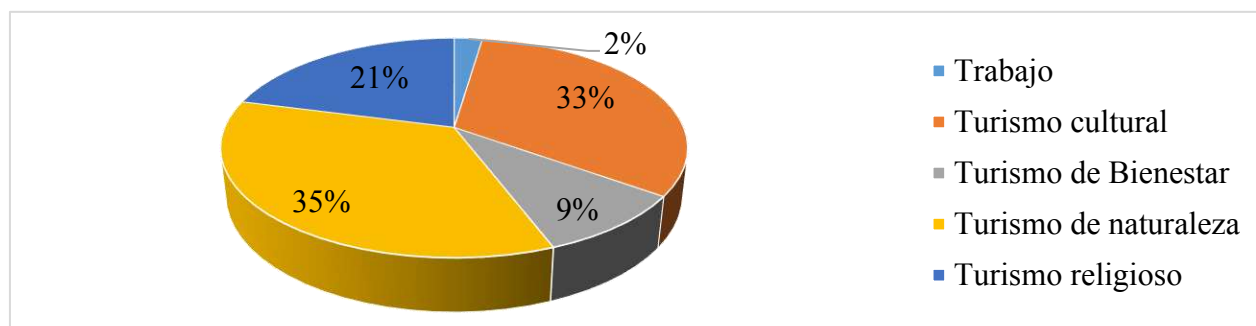
Gráfico 15. Medio de transporte utilizado para llegar al municipio.



Creación propia

En su mayoría con 44% los turistas que llegan al municipio de Cuitiva lo hacen a través de Vehículo propio, esto permite que el turista pueda visitar aquellos atractivos que tal vez se encuentran a las afueras de la zona urbana, por el contrario, se evidencia que el 5% de los turistas llegan en transporte intermunicipal ya que son personas que viven cerca al destino y prefieren este tipo de transporte.

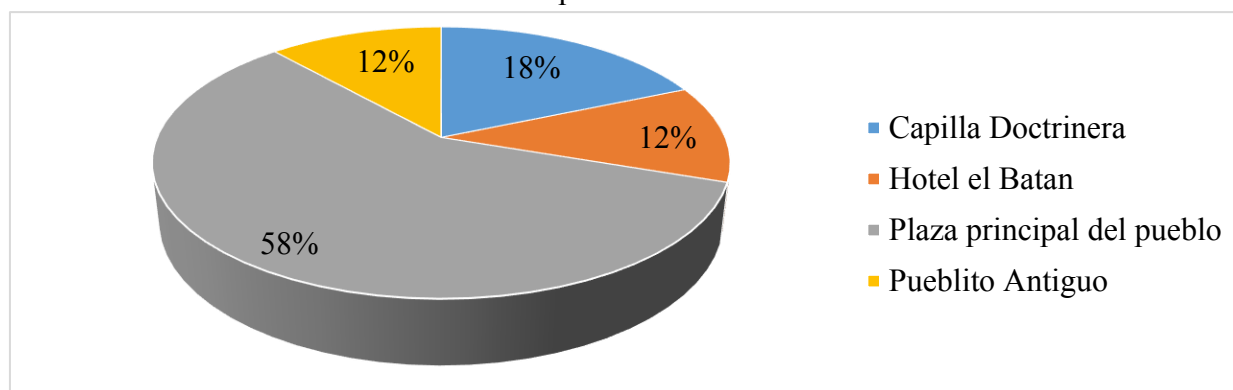
Gráfico 16. Turismo de preferencia para visitar al municipio.



Creación propia

El turismo de naturaleza representa el 35% de preferencia por parte de los turistas para realizar esta actividad seguido del turismo cultural como el segundo en preferencia. Por el contrario, se evidencia que la participación del turismo de bienestar es mínima con un 9% principalmente porque no conocen el término.

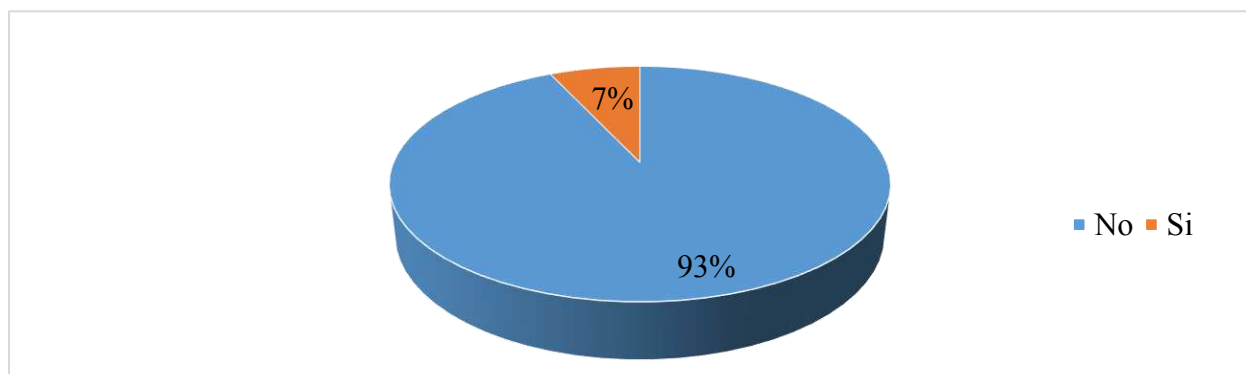
Gráfico 17. Atractivos a visitar durante la permanencia en Cuitiva.



Creación propia

Se evidencia que los turistas en su mayoría han visitado la plaza principal del pueblo representado en un 58%, seguido de la capilla doctrinera que son atractivos que se encuentran dentro del casco urbano.

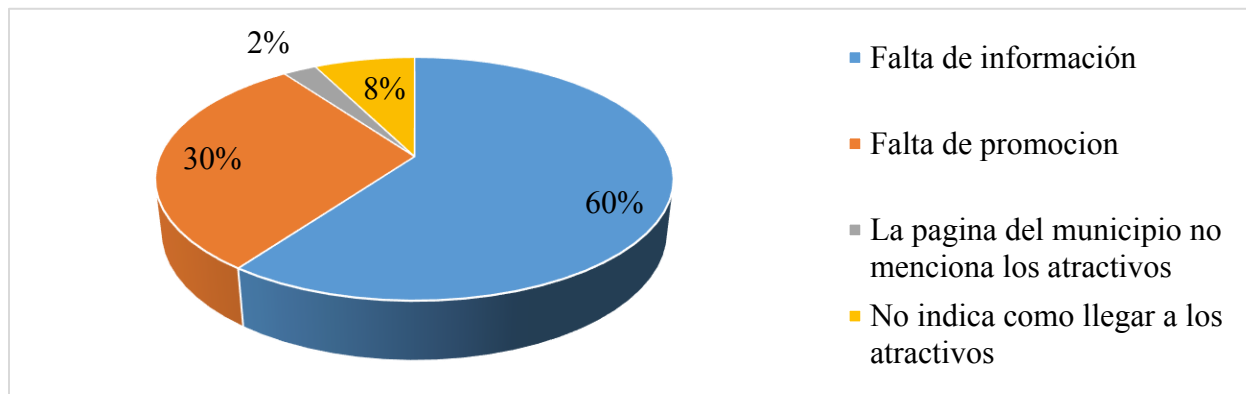
Gráfico 18. Conocimiento de los atractivos de turismo de bienestar.



Creación propia

Con un 93% los turistas expresan no conocer este tipo de turismo y asocian el bienestar con el turismo de naturaleza, para aquellos que indicaron que si conocían el turismo de bienestar representado con el 7% de los encuestados lo relacionan con el Balneario el Batán del cual han hecho uso de él, ya que este es el principal atractivo natural existente en el municipio.

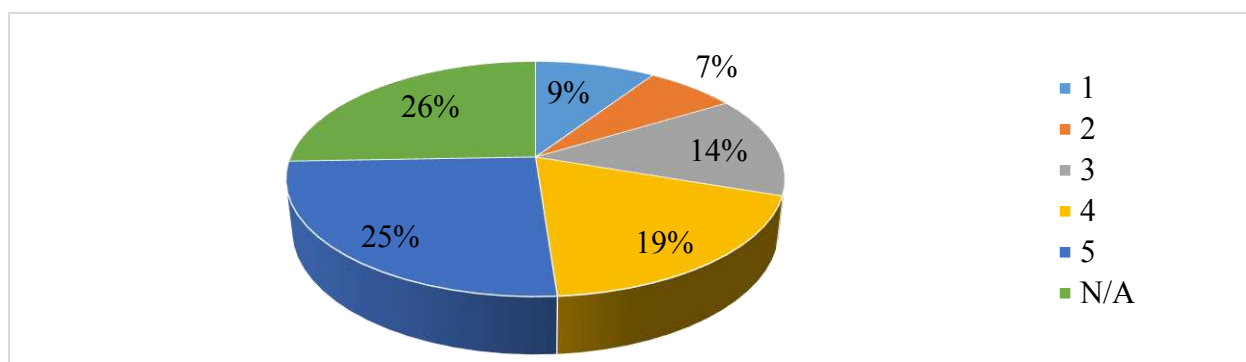
Gráfico 19. Razón por la que desconoce los atractivos del municipio.



Creación propia

Con un (60%), los turistas expresan no conocer los atractivos por falta de promoción e información por parte del municipio, expresan la inexistencia de un profesional en guianza, no cuenta con una página Web, así mismo como una oficina o punto de turismo que facilite información turística del municipio. Estas falencias evidencian la poca atención del ente municipal y gubernamental que brindan al tema turístico.

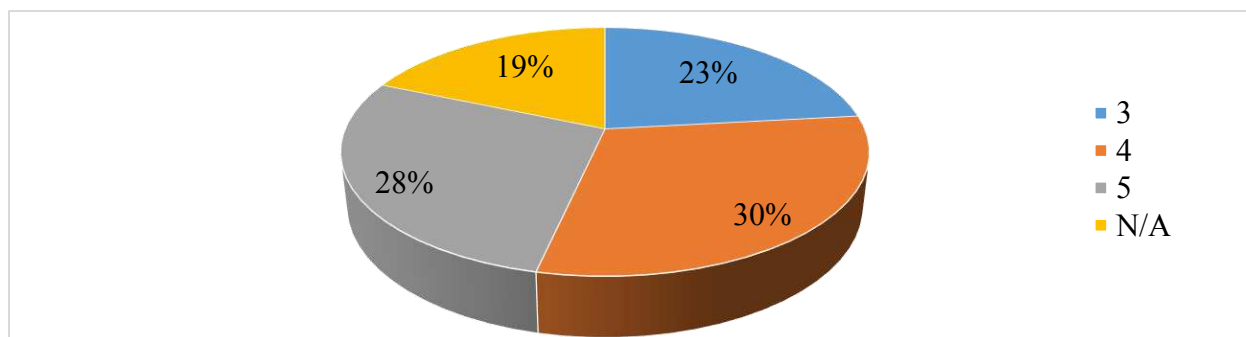
Gráfico 20. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico alojamiento.



Creación propia

Según con la gráfica N° 20, el (26%) de los encuestados expresan no haber hecho uso de los servicios de alojamiento y de lo cual prefieren no opinar, para aquellas personas que se alojaron en el municipio la percepción del servicio al cliente es negativa debido a que no es fácil encontrar alojamiento en el municipio

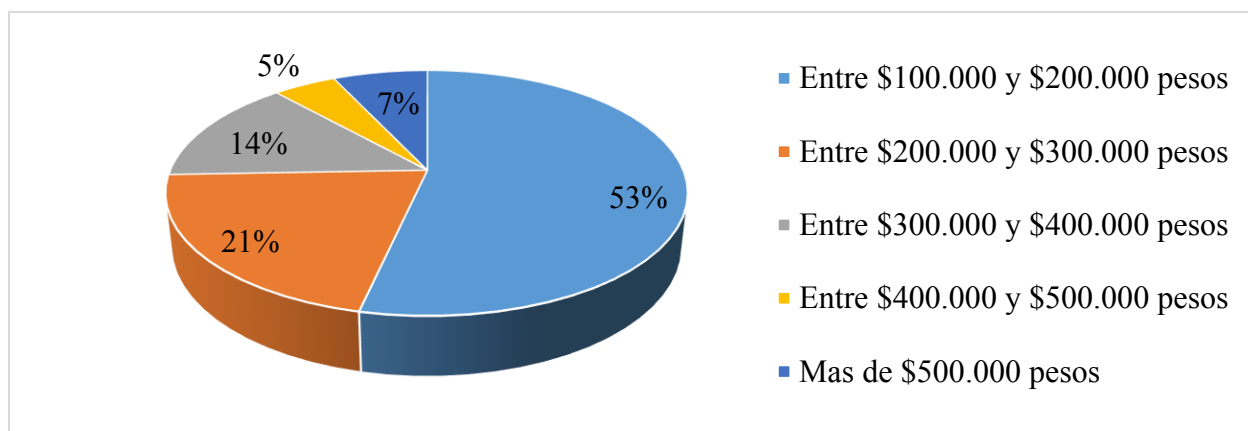
Gráfico 21. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico Restaurantes.



Creación propia

En cuanto a la atención de servicio al cliente en restaurantes se evidencia en su mayoría que los turistas si hacen uso de este servicio por el cual lo califican con un puntaje considerablemente positivo, pero no hay que dejar de lado aquellos turistas que calificaron con un puntaje de 3, este dato indica que se necesita de capacitaciones continuas a los prestadores de servicios para mejorar la experiencia del turista en este tema.

Gráfico 22. Gasto promedio durante la permanencia en el municipio de Cuitiva.



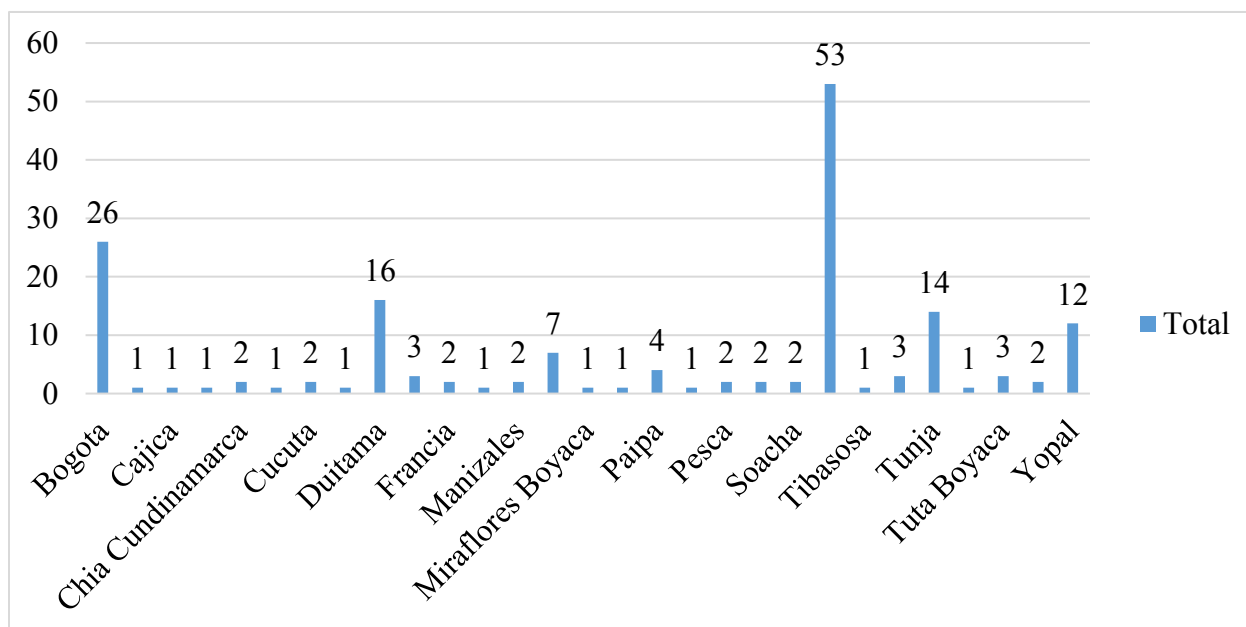
Creación propia

La mayoría los turistas que llegan al municipio de Cuitiva tienen en promedio un gasto entre \$100.000 y \$200.000 pesos por grupo, lo que indica que es un destino que ofrece precios económicos en sus productos y servicios para aquellos que lo visitan, según lo expresado por los turistas el medio de pago utilizado es el efectivo.

Encuesta realizada en el municipio de Iza Boyacá.

Personas encuestadas: 168

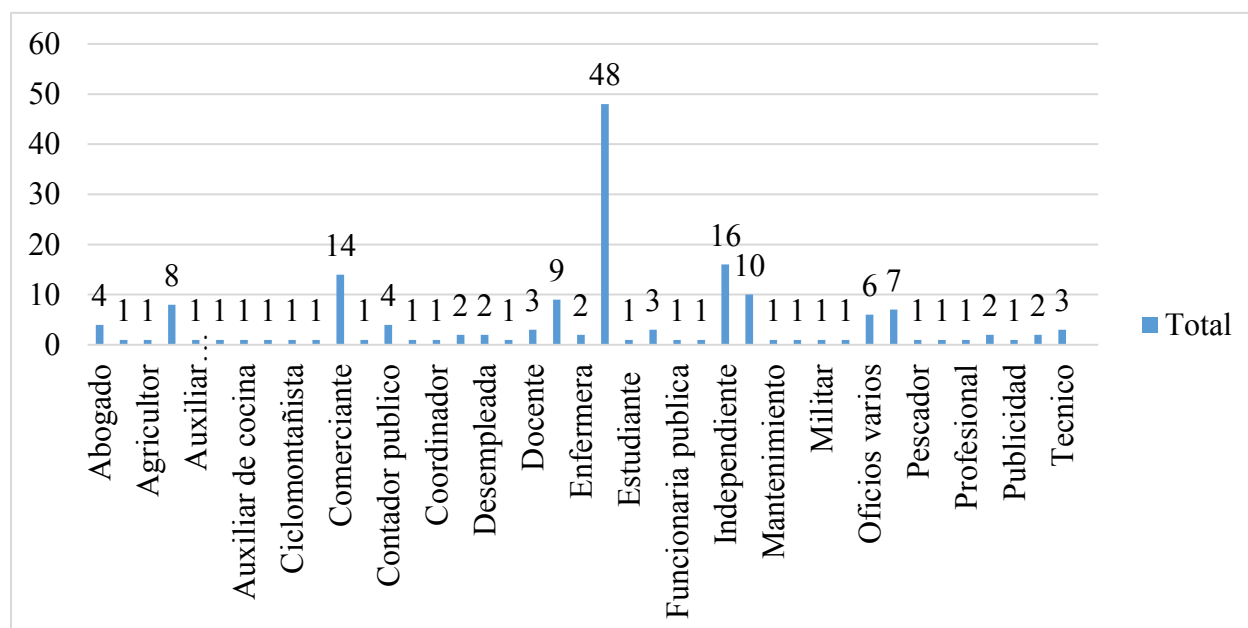
Gráfico 23. Destino de procedencia para visitar el municipio de Iza.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Iza provienen de Sogamoso municipio ubicado a 45 minutos de Iza. Destinos Bogotá, Duitama, Tunja y Yopal están ubicados a una distancia no mayor a 4 Horas.

