

Corazón Turístico de Boyacá



“DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA CIUDAD DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA”

INFORME CONSOLIDADO

Noviembre de 2015

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





CONTENIDO

1. Un informe de análisis de los atractivos turísticos
2. Un informe de la identificación y análisis de los servicios turísticos
3. Un informe de la actualización de lo más significativo del inventario turístico de la zona producto.
4. Un informe de análisis de la accesibilidad
5. Un informe de análisis de la infraestructura.
6. Un informe de análisis del mercado y entrega del perfil del nicho de mercado al cual se dirigirá el producto.
7. Un informe con los indicadores existente de la demanda y de la investigación de mercados exploratoria realizada en la zona de estudio a gestores y comercializadores.
8. Indicadores de la demanda y de la investigación de mercados.
9. Un Informe de análisis de sostenibilidad ambiental y socio cultural de los productos turísticos identificados.
10. Un documento de conceptualización del producto turístico.
11. La historia de cada atractivo seleccionado para los productos.
12. Un portafolio que incluya el diseño de dos (2) productos turísticos uno de Cultura y otro de Naturaleza.
13. Dos (2) rutas o recorridos turísticos a partir de Tunja y Paipa.
14. El diseño de guiones para apoyar los recorridos.
15. El diseño de cuatro (4) piezas publicitarias y publicidad alternativa BTL.
16. Un informe de talleres de capacitación y socialización con los prestadores de servicios turísticos.
17. Un informe de tres (3) talleres participativos dirigidos a actores locales del turismo.
18. Un informe con los resultados de los talleres de validación.
19. Un informe con los resultados de la socialización del producto.
20. Un documento de producto con ajustes, en un original impreso de dos cd's, debidamente diseñado y diagramado (incluye capítulo para el desarrollo sostenible del producto en sus ámbitos económicos, social y ambiental).

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA





1. UN INFORME DE ANÁLISIS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Diagnóstico del sector turístico del Municipio de Duitama en el departamento de Boyacá- Estado del Arte. ATRACTIVOS TURISTICOS

ANALISIS ENCUESTA IDENTIFICACION DEL ESTADO DEL ARTE DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

1. PRESENTACION:

El presente documento contiene el análisis de la información obtenida en la exploración inicial del estado del Arte de los atractivos turísticos del Municipio de Duitama (Boyacá), que se realizó mediante la aplicación una encuesta a un grupo de 50 personas, conformado por actores del sector turístico de la zona, en representación de hospedajes, agencias de viajes, operadores turísticos, artesanos, escuela de Danzas, entre otros, así como estudiantes Universitarios y funcionarios de la Alcaldía Municipal de Duitama.

La encuesta aplicada se orientó a la evaluación y calificación de cada una de las variables que hacen parte de la construcción y estructuración de los atractivos turísticos del Municipio de Duitama, que fueron identificados por la misma comunidad participante.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Dentro de esta perspectiva, se evaluaron los siguientes aspectos:

- Variables de Exploración:
 - Aspectos relacionados con el atractivo turístico,
 - Aspectos relacionados con accesibilidad,
 - Aspectos relacionados con servicios complementarios
 - Aspectos relacionados con la Seguridad
- Variables de Mercadeo y Ventas
- Aspectos relacionados con el paisajismo y/o elementos naturales
- Aspectos relacionados con la señalización
- Aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos
- Aspectos relacionados con Gastronomía (sólo para algunos atractivos)

2. OBJETIVO:

Identificar el estado del Arte del atractivo turístico, a partir de una exploración inicial con los actores que hacen parte de la actividad turística en la zona.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por los actores que intervienen en actividad turística del Municipio de Duitama, la cual fue diligenciada por un total de 50 personas que asistieron a la convocatoria realizada por la Alcaldía de Duitama, Boyacá.

La aplicación de la Encuesta se efectuó los días 25 y 26 de mayo de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio; y que hacen parte de las actividades turísticas de la zona, como prestadores de servicios, alojamiento, operadores turísticos, artesanos, promotores culturales, comerciantes, estudiantes universitarios y funcionarios de la Secretaría de Industria y Comercio y Turismo del Municipio.

Las personas encuestadas, asistentes al Taller programado por la Alcaldía de DUITAMA, fueron agrupadas a su vez en subgrupos de trabajo entre 6 y 7 personas, con el fin que evaluaran y calificaran de acuerdo a los criterios dados, cada una de las variables objeto del estudio dentro de la exploración inicial de los atractivos turísticos de la zona, para lo cual fueron seleccionados 15 atractivos.

La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información sobre prestadores de servicios turísticos registrados por la Alcaldía de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



4. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DEL ATRACTIVO TURISTICO EN EL MUNICIPIO DE DUITAMA, BOYACA.

Debido a la variedad de atractivos que son considerados turísticos del Municipio de Duitama, tanto por los habitantes de la región como por los turistas, fueron seleccionados 15 de ellos, para ser evaluados y calificados de acuerdo a los criterios dados.

4.1. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO TURISTICO

A continuación se relacionan los atractivos turísticos seleccionados para realizar el estudio de exploración inicial del estado del arte.

Tabla 1. Relación atractivos turísticos

No.	Atractivo Turístico	No.	Atractivo Turístico
1.	Parque el Carmen	9.	Mirador Ruta Frutícola
2.	Parque Los Libertadores	10	Alternativa del Parapente
3.	Centro Regional Artesanal	11.	Sendero Ecológico Pedagógico Buena Vista
4.	Culturama – Instituto de Cultura y Bellas Artes de Duitama	12.	Sendero Andalucía, Páramo de Pan de Azúcar
5.	Cementerio Central Pastoral	13.	Sendero Páramo de la Rusia - Lagunas Encantadas
6.	Pueblito Boyacense	14.	Molino Tundama
7.	Marquesado de Surba y Bonza	15.	Plaza de Toros “Cesar Rincón”
8.	Sendero Ecológico La Zarza		

Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



4.2. EVALUACION Y CALIFICACION DEL ATRACTIVO TURISTICO

Dentro de este componente, se establecieron variables de exploración del producto, relacionados con el atractivos turístico, accesibilidad, Servicios Complementarios, Seguridad; así como otras variables de mercadeo y Ventas, paisajismo y/o elementos naturales, señalización y manejo y disposición de residuos sólidos; con el propósito de obtener por parte de la muestra encuestada, una aproximación de acuerdo al criterio de evaluación y calificación asignado, del estado de estructuración de cada uno de los Atractivos Turísticos evaluados.

Criterios de Calificación de las Variables de Exploración: Se definieron como criterios de calificación para la definición del producto objeto de la presente investigación, los siguientes valores:

Tabla 2. Criterios de Calificación Variables de Exploración

Definido Técnicamente	Definido sin documentación	En construcción	En idea	No existe
5	4	3	2	1



4.2.1. ATRACTIVO No.1: PARQUE EL CARMEN

Descripción del Atractivo Identificado: Se encuentra la Capilla del Carmen, en la parte del costado Norte, y la sede del Palacio Episcopal por el Suroriente. Así mismo se encuentra cerca a la Clínica Tundama de Segundo Nivel, al Colegio La Presentación y conecta con la calle peatonal donde se encuentran las tejedoras de macramé.

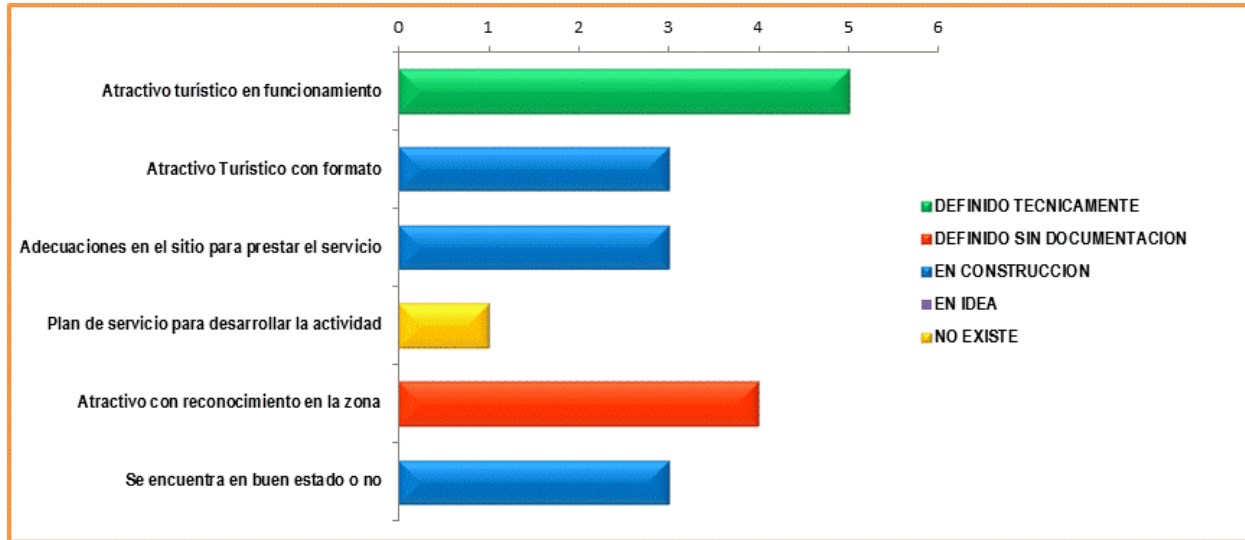
RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “Parque El Carmen”:

Tabla 3. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico “Parque El Carmen”

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	3
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	3
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	1
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	4
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	3

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red Turística



Gráfica 1. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico “Parque El Carmen”

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El Atractivo Turístico “PARQUE EL CARMEN” se encuentra en funcionamiento, definido técnicamente y cuenta con reconocimiento en la zona, aunque no está documentado; y en consecuencia tanto el formato del atractivo y las adecuaciones del sitio para prestar el servicio, se encuentran en fase de construcción, además de carecer de planes de servicio para el desarrollo de la actividad turística.