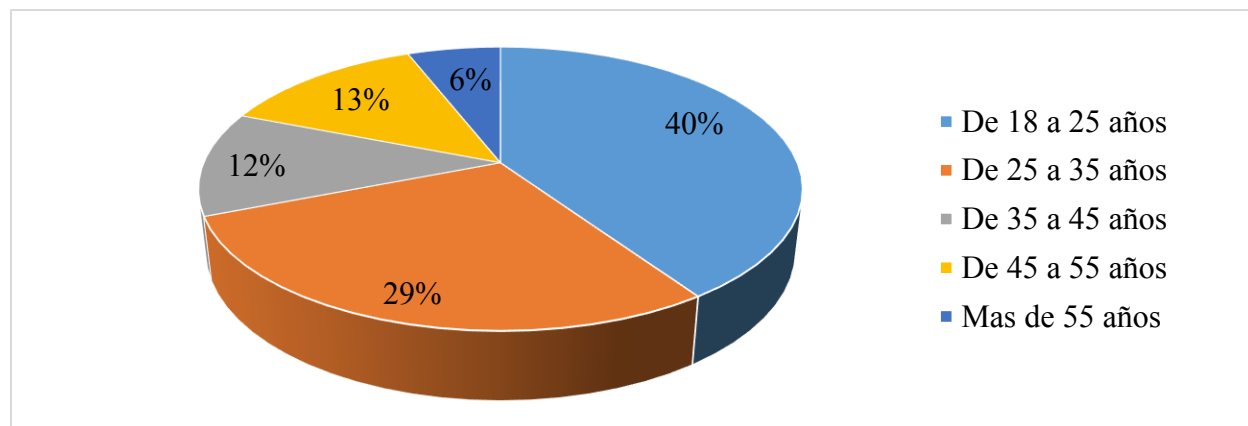
Gráfico 24. Ocupación de turistas.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Iza son estudiantes por lo que se identifica que podrían gastar menos ya que no cuentan con un presupuesto alto y su finalidad del viaje allí no es pernoctar.

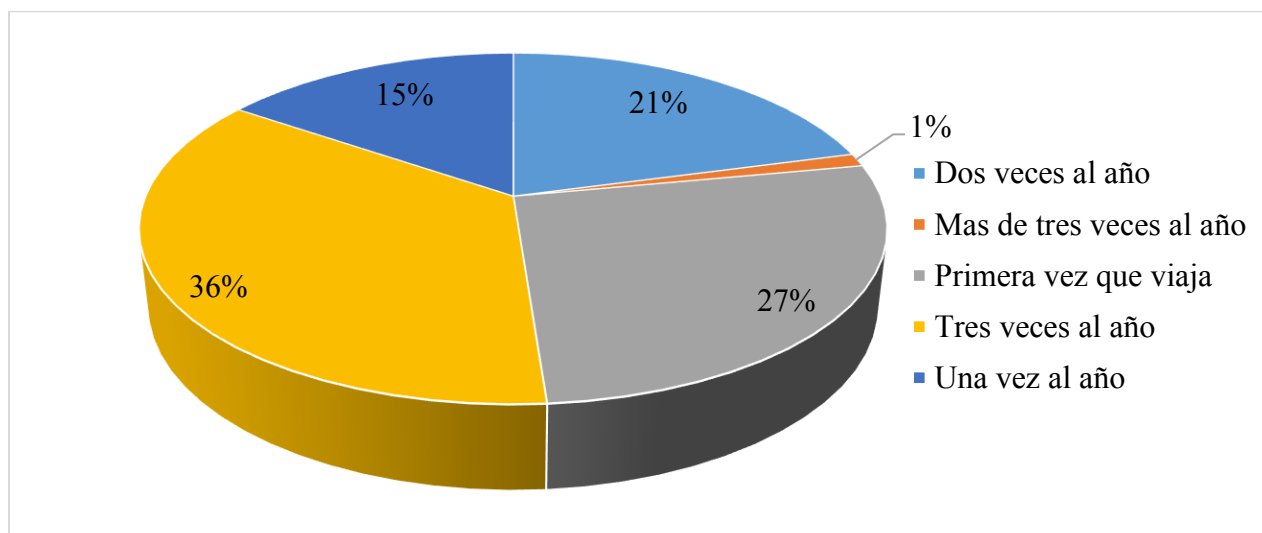
Gráfico 25. Rango de edad.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Iza están entre la edad de 18 a 25 años lo que indica que este lugar se presente atractivo para personas jóvenes que les gusta estar en contacto con la naturaleza, realizar actividades bienestar y disfrutar de la gastronomía del municipio, destacando el gusto por los postres locales. Las personas de 55 años y mayores tienen una participación en el destino de solo el 6%.

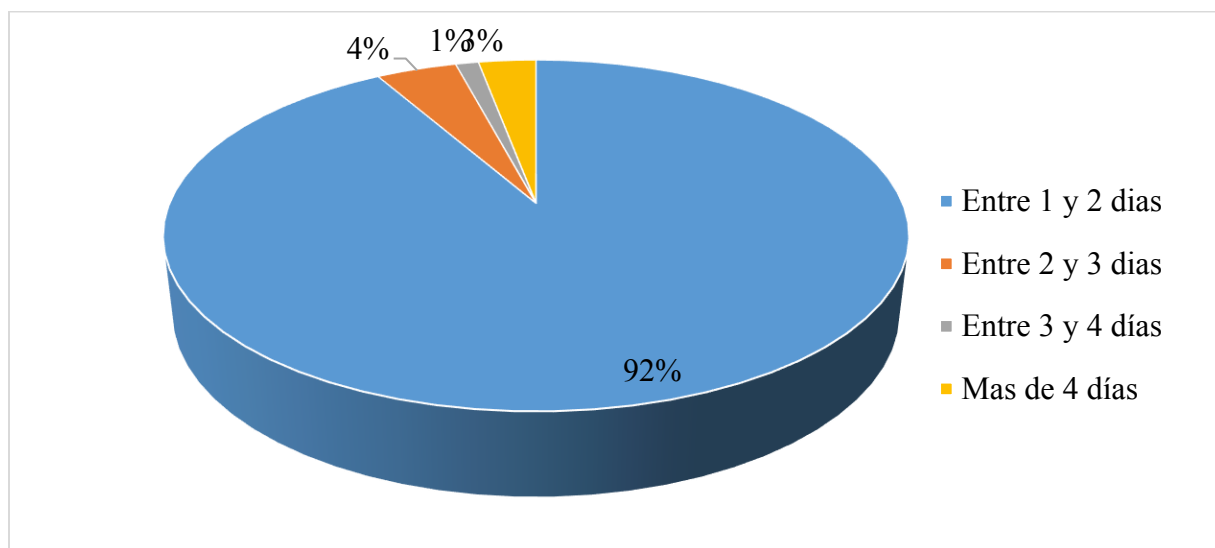
Gráfico 26. Frecuencia de viaje al municipio.



Creación propia

Se refleja en la gráfica que el 36% de los turistas viajan al municipio más de tres veces al año, esto representa una oportunidad para dar a conocer y explotar el turismo de bienestar, para ofertar el destino y cubrir las expectativas del turista.

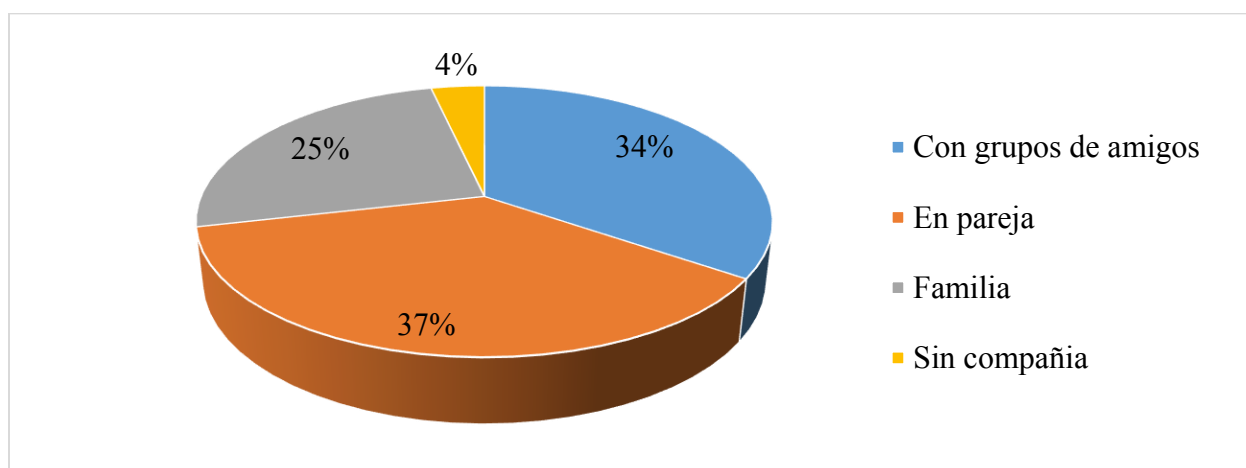
Gráfico 27. Tiempo de permanencia en el municipio.



Creación propia

Se identifica que el 92% de los turistas no pernoctan en el municipio, al ser un destino relativamente cerca es visto por las personas que arriban a Iza como un destino de Pasa día donde el disfrute principal es degustar de la gastronomía local principalmente de los postres característicos.

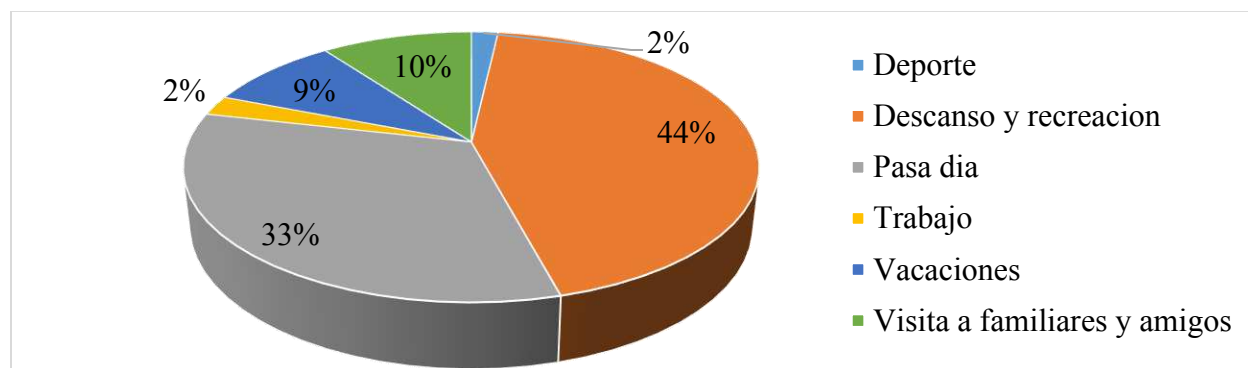
Gráfico 28. Con quien realiza el viaje al municipio de Iza.



Creación propia

Se concluye que este municipio es más atractivo para parejas con un porcentaje del 37% porque lo pueden percibir como un destino romántico, seguido de grupos de amigos que lo ven como un lugar para compartir en un lugar tranquilo y natural.

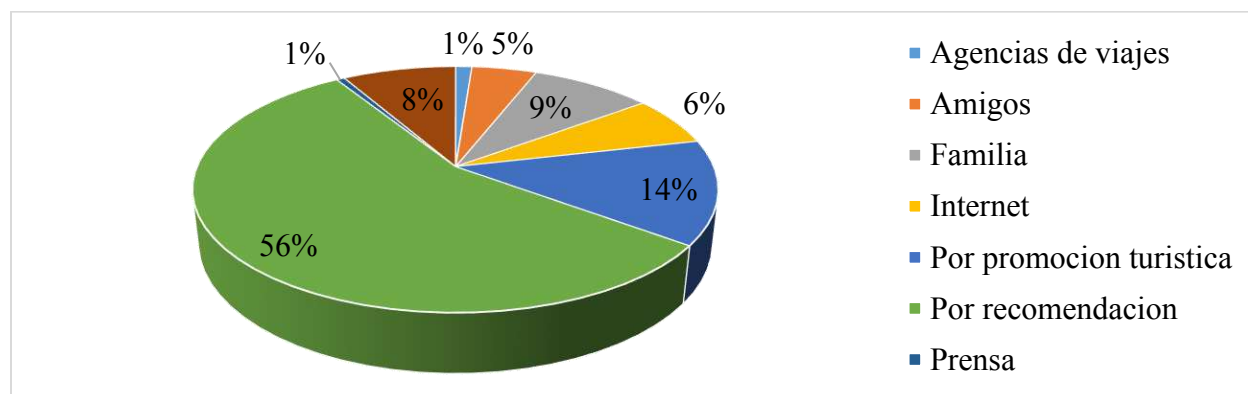
Gráfico 29. Finalidad del viaje al municipio de Iza.



Creación propia

Se identifica con un porcentaje de 44% que visitan el lugar por descanso y recreación, seguido del pasa día ya que las personas no pernoctan solo buscan unas horas de esparcimiento, contacto con la naturaleza y degustación de la gastronomía.

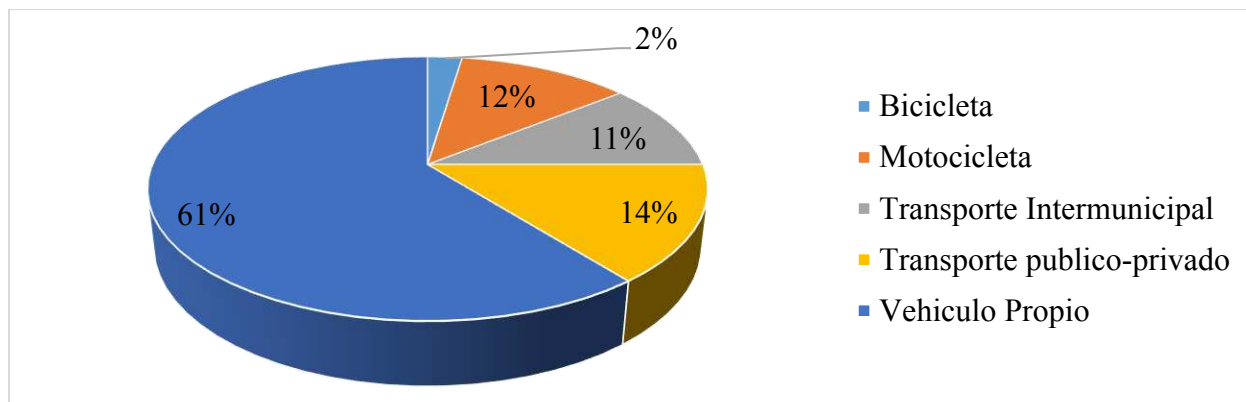
Gráfico 30. Medio por el que se enteró del municipio de Iza.



Creación propia

Se percibe que la mayoría de turistas han sido influenciados para visitar el destino por recomendación, por el contrario, permite evidenciar la poca influencia de comunicación por parte del municipio a través de medios virtuales como el internet y relacionados para dar a conocer el potencial con el que cuenta Iza.

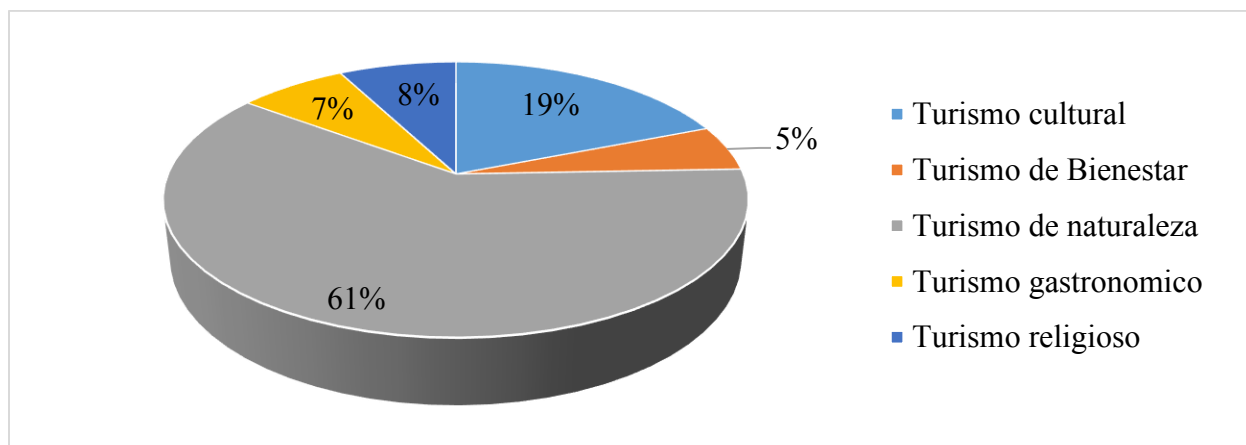
Gráfico 31. Medio de transporte utilizado para llegar al municipio.



Creación propia

En su mayoría los turistas que llegan al municipio de Iza lo hacen a través de Vehículo propio representado con un 61%, esto permite que el turista pueda visitar aquellos atractivos que tal vez se encuentran a las afueras del casco urbano, por el contrario, se evidencia que el 2% de los turistas llegan en bicicleta ya que son personas que pasan por el municipio, degustan un postre y su destino final es otro.

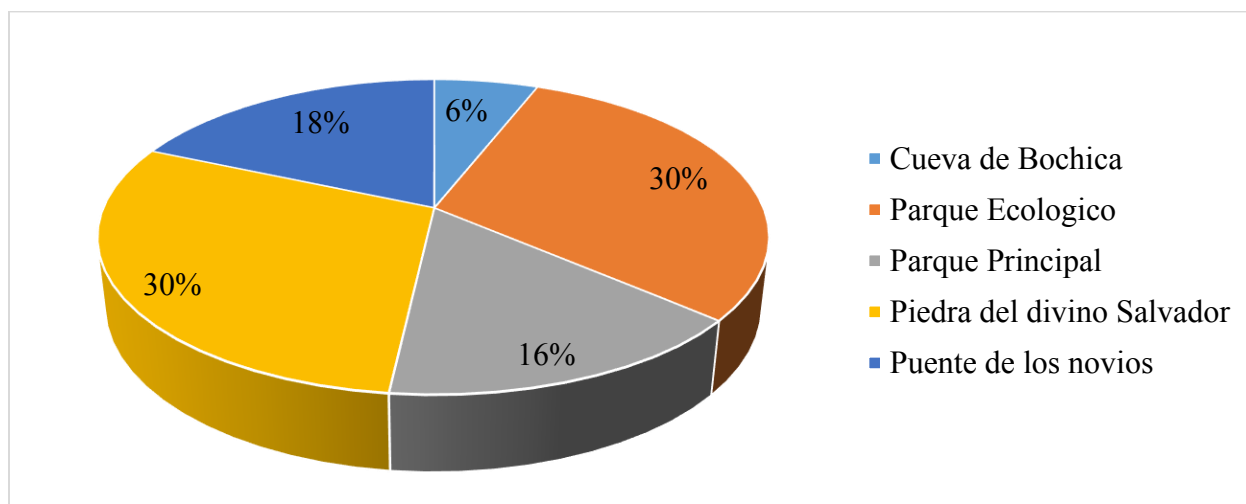
Gráfico 32. Turismo de preferencia para visitar al municipio.



Creación propia

El turismo de naturaleza representa el 61% de preferencia por parte de los turistas para realizar esta actividad seguido del turismo cultural como el segundo en preferencia. Por el contrario, se evidencia que la participación del turismo de bienestar es mínima con un 5% principalmente porque no conocen el término.

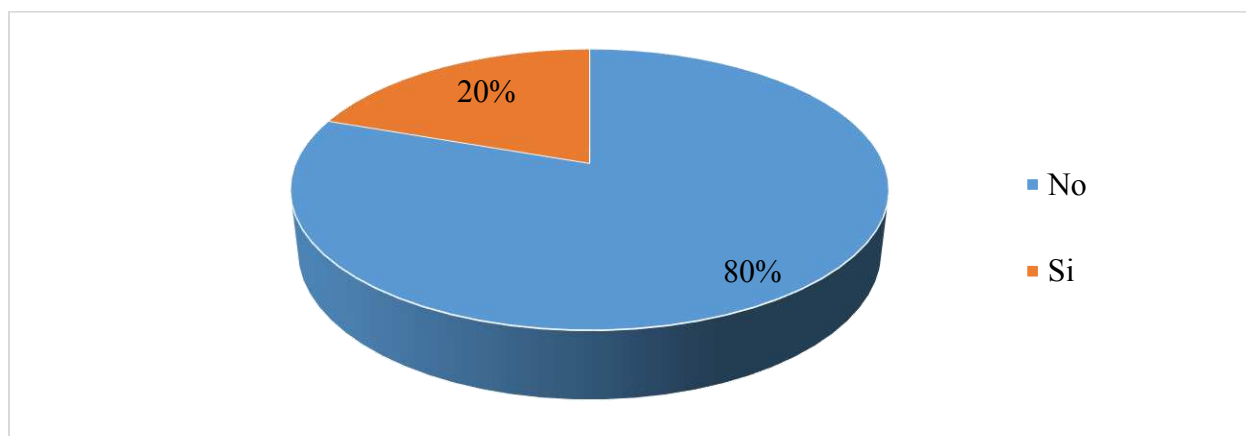
Gráfico 33. Atractivos a visitar durante la permanencia en Iza.



Creación propia

Se evidencia que los turistas en su mayoría y con una igualdad han visitado el parque ubicado en la plaza principal, el parque ecológico lugar a pocos minutos del casco urbano, es importante resaltar que la mayoría de turistas se enfocan en lo que se puede observar a los alrededores del parque.

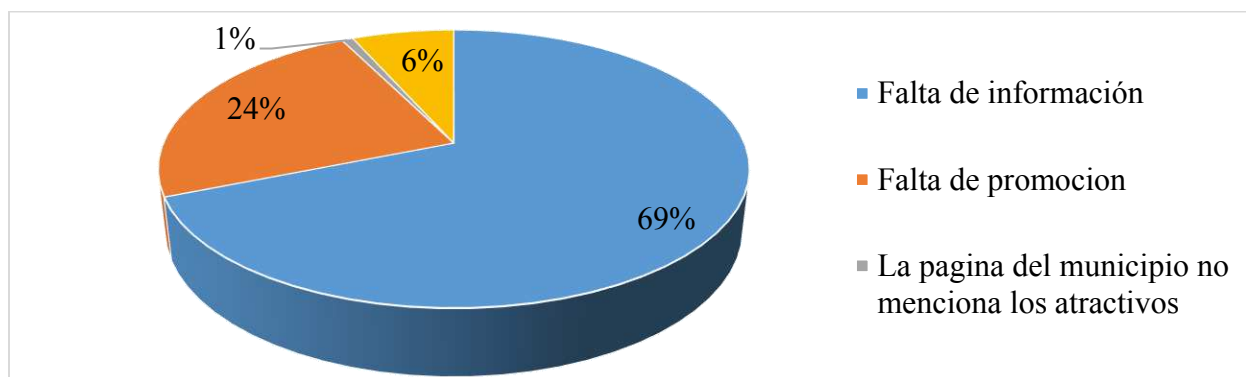
Gráfico 34. Conocimiento de los atractivos de turismo de bienestar.



Creación propia

Con un 80% los turistas en su mayoría no conocen este tipo de turismo y asocian el bienestar con el turismo de naturaleza, para aquellos que indicaron que si conocían el turismo de bienestar representado con el 20% de los encuestados lo relacionan con termas las Erika del cual han hecho uso de él, ya que este es el principal atractivo de bienestar y termalismo existente en el municipio.

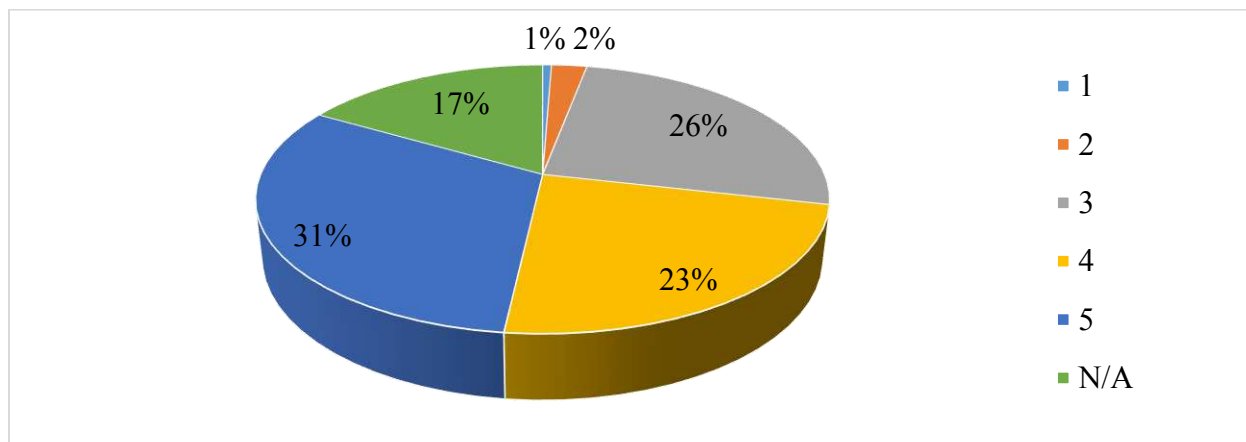
Gráfico 35. Razón por la que desconoce los atractivos del municipio.



Creación propia

Con un 69%, los turistas expresan no conocer los atractivos por falta de promoción e información por parte del municipio, expresan la inexistencia de una página Web con datos claros de los atractivos, así mismo oficina o punto de turismo presente en el municipio brinda información básica. Estas falencias evidencian que el tema de promoción turística se debe reforzar para que esta actividad proporcione mayores ingresos a la comunidad.

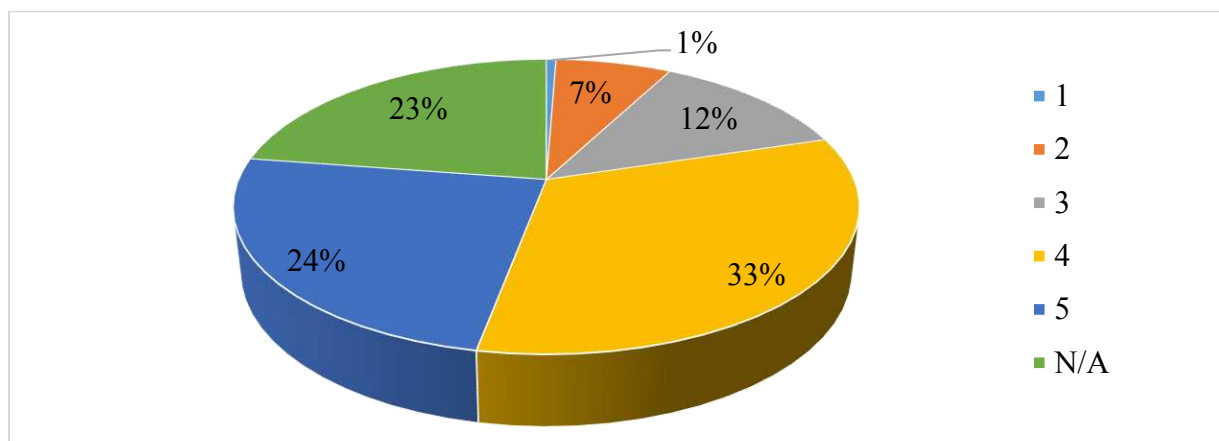
Gráfico 36. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico alojamiento.



Creación propia

El análisis presentado en la gráfica evidencia que la satisfacción de los clientes en el servicio de alojamiento es buena ya que lo califican en 4 y 5 puntos siendo estos la puntuación más alta; existe un porcentaje considerable en donde la satisfacción del servicio es aceptable con el (26%) expresado su insatisfacción por los horarios de atención en los establecimientos de alojamiento y la poca variedad que presentan a la hora de ofrecer el menú del desayuno.

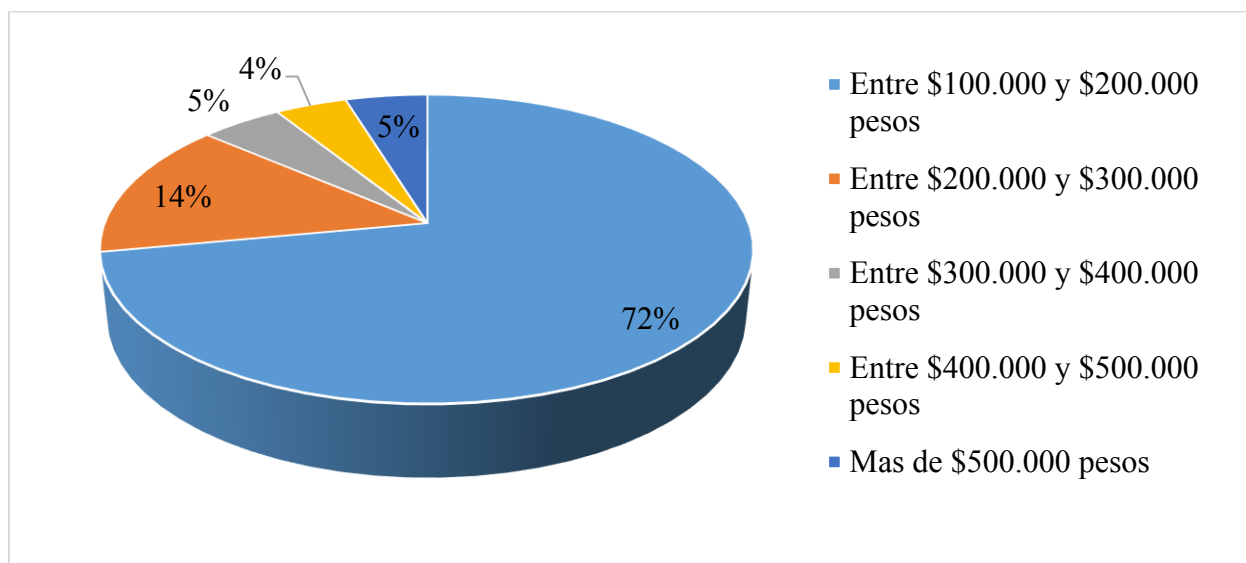
Gráfico 37. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico Restaurantes.



Creación propia

Iza se caracteriza por la variedad de postres y platos típicos de la región que ofrecen en su gastronomía, por tal motivo el turista que llega al municipio hace uso del servicio turístico en restaurantes, según lo expresado por los encuestados los puntajes de 4 y 5 en la tabla de medición de la satisfacción del servicio tienen los porcentajes más altos con un 33% y 24% respectivamente, la amabilidad de los prestadores es el indicativo principal de dicha satisfacción. Para aquellos turistas que expresaron una baja satisfacción expresaron que existen falencias a la hora de manipular los alimentos.

Gráfico 38. Gasto promedio durante la permanencia en el municipio de Iza.



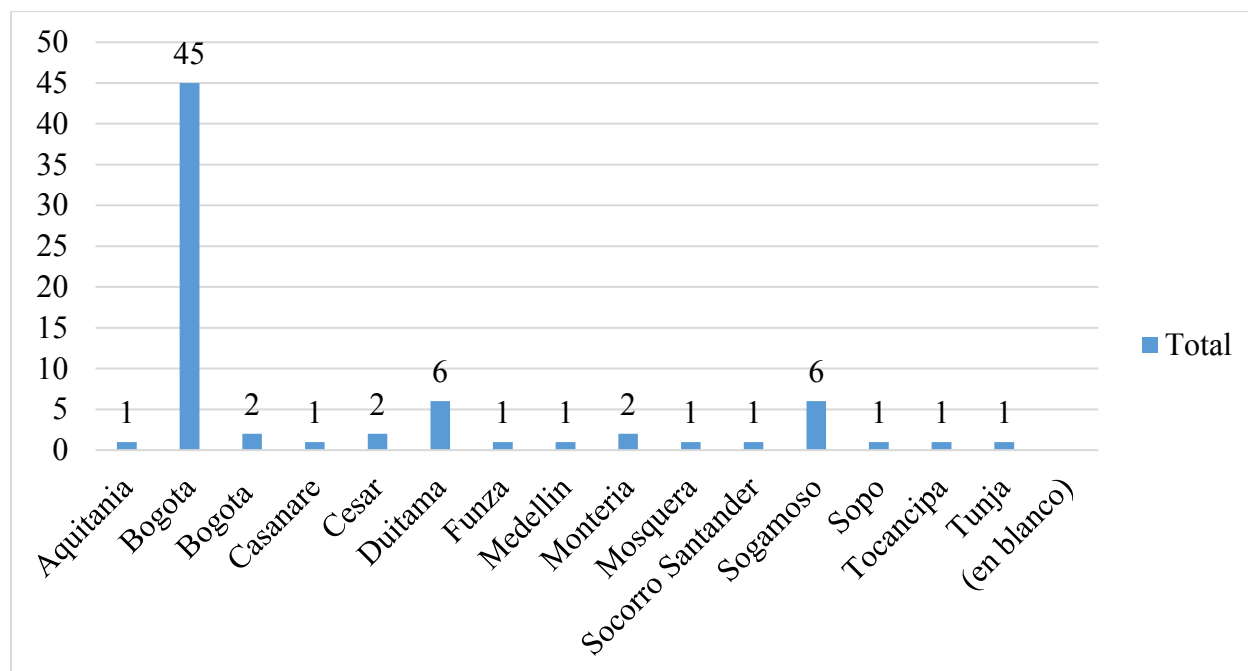
Creación propia

En su mayoría los turistas que llegan al municipio de Iza tienen un gasto promedio entre \$100.000 y \$200.000 pesos, lo que indica que es un destino que ofrece productos y servicios económicos, la forma de pago utilizada principalmente es el medio en efectivo.

Encuesta realizada en el municipio de Tota Boyacá.

Personas encuestadas: 72

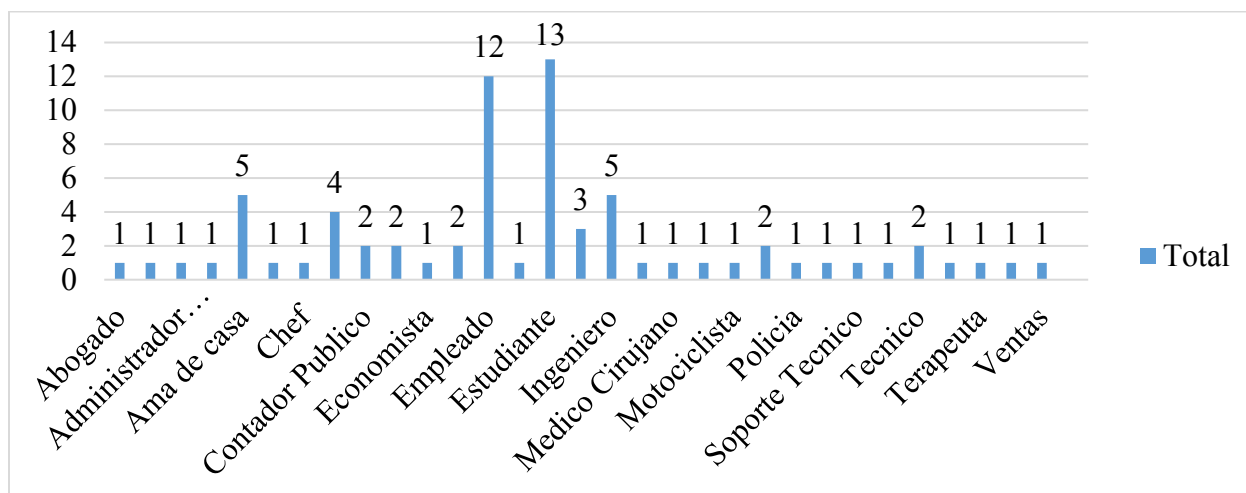
Gráfico 39 Destino de procedencia para visitar el municipio de Tota.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Tota provienen de Bogotá un destino muy cerca al departamento de Boyacá y destinos que se encuentran cerca como Duitama, Sogamoso.

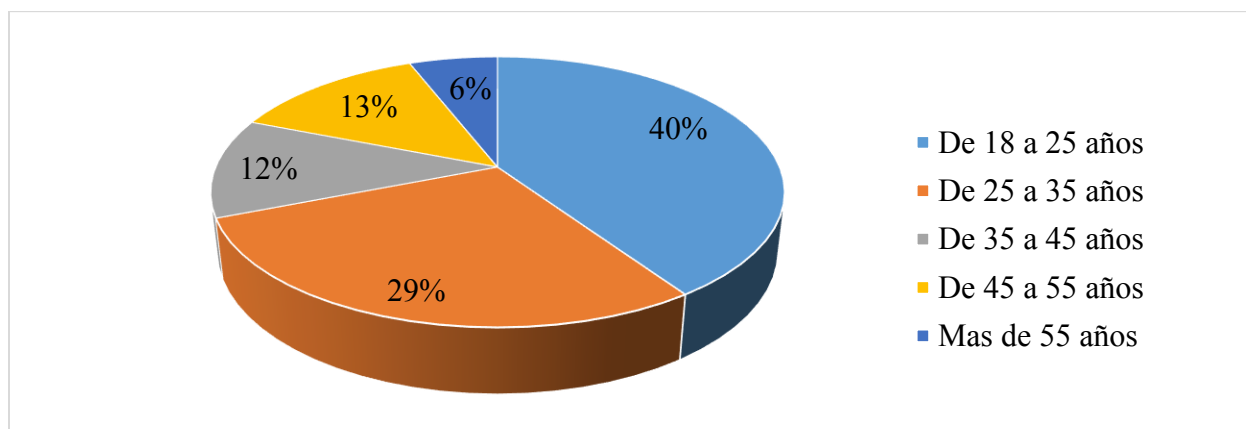
Gráfico 40. Ocupación de turistas.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que arriban en el municipio de Tota son estudiantes por lo que se identifica que podrían gastar menos ya que la finalidad del viaje es conocer el destino, pero sin la necesidad de pernoctar en el municipio.