En este sentido, y pese a que varios aspectos evaluados se encuentran en construcción o no existen, la evaluación del atractivo evidencia que posee características propias que lo convierten en un atractivo potencial del Municipio de Duitama, para lo cual se debe mejorar o incorporar los aspectos de formato y planes de servicio con el fin de documentarlo y brindar condiciones óptimas a los visitantes.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





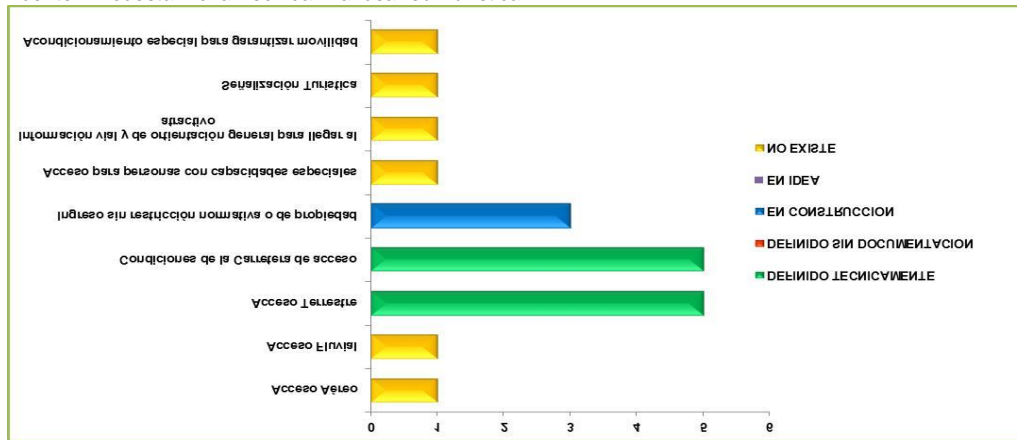
b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 4. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	3
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	1
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	1
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	1

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa red Turística



Gráfica 2. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

La accesibilidad al atractivo turístico “PARQUE EL CARMEN”, únicamente se hace por vía terrestre, por cuanto no existe aeropuerto en la zona ni vías fluviales aptas para la navegabilidad; lo cual es confirmado con las condiciones aptas de carretera de acceso, teniendo en cuenta que el Municipio de Duitama está ubicado estratégicamente sobre las vías interdepartamentales que unen a Bogotá con el Departamento de Boyacá, y éste a su vez, con el Departamento del Casanare y Santander. Sin embargo, no se cuenta o no existe las adecuaciones necesarias para garantizar el acceso de personas con capacidades especiales al atractivo turístico, como tampoco se posee información vial y de orientación general para llegar al sitio, menos aún de señalización turística y acondicionamiento especial para garantizar la movilidad, lo que dificulta la orientación de los turistas para acceder al atractivo turístico.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

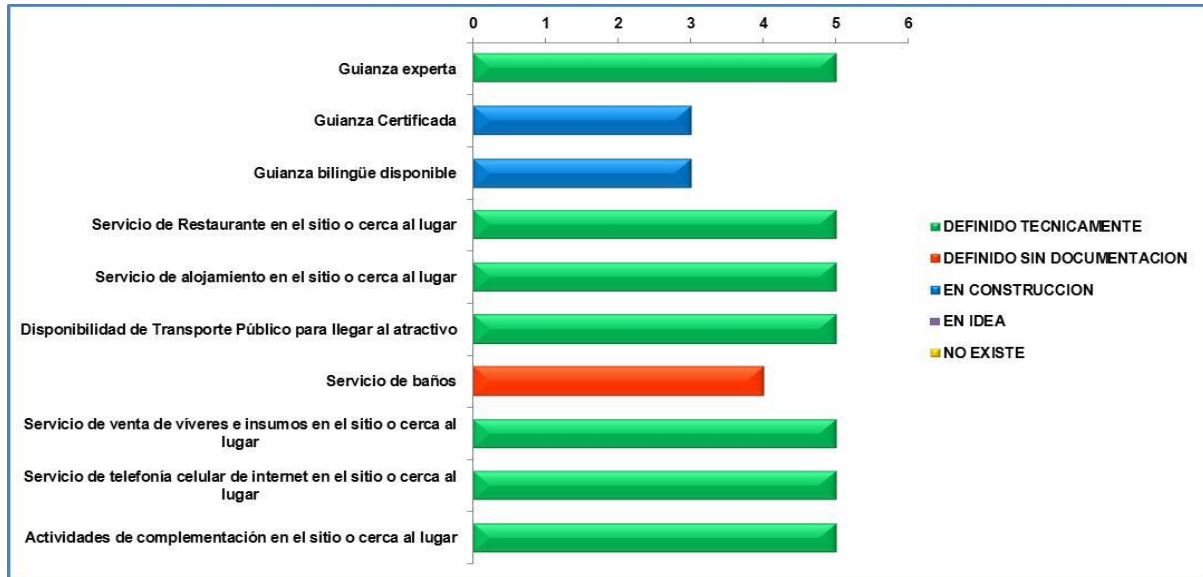
Tabla 5. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	4
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red Turística.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 3. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

ANALISIS E INTERPRETACION:

La evaluación realizada al atractivo turístico, en cuanto a los aspectos de servicios complementarios, evidencia que posee importantes fortalezas, que se convierten en factores importantes para los turistas, como lo son la guianza experta y los servicios de restaurante, alojamiento, transporte público disponible, servicio de ventas de víveres e insumos así como telefonía celular e internet, brindando con ello, comodidad y satisfacción al turista. De igual forma, contar con actividades complementarias en el sitio o cerca al lugar, en este caso, la cercanía de la Capilla de Nuestra Señora del Carmen, permite que los turistas, no solo disfruten del atractivo turístico sino que visiten este sitio religioso.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





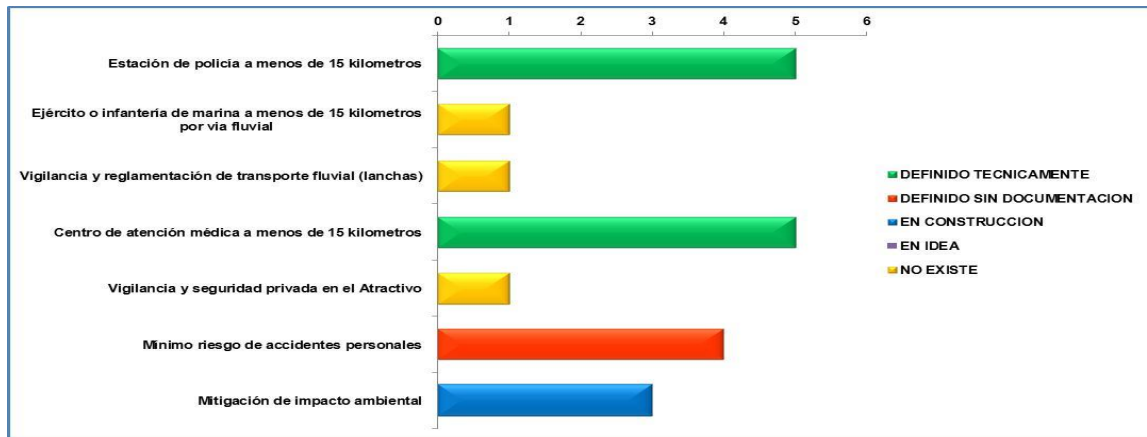
d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 6. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	4
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	3

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística.



Gráfica 4. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad



ANALISIS E INTERPRETACION:

En materia de seguridad, y teniendo en cuenta que el atractivo se encuentran dentro del casco urbano del Municipio de Duitama, cuenta con una estación de policía, así como también un Centro médico a menos de 15 kilómetros de donde se encuentra ubicado el atractivo turístico, por lo tanto estos aspectos garantizan la seguridad por parte de la autoridad policial y médica para la atención a los turistas en caso de requerirla. Debido a que no se cuenta con acceso por vía fluvial, el aspecto de Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas) no es un factor relevante para el análisis del atractivo; sin embargo ante la ausencia de vigilancia y seguridad privada en el atractivo, se hace necesario mejorar este aspecto, que proporcionará más confianza al turista como también el cuidado y protección de los elementos que conforman el atractivo turístico. Respecto a la mitigación de Impacto ambiental, el cual se encuentra en construcción, es importante implementar y promocionar la cultura de la conservación de los atractivos turísticos, más aún cuando parte de los elementos del mismo, están conformados por especies de flora, principalmente.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





e. Variables de Mercadeo y Ventas:

RESULTADOS:

Tabla 7. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	NO
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	NO
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	NO
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro -Cuál?	NO

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con la evaluación realizada con respecto a las Variables de Mercadeo y Ventas, se observa que las actividades de comercialización del atractivo turístico solo se hacen a través de la venta por referenciación y voz a voz y la promoción que se realizan de los servicios directamente a los visitantes. Las actividades de mercadeo y ventas del atractivo turístico se basan en las relaciones interpersonales y experiencias construidas en el desarrollo de la actividad turística local, de este modo la promoción se da a través de la referenciación y el voz a voz, y directamente con los visitantes de la región,

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización y el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 8. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	No tiene paisajismo
Aspectos Relacionados con la Señalización	No existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Mal Manejo

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANÁLISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales del atractivo turístico, fue evaluado como No tiene. De igual forma, ante el aspecto de Señalización, tampoco existe, lo que sumado al mal manejo y disposición de residuos sólidos; evidencia la ausencia de condiciones importantes para adecuar y promocionar el atractivo dentro de los sitios de interés a visitar por parte de los turistas, en el municipio de Duitama.

PRODUCTO TURÍSTICO DUITAMA-BOYACA



4.2.2. ATRACTIVO TURISTICO No.2: PARQUE LOS LIBERTADORES

Descripción del Producto Identificado: Se encuentra en el centro de la ciudad y dentro de la misma se ubica la Catedral de San Lorenzo y el árbol emblema de la ciudad: La Cedrela y el edificio administrativo (Alcaldía) y CRA.

RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “Parque Los Libertadores”:

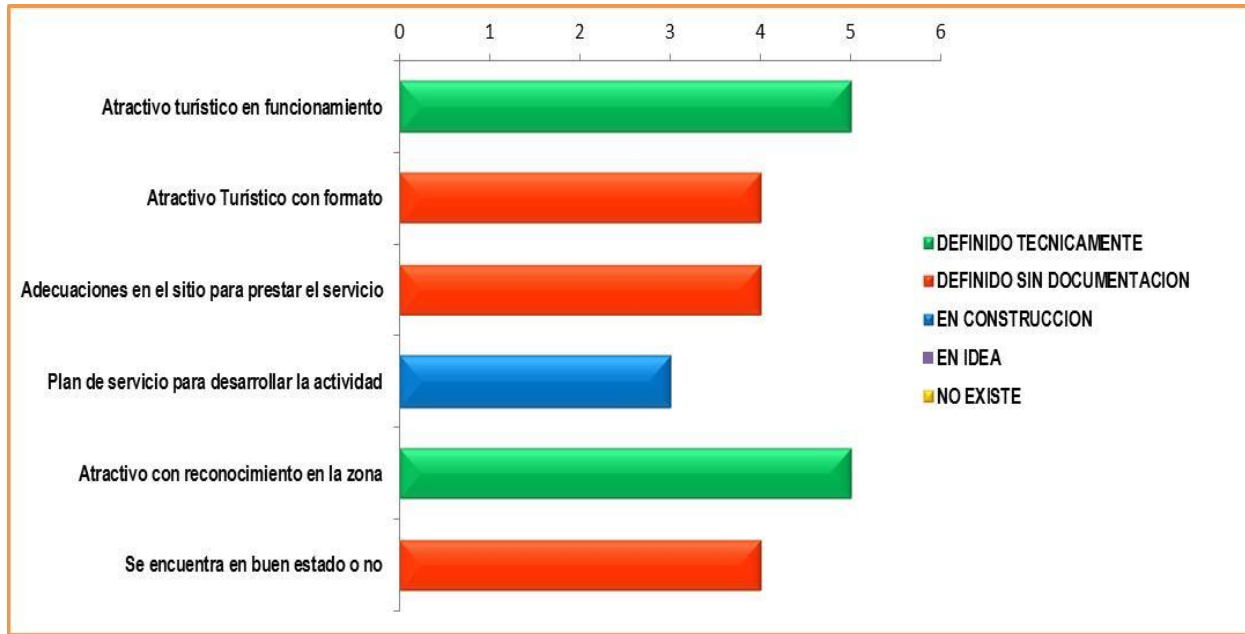
Tabla 9. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	4
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	4
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	3
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	4

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística



Gráfica 5. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El Atractivo Turístico “PARQUE LOS LIBERTADORES” se encuentra en funcionamiento y goza de reconocimiento en la zona, al igual que cuenta con formato aunque sin documentar, como también de adecuaciones del sitio para prestar el servicio, y se encuentra en buen estado. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la evaluación de este atractivo turístico, genera como



resultado una buena calificación debido a que tiene los elementos y características que contribuyen a darle valor al sitio y convertirlo en una excelente alternativa de interés turístico para los visitantes.