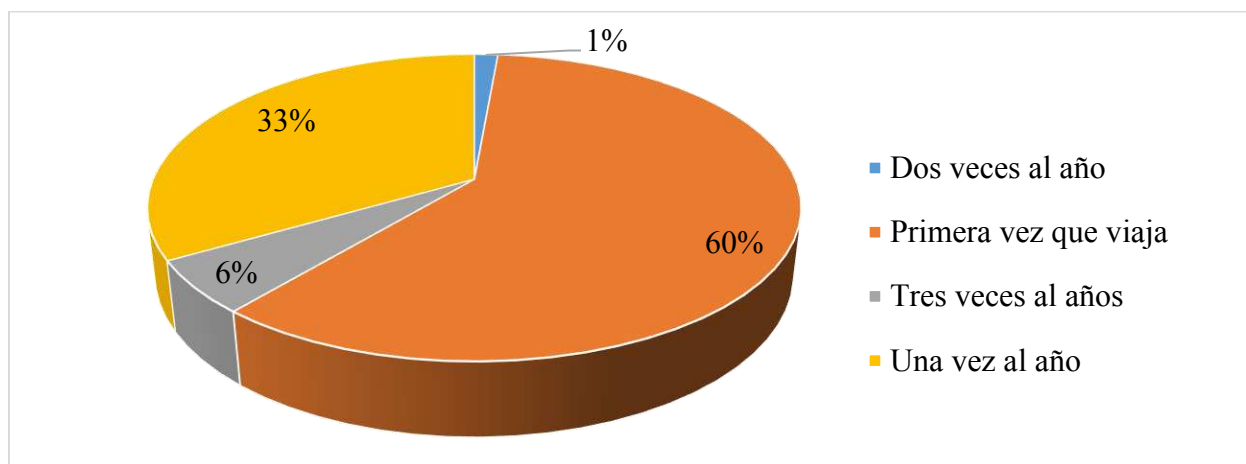
Gráfico 41. Rango de edad.



Creación propia

Se demuestra que la mayoría de turistas que llegan al municipio de Tota se encuentran entre las edades 18 a 25 años con una participación del (40%), seguido de los turistas con edades entre 25 y 35 con un porcentaje considerable del (29%), lo cual permite identificar que es un destino atractivo para personas jóvenes que les gusta estar en contacto con la naturaleza y disfrutar de experiencias diferentes. Las personas mayores de 55 años tienen una menor participación a la hora de viajar al municipio con nivel del (6%).

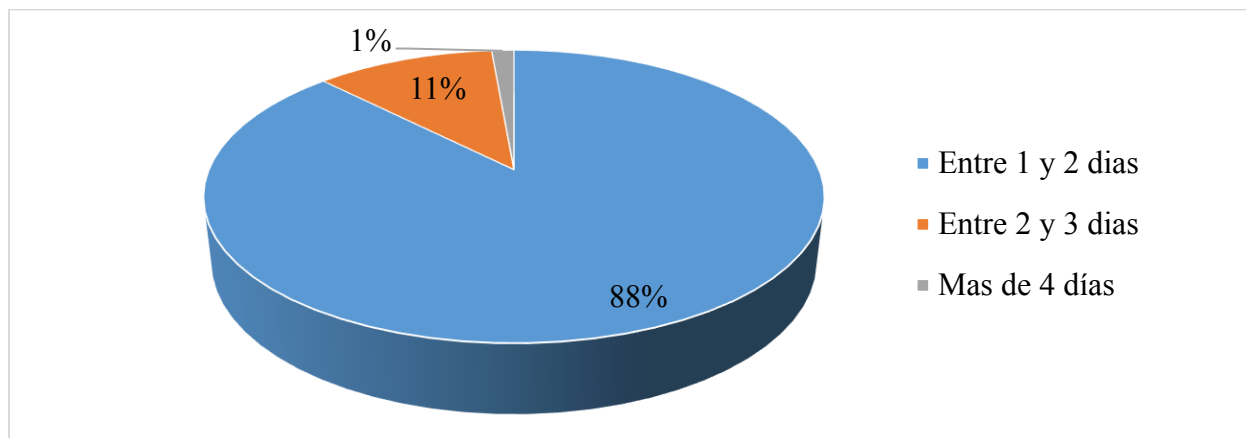
Gráfico 42. Frecuencia de viaje al municipio.



Creación propia

Tota es un destino que cada vez tiene mayor reconocimiento a la hora de realizar turismo, los encuestados que expresaron que viajaban por primera vez al municipio están representados con un (60%). Se puede analizar que es una oportunidad para explotar los atractivos del municipio y a dar a conocer las potencialidades existentes para complementar el turismo de bienestar presente en los municipios aledaños, logrando captar la atención de los turistas para que retorne nuevamente ya que un 33% expreso que retornaba por lo menos una vez al año.

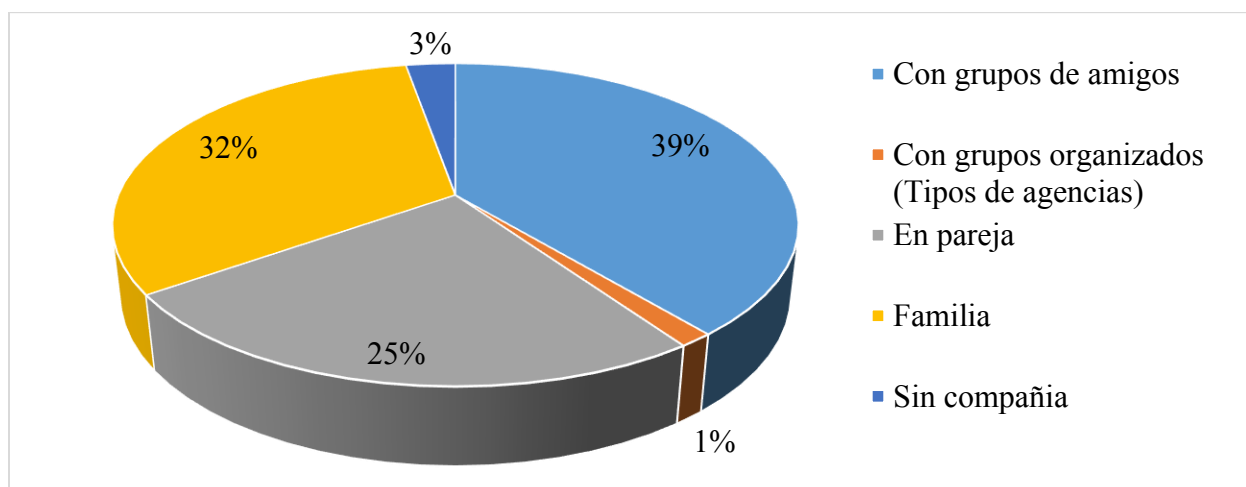
Gráfico 43. Tiempo de permanencia en el municipio.



Creación propia

Se identifica que el 88% de los turistas no pernoctan en el municipio, ya que lo expresado en las encuestas, este es visto por los turistas como un destino de pasa día donde disfrutan el atractivo principal y retornar a su lugar de origen.

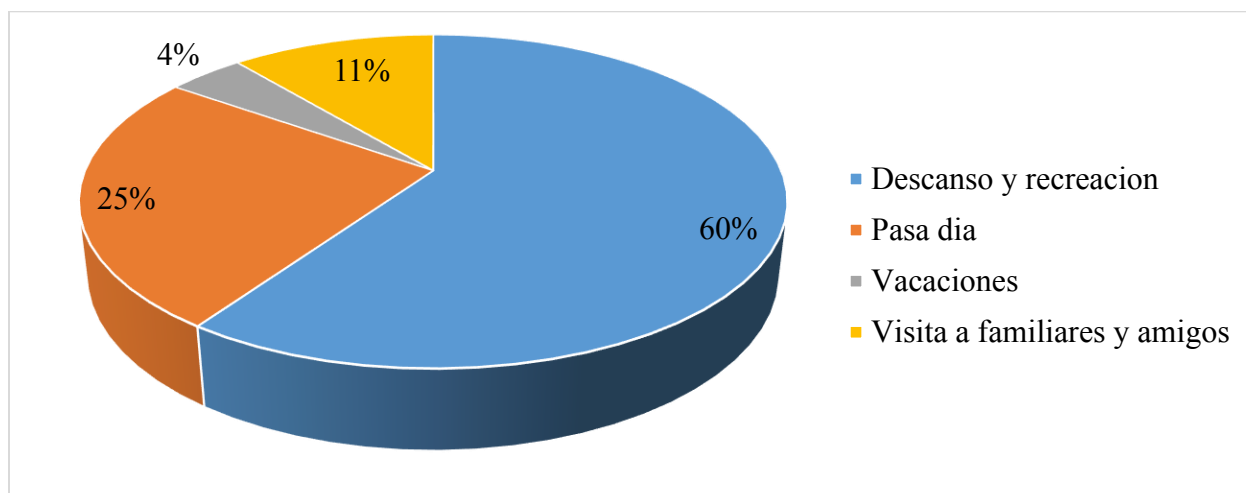
Gráfico 44. Con quien realiza el viaje al municipio de Tota.



Creación propia

Se concluye que este municipio es atractivo principalmente para grupo de amigos, con un nivel de participación del (39%), según lo expresado por este tipo de turistas es un destino ideal para compartir tranquila y naturalmente, por otro lado, es atractivo para las familias ya que permite realizar de actividades como Picnic y alojamiento en camping cerca de la laguna de Tota.

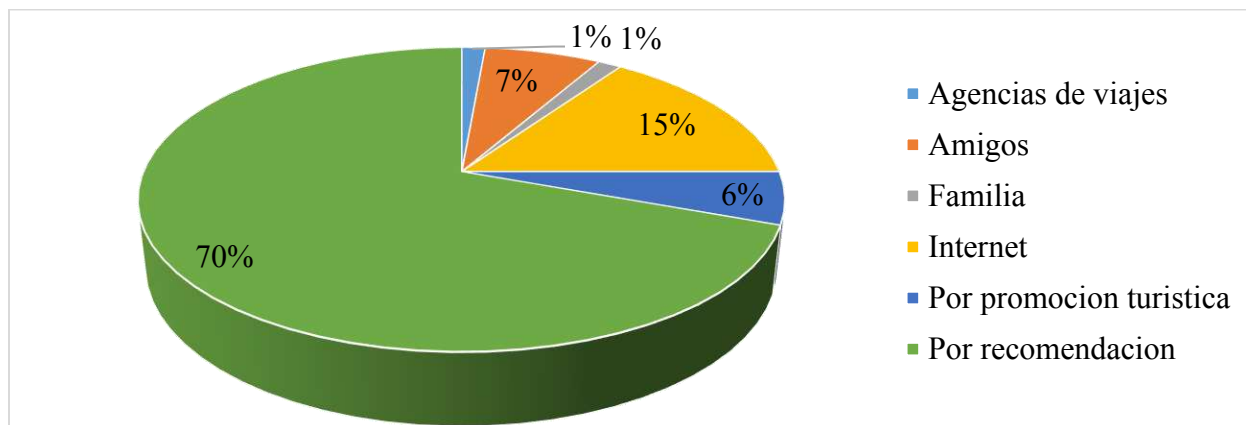
Gráfico 45. Finalidad del viaje al municipio de Tota.



Creación propia

Se identifica con un porcentaje de 60% que visitan el lugar por descanso y recreación, seguido de pasa día ya que las personas no pernoctan solo buscan unas horas de esparcimiento y contacto con la naturaleza.

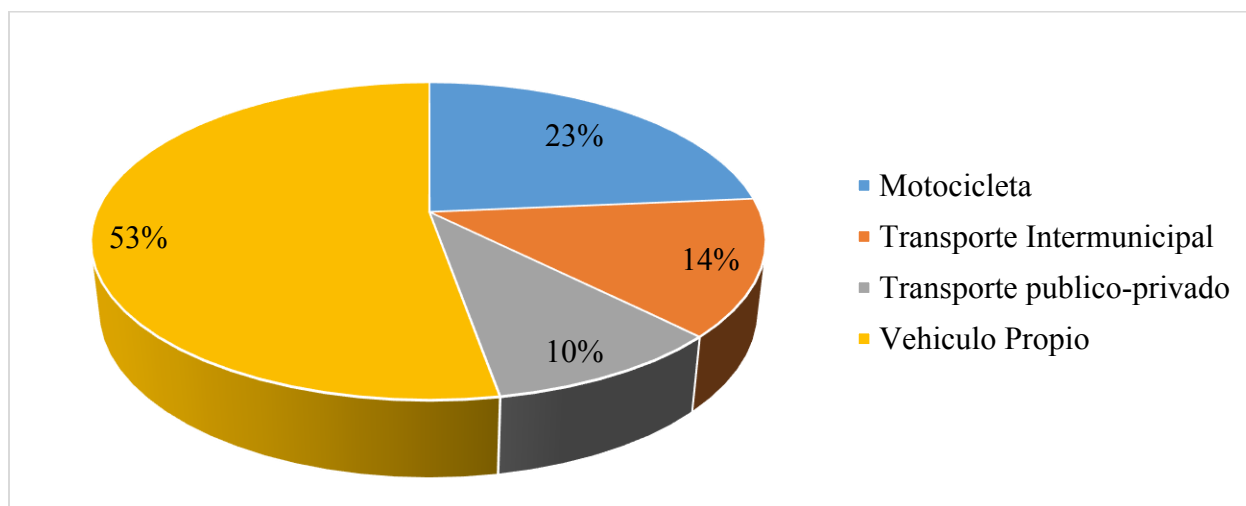
Gráfico 46. Medio por el que se enteró del municipio de Tota.



Creación propia

Al igual que en los municipios de Cuitiva e Iza, Tota es un destino del cual las personas tienen conocimiento por medio de recomendaciones de amigos y conocidos esto representado en un (70%), medios como el internet es la segunda mayor participación con un 15% y la promoción turística ocupando el tercer lugar deja en evidencia que son medios que necesitan de mayor atención y manejo para que el destino sea reconocido con mayor facilidad y rápidamente.

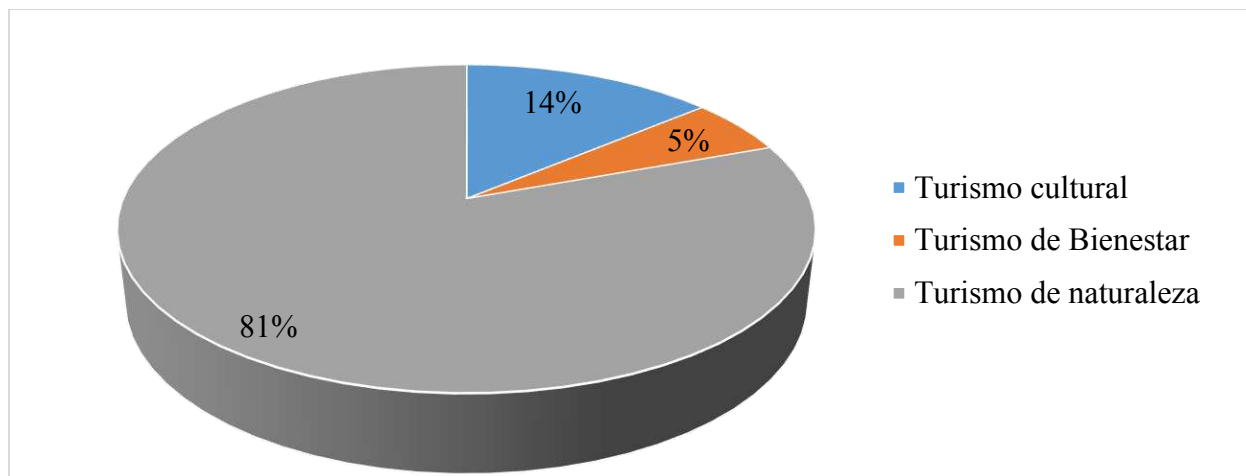
Gráfico 47. Medio de transporte utilizado para llegar al municipio.



Creación propia

En su mayoría los turistas que llegan al municipio de Tota lo hacen a través de Vehículo propio representado con un 53%, esto permite que el turista pueda visitar aquellos atractivos alejados del casco urbano, por el contrario, se evidencia que el 10% de los turistas llegan en transporte público- privado.

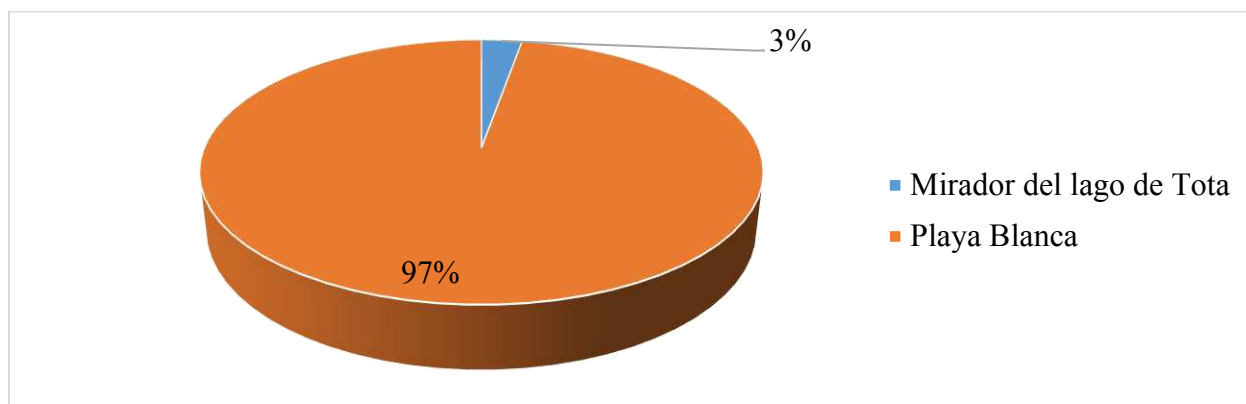
Gráfico 48. Turismo de preferencia para visitar al municipio.



Creación propia

El turismo natural es la principal motivación para viajar a Tota, esto representado con un 81%, expresan los turistas que el atractivo principal para llegar al municipio es playa blanca ya que permite realizar diferentes actividades en contacto con la naturaleza, la segunda motivación de viaje es el turismo cultural representado con un 14%, la participación del turismo de bienestar es mínima con un 5% porque el turista no reconoce y no tiene claro este término.

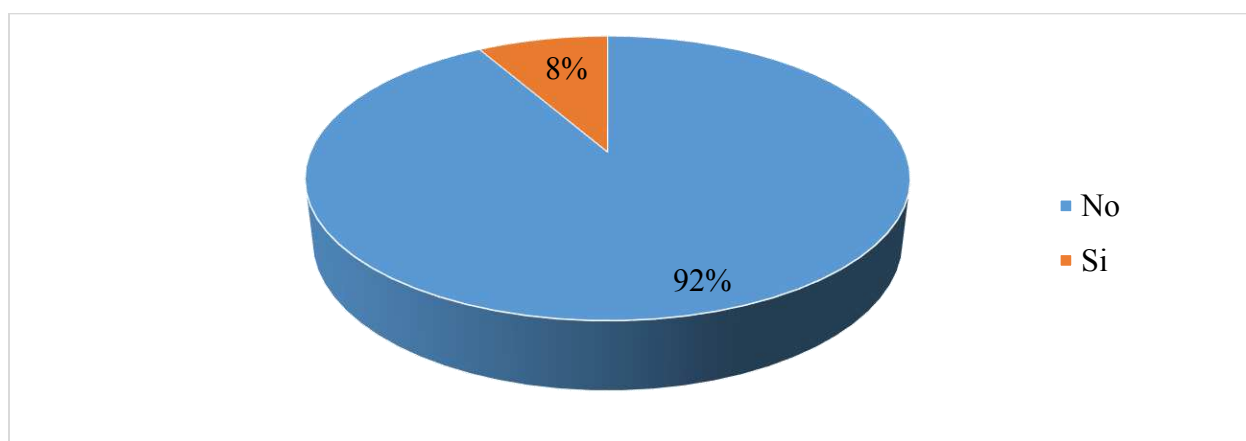
Gráfico 49. Atractivos a visitar durante la permanencia en Tota.



Creación propia

Playa blanca es el atractivo principal visitado por los turistas en su tiempo de permanencia en el municipio, expresan que es el atractivo con mayor promoción en el destino, y su fácil acceso permite que el nivel de visitas a la playa sea significativo comparado con otros atractivos, su participación es del (97%.)

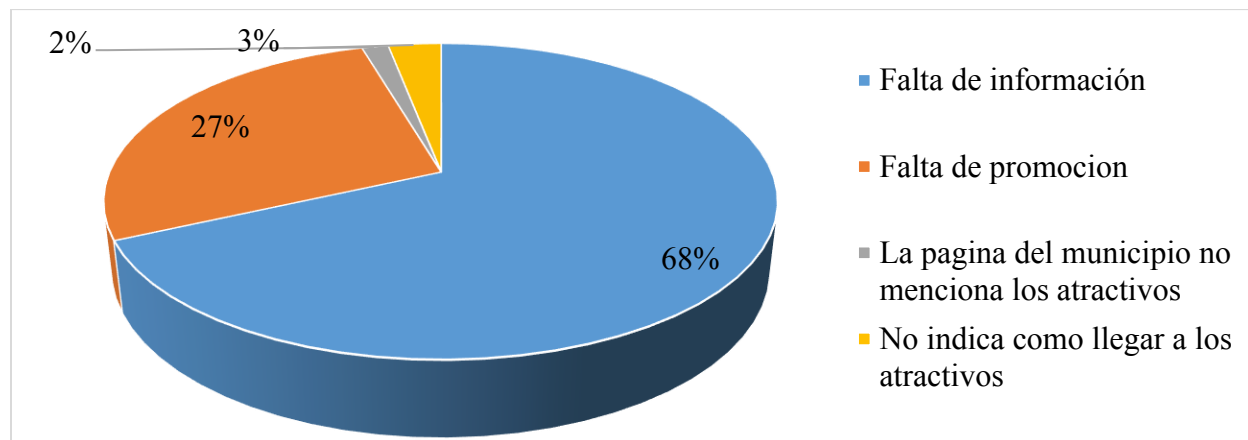
Gráfico 50. Conocimiento de los atractivos de turismo de bienestar.



Creación propia

Con un 92% los turistas en su mayoría no conocen este tipo de turismo y asocian el bienestar con el turismo de naturaleza, para aquellos que indicaron que si conocían el turismo de bienestar representado con el 8% de los encuestados lo relacionan con termas las Erika y el Balneario el Batán del cual han hecho uso de él y que están relativamente cerca al municipio de Tota.

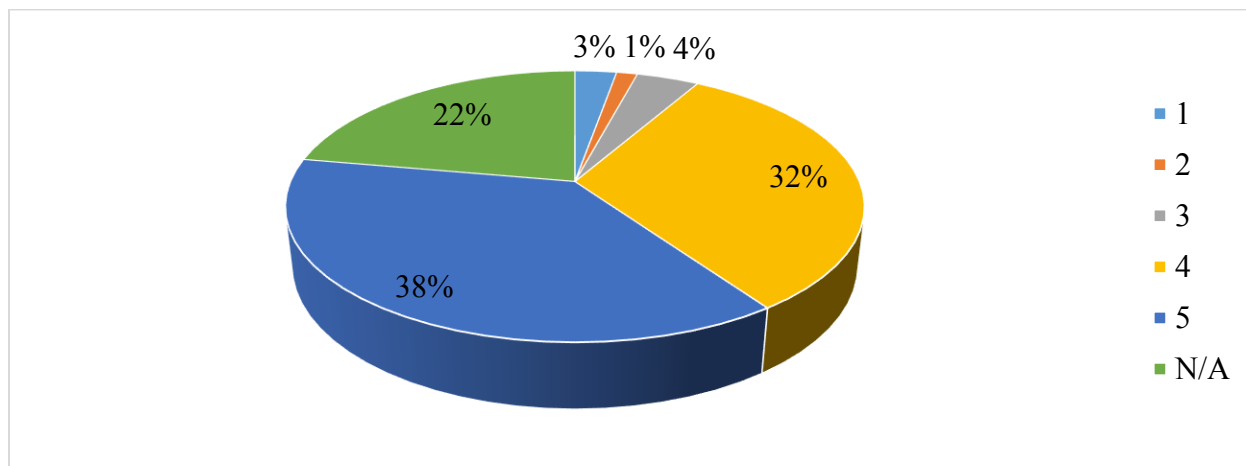
Gráfico 51. Razón por la que desconoce los atractivos del municipio.



Creación propia

Con un (68%), los turistas expresan no conocer los atractivos por la escasa promoción e información por parte del municipio, expresan la inexistencia de un profesional en guianza a disposición, no cuenta con una página Web con información actualizada, así mismo como una oficina o punto de turismo que facilite información turística del municipio. Estas falencias evidencian la poca atención del ente municipal y gubernamental que brindan al tema turístico.

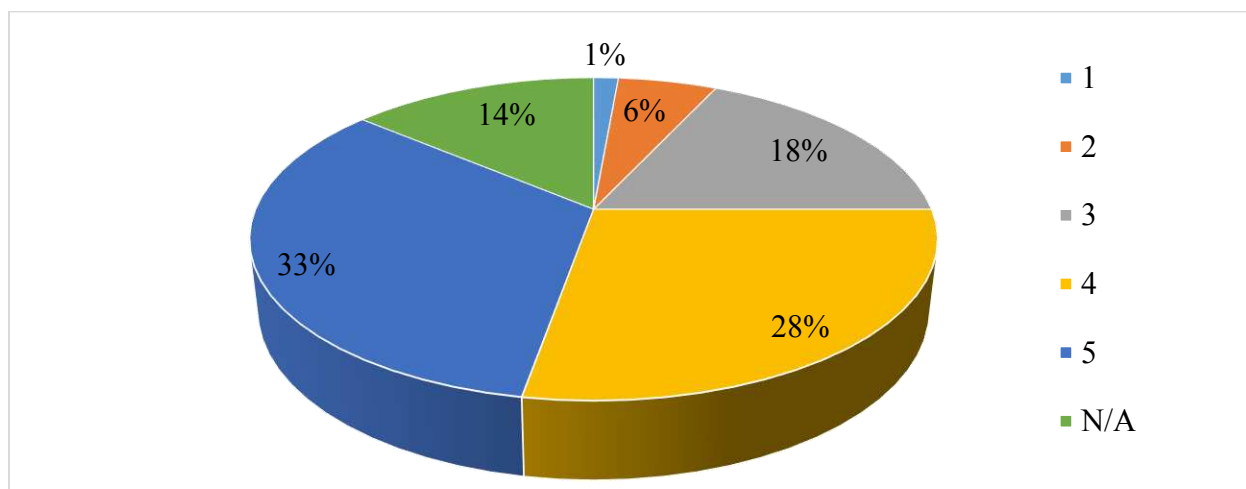
Gráfico 52. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico alojamiento.



Creación propia

El análisis de la gráfica determina de forma general que los turistas que hacen uso del servicio de alojamiento en Tota tienen un nivel de satisfacción alto representado en un 38% y 32%. Un 22% de los turistas no opinan ya que no se hospedan en el municipio, principalmente porque su objetivo es pasar el día, y destino obligatorio para otros municipios.

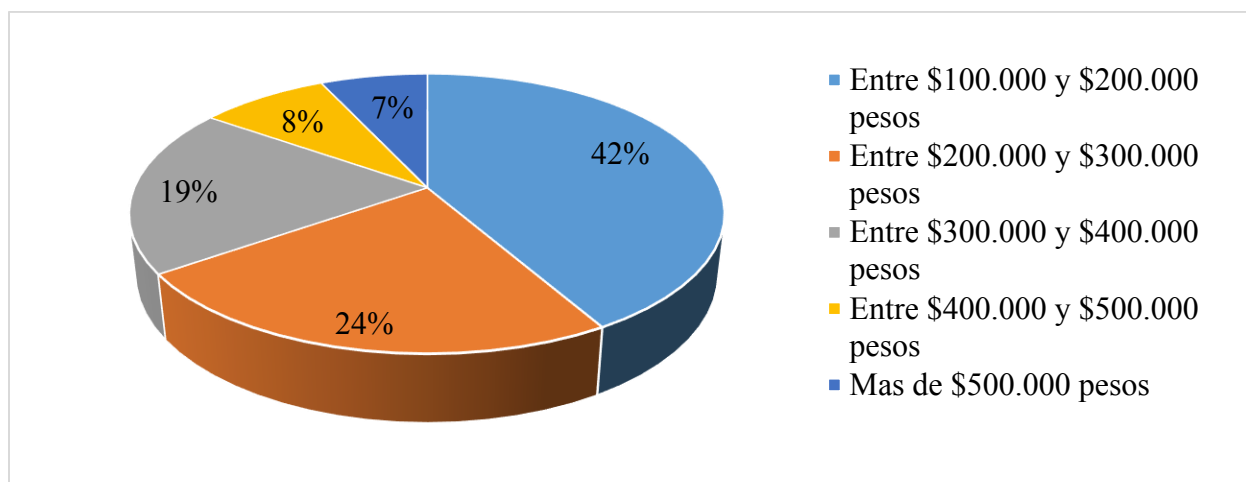
Gráfico 53. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico Restaurantes.



Creación propia

La ventaja de que el municipio cuente con una extensión importante de la Laguna de Tota, permite ofrecer la gastronomía tradicional del municipio, la trucha por ejemplo, es el plato principal que ofrecen los restaurantes del destino, la satisfacción de los turistas en relación con este tema es buena para la mayoría de los encuestados, los puntajes de 4 y 5 en la tabla de medición de la satisfacción del servicio tienen los porcentajes más altos con un 33% y 28% respectivamente, la amabilidad y la variedad de platos son los principales argumentos de dicha puntuación, sin embargo deja en evidencia que se necesita de la capacitación constante para los prestadores del servicio para disminuir la brecha de personas insatisfechas.

Gráfico 54. Gasto promedio durante la permanencia en el municipio de Tota.



Creación propia

Al igual que Cuitiva e Iza el 42% de los turistas no tienen gastos superiores de 200.000 pesos lo que permite determinar que es un destino con productos y servicios económicos, el medio de pago predominante es el efectivo.

Análisis generales de datos

En virtud de los datos aportados por los turistas encuestados se pudo establecer dos destinos con potencial que arriban los municipios de estudio, por un lado, se encuentran los procedentes de la ciudad de Bogotá y en un segundo destino las personas que llegan del mismo departamento de Boyacá como Sogamoso, Duitama y Tunja principalmente.

Se identifica que la edad promedio para los que visitan estos municipios oscila entre los 18 a 25 años aproximadamente donde estudiar es la principal ocupación. Con relación a la frecuencia con la que viajan a los municipios se obtuvo que es la primera vez los turistas procedentes de Bogotá que se dirigen al destino con una estadía no mayor a un día marcado por la limitación propia de un fin de semana especialmente se incrementan los arribos a los destinos en temporadas altas como vacaciones y fines de semana largos.

Por lo general este tipo de turistas se movilizan de manera colectiva en acompañamiento de la familia, amigos o pareja, el vehículo propio es el medio de transporte más utilizado por los turistas ya que facilita dirigirse de un atractivo a otro de manera independiente y ágil, respecto a la finalidad de viaje prefieren realizar la actividad de descanso y recreación y tuvieron conocimiento del destino gracias a que las recomendaciones de personas allegadas al turista.

Las tipologías de turismo características y que son reconocidos por los turistas que llegan a los municipios es el turismo cultural y de naturaleza, visitado por su fácil acceso las plazas principales, los monumentos e iglesias de cada pueblo.

El 88 % de la población encuestada no tiene un concepto claro de que es el turismo de bienestar, ellos lo asocian con la tranquilidad que se vive en los municipios consecuencia que implica un desconocimiento como lo dice Mathienson y Wall y que los agrupa en la demanda latente diferida, donde los turistas están dispuestos a participar de las actividades pero no las realizan por carecer de conocimiento, información y promoción de apoyo o acceso a las instalaciones y atractivos turísticos por parte de los municipios, alcaldías y oficinas representantes del turismo en los destinos. Para aquellos turistas que pernoctan califican el servicio de hospedaje con déficit notable en infraestructura y atención al cliente. En cuanto a restaurante y gastronomía lo califican con un mayor puntaje, aunque no se debe dejar de lado a

aquellas personas que calificaron el servicio con un puntaje bajo ya que esto indica que se deben establecer mejoras a nivel general.

Al ser un destino poco recorrido a comparación de otros con mayor afluencia el gasto de los turistas es bajo señalado en el rango entre \$100.000 y \$200.000 pesos utilizando el efectivo como el principal medio de pago.

Cabe mencionar y definir otros conceptos relacionados a la demanda como el perfil del turista, la estacionalidad y el turismo saludable, una opción vinculada al uso terapéutico recreativo de aguas, para la realización de los municipios de Iza, Cuitiva y Tota Boyacá.

Capítulo III: Planteamiento del producto turístico en la provincia de Sugamuxi Boyacá

Planteamiento del producto turístico

Con base en la información obtenida de las encuestas plasmadas en el capítulo II sobre lo que los turistas encuentran y conocen en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota y basado en la investigación realizada evidenciada en el primer capítulo de este documento sobre la oferta turística, se plantea construir un producto turístico que potencialice los atractivos de poco conocimiento para los turistas y residentes con referencia al bienestar por medio de las aguas termo mineromedicinales.

Una vez identificados los atractivos potenciales para el turismo del bienestar y aprovechando los sitios reconocidos por los turistas se vincularán para potencializar la actividad turística en estos municipios, pero no en el turismo cultural y natural como se conoce actualmente sino brindar un contexto enfocado al bienestar.

Análisis DOFA

Tabla 18. Análisis DOFA.

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ORIGEN INTERNO	Cuitiva e Iza cuentan con atractivos naturales que permiten el desarrollo del termalismo	Desconocimiento de la población local sobre atractivos turísticos relacionados con el bienestar
	Apoyo por parte de entidades privadas para su beneficio económico	Mala percepción de la atención al cliente
	La laguna de Tota se cataloga como la más extensa del país	No hay puntos de información turística

	Dirigido a cliente locales y Bogotanos.	Mala infraestructura de los prestadores de servicio de alojamiento
	Ubicación estratégica	Falta de información sobre los destinos
	Mercado en crecimiento	Falta de promoción turística
	Reconocimiento regional por la gastronomía	Falta de interés por parte de las alcaldías
	Iza es considerado para patrimonio arquitectónico por sus casas coloniales	Carencia formativa en los recursos humanos
	Riqueza, diversidad y complementariedad del recurso natural	
ORIGEN EXTERNO	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	Nueva tendencia de turismo de bienestar en Colombia	Explotación de puzolana por parte de la multinacional
	Posibilidad de competir en un turismo de calidad	Creciente deterioro y/o pérdida de algunos recursos naturales.
	Recurso diferenciador y con gran capacidad de explotación por la calidad turística	Incremento de la contaminación a los recursos naturales
	Nueva tendencia de cuidado personal	
	Existe el potencial para desarrollar turismo de bienestar.	
	Crea una identidad propia y desarrollar un programa de bienestar con la comunidad local	
	Combinar los productos de bienestar con el turismo de naturaleza y cultura	

Creación propia

Tabla 19. Estrategias para la matriz DOFA.

	FORTALEZAS-F	DEBILIDADES-D
Factores internos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apoyo por parte de entidades privadas para su beneficio económico. 2. Dirigido a población local y Bogotanos. 3. Ubicación estratégica 4. Mercado en crecimiento 5. Reconocimiento regional por la gastronomía 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de la población local sobre atractivos turísticos relacionados con el bienestar. 2. Mala percepción de la atención al cliente 3. No hay puntos de información turística 4. Mala infraestructura de los prestadores de servicio de alojamiento. 5. Falta de información sobre el turismo de bienestar.
Factores Externos	<ol style="list-style-type: none"> 6. Iza es considerado para patrimonio arquitectónico por sus casas coloniales 7. Riqueza, diversidad y complementariedad del recurso natural 	<ol style="list-style-type: none"> 6. Falta de promoción turística 7. Falta de interés por parte de las alcaldías 8. Carencia formativa en los recursos humanos.

		9. Falta de señalización para llegar a los destinos.
OPORTUNIDADES-O	ESTRATEGIAS F-O	ESTRATEGIAS D-O
<p>1. Nueva tendencia de turismo de bienestar en Colombia.</p> <p>2. Posibilidad de competir con turismo de calidad.</p> <p>3. Recurso diferenciador y con gran capacidad de explotación por la calidad turística.</p> <p>4. tendencia de cuidado personal.</p> <p>5. Existe el potencial para desarrollar turismo de bienestar.</p> <p>6. Crea una identidad propia y desarrollar un programa de bienestar con la comunidad local.</p>	<p>1. Promover el uso de aguas termales de estos municipios ya que cuentan con riqueza, diversidad y recurso natural generando así una tendencia del cuidado personal para los jóvenes locales y turistas. (F7-O4).</p> <p>2. Capacitar en las BPM a los prestadores de servicio gastronómicos con el fin de ser reconocidos y crear una imagen característica del municipio de Iza. (F5-O6)</p>	<p>1. Desarrollar competencias de promoción turística con un recurso diferenciador y con gran capacidad de explotación para lograr calidad turística. (D6-O3).</p> <p>2. Implementar programas formativos para el recurso humano en atención al cliente para competir con turismo de calidad. (D8-O2). Generar información sobre el turismo de bienestar que se presentan en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota, combinándolos con el turismo cultural y de naturaleza. (D5-O7).</p> <p>3. Implementar señalización que identifique los atractivos termales para que exista un potencial para desarrollar el turismo de bienestar (D9-O5)</p>

7. Combinar los productos de bienestar con el turismo de naturaleza y cultura.		
AMENAZAS-A	ESTRATEGIAS F-A	ESTRATEGIAS D-A
<p>1. Explotación de puzolana por parte de la multinacional</p> <p>2. Creciente deterioro y/o pérdida de algunos recursos naturales.</p> <p>3. Incremento de la contaminación a los recursos naturales</p> <p>4. Poco interés en el cuidado y preservación de la infraestructura.</p>	<p>1. Incentivar a la población local y Bogotanos al cuidado de los recursos naturales. (F₂-A₂).</p>	<p>1. Fortalecer las acciones de mejoramiento en infraestructura turística que garantice la protección y seguridad de los turistas (D₄-A₄).</p>

Creación propia

Tabla de diseño del producto turístico

Objetivo y concepto del producto.

Tabla 20. Objetivo y concepto del producto.

NOMBRE DEL PRODUCTO	Wellness is Travel
Objetivo del producto	Fortalecer la actividad turística de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota que incluyan actividades relacionadas con el turismo termal enmarcadas en el turismo de bienestar
Beneficios funcionales	Aprovecha los recursos de alojamiento, restaurantes, transporte que van incluidos en el producto turístico
Beneficios simbólicos	Se contará con una guía de turismo experta que se incluirá dentro de los servicios ofrecidos dirigiendo a los turistas a los lugares más representativos de cada uno de los municipios.
Beneficios vivenciales	El producto turístico ofrecerá la experiencia de la interacción con la naturaleza, vistas a los paisajes Boyacenses, la degustación de la gastronomía local, interacción con aguas termo mineromedicinales y Spa que favorecen el cuidado personal, una experiencia única, especial y poco común.