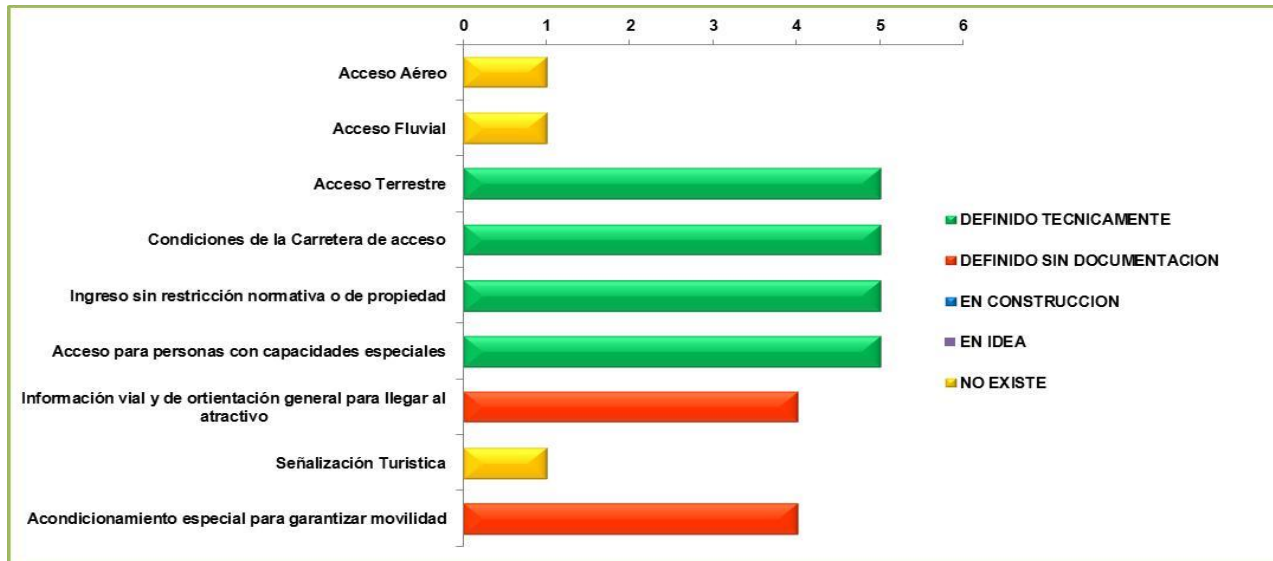
b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 10. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	4
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	4

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística



Gráfica 6. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

La accesibilidad al atractivo turístico “PARQUE LOS LIBERTADORES”, se hace por vía terrestre; contando con buenas condiciones de carretera de acceso, así como también posee las adecuaciones necesarias que permiten el fácil acceso de las personas con capacidades especiales al sitio. Adicionalmente, se cuenta con información vial y de orientación general para llegar al sitio, y el acondicionamiento especial para garantizar la movilidad; sin embargo no existe la Señalización Turística en el sitio. Pese a este último factor, el atractivo turístico goza de muy buenas condiciones que garantizan la accesibilidad al atractivo turístico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



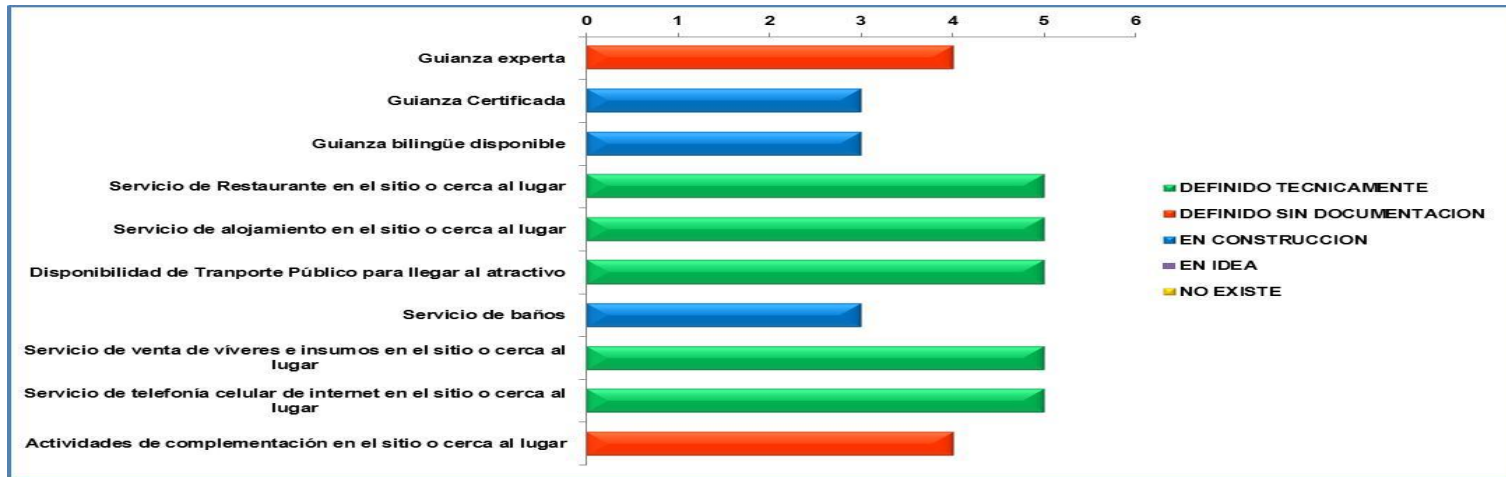


**c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:
RESULTADOS:**

Tabla 11. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	4
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	3
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	4

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. NAKUSA Red turística



Gráfica 7. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico del “**PARQUE LOS LIBERTADORES**”, ofrece cierta comodidad a los turistas, por poseer dentro de su ubicación o zona de influencia, los servicios complementarios de restaurante, alojamiento, disponibilidad de transporte público, establecimientos comerciales de venta de víveres e insumos y servicio de telefonía celular e internet. Así mismo, cuenta con el servicio de guianza experta y con actividades de complementación cerca al lugar, como lo es la Catedral de San Lorenzo, y la cercanía de las entidades público administrativas del municipio de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

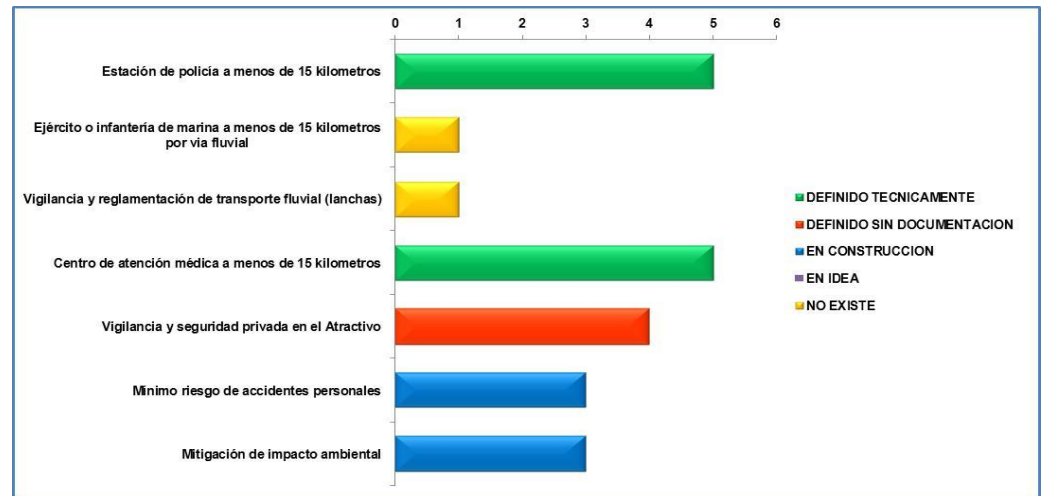


Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 12. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	4
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	3



Gráfica 8. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

ANALISIS E INTERPRETACION:

Respecto a los aspectos relacionados con la Seguridad, el Atractivo Turístico “PARQUE LOS LIBERTADORES”, cuenta con una estación de policía y un Centro Médico a menos de 15 kilómetros, lo cual brinda confianza a los turistas para acudir a visitar el sitio y en caso de requerirse, tener la atención por parte de la autoridad de policía y médica. Sin embargo, tanto los turistas como los



elementos que hacen parte del atractivo, no cuentan con algún tipo de vigilancia privada, aspecto que proporcionaría mayor seguridad dentro del sitio. Respecto a la mitigación de Impacto ambiental, el cual se encuentra en construcción, es importante implementar y promocionar la cultura de la conservación de los atractivos turísticos y buenas prácticas ambientales, más aún cuando parte de los elementos del mismo, están conformados por especies importantes de flora.

d. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 13. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	NO
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	SI
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro - Cuál?	NO

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico



ANALISIS E INTERPRETACION:

Se promociona el atractivo turístico a través de Operadores y Agencias, así como a los visitantes directamente, empleando el sistema de referenciación y de voz a voz. Igualmente se indica que se comercializa con actividades a nivel nacional.

Las actividades de mercadeo y ventas del atractivo turístico de acuerdo a los resultados obtenidos, son promocionadas ampliamente, tanto a nivel local a través de mercadeo directo a los turistas, y el empleo de técnicas de la referenciación y el voz a voz; y a nivel nacional, a través de operadores turísticos y de Agencias de Viaje.

- e. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización y el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 14. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Elementos culturales alrededor del atractivo como la Catedral
Aspectos Relacionados con la Señalización	No existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el atractivo turístico cuenta con elementos culturales alrededor del sitio, que igualmente pueden ser considerados elementos arquitectónicos y/o arte religioso, toda vez que se cuenta con la ubicación cerca del sitio de la Catedral de San Lorenzo.