Creación propia

Estructura del producto.

Tabla 21. Estructura del producto.

NOMBRE DEL PRODUCTO	WELLNESS IS TRAVEL
Servicios básicos	<p>Dentro del producto se incluirán los servicios de:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alojamiento Hotel el Batan 2. Transporte: Cooperativa de transportadores flota Norte Ltda. 3. Restaurantes: Rocas lindas 4. Servicio de guianza turística
Servicios complementarios	<ol style="list-style-type: none"> 1. Asistencia medica 2. Sistema de internet en establecimiento de alojamiento 3. Visita a los atractivos turísticos 4. Visita a los atractivos termales de los municipios.

Creación propia

Tabla 22. Servucción.

NOMBRE DEL PRODUCTO	Wellness is Travel
Aspectos físicos y materiales	<p>Instalaciones de alojamientos, restaurantes y atractivos turísticos que son elementos muy importantes para prestación del servicio, cada uno con su mobiliario correspondiente para que el turista se sienta cómodo y a gusto en el destino.</p>

<p>Personal en contacto</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mano de obra del personal presente en los prestadores de servicio durante todo el recorrido. 2. Función operacional: Todas las actividades que el personal realiza para ofrecer el servicio mediante procesos y procedimiento que se realizan internamente. 3. Función relacional: Dominio de técnicas de comunicación visible, gestual y verbal en donde se expresan las generalidades de cada atractivo, la importancia gastronómica del lugar y contextualización de los beneficios termales.
<p>Turista</p>	<p>Teniendo en cuenta que sin un turista no se puede realizar turismo, por parte de los prestadores de servicio se trabajara para que el cliente se sienta satisfecho de inicio a fin del recorrido de manera que deben estar en constante capacitación y mejoramiento para brindar un servicio de calidad.</p>

Creación propia

Lista de posibles proveedores.

Servicio de alojamiento.

Tabla 23. Proveedores de Alojamiento.

ESTABLECIMIENTO	#HABITACIONES	#CAMAS	PRECIO PROMEDIO	MUNICIPIO
				RNT
Hotel termal el Batán	32	65	\$ 90.000	Cuitiva RNT: 3659
Villa Tamauka Hotel S.A.S	15	38	\$ 60.000	Iza RNT 45545

Creación propia

Alimentación.

Tabla 24. Proveedores Alimentación.

ESTABLECIMIENTO	ESPECIALIDAD	PRECIO PROMEDIO	MUNICIPIO
Rocas Lindas	Truchas	\$ 25.000	Aquitania sobre el lago de Tota
El mirador de Playa Blanca	Trucha	\$ 27.000	Tota
Villa Consuelo	Postres	\$ 6.000	Iza

Creación propia

Servicio de Transporte.

Tabla 25. Proveedores transporte.

EMPRESA	ACTIVIDAD	UBICACIÓN
Cooperativa de transportadores Coflonorte Ltda.	Empresa de transporte terrestre automotor	Sogamoso

Creación propia

Presupuesto.

Tabla 26. Presupuesto Recorrido.

CONTENIDO	VALOR
Transporte Ida y Regreso.	\$ 66.000
Actividad en Playa Blanca.	\$ 15.000
Actividad en Spa Hotel Tamauka	\$ 40.000
Alimentación	\$ 50.000
Servicio de Guianza	\$ 10.000
Seguro de Viaje	\$ 2.500
Alojamiento	\$ 90.000
Total	\$ 273.500
Utilidad (15%)	\$ 41.025
TOTAL, PRECIO DE VENTA POR PAX.	\$ 314.525

Creación propia

Características del recorrido.

Tabla 27. Recorrido Wellness is Travel.

<p>Municipios: Cuitiva, Iza y Tota.</p> <p>Departamento: Boyacá.</p> <p>Nombre del Producto: Wellness is Travel</p> <p>Precio por persona: \$ 314.525</p> <p>Cantidad de personas por recorrido: 20 Personas</p> <p>Duración: 2 Días, 1 Noche.</p> <p>Incluye: Snack, recordatorio, desplazamiento de los puntos (Sogamoso-Mirador Laguna de Tota- Playa Blanca- Zona arquitectónica de los tres municipios- Petroglifos- Cueva Bochica- Hotel El Batan y Hotel Tamauka)</p> <p>Temática: Bienestar y termalismo.</p>

Creación propia

Itinerario

Tabla 28. Itinerario del Recorrido.

ACTIVIDAD	CARACTERÍSTICAS	HORA	LUGAR
PRIMER DÍA			
Inicio del Recorrido	El recorrido parte desde la ciudad de Bogotá a Ventaquemada primera parada	05:00 Am	Bogotá
Refrigerio	Primera parada para consumir un refrigerio y brindar información sobre la historia de Boyacá.	07:00 Am	Ventaquemada
Desayuno	desayuno típico Boyacense	09:30 Am	Sogamoso

Vista de la laguna de Tota	Visualización de la laguna de Tota boyacense a 3200 metros de Altura al esplendor del sol. Toma de Foto para el recuerdo	11:00 Am	Tota
Recorrido por Playa Blanca	Sentir la brisa de la playa, y caminar por su arena artificial, realizar recorrido en lancha por sus aguas frías hacen de este lugar una experiencia única	11:30 Am	Tota
Almuerzo	Se degustará de platos típicos de la región, mientras se disfruta de vista natural	01:00 Pm	Tota
Visita al casco urbano de Tota	Recorrido por la plaza principal	03:00 Pm	Tota
Visita al casco Urbano de Cuitiva	Recorrido por la plaza principal, conociendo el monumento Cebollero y la capilla Doctrinera.	04:00 Pm	Cuitiva
Visita casco Urbano municipio de Iza.	Recorrido por la plaza principal, visita por los sus calles arquitectónicas y coloniales, degustará de los postres representativos en el lugar	04:30 Pm	Iza
Alojamiento en el Hotel el Batán	Recepción y acomodación de los turistas en sus respectivas habitaciones.	05:30 Am	Cuitiva
Relajación en las termales	Disfrute de una noche en las termales, acompañado de velas e incienso que permiten entrar en un estado de relajación perfecto para el bienestar personal	07:00 Pm	Cuitiva

Cena.	Se compartirá de un momento de esparcimiento en grupo acompañado de una deliciosa cena.	Entre 08:00 a 08:30 Pm	Cutiva
SEGUNDO DÍA			
Desayuno	Se tomará un desayuno tipo Buffet acompañado de una vista natural perfecto para comenzar con energía el día.	08:00 Am	Cuitiva
Recorrido eco turístico	Como complemento al turismo de bienestar se realizará una caminata eco turística hacia la cueva de Bochica y los petroglifos de Usa mena con el fin de tener un contacto histórico y natural	09:00 Am	Iza
Refrigerio	Comer bocadillo, galleta de soda y jugo	10:30 Am	Iza
Almuerzo	Se degustará de un delicioso almuerzo desde lo alto donde se podrá deleitar de una vista al casco urbano y zona natural de municipio de Iza y sus alrededores.	12:30 Pm	Iza
Servicio de Spa.	En el Hotel Tamauka se podrá disfrutar de algún un masaje	02:00 Pm	Iza

	relajante manual por todo el cuerpo, o una limpieza facial profunda, actividades que permite reequilibrar el cuerpo y la mente, para recargar energías.		
Disfrute de las termales en el día.	Se disfrutará de las aguas termales en el día con la combinación de duchas de agua fría que provienen de la misma naturaleza, de manera que ayudan a mantenerse en forma, descansa todo el cuerpo y sirve para mejorar la circulación.	04:00 Pm	Cuitiva.
Retorno a la ciudad de Bogotá	Recorrido directo a la capital del país desde el municipio de Cuitiva- Boyacá	06:00 Pm	Bogotá

Creación propia

Mapa del recorrido



Ilustración 26. Mapa Producto turístico Wellness is Travel.

Creación propia

Recomendaciones

Nos interesa siempre estar comprometidos con su Bienestar, Seguridad y la de sus acompañantes durante su viaje. Por tal razón queremos que nos ayude a seguir algunas medidas que los ayudará a evitar riesgos.

Que no le debe faltar en el viaje:

1. Protección contra agentes naturales, (protector solar, insecticida, y los que considere para cada caso).
2. Lleve zapatos y ropa cómoda con la que se pueda desplazar sin inconvenientes ni molestias.
3. Vestido de baño y gorro para cabello y demás elementos que considere los va a requerir para el uso de las termas y turco.

Manejo de equipaje.

1. Utilice un equipaje seguro y confiable con algún elemento de seguridad para los cierres de las cremalleras cuando se encuentre en tránsito por (terminales, transporte terrestre, aeropuertos).
2. No pierda de vista su equipaje llévelo siempre consigo o utilice los servicios maleteros que haya a su disposición.
3. Cuando se encuentre en el destino si su equipaje traslada objetos de valor, deposítelos en la caja fuerte del Hotel si llegase a tener, de lo contrario diríjase a la recepción para que le ayuden con sus objetos de valor.

Servicios en el destino.

1. Si está siendo dirigido por un guía tome en cuenta todas las recomendaciones que le haga es por su seguridad, tales como: Uso del chaleco salvavidas, respetar los límites permitidos por donde se puede transitar.
2. Antes de tomar o contratar un servicio asegúrese de que se trate de personas o empresas legales que le garanticen el servicio y no atenten contra su seguridad o salud.

Emergencias

1. Es importante y muy recomendable que adquiriera la asistencia médica para viajes como medio preventivo de algún accidente o enfermedad ya que tendrá a quien acudir sin generar ningún sobre costo por la urgencia.

Otras medidas de seguridad

1. Cuide sus objetos personales evite dejarlos solos en sitios públicos.
2. Si viajas con niños, acompáñelos mientras hacen uso de las zonas húmedas. Evite accidentes.

Si va hacer uso de las zonas húmedas (termales, lagos y turco), se prohíbe hacerlo bajo el efecto de alcohol o drogas psicoactivas.

Disfrute de su viaje con seguridad y Bienestar.

Desarrollemos el Turismo Sostenible, señor viajero apóyenos con su comportamiento a ser responsables.

El bienestar es viajar y con responsabilidad queremos perdurar, estamos comprometidos con el desarrollo sostenible en el turismo y queremos que sea parte de los turistas responsables, lo que debe tener en cuenta es:

Protección al medio ambiente y al patrimonio natural.

- Arroje las basuras en los recipientes disponibles para tal fin. Si visita destinos de naturaleza donde no hay disponibilidad de canecas u otros recipientes, por favor guarde los residuos generados hasta encontrar un lugar adecuado.
- Donde sea posible, realice separación de residuos sólidos. Esto permitirá que los establecimientos reciclen, aprovechando residuos para otros usos.
- Realice uso adecuado del agua. Evite desperdiciar este valioso recurso.
- No contamine las fuentes de agua como cascadas, ríos, lagos. Evite arrojar residuos sólidos o líquidos que afecten las fuentes hídricas.
- Si visita lugares que hagan parte del patrimonio natural, cumpla las normas establecidas por cada sitio. Evite dañar, alterar o afectar de algún modo los ecosistemas y paisajes.

Protección a la Flora y Fauna.

- No compre, retenga ni venda especies de flora y fauna silvestre. Esta comercialización es ilegal y es penalizada por la ley.

Protección al patrimonio Cultural.

- Cuando viaje, asegúrese que los recuerdos que trae del destino no son parte del patrimonio cultural del país: monumentos, elementos arqueológicos, ruinas, joyas, piedras u otros elementos que hagan parte de obras indígenas o prehistóricas.
- No destruya, remueva, ornamente ni cambie de lugar ningún bien que haga parte del patrimonio cultural del destino que visita.
- Si ve a alguien traficando con los bienes culturales, denúncielo antes las autoridades competentes.
- Respete la cultura de las comunidades que visita. Evite burlas y actuaciones que puedan ofender a las personas que viven en los destinos.

Protección a niños, niñas y adolescentes.

- No busque, utilice o promueva prácticas de turismo sexual con menores de edad. Si usted es testigo de alguna situación donde se evidencie la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, denúncielo ante las autoridades competentes. Este es un delito penalizado por la ley.

Contribución a la sostenibilidad Económica de los destinos.

- Compre artículos, utilice servicios y pruebe la gastronomía propia de cada destino. De esta manera apoya a las comunidades locales de los destinos que visita.

Sea parte del turismo sostenible

Es una invitación para que ponga en práctica las anteriores recomendaciones.

Capítulo IV: Estrategias de promoción y comercialización del producto turístico en la provincia de Sugamuxi Boyacá

Estrategias de promoción y comercialización del producto turístico.

El producto turístico tiene una oferta basada en el turismo de bienestar y termalismo presentes en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota, permitiendo el disfrute de las maravillosas vistas paisajísticas de los municipios Boyacenses. El contacto con la naturaleza por medio de diferentes actividades como el recorrido en lancha por el lago Tota, lago de agua dulce más extensa del país, además de interacción con los recursos hídricos termales presentes en el Hotel el Batán, que hacen de este un lugar ideal para el descanso y la renovación de energía al mismo tiempo que se disfruta de servicios de alta calidad y de responsabilidad ambiental en el entorno. Conocer de la cultura de estos municipios mientras se hace una camina eco turística por la cueva de Bochica y los Petroglifos de Usamena, es el espacio ideal para la socialización y la creación de vínculos con otras personas, mientras se promueve la sensibilidad ambiental. Si por alguna razón usted presenta algún síntoma como presión en la espalda, cuello y articulaciones un masaje corporal en el Hotel Tamauka es ideal para aliviar estos dolores, relajando el cuerpo y la mente. La gastronomía es complemento importante para disfrutar de este destino, por eso la variedad de truchas y postres artesanales harán parte importante del éxito del recorrido.

Definición y caracterización del perfil del turista.

En este apartado se presentará un análisis de las características propias del turista que han visitado los municipios de Cuitiva, Iza y Tota.

Hombres y mujeres entre edades de los 18 y 25 años, provenientes de la ciudad de Bogotá. El medio de transporte que usan para sus desplazamientos es el vehículo propio, viajan acompañados de sus familiares más cercanos padres, amigos y pareja. Al ser jóvenes que nacieron en la era del nuevo milenio se caracterizan por ser personas digitales y sociales, dependen de sus padres en gran parte, sus vidas giran en torno a las virtualidades por lo que

suelen tener diferentes perfiles en redes sociales convirtiéndolos así en consumidores en línea que compran, venden y comparten sus experiencias constantemente por estas redes. Son personas con mayor preparación a nivel educativo, se caracterizan por poseer títulos universitarios.

Creación del logo.

Disponer de un buen producto y comercializarlo no es suficiente para atraer clientes si no se da a conocer su existencia. La comunicación, una de las variables del marketing mix, permite la transmisión de información sobre el producto/servicio desde el oferente al potencial cliente. Su finalidad “es la de estimular la demanda entre los segmentos de mercado a los que va dirigida” (Serra, 2002, p.283). El diseño de un mix de comunicación es una herramienta utilizada en el sector turístico que requiere de la coordinación y un trabajo arduo de todos los proveedores u oferentes locales.

La estrategia de comunicación para el caso del producto turístico de bienestar contará con una marca como primer mensaje a transmitir donde se incluirá los rasgos fundamentales que identifican a la región. El diseño contará con los elementos identificativos de los municipios como: Aguas termales, contacto Natural, Gastronomía.

Objetivo: Posicionar la unión de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota como destino atractivo para la realización del turismo de bienestar a través de las estrategias de promoción y comercialización.

Logo y descripción.



Ilustración 27. Logo producto turístico.

Creación propia

La letra “W” representa el título del producto, es de color verde porque es relajante y refrescante que induce a quién lo contempla sensaciones de serenidad y armonía. Está íntimamente relacionado con todo lo natural, simbolizando también la vida, la fertilidad y la buena salud.


Los hilos de color amarillo y naranja representan el termalismo en los municipios de estudio Cuitiva, Iza y Tota.

Técnicas de comunicación

Los mensajes publicitarios asociados a la marca y logo buscan captar la atención del público objetivo, transmitiendo una sensación de relajación, descanso y bienestar auténticas en estos espacios poco reconocidos y con poca afluencia.


Las técnicas utilizadas para la comunicación se concentran en artículos físicos como banners y brochure; y estrategias on-line que permiten un mayor alcance de público como páginas de redes sociales como lo son Facebook, Twitter e Instagram.

Brochure: estos son uno de los principales distintivos utilizados en la promoción turística, donde a través de diseños creativos genera que se despierte el interés del público, sobre los productos y ofertas del destino, de manera que sirven como estímulo.

Diseño Brochure.


Wellness Is Travel

*Solo se vive una vez,
¡Ven Revitalízate!*



Encuentra el mejor plan turístico en el departamento de Boyacá. Cuitiva, Iza y Tota te ofrecen bienestar de una forma natural.

Alojamiento, caminatas, aguas termales, spa, todo incluido en un plan de relajación.





Recorridos

Cuitiva, Iza y Tota son la prueba del turismo atractivo de este departamento. Los turistas son invitados a recorrer sus principales calles arquitectónicas y coloniales que cuentan grandes historias.

Caminatas ecoturísticas

Cueva Bochica y petroglifos de Usamena: Un lugar para el contacto histórico y natural.





Termales El Batán

Disfrute de las aguas mineromedicinales que ofrece este destino, importantes para tratamientos terapéuticos, relajación y cuidado personal, acompañado de una noche de velas e incienso perfectos para la ocasión.



Platos Típicos de la Región

Atrévete a conocer la riqueza de la cocina boyacense, una fusión que nace de la mezcla gastronómica y cultural. La variedad de truchas y postres artesanales son característicos de la región.





Ilustración 28. Diseño brochure producto turístico.

Creación propia

Diseño Banner.

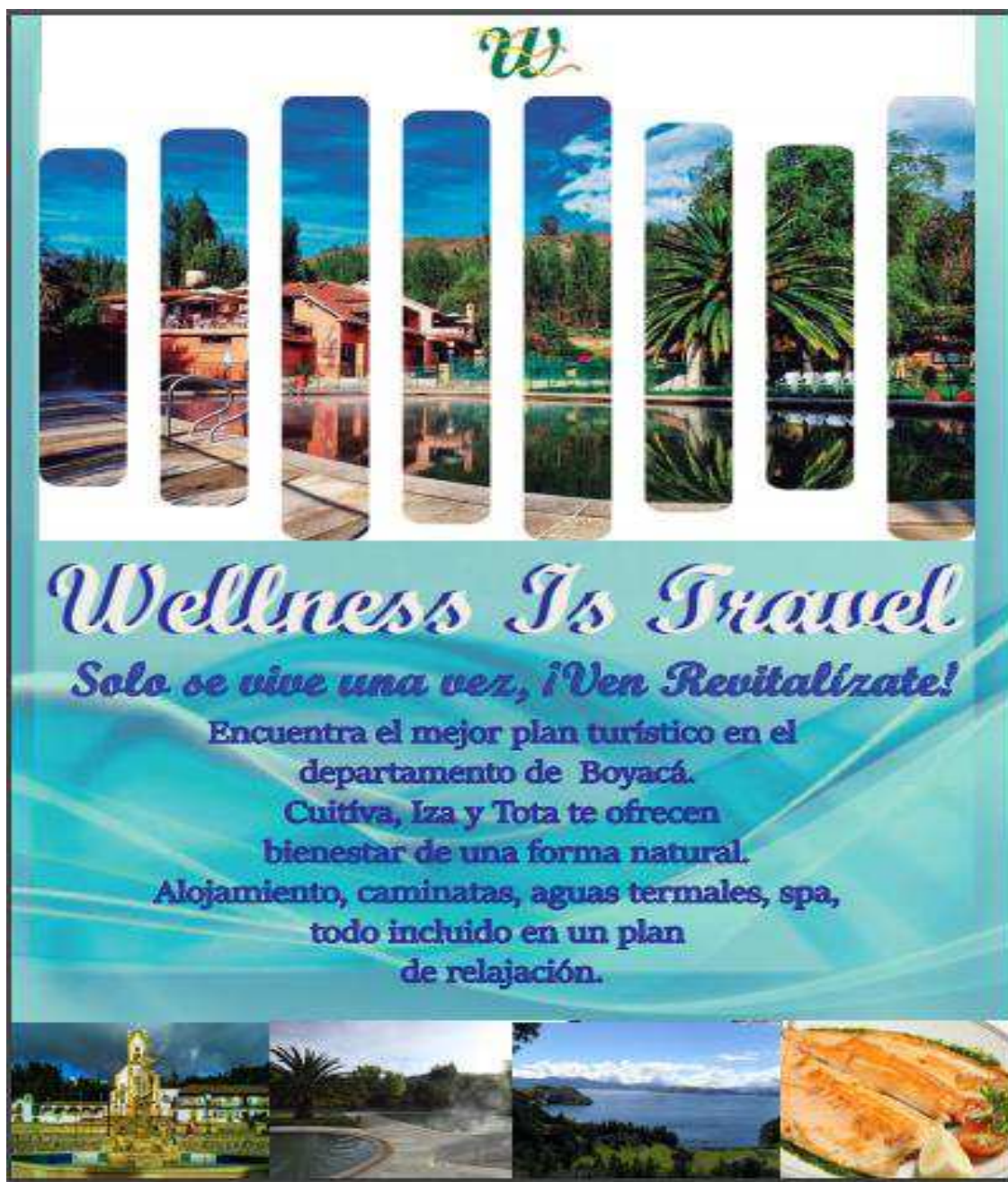


Ilustración 29. Diseño banner producto turístico.

Creación propia

Redes Sociales.

Las redes sociales ganan adeptos año tras año, sobre todo en la comunidad joven quien está más involucrada en el tema. Estos medios on-line permite realizar actualizaciones, modificaciones acerca de los temas de interés para los seguidores.

Facebook, Twitter e Instagram son las redes en las que se expondrán las acciones que favorecerán el posicionamiento del producto turístico y de los municipios de estudio.

Facebook: Wellness is Travel

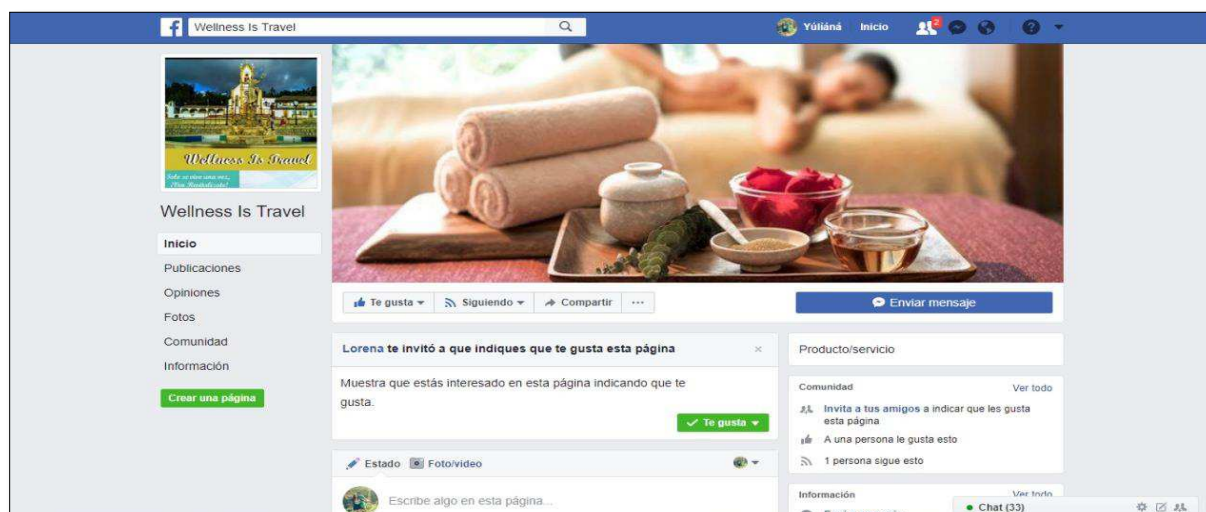


Ilustración 30. Facebook producto turístico Wellness is Travel.

Creación propia

Twitter: @Sugauxi.boyacá (Wellness is Travel)



Ilustración 31. Twitter producto turístico Wellness is Travel.

Creación propia

Instagram: Wellness is Travel (Sugauxi.boyaca)



Ilustración 32. Instagram producto turístico Wellness is Travel.

Creación propia

Red de información turística.

Es fundamental brindar información turística a residentes, visitantes y turistas acerca del turismo de bienestar, cultura, y naturaleza presente en Cuitiva, Iza y Tota a través puntos de información de cada municipio, y a través las principales agencias de viajes registradas en el RNT de Sogamoso y Tunja, para facilitar el reconocimiento, disfrute y de estos destinos.

Tabla 29. Agencias de viajes.

AGENCIA DE VIAJES	RNT	ACTIVIDAD	MUNICIPIO
Agsiro company s.a.s.	43428	7911 - Actividades de las agencias de viajes	Sogamoso
Agencia de viajes y turismo andina ecoturismo	38184	7912 - Actividades de operadores turísticos	Sogamoso
Solaris limitada	6014	7911 - Actividades de las agencias de viajes	Sogamoso
Caja de compensación familiar de Boyacá comfaboy	12092	7911 - Actividades de las agencias de viaje	Tunja
Agencia operadora de turismo turistel	23172	7911 - Actividades de las agencias de viajes	Tunja
Boyacá in the world	50249	7912 - Actividades de operadores turísticos	Tunja.

Creación propia

Las fuentes hídricas que propendan hacían el bienestar personal está haciendo del calor que emana de ellas y los tipos de agua una posibilidad turística que en Colombia no esta tan desarrollada como podría ser, por eso hay que comenzar una tarea de formación que, enmarcada

en el potencial de los recursos naturales, logre que promotores y turistas calificados abran sus puertas al mercado del turismo bienestar en vía de su uso y conservación.

Los resultados de la investigación desarrollada dejan ver como la población empieza por concentrarse en torno a un elemento natural para desarrollarlo y potencializar la economía local. Por ello es necesario comenzar a preparar los lugares, no solo para su uso sino para su conservación y a la comunidad local para que se apropie del destino enfatizando en la capacitación y sentido propio para ofrecer los servicios.

El bienestar puede ser un pilar del turismo para lo cual se requiere verificar la calidad de las instalaciones de los atractivos, alojamientos, restaurantes, balnearios y profundizar en la investigación de las propiedades del agua para una mejor orientación sobre los tratamientos terapéuticos y medicinales. A su vez es necesario que exista una reglamentación sancionable para los turistas que usen inadecuadamente las instalaciones.

Cuitiva, Iza y Tota pueden constituirse en municipios de interés nacional para el termalismo, por lo anterior se debe buscar mayor incidencia por parte de los entes gubernamentales, alcaldías municipales, oficinas de relaciones turísticas para promover a escala local y departamental el uso de las aguas termales en sus diversos escenarios logrando a través de la articulación de esfuerzos públicos y privados el desarrollo participativo (Policía, centros de salud, señalización informativa e interpretativa, entre otros).

Conclusiones

Con el desarrollo del proyecto se puede concluir que la provincia de Sugamuxi tiene un potencial importante para explotar y desarrollar el turismo de bienestar atraído por el termalismo creando así una fuente de ingresos a esta población, pero se evidenció que la provincia carece de infraestructura básica como vías de acceso, señalizaciones y facilidades en el cual se hace necesario la presencia de empresarios, expertos y gobierno nacional para suplir estas falencias que hacen que el desarrollo no sea el esperado.

En el momento se tiene un apoyo constante por parte del Sena que está brindando asesorías y capacitación de servicios y mejoras en los establecimientos de comercio para que la comunidad sea reconocida y cumplan con los requerimientos exigidos por el viceministerio de turismo a través del RNT.

La desinformación de los servicios que ofrece el destino por parte de los turistas se hizo evidente en el transcurso del desarrollo del proyecto ya que estos desconocen que actividades hay o se realizan una vez estando en el destino, manifiestan poca promoción de los lugares reconociendo estos atractivos por medio del voz a voz.

Recomendaciones

La alcaldía municipal y los prestadores de servicios turísticos del sector privado deben llevar a cabo la creación de productos turísticos en los municipios, para así brindar a sus habitantes beneficios en cuanto a la promoción y el desarrollo local.

- Durante la investigación se evidencia que el tema de turismo de Bienestar en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota es nuevo para los habitantes el cual se recomienda al alcalde Municipal y a la secretaria de turismo implementar programas de capacitación para informar a los oferentes de los potenciales con los que cuenta el destino.
- El turismo de bienestar promete ser una buena opción dentro de las ramas del turismo a mediano y largo plazo por lo tanto se les recomienda a los estudiantes y a los interesados realizar investigaciones y apostarle a la industria para lograr fortalecerlo.
- Se les recomienda a los residentes de los municipios de Cuitiva, Iza y Tota fortalecer los destinos turísticos, actualizarse e implementar los reglamentos que la ley exija para su regulación, además se les recomienda realizar alianzas con empresas publico privadas para aumentar la inversión y así mismo lograr prestar buenos servicios.

Bibliografía

(IDPC), I. D. (2017). *IDPC*. Obtenido de IDPC: <http://idpc.gov.co/nuestro-patrimonio-2/>

Anónimo. (2017). *Agencia de noticias*. Obtenido de Agencia de noticias:

noticiashttp://www.agenciadenoticias.unal.edu.co/fileadmin/Agencia_de_Noticias/Imagenes/2011/Noviembre/760/AgenciaUN_1121_6.jpg

Anónimo. (2017). *Sugamuxi Tour*. Obtenido de Sugamuxi Tpur: <http://1.bp.blogspot.com/-uyDrcCUdNFo/VQzJ2i3-r8I/AAAAAAAAAA4/7x7g--QHufE/s1600/mapa-provincia.png>

Bogotá, A. d. (2017). *Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.* Obtenido de Alcaldía Mayor de Bogotá D.C: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=37082>

Fedetur.org. (26 de Octubre de 2017). Obtenido de Glosario de turismo:

http://www.fedetur.org/otros_estudios_y_publicaciones/Glosario-de-Turismo-2008-SERNATUR.pdf

Mincit. (26 de Octubre de 2017). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos*. Obtenido de

<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=40681&name=MetodologiaInventarioTuristicos2010.pdf&prefijo=file>

Morillo, M., & Coromoto, M. (2011). *Redalyc*. Obtenido de

<http://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Santamaria, P. G. (26 de 10 de 2017). *Almacenamiento tecnicos en guianza*. Obtenido de

http://www.escolme.edu.co/almacenamiento/oei/tecnicos/guianza/contenido_u4.pdf

Segittur. (26 de Octubre de 2017). *Turismo e innovacion*. Obtenido de

<http://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>

Lista de ilustraciones

Ilustración 1. Provincia de Sugamuxi.	35
Ilustración 2. Mapa Cuitiva, Iza y Tota	36
Ilustración 3. Inventario turístico Termales de Batán.	48
Ilustración 4. Inventario turístico Capilla Doctrinera.	49
Ilustración 5. Inventario turístico Monumento El Cebollero.	50
Ilustración 6. Inventario turístico Pueblito Antiguo.	51
Ilustración 7. Tabla resumen inventario turístico.	52
Ilustración 8. Inventario turístico Capilla del Divino Salvador.	55
Ilustración 9. Inventario turístico Espadaña De La Antigua Iglesia.	56
Ilustración 10. Inventario turístico Casa Cural.	57
Ilustración 11. Inventario turístico Piedra del Divino Salvador.	58
Ilustración 12. Inventario turístico Cueva Bochica.	59
Ilustración 13. Inventario turístico Piedra del Diablo.	60
Ilustración 14. Inventario turístico Piedra del Cacique.	61
Ilustración 15. Petroglifos.	62
Ilustración 16. Inventario turístico Pozo Verde.	63
Ilustración 17. Inventario turístico Aguas Termales.	64
Ilustración 18. Inventario turístico Parque Ecológico.	65
Ilustración 19. Inventario turístico Cascada Bochica.	66
Ilustración 20. Tabla resumen inventario turístico.	67
Ilustración 21. Inventario turístico Parque Principal.	69
Ilustración 22. Inventario turístico Festival Cedazi.	70
Ilustración 23. Inventario turístico Playa Blanca.	71
Ilustración 24. Inventario turístico Lago de Tota.	72
Ilustración 25. Tabla resumen inventario turístico.	73
Ilustración 26. Mapa Producto turístico Wellness is Travel.	137
Ilustración 27. Logo producto turístico.	144
Ilustración 28. Diseño brochure producto turístico.	148
Ilustración 29. Diseño banner producto turístico.	149

Ilustración 30. Facebook producto turístico Wellness is Travel.	150
Ilustración 31. Twitter producto turístico Wellness is Travel.	151
Ilustración 32. Instagram producto turístico Wellness is Travel.	151
Ilustración 33. Formato factores de categorización de hoteles	170
Ilustración 34. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos.	171

Lista de tablas

Tabla 1. Termalismo en el territorio colombiano.	32
Tabla 2. Total de encuestas aplicadas por municipio	42
Tabla 3. Atractivos turísticos	43
Tabla 4. Participación Patrimonio Cultural	43
Tabla 5. Participación Sitios Naturales	44
Tabla 6. Componentes inventario turístico. Municipio de Cuitiva	47
Tabla 7. Atractivos y componentes municipio de Iza	52
Tabla 8. Componentes inventario turístico. Municipio de Tota.	67
Tabla 9. Normas Técnicas Sectoriales Aplicadas por tipo de prestador.	75
Tabla 10. Establecimientos de alojamiento y hospedaje por municipio.	76
Tabla 11. Clasificación según el Registro Nacional de Turismo.	77
Tabla 12. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Hoteles NTSH 006.	79
Tabla 13. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Posadas Turísticas NTSH 007.	81
Tabla 14. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Alojamiento Rural NTSH 008.	83
Tabla 15. Establecimientos Gastronómicos.	86
Tabla 16. Participación de restaurantes por Municipio.	87
Tabla 17. Evaluación de infraestructura para Restaurantes de 1 tenedor NTS-USNA 008.	88
Tabla 18. Análisis DOFA.	123
Tabla 19. Estrategias para la matriz DOFA.	125
Tabla 20. Objetivo y concepto del producto.	128
Tabla 21. Estructura del producto.	129
Tabla 22. Servucción.	129
Tabla 23. Proveedores de Alojamiento.	131
Tabla 24. Proveedores Alimentación.	131
Tabla 25. Proveedores transporte.	132
Tabla 26. Presupuesto Recorrido.	132
Tabla 27. Recorrido Wellness is Travel.	133
Tabla 28. Itinerario del Recorrido.	133
Tabla 29. Agencias de viajes.	152

Lista de gráficos

Gráfico 1. Establecimientos de alojamiento y hospedaje por municipio.	76
Gráfico 2. Clasificación según el Registro Nacional de Turismo.	78
Gráfico 3. Porcentaje de Cumplimiento y No Cumplimiento en Planta y Servicio.	80
Gráfico 4. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Posadas Turísticas NTSH 007.	82
Gráfico 5. Evaluación de Calidad en Planta y Servicios para Alojamiento Rural NTSH 008.	84
Gráfico 6. Participación de Restaurantes.	87
Gráfico 7. Evaluación de infraestructura para Restaurantes de 1 tenedor NTS-USNA 008.	89
Gráfico 8. Destino de procedencia para visitar el municipio de Cuitiva.	91
Gráfico 9. Ocupación de turistas.	91
Gráfico 10. Rango de edad.	92
Gráfico 11. Frecuencia de viaje al municipio.	92
Gráfico 12. Tiempo de permanencia en el municipio.	93
Gráfico 13. Con quien realiza el viaje al municipio de Cuitiva.	93
Gráfico 14. Medio por el que se enteró del municipio de Cuitiva.	94
Gráfico 15. Medio de transporte utilizado para llegar al municipio.	94
Gráfico 16. Turismo de preferencia para visitar al municipio.	95
Gráfico 17. Atractivos a visitar durante la permanencia en Cuitiva.	95
Gráfico 18. Conocimiento de los atractivos de turismo de bienestar.	96
Gráfico 19. Razón por la que desconoce los atractivos del municipio.	96
Gráfico 20. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico alojamiento.	97
Gráfico 21. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico Restaurantes.	97
Gráfico 22. Gasto promedio durante la permanencia en el municipio de Cuitiva.	98
Gráfico 23. Destino de procedencia para visitar el municipio de Iza.	99
Gráfico 24. Ocupación de turistas.	100
Gráfico 25. Rango de edad.	100
Gráfico 26. Frecuencia de viaje al municipio.	101
Gráfico 27. Tiempo de permanencia en el municipio.	102
Gráfico 28. Con quien realiza el viaje al municipio de Iza.	102
Gráfico 29. Finalidad del viaje al municipio de Iza.	103

Gráfico 30. Medio por el que se enteró del municipio de Iza.	103
Gráfico 31. Medio de transporte utilizado para llegar al municipio.	104
Gráfico 32. Turismo de preferencia para visitar al municipio.	105
Gráfico 33. Atractivos a visitar durante la permanencia en Iza.	105
Gráfico 34. Conocimiento de los atractivos de turismo de bienestar.	106
Gráfico 35. Razón por la que desconoce los atractivos del municipio.	107
Gráfico 36. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico alojamiento.	107
Gráfico 37. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico Restaurantes.	108
Gráfico 38. Gasto promedio durante la permanencia en el municipio de Iza.	109
Gráfico 39 Destino de procedencia para visitar el municipio de Tota.	110
Gráfico 40. Ocupación de turistas.	111
Gráfico 41. Rango de edad.	111
Gráfico 42. Frecuencia de viaje al municipio.	112
Gráfico 43. Tiempo de permanencia en el municipio.	113
Gráfico 44. Con quien realiza el viaje al municipio de Tota.	113
Gráfico 45. Finalidad del viaje al municipio de Tota.	114
Gráfico 46. Medio por el que se enteró del municipio de Tota.	115
Gráfico 47. Medio de transporte utilizado para llegar al municipio.	115
Gráfico 48. Turismo de preferencia para visitar al municipio.	116
Gráfico 49. Atractivos a visitar durante la permanencia en Tota.	117
Gráfico 50. Conocimiento de los atractivos de turismo de bienestar.	117
Gráfico 51. Razón por la que desconoce los atractivos del municipio.	118
Gráfico 52. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico alojamiento.	119
Gráfico 53. Servicio al cliente por parte de los prestadores de servicio turístico Restaurantes.	119
Gráfico 54. Gasto promedio durante la permanencia en el municipio de Tota.	120

Anexos

Anexo 1: Encuesta de valoración del potencial turístico del municipio de Cuitiva Boyacá.