En cuanto a la Señalización se indica que no existe, mientras que se evaluó el atractivo como si tiene manejo y disposición de residuos sólidos. El aspecto a mejorar por consiguiente es la implementación de la Señalización turística que informe y oriente tanto a propios como a visitantes sobre el atractivo turístico.

4.2.3. ATRACTIVO TURISTICO No.3: CENTRO REGIONAL ARTESANAL

Descripción del Producto Identificado: Se ubica dentro de la plaza de los libertadores al costado derecho de la catedral de san Lorenzo. Es el lugar donde los Artesanos exponen sus productos para la venta, como tejidos en macramé, lana, cuero, madera y manualidad en reciclaje.

RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico Centro Regional Artesanal:

Tabla 15. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

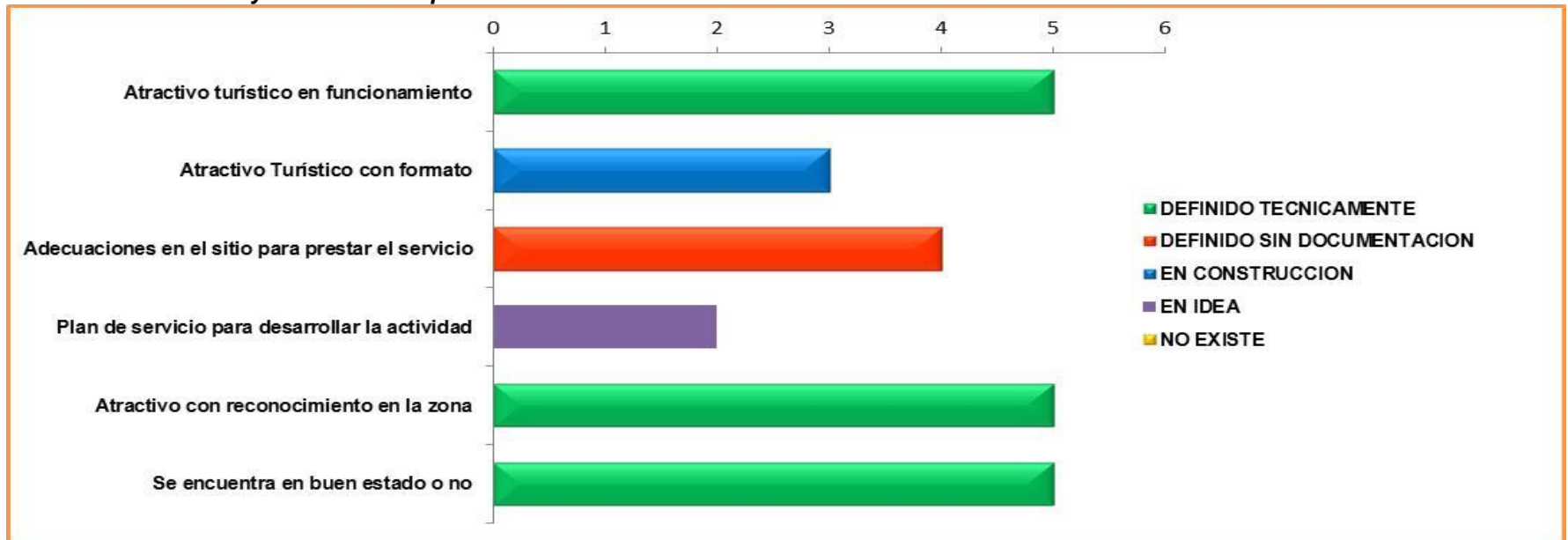
1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo Turístico en funcionamiento	5



1.2.	Atractivo Turístico con formato	3
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	4
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	2
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

Fuente: Encuesta Ficha Técnica.
Nakusa Red Turística

Gráfica 9. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo Turístico “CENTRO REGIONAL ARTESANAL” se encuentra en funcionamiento, como también cuenta con reconocimiento en la zona y se encuentra en buen estado, sumado a que posee las adecuaciones en el sitio para brindar el servicio, aunque sin documentar. .El aspecto a mejorar es la implementación del Plan de Servicios para desarrollar la actividad, toda vez que este atractivo se convierte en punto de llegada de turistas que desean apreciar y adquirir las artesanías típicas de la región, factor que convierte este sitio en un importante escenario para la promoción y el desarrollo artesanal del Municipio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

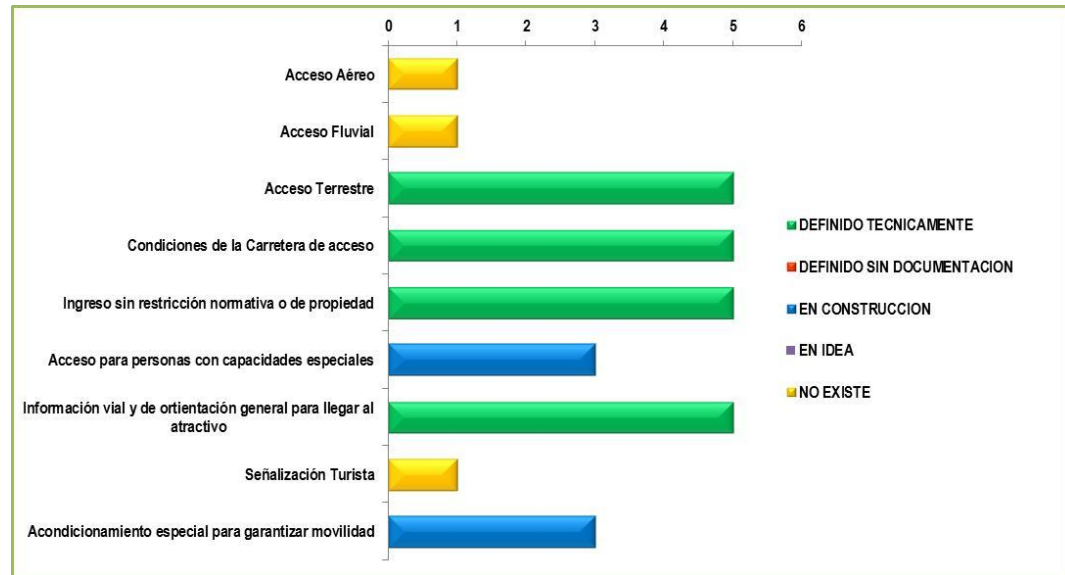


b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 16. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	3
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	5
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	3



Gráfica 10. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

La accesibilidad al atractivo turístico “CENTRO REGIONAL ARTESANAL”, se hace por vía terrestre; para lo cual se cuenta en buenas condiciones con carreteras de acceso, acompañada de información vial y de orientación general para llegar al sitio,



facilitando acceso de los turistas. No obstante el acceso a personas con capacidades especiales no se encuentra lo suficientemente adecuada lo que restringe la visita al sitio por parte de esta población. Así mismo, y teniendo en cuenta las actividades desarrolladas en el atractivo, se hace necesario implementar la señalización turística en el sitio.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 17. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	5
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5



Gráfica 11. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

Corazón Turístico de Boyacá



ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico del “**CENTRO REGIONAL ARTESANAL**”, Posee la ventaja en cuanto a su ubicación, garantizando la accesibilidad a servicios complementarios por parte de los turistas, como restaurante, alojamiento, servicio de baños, disponibilidad de transporte público, establecimientos comerciales de venta de víveres e insumos y servicio de telefonía celular e internet. De igual forma se cuenta con el servicio de guianza experta y de actividades de complementación cerca al lugar, por tratarse de un sitio ubicado en el Edificio de la Alcaldía en la parte céntrica del Municipio de Duitama, lo que favorece a los visitantes realizar otras actividades.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



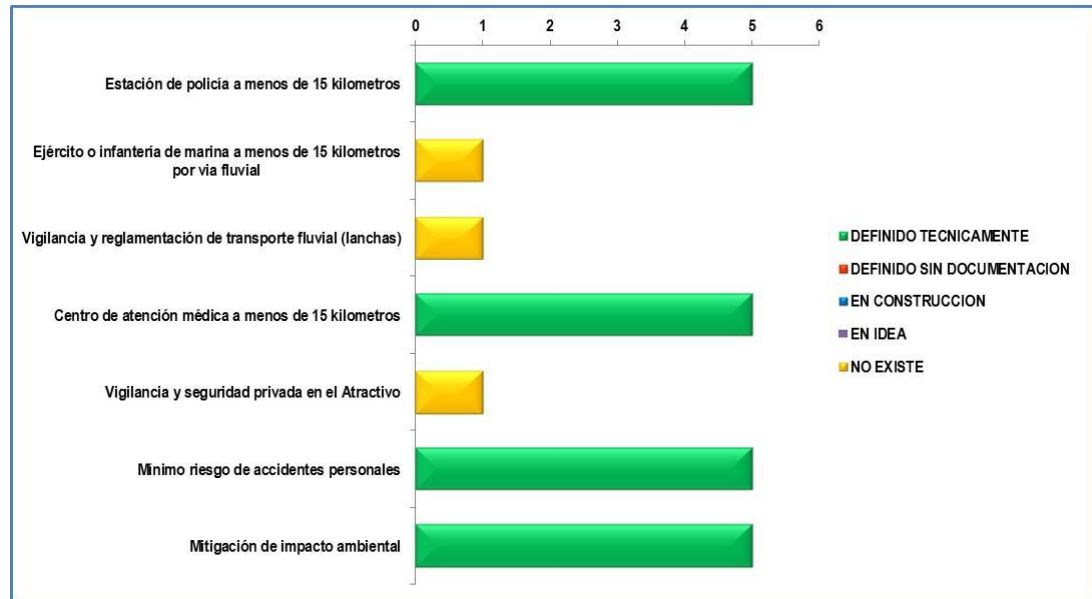


d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 18. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	5



Gráfica 12. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red Turística



ANALISIS E INTERPRETACION:

Respecto a los aspectos relacionados con la Seguridad, el Atractivo Turístico “CENTRO REGIONAL ARTESANAL”, cuenta con los elementos necesarios como una estación de policía y un Centro Médico a menos de 15 kilómetros; para brindar confianza a los turistas y garantizarles una estadía segura en el sitio. No obstante, carece de Vigilancia y Seguridad Privada en el Atractivo, factor importante que fortalece el aspecto de seguridad en el sitio, tanto para los visitantes y propios, así como de los elementos que hacen parte del atractivo turístico.

e. VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS:

RESULTADOS:

Tabla 19. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	NO
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	SI
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro -Cuál?	NO

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION:

Los resultados de la consulta acerca de las Variables de Mercadeo y Ventas, fueron los siguientes:

Se promociona el atractivo turístico a través de Operadores y Agencias, así como a los visitantes directamente, empleando el sistema de referenciación y de voz a voz. Igualmente se indica que se comercializa con actividades a nivel nacional. Las actividades de mercadeo y ventas del atractivo turístico de acuerdo a los resultados obtenidos, son promocionadas ampliamente, tanto a nivel local a través de mercadeo directo a los turistas, y el empleo de técnicas de la referenciación y el voz a voz; y a nivel nacional, a través de operadores turísticos y de Agencias de Viaje, toda vez que el atractivo posee elementos de gran interés para los visitantes como es la exposición y venta de artesanías típicas de la región.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización y el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 20. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	No existe
Aspectos Relacionados con la Señalización	No existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el atractivo turístico no posee estos elementos, por cuanto se trata de una edificación adecuada para la exposición de Artesanías a manera de local. Así mismo y en concordancia con los resultados de la encuesta aplicada, tampoco existe la Señalización, lo cual es un elemento importante para la orientación e información turística del visitante.