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA.	PROGRAMA: Hotelería y Turismo
	Trabajo de Grado: 2017
	Fecha de Aplicación:

TEMA: encuesta para Valorar el potencial turístico con los que cuenta el municipio de Cuitiva Boyacá.

La presente encuesta tiene como finalidad recolectar información por medio de trabajo de campo con fines académicos, para el diseño de un producto turístico de bienestar en los municipios de Cuitiva, Iza y Tota ubicados en el departamento de Boyacá.

Por lo anterior se le agradece de forma especial su colaboración para contestar las preguntas que encontrará a continuación.

Por favor indique:

Destino de procedencia: _____.

Ocupación. _____

Por favor Marque con una (x).

Indique su género.

- A. Femenino
- B. Masculino
- C. Otro: _____

Indique rango de edad.

- A. De 18 a 25 Años.
- B. De 25 a 35 Años.
- C. De 35 a 45 Años.

- D. De 45 a 55 Años.
- E. Más de 55 Años.

1. ¿Con qué frecuencia viaja al municipio de Cuitiva?

- A. Nunca ha visitado el destino
- B. Primera vez que viaja.
- C. Una vez al año.
- D. Dos veces al año.
- E. Tres veces al año.

2. ¿Cuánto es su tiempo de permanencia en el municipio de Cuitiva?

- A. Entre 1 y 2 días
- B. Entre 2 y 3 días
- C. Entre 3 y 4 días
- D. Más de 4 días.

3. El número de personas que lo acompaña durante su visita al municipio de Cuitiva está compuesto por:

- A. 1 a 2
- B. 2 a 4
- C. 4 a 6
- D. 6 a 8
- E. Más de 8

4. ¿Cuál es su finalidad de viaje en el municipio de Cuitiva?

- A. Vacaciones
- B. Visita a familiares o amigos
- C. Descanso y recreación
- D. Pasa día
- E. Otro: _____.

5. ¿A través de que medio se enteró del municipio de Cuitiva?
- A. Agencia de Viajes
 - B. Por recomendación
 - C. Por voluntad propia
 - D. Por promoción turística. .
 - E. Otros: _____ -
6. ¿Qué medio de transporte uso para llegar al municipio de Cuitiva?
- A. Vehículo propio
 - B. Transporte público-privado.
 - C. Transporte inter- municipal
 - D. Motocicleta.
7. ¿Cuál es el tipo de turismo de su preferencia para visitar el municipio de Cuitiva?
- A. Turismo de naturaleza
 - B. Turismo de bienestar.
 - C. Turismo religioso
 - D. Turismo cultural
 - E. Otro: _____.
8. ¿Cuáles de los atractivos van a visitar o visitó durante su permanencia en el municipio?
- A. Hotel el Batán.
 - B. Pueblito Antiguo.
 - C. Plaza Principal del Pueblo
 - D. Capilla doctrinera (monumento nacional)
 - E. Otros ¿Cuáles?:
9. Conoce los atractivos de turismo de bienestar que ofrece el municipio con relación al
- A. Si
 - B. No.

Si su respuesta es afirmativa conteste la pregunta 10 y 11, de lo contrario continúen con la pregunta número 12.

10. ¿Cuál de los destinos del municipio conoce que tenga relación con el turismo de bienestar?

Rta: _____

11. ¿Ha hecho uso de estos atractivos?

- A. Si
- B. No

12. ¿Cuál es la razón por el cual desconoce este tipo de atractivos?

- A. Falta de Información
- B. Falta de promoción
- C. La página del municipio no menciona los atractivos.
- D. No indica cómo llegar a los atractivos.

13. De acuerdo a su tiempo de permanencia en el municipio de Cuitiva califique en la escala de 1 a 5, (siendo 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo), su nivel de satisfacción de acuerdo a:

PREGUNTA	CALIFICACION	1	2	3	4	5	N/A
ATRATIVOS TURISTICOS.							
¿Cómo calificaría los atractivos turísticos del municipio de Cuitiva?							
ALOJAMIENTO.							
¿Cómo calificaría el servicio de atención al cliente por parte de los prestadores de servicios turísticos de alojamientos?							
¿Cómo calificaría la infraestructura de alojamiento que ofrece el Municipio de Cuitiva?							
RESTAURANTES.							

¿Cómo calificaría el servicio de atención al cliente por parte de los prestadores de servicios turísticos en restaurantes?						
¿Cómo calificaría la infraestructura de restaurantes que ofrece el destino?						
¿Cómo calificaría la gastronomía del municipio?						

14. ¿Cuál es el gasto promedio durante su permanencia en el municipio de Cuitiva?

- A. Entre \$100.000 y \$300.000 pesos.
- B. Entre \$300.000 y \$500.000 pesos.
- C. Entre \$500.000 y \$700.000 pesos.
- D. Más de 700.000 pesos.

15. ¿Cuál es el medio de pago más utilizado cuando viaja?

- A. Efectivo
- B. Tarjeta de Crédito o Débito.

Otro. ¿Cuál? _____

Anexo 2: Tabla factores de categorización de hoteles

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA		CHECKLIST DE APLICACIÓN A LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA DE LOS MUNICIPIOS DE IZA, CUTIVA Y TOTA EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACA.			TRABAJO DE GRADO 2017			
					PROGRAMA: HOTELERÍA Y TURISMO			
					FECHA DE APLICACIÓN:			
FACTORES DE EVALUACIÓN PARA LA CATEGORIZACIÓN DE HOTELES (1 ESTRELLA)								
DEPARTAMENTO DE: MUNICIPIO DE: NOMBRE DEL PRESTADOR TURÍSTICO: SERVICIO PRESTADO: NOMBRE DEL GERENTE Y / O REPRESENTANTE LEGAL: RUT:					AREAS DE APLICACIÓN.			
					Edificación.	Seguridad		
					Recepción.	Áreas de Servicio		
					Habitaciones.	Espacio Público		
					Restaurante.	Mantenimiento		
					Áreas de interés	Zona de Personal		
Servicio.	Servicio al Cliente							
PROCESO NETAMENTE EDUCATIVO					NTSH 006 CATEGORIA (1 ESTRELLA)			
REQUISITOS DE PLANTA QUE EL HOTEL DEBE TENER COMO MÍNIMO		AREA DE RESPUESTAS			CALIF.	OBSERVACIONES	DOCUMENTO QUE VERIFICA EL CUMPLIMIENTO DE CADA UNO DE LOS ÍTEMES	
CÓDIGO	INDICADORES	SI CUMPLE	NO CUMPLE	RESPONSABLE				
6.1.1.1 Edificación	Tener iluminación de emergencia en todas las áreas públicas y / o de circulación.						NTSH 006/2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
	Tener señalización arquitectónica							
	Tener señalización de seguridad / preventiva, informativa y de emergencia.							
	Tener un sistema de emergencia que garantice el servicio de energía en las áreas públicas y de acceso al hotel.							
6.1.1.2 Áreas Verdes	Tener tomas eléctricas en todas las áreas							
6.1.2 Espacios públicos 6.1.2.1 Emergencias	Garantiza el buen estado de las áreas verdes en caso de tenerlas.						NTSH 006/2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
	Tener detectores de humo o de calor según concepto técnico de la autoridad competente.							
	Tener mecanismos de extinción contra incendios, según concepto técnico de la autoridad competente.							
	Tener alarma general de incendio. Nota: Se recomienda incorporar mecanismos sonoros (para ciegos) y luminosos (para sordos).							
6.1.2.2 Recepción	Tener salidas de escape o emergencia, según concepto técnico de la autoridad competente.						NTSH 006/2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
	Tener un plan de emergencia que incluya simulacros para incendios, desastres naturales, actos criminales, accidentes de empleados, huéspedes y visitantes, al igual que tener el personal capacitado para poner en práctica el plan de emergencia.							
6.1.2.3 Baños Públicos	Tener una área habilitada con contador para el registro del huésped.						NTSH 006/2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
	Garantizar que la zona del exterior inmediato al establecimiento se encuentre limpia e iluminada y sin obstáculos que dificulten el acceso directo.							
6.1.2.4 Baños Públicos	Tener caja o cajilla de seguridad.						NTSH 006/2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
	Tener baños independientes para cada género. Tener en los baños un mecanismo de ventilación o extracción mecánica de olores.							
6.1.3 Habitaciones (Distribución)	Tener los siguientes elementos para la prestación del servicio: costo para paños con tapa, dispensador de toallas, dispensador de jabón, porta rollos de papel, sanitario con aro y tapa, orinal, lavamanos, espejo, gancho fijo para colgar botas y prendas. Nota: En caso de tener sanitario con asiento abierto institucional no aplica sanitario con aro y tapa. Tener Piso antideslizante.						NTSH 006/2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
	El hotel debe como mínimo garantizar que las habitaciones estándar cuentan con espacios de circulación y con los siguientes elementos de planta, accesibilidad y servicio, además debe tener:							
	Una puerta en cada una de las habitaciones.							
	Espacios de circulación, accesibilidad y servicios.							
	En la puerta de entrada a la habitación: cadena, pivote o pasador.							
	En las ventilaciones mecanismo de cierre que garantice la seguridad de la habitación.							
	Ventilación mecánica o natural.							
	Cama sencilla de 1,00 m x 1,90 m.; cama doble de 1,40 m x 1,90							
	Colección en cada una de las camas con su fecha de rotación vigente							
	Una mesa de noche por habitación							
	Un espacio para guardar la ropa							
	Un elemento decorativo							
	Toma eléctrica libre y disponible para uso.							
	Iluminación general en la habitación.							
Instrucciones de emergencia y evacuación en un lugar visible.								
Información turística de la ciudad								
Señal de televisión								
Televisor de 14 pulgadas con control remoto								
Las tarifas en un lugar visible								
Una almohada por cada huésped								
Una toalla de cuerpo por cada huésped y una toalla de manos por cada dos personas en la misma habitación, sin roturas, ni manchas.								

REQUISITOS DE PLANTA EL HOTEL DEBE TENER COMO MÍNIMO		ÁREA DE RESPUESTAS			CALIF.	OBSERVACIONES	DOCUMENTO QUE VERIFICA EL CUMPLIMIENTO DE CADA UNO DE LOS ÍTEMES	
CODIGO	INDICADORES	SI CUMPLE	NO CUMPLE	RESPONSABLE				
	<p>En cuanto al baño de la habitación debe:</p> <p>Garantizar el suministro de agua las 24 (h) horas, y tener en los baños de las habitaciones agua caliente las 24 (h) oas, con una temperatura mínimo de 37°C y contar con llaves mezcladoras (solo es aplicable en regiones con temperaturas inferiores a 18°C).</p> <p>Ventilación natural o extracción mecánica de olores</p> <p>Un caudal de agua de 7,5 L/min a 9,4 L/min</p> <p>Piso antideslizante</p> <p>Papel higiénico</p> <p>Amenities (jabón) y siguientes elementos para la prestación del servicio: costo para papeles con tapa, toallero o dispensador de toallas, jabonera o dispensador de jabón, porta rollos de papel, sanitario con aro y tapa, lavamanos, ducha, pasamanos de seguridad y espejo.</p> <p>NOTA 1 Se recomienda que las llaves mezcladoras sean de tipo autorregulable o de presión balanceada.</p> <p>NOTA 2 Se sugiere que la dimensión en este tipo de habitaciones para una cama sencilla sea mínimo de 12,15 m². (incluido baño y closet).</p> <p>NOTA 3 Se sugiere que la dimensión en este tipo de habitaciones para dos camas sencillas o una cama doble sea mínimo de 18,25 m². (incluido baño y closet)</p>						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos	
6.1.1	Alimentos y Bebidas	El hotel como mínimo debe garantizar dentro de sus instalaciones el espacio donde se preste el servicio de desayuno.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.6	Zonas Generales	Tener depósitos para herramientas. Tener cuarto para basuras. Tener un manual de manejo para residuos Tener tanques de combustible (ACPM-GAS) que cumplan con la reglamentación vigente. (Cuando aplique). Tener las redes eléctricas protegidas y que no estén a la vista.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.7	Zonas de Personal	Tener un comedor dotado para el personal de servicio fuera del área de cocina con sus respectivos registros de aseo, limpieza y desinfección. Tener servicio de baños para el personal que labora en el hotel. Tener los siguientes elementos para la prestación del servicio: costo para papeles con tapa, dispensador de toallas, dispensador de jabón, porta rollos de papel, sanitario con aro y tapa, orinal, lavamanos, espejo, gancho fijo para colgar botas y prendas. Tener vestidores separados por género.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.8	Mantenimiento del establecimiento en la 6.1.8.1 Edificio	Tener un programa de mantenimiento preventivo y registros de mantenimiento correctivo que garantice el buen estado de la edificación en las áreas internas y externas.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de
6.1.8.4	Recepción	Tener programas y registros de mantenimiento correctivo y preventivo para el mobiliario de recepción. Mantener las instalaciones, el mobiliario, y activos de operación en buen estado de conservación, esto es sin peladuras, ralladuras, deterioro, entre otros.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.8.5	Habitaciones públicas	Tener los pisos en perfecto estado, es decir sin manchas ni roturas, en caso de tener alfombras estas no deben tener manchas, quemaduras, roturas, entre otros. Tener registros de limpieza y desinfección diarios.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.8.7	Baños de habitaciones	Tener registros de limpieza y desinfección diario.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.8.8	Baños del personal	Tener registros de limpieza y desinfección diario.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.8.9	Alimentos y Bebidas	Tener registros de limpieza diaria de los espacios donde ofrece servicios de alimentos y bebidas.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.1.8.10	Reserva de agua para todo el establecimiento	Realizar el mantenimiento semestral a los tanques de reserva con sus respectivos registros.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
6.2	Accesibilidad de personas con discapacidad	El hotel debe como mínimo: Garantizar que el ingreso a todas las áreas del hotel sean accesibles para personas con discapacidad. Disponer de baños accesibles en las áreas públicas para personas con discapacidad. Garantizar que el ingreso desde el exterior y hasta las habitaciones es accesible. Tener el 2% de las habitaciones accesibles para personas con discapacidad.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos

TOTAL FACTORES DE PLANTA								
REQUISITOS DE PLANTA QUE EL HOTEL DEBE TENER COMO MÍNIMO			ÁREA DE RESPUESTAS			CALIFIC.	OBSERVACIONES	DOCUMENTO QUE VERIFICA EL CUMPLIMIENTO DE CADA UNO DE LOS ÍTEMAS
CÓDIGO	INDICADORES	SI CUMPLE	NO CUMPLE	RESPONSABLE				
6.2	REQUISITOS DE SERVICIO							
6.3.1	Requisitos públicos	Tener las instalaciones de servicio al cliente y al público limpias, higiénicas y ventiladas con sus respectivos registros						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
		Tener las cortinas, persianas o similares, sin manchas, ni roturas. Nota: Se recomienda el uso de telas que tengan incorporados procesos especiales de retardante de flama y que no capture olores.						
		Garantizar que el mecanismo de funcionamiento de las cortinas, persianas o similares estén en perfecto estado, es decir que su apertura o cierre se desarrolle normalmente.						
		Garantizar la ausencia de olores y ruidos por causa del asen, maquinaria, traslado de mercancías o similares.						
6.3.2	Baños públicos	Tener papel higiénico.						
		Tener jabón líquido.						
		Tener toallas de papel.						
6.3.3	Servicio de recepción	Prestar atención continua las 24 (h) horas, en caso de no estar la persona encargada será atendido por otra persona con las mismas características.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
		Evaluar el número de entradas y salidas previstas diariamente, con la suficiente antelación para asegurar la atención al cliente.						
		Dar el trato al cliente de acuerdo con el protocolo de servicio del hotel.						
		Disponer de un listado actualizado de huéspedes.						
		Disponer de un listado actualizado de las actividades que se realicen en el establecimiento. (Cuando aplique).						
		Disponer de información turística actualizada del entorno y la región donde se encuentra ubicado el hotel.						
		Informar al cliente de los servicios que el establecimiento tiene a su disposición (cajas de seguridad, comunicaciones entre otros), y dar las instrucciones de uso precisas.						
		Informar al cliente cuando éste lo requiera, de los puntos de interés, actividades sociales, culturales, de entretenimiento, transporte público, horas de apertura y cierre de los puntos de atracción más comunes y otros servicios de interés turístico existentes en el destino y su área de influencia.						
		Disponer del servicio en recepción o botones para la recolección de mensajes o paquetes dirigidos a los huéspedes del establecimiento y asegurar que éstos lleguen a su destinatario bajo las condiciones de seguridad.						
		Disponer de un mapa local y regional, para mostrar al cliente o visitante la localización del establecimiento.						
6.3.4	Servicio al Cliente 6.3.4.1 Prevención y anticipación de quejas	Conservar los datos históricos personales del huésped de acuerdo con la legislación vigente.						NTSH 006 /2009-08-27 Clasificación de establecimientos de Alojamiento y Hospedaje. Categorización por estrella de Hoteles. Requisitos
		Tener en el lugar de trabajo los medios que permiten comunicarse con el moletero, botones, taxi o similares.						
		Disponer de un sistema interno de atención de quejas y reclamos documentado.						
		Atender las quejas durante la estada del cliente o huésped						
		Tener en consideración los resultados del análisis de quejas e introducir las medidas o cambios oportunos para evitar que se produzcan en el futuro.						
		Dar las aclaraciones al cliente aunque su queja sea debida a una confusión de su parte.						
		Tener los medios para el registro de quejas.						
		Dar al cliente una respuesta y ofrecerle una solución.						
		Evidenciar las acciones tomadas cuando se transmite verbalmente la solución a una queja.						
		Garantizar al cliente que su queja será atendida y se tendrá en cuenta en acciones futuras.						
		Analizar las quejas y hacer seguimiento adecuado de éstas.						
		Analizar las circunstancias especiales (concentraciones de personas debidas a eventos especiales, obras, desperfectos o remodelaciones circunstanciales,...) e informar de ello al cliente, como medida de anticipación a sus quejas.						
		Dejar constancia, desde la recepción, tanto a los turnos siguientes como a otros departamentos, de las características especiales del cliente (edad avanzada, discapacidades,...) o requisitos presentados por el mismo, para evitar cualquier reclamación al respecto.						
Tener indicadores para el análisis de quejas.								
Contar con programas de mejoramiento como resultado del análisis de quejas.								

Anexo 3: Formato para el inventario de atractivos turísticos según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

ANEXO 1. FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICO FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre										
1.2. Departamento				1.3. Municipio						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad										
1.5. Administrador o Propietario										
1.6. Dirección/Ubicación										
1.7. Teléfono/Fax										
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso						
				Terrestre		Acuático		Férreo		Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso										
2. CARÁCTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado										
2.2. Descripción										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD					PUNTAJE					
Estado de Conservación (21)					21					
Constitución del Bien (21)					21					
Representatividad General (28)					28					
Subtotal					70					
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					30					
TOTAL					100					
Diligenciado por							Fecha			

Ilustración 34. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos.

Nota: Creación propia en base al modelo del formato único para elaboración de inventarios turísticos en Colombia según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.