En cuanto a los aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos, si existen en el atractivo, lo cual responde al cumplimiento de la normatividad sobre el tema y una mejor presentación del atractivo para el turista.

4.2.4. ATRACTIVO TURISTICO No.4: CULTURAMA – INSTITUTO DE CULTURA Y BELLAS ARTES DE DUITAMA

Descripción del Producto Identificado: Ubicado en el casco urbano del Municipio de Duitama, fue la casa de Zenón Solano Ricaurte en 1864, primer plantel educativo para varones, actualmente funciona el Instituto de Cultura y Bellas Artes, entidad pública donde imparten formación cultural (música, danza, instrumentos, artes plásticas, entre otros).

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

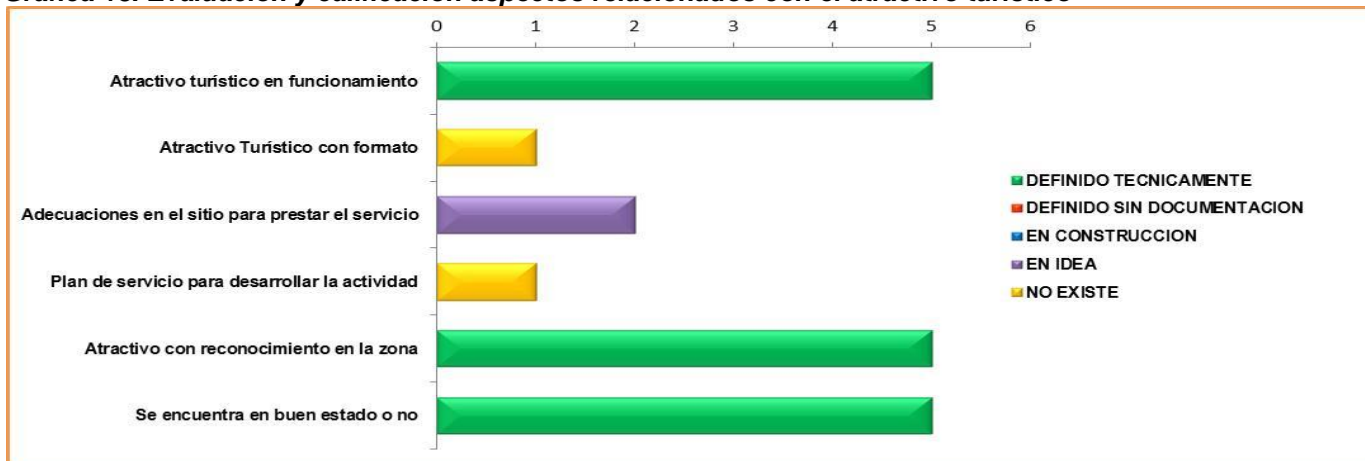
a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico Culturama:

Tabla 21. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	1
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	2
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	1
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 13. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El Atractivo Turístico “CULTURAMA” se encuentra en funcionamiento, como también cuenta con reconocimiento en la zona y se encuentra en buen estado; sin embargo carece de formato y de un Plan de Servicios para el desarrollo de la actividad turística, y de las adecuaciones en el sitio para brindar dicho servicio. Los anteriores aspectos deben ser mejorados o implementados, con el propósito de garantizar un atractivo turístico cultural sostenible y competitivo.

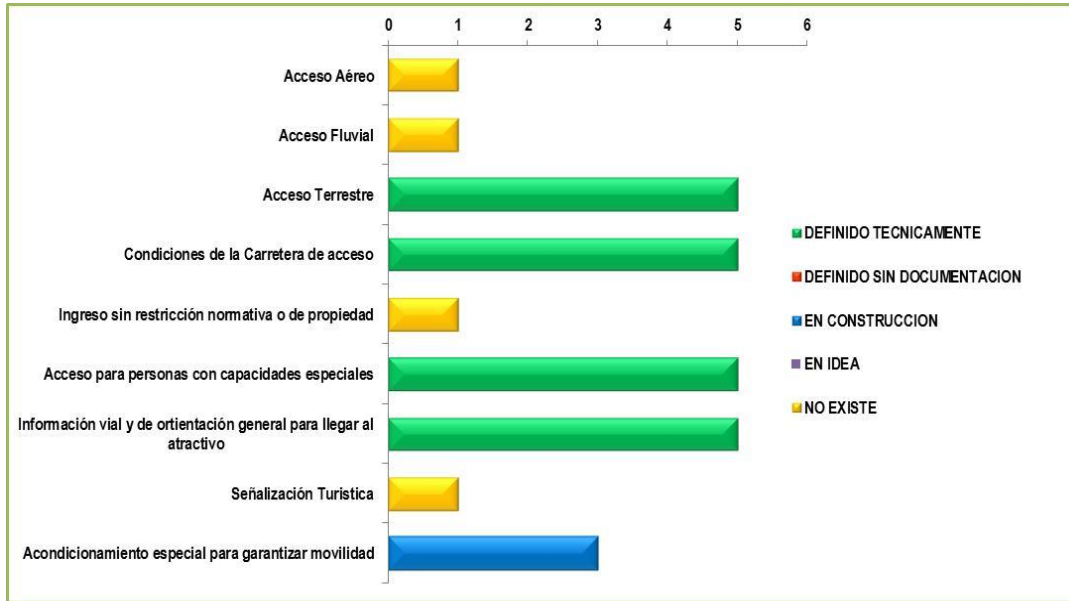
b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 22. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	1
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	5
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	3

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red Turística



Gráfica 14. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

La accesibilidad al atractivo turístico “CULTURAMA”, se hace por vía terrestre; para lo cual se cuenta en buenas condiciones de carreteras de acceso, acompañada de información vial y de orientación general para llegar al sitio; facilitando el acceso de las personas con capacidades especiales y de los turistas en general. Sin embargo, aspectos como la señalización turística bajan la calidad de información y orientación del turista con respecto al atractivo turístico, por lo cual se debe implementar este elemento.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



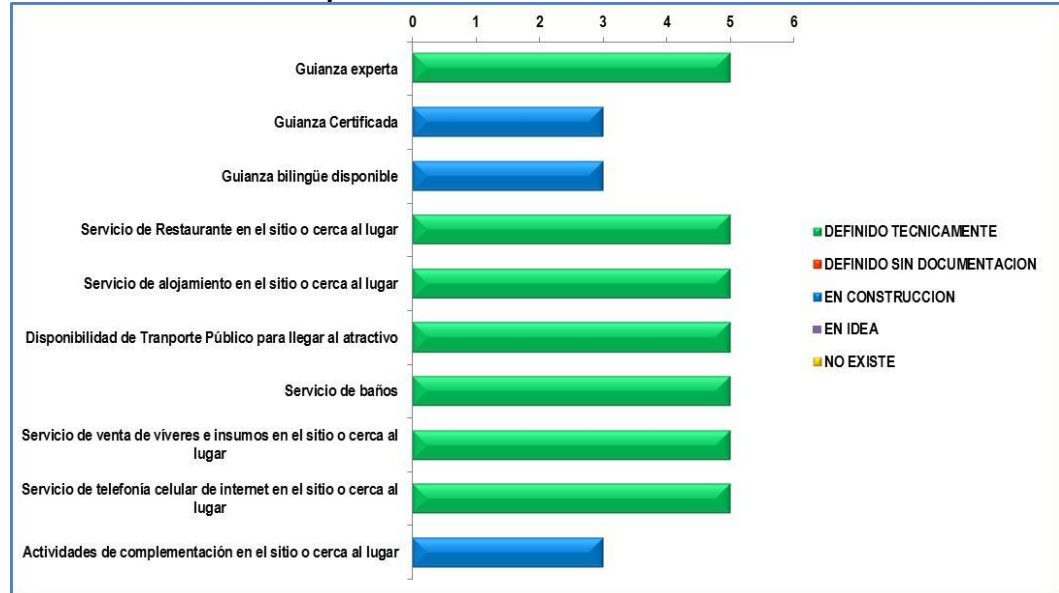


c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 23. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	5
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	3



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red Turística

Gráfica 15. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios



ANALISIS E INTERPRETACION:

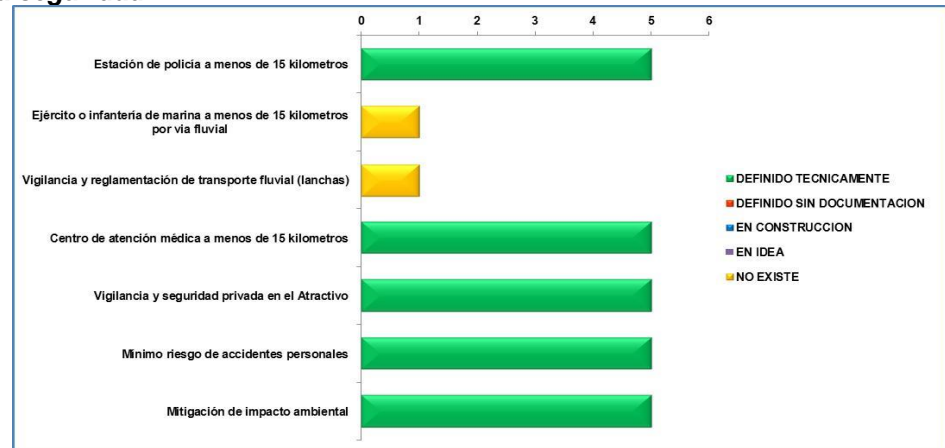
El atractivo turístico de “**CULTURAMA**”, por encontrarse dentro del casco urbano de la población, les brinda a los turistas la comodidad de contar cerca con servicios complementarios como restaurante, alojamiento, servicio de baños, disponibilidad de transporte público, establecimientos comerciales de venta de víveres e insumos y servicio de telefonía celular e internet. En cuanto a las actividades de complementación cerca al lugar, se cuenta con otro atractivo turístico que es el Molino Tundama, sin embargo debido al estado de su infraestructura no permite que se desarrolle actualmente una actividad complementaria.

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 24. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	5
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	5



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red Turística

Gráfica 16. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad



ANALISIS E INTERPRETACION:

Todos los aspectos relacionados con la seguridad, fueron evaluados como “Definidos Técnicamente”, a excepción de la ubicación **Ejercito o Infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial y Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)**. El atractivo Turístico “CULTURAMA”, cuenta con todas las condiciones de seguridad necesarios para garantizar una mejor estadía de los turistas, por cuanto se cuenta con la Estación de policía y un centro médico a menos de 15 Kilómetros, vigilancia y seguridad privada en el atractivo, así como se prevén las medidas para minimizar los riesgos de accidentes personales y de mitigación del impacto ambiental.

e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 25. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	SI
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	
5.1.6.	Otro - Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con la evaluación realizada al atractivo turístico, se evidencia que no se hacen actividades de mercadeo y comercialización, como tampoco de ninguna se utiliza otra estrategia comercial y de promoción turística. La ausencia de Actividades comerciales y de mercadeo repercute directamente en la promoción del atractivo turístico, a pesar que éste cuenta con adecuados medios de accesibilidad, excelentes servicios complementarios y brinda las condiciones de seguridad suficientes para la tranquilidad del turista o visitante.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización y el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 26. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Existencia Caseta de Postobón que rompe con la Arquitectura del Sitio
Aspectos Relacionados con la Señalización	Existe Señalización en el Atractivo turístico, para para llega al sitio no existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, se ve afectada por la existencia de una caseta de postobón que rompe con el paisaje arquitectónico de la zona. De otra parte, si existe la señalización dentro del atractivo turístico, pero se resalta el hecho que no está implementado para poder llegar al atractivo.

En cuanto a los aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos, si existen en el atractivo, lo cual responde al cumplimiento de la normatividad sobre el tema y una mejor presentación del atractivo para el turista.

4.2.5. ATRACTIVO TURISTICO No.5: CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL

Descripción del Producto Identificado: Cementerio catalogado como parque museo, descrito como uno de los más hermosos de Boyacá, la tumba más antigua data de 200 años atrás, posee una escultura tomada del apocalipsis, de San Miguel Arcángel.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico Cementerio Central Pastoral:

Tabla 27. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	2
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	2
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	4
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

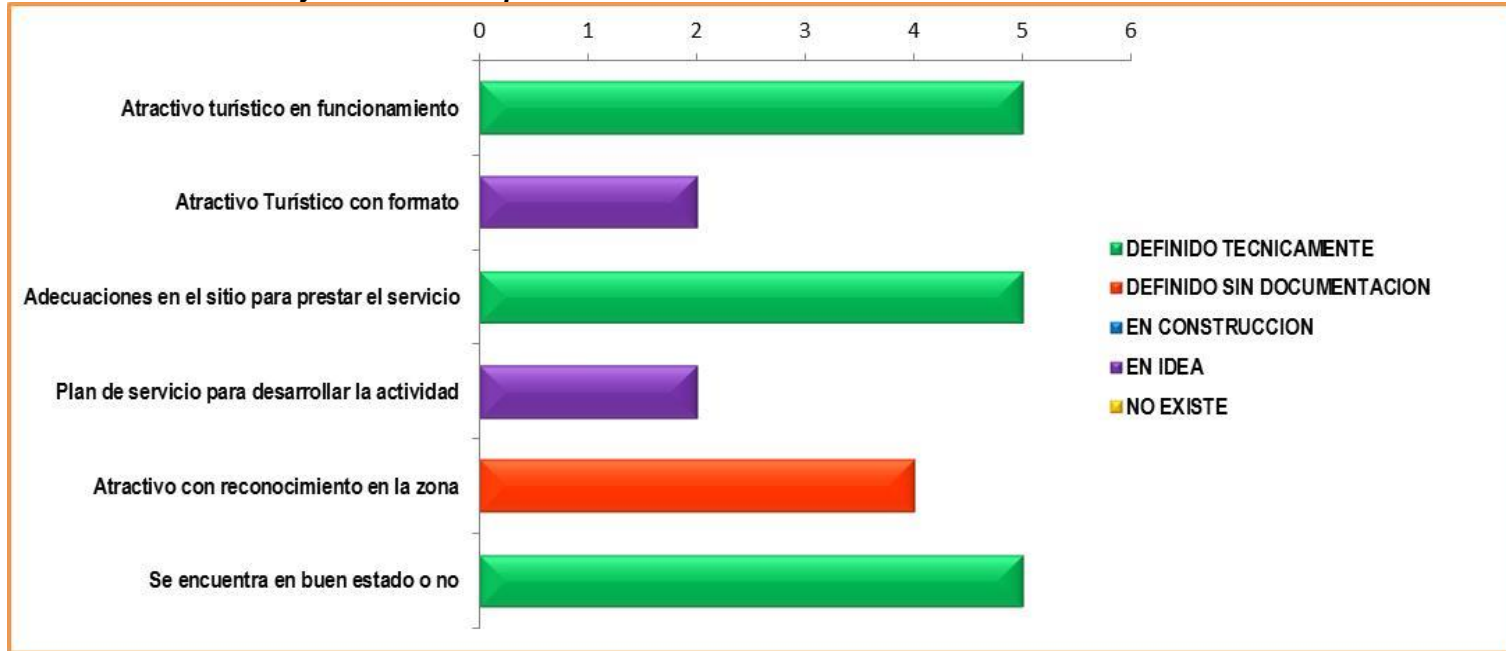
Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 17. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo Turístico “CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL” se encuentra en funcionamiento, como también tiene reconocimiento en la zona pero sin estar documentado y se encuentra en buen estado, además cuenta con las adecuaciones en el sitio para brindar el servicio; sin embargo carece de formato y de un Plan de Servicios para el desarrollo de la actividad turística. Los anteriores aspectos deben ser mejorados o implementados, con el propósito de garantizar el desarrollo de este atractivo patrimonial religioso.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





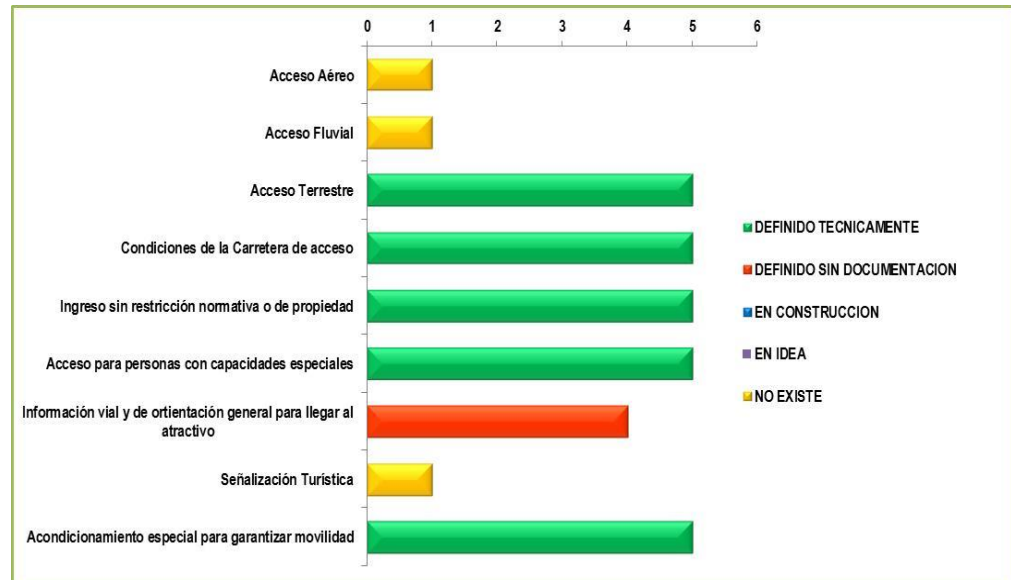
b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 28. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	4
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	5

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa red turística



Gráfica 18. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

La accesibilidad al atractivo turístico “CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL”, se hace por vía terrestre; para lo cual se cuenta carreteras de acceso en buenas condiciones, el ingreso no tiene restricciones normativas o de propiedad, y además posee el acondicionamiento para el acceso de las personas con capacidades especiales y garantizar la movilidad. Igualmente se cuenta con información vial y de orientación general para llegar al sitio, pero no se encuentra documentado. En contraste como elemento común ausente en algunos atractivos turísticos es la Señalización Turística, la cual tiene como propósito orientar al turista sobre el sitio o atractivo de interés.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 29. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	5
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	1

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 19. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico del “**CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL**”, les brinda a los turistas la comodidad de contar cerca con servicios complementarios como restaurante, alojamiento, servicio de baños, disponibilidad de transporte público, establecimientos comerciales de venta de víveres e insumos y servicio de telefonía celular e internet. En cuanto al servicio de guianza, se cuenta con

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Guianza experta, pero no se dispone de guianza certificada y bilingüe, por encontrarse en fase de “Construcción”. Respecto a las actividades de complementación cerca al lugar, no se cuenta con ninguna.

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

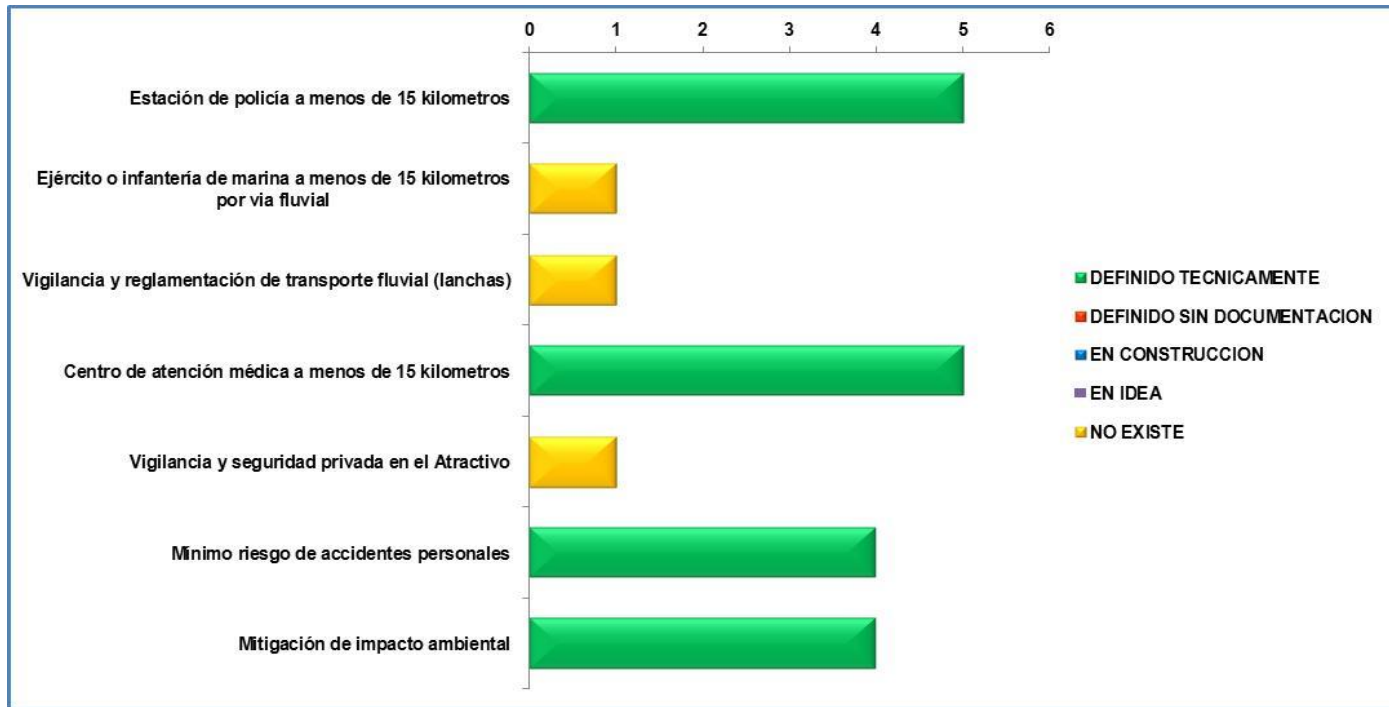
RESULTADOS:

Tabla 30. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	4
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	4

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

Gráfica 20. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad



ANALISIS E INTERPRETACION:

Todos los aspectos relacionados con la seguridad, fueron evaluados como “Definidos Técnicamente”, a excepción de la ubicación **Ejercito o Infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial** y **Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)**. El atractivo Turístico “CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL”, cuenta con todas las condiciones de seguridad necesarios

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Para garantizar una mejor estadía de los turistas, por cuanto se puede encontrar la Estación de policía y un centro médico a menos de 15 Kilómetros, vigilancia y seguridad privada en el atractivo, así como se prevén las medidas para minimizar los riesgos de accidentes personales y de mitigación del impacto ambiental.

VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS:

RESULTADOS:

Tabla 31. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	SI
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	
5.1.6.	Otro - Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS, INTERPRETACION:

De acuerdo con la evaluación realizada al atractivo turístico, se evidencia que no se hacen actividades de mercadeo y comercialización, como tampoco se emplea ninguna otra estrategia comercial y de promoción turística.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



CONCLUSIONES:

La ausencia de Actividades comerciales y de mercadeo repercute directamente en la promoción del atractivo turístico, a pesar que éste cuenta con adecuados medios de accesibilidad, excelentes servicios complementarios y brinda las condiciones de seguridad suficientes para la tranquilidad del turista o visitante.

- e. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización y el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 32. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Si existe paisaje Religioso y cultural
Aspectos Relacionados con la Señalización	Existe Señalización en el Atractivo turístico, pera para llegar al sitio no existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, este atractivo cuenta con elementos religiosos y culturales que conforman el paisaje. De otra parte, existe la señalización dentro del atractivo turístico, pero se resalta el hecho que no está implementado en las zonas externas del atractivo que permitan llegar a él.

En cuanto a los aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos, si existen en el sitio, lo cual responde al cumplimiento de la normatividad sobre el tema y una mejor presentación del atractivo para el turista.

4.2.6. ATRACTIVO TURISTICO No.6: PUEBLITO BOYACENSE

Descripción del Producto Identificado: Es un barrio del Municipio de Duitama, cuenta con cerca de 100 casas distribuidas en 7 cuadras, cada una de las cuales representa los municipios de Villa de Leyva, Tibasosa, Tensa, El Cocuy, Sáchica, Monquirá y Ráquira, que fueron los primeros ganadores del Concurso del pueblito más bonito de Boyacá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “PUEBLITO BOYACENSE”:

Tabla 33. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	5
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

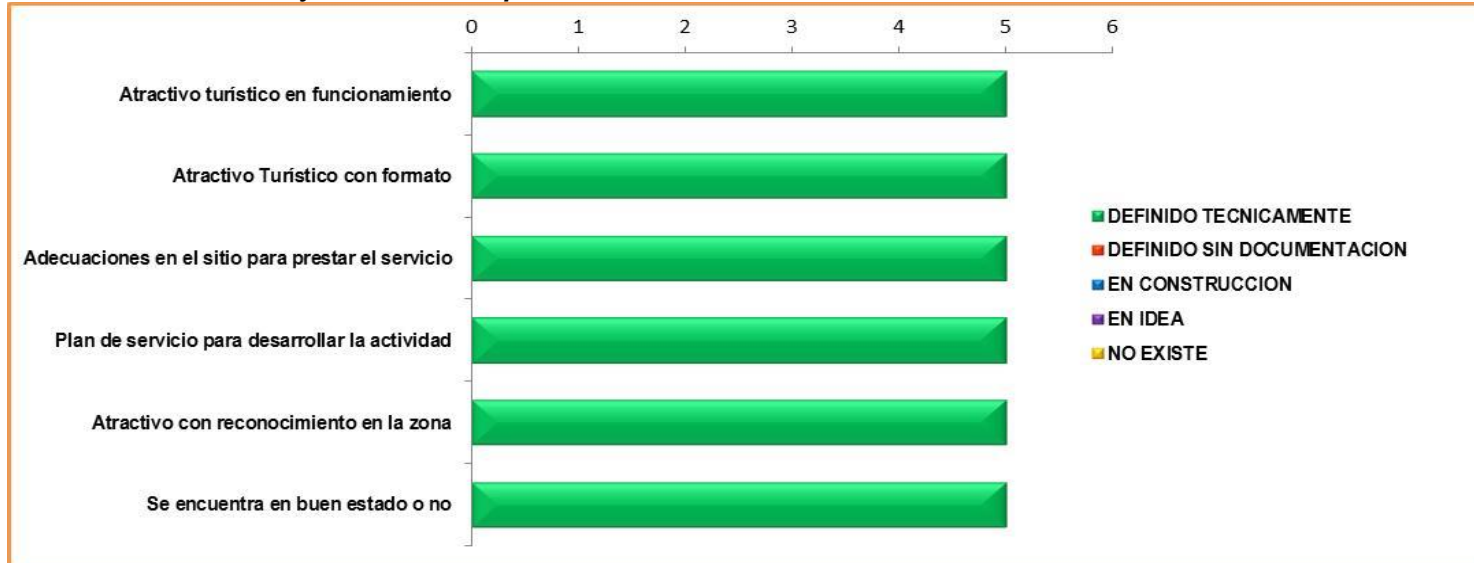
Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 21. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION

El atractivo turístico “PUEBLITO BOYACENSE”, fue evaluado como “Definido Técnicamente”, en todos los seis (6) aspectos relacionados con el mismo atractivo así: Atractivo turístico **en funcionamiento, con formato, Adecuaciones** en el sitio para prestar el servicio, **Plan de servicios** para desarrollar la actividad, atractivo con **reconocimiento en la zona** y si éste **se encuentra en buen estado o no**. De acuerdo con los resultados obtenidos en la evaluación y calificación de los aspectos relacionados con el atractivo, se evidencia que “EL PUEBLITO BOYACENSE”, es un atractivo estructurado que se encuentra en funcionamiento, con

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



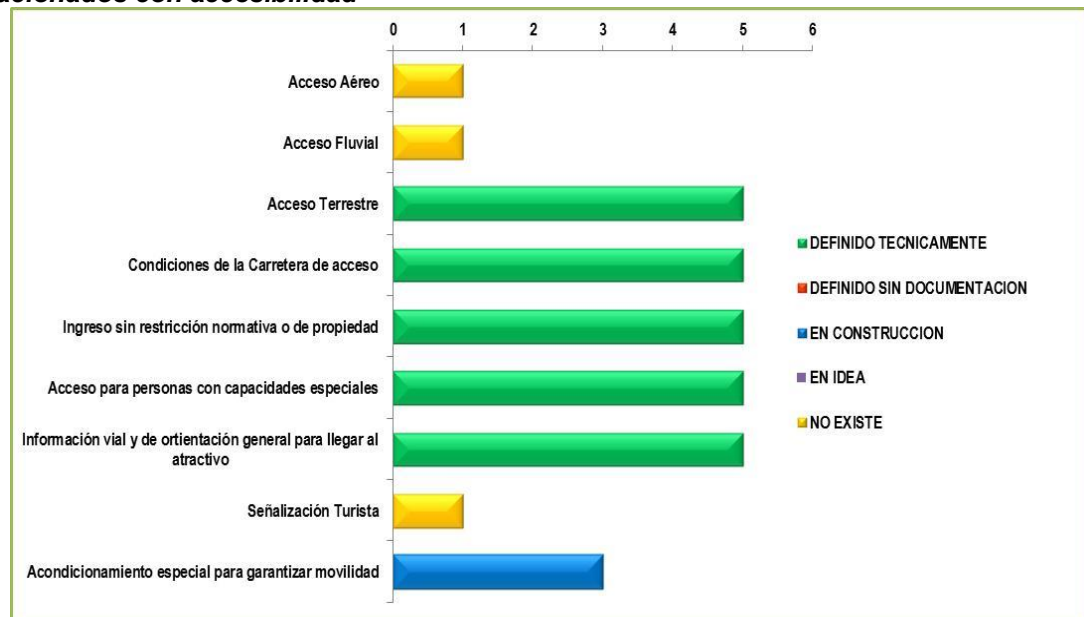
formato, que cuenta con un amplio e importante reconocimiento en la zona; además de tener un plan de servicios para el desarrollo de la actividad y las adecuaciones en el sitio para brindar el servicio.

b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 34. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	5
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	3



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 22. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

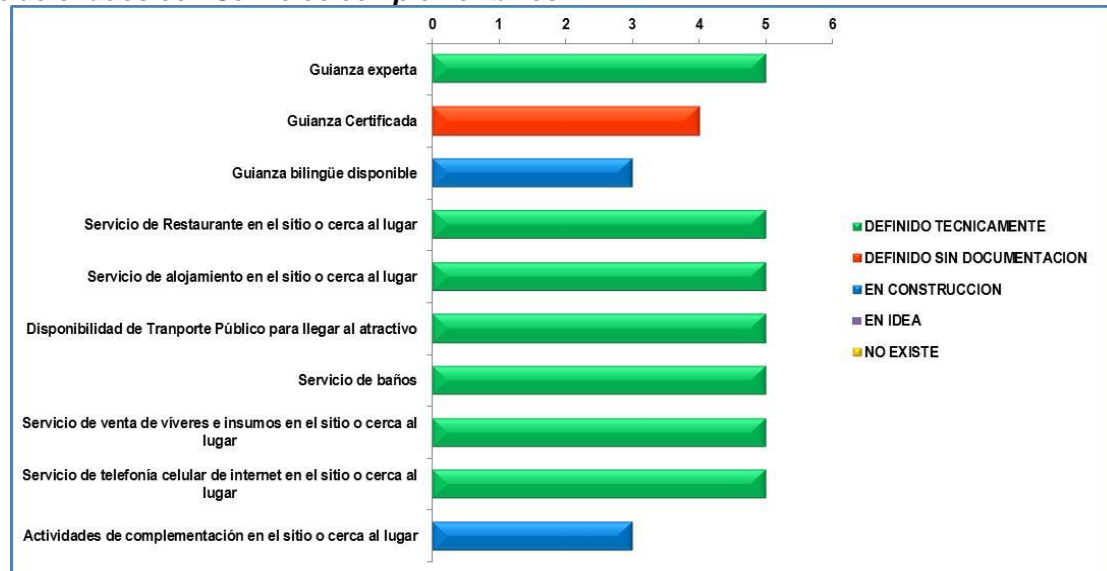
Las condiciones de accesibilidad al atractivo turístico “PUEBLITO BOYACENSE”, son adecuadas y permite su acceso por vía terrestre, contando con carreteras en buen estado; además permite el acceso de las personas con capacidades especiales y no existe restricción alguna o de propiedad para el ingreso al sitio. El atractivo no cuenta con un acondicionamiento especial definido para garantizar la movilidad, además que carece de la Señalización Turística necesaria para suministrar información sobre el sitio, a los visitantes.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 35. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	4
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	5
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	3



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 23. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios



ANALISIS E INTERPRETACION:

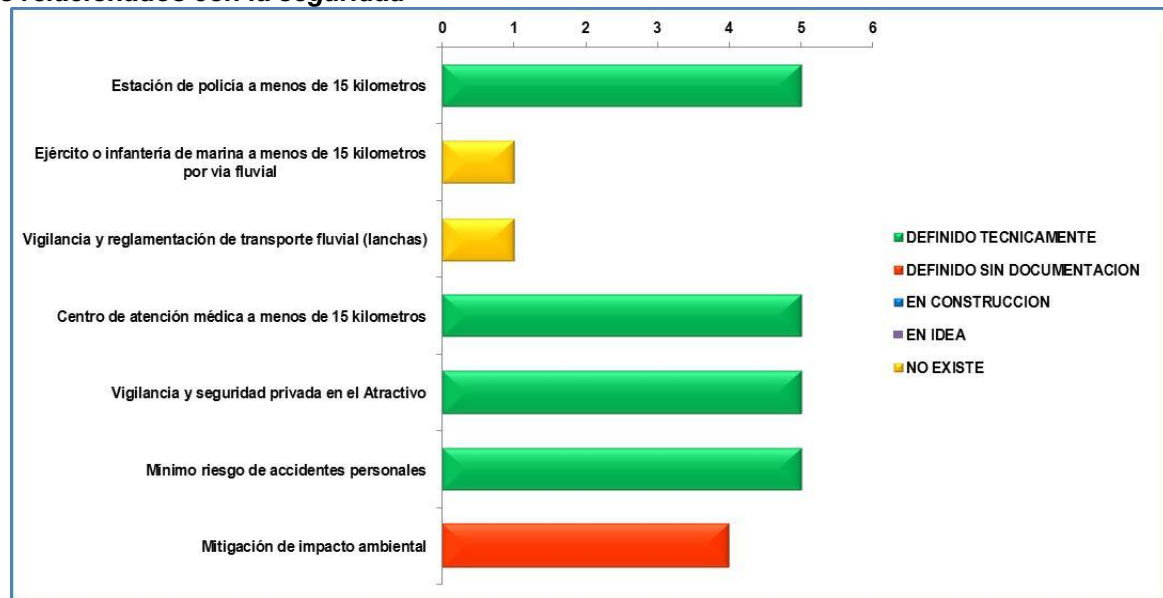
El atractivo turístico del “PUEBLITO BOYACENSE”, cuenta dentro de la zona de influencia, con los servicios complementarios como restaurantes, alojamiento, servicio de baños, disponibilidad de transporte público, establecimientos comerciales de venta de víveres e insumos y servicio de telefonía celular e internet, que brindan al turista la facilidad para acceder a ellos mientras visitan el sitio de interés turístico. De igual forma, el Atractivo dispone del servicio de guianza experta, y de guianza certificada aunque no se encuentra documentada. Sin embargo, siendo este un atractivo reconocido en la zona, no se dispone de guianza bilingüe, por encontrarse en fase de “Construcción”. Respecto a las actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar, se encuentra en proceso de construcción.

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 36. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	5
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	4



Gráfica 24. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa red turística



ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo Turístico “PUEBLITO BOYACENSE”, cuenta con todas las condiciones de seguridad necesarios para garantizar una mejor estadía de los turistas, por cuanto cuenta con la Estación de policía y un centro médico a menos de 15 Kilómetros , vigilancia y seguridad privada en el atractivo, así como se prevén las medidas para minimizar los riesgos de accidentes personales. Por su parte, existen medidas de mitigación de impacto ambiental aunque no se encuentran documentadas.

e. Variables de Mercadeo y Ventas:

RESULTADOS:

Tabla 37. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	SI
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	NO
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro -Cuál?	



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con la evaluación realizada al aspecto relacionado con las variables de Mercadeo y Ventas, se observa que el atractivo turístico “PUEBLITO BOYACENSE”, es promocionado y comercializado a través de operadores y agencias de viaje; así como también a través de la información dada a los visitantes y la técnica de referenciación y voz a voz.

Aunque es evidente que se promociona el atractivo turístico tanto por agentes de viaje y operadores turísticos, estas técnicas de mercadeo se limitan al ámbito local y regional, dejando el mercado nacional excluido para realizar las actividades de comercialización del sitio de interés, el cual cuenta con todas las condiciones de accesibilidad, seguridad y servicios complementarios para el desarrollo del turismo receptivo.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos y gastronomía.

RESULTADOS:

Tabla 38. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Existe paisaje cultural y Arquitectónico (arquitectura de los 7 pueblitos más representativos de Boyacá)
Aspectos Relacionados con la Señalización	Existe Señalización en el Atractivo turístico, para para llegar al sitio no existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos
Aspectos Relacionados con la Gastronomía.	En el atractivo se ofrece parte de la gastronomía típica de la región sin embargo hace falta complementar con más platos boyacenses

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, este atractivo cuenta con elementos culturales y arquitectónicos que hacen parte del paisaje. De otra parte, existe la señalización dentro del atractivo turístico, pero se resalta el hecho que no está implementado para poder llegar al atractivo. En cuanto a los aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos, existen en el atractivo, lo cual responde al cumplimiento de la normatividad sobre el tema y una mejor presentación del atractivo para el turista. En el aspecto de la Gastronomía, se ofrecen dentro del atractivo platos típicos de la región, sin embargo y tratándose de la réplica de algunas poblaciones de Boyacá, se debe adicionar a los platos ya existentes, más platos representativos de la gastronomía de la región, de acuerdo a la evaluación realizada a este elemento.

4.2.7. ATRACTIVO TURISTICO No.7: MARQUESADO DE SURBA Y BONZA

Descripción del Producto Identificado: Casa construida en 1530 en la Vereda San Lorenzo de arriba, en el sitio denominado Bonza. En esta misma se crearon tres (3) palacios: el de la Trinidad, San Lorenzo y el Cairo. Se encuentra ubicado dentro del Batallón de la Primera Brigada Grupo de Caballería Mecanizado No.1 General José Miguel Silva Plazas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “MARQUESADO DE SURBA Y BONZA”:

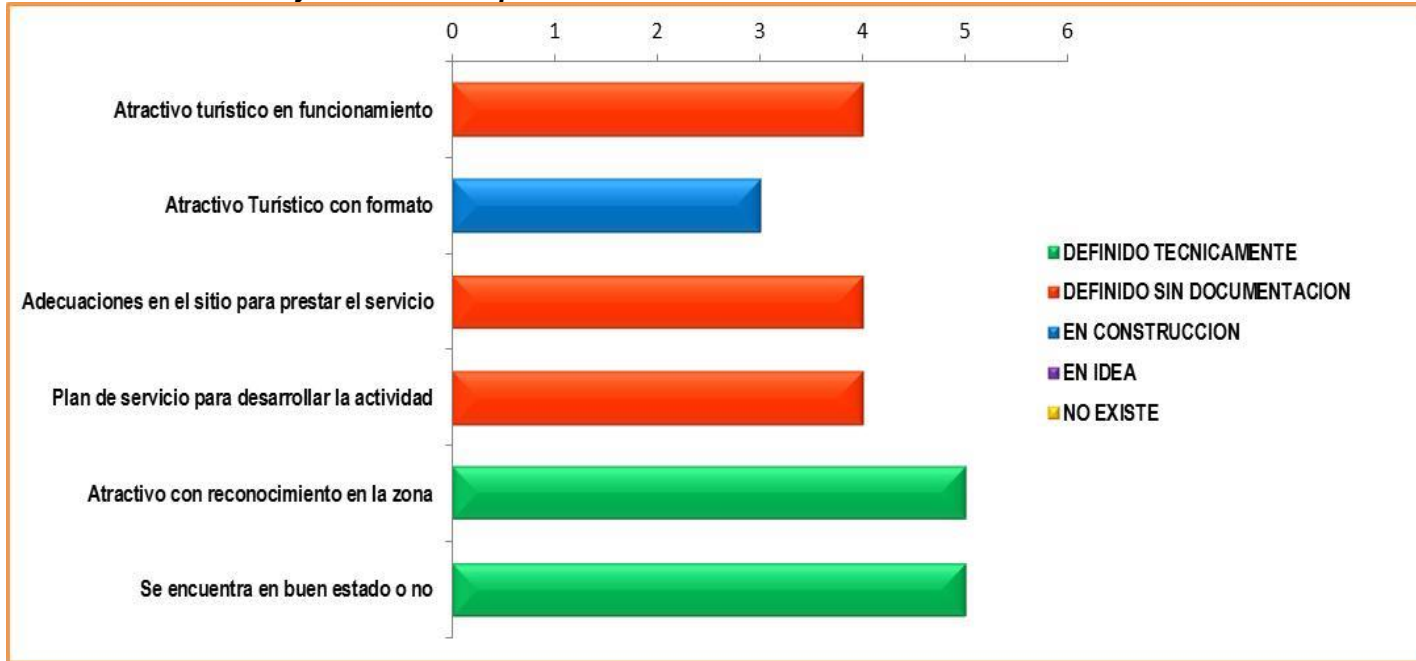
Tabla 39. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	4
1.2.	Atractivo Turístico con formato	3
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	4
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	4
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico



Gráfica 25. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El Atractivo turístico “MARQUESADO DE SURBA Y BONZA”, cuenta con gran reconocimiento en la zona y se encuentra en buen estado; Aunque es un atractivo en funcionamiento, con planes de servicio para desarrollar la actividad y las adecuaciones para prestar el servicio, estos elementos no se encuentran documentados y con formato, elementos necesarios para fortalecer el atractivo dentro de la oferta turística del Municipio de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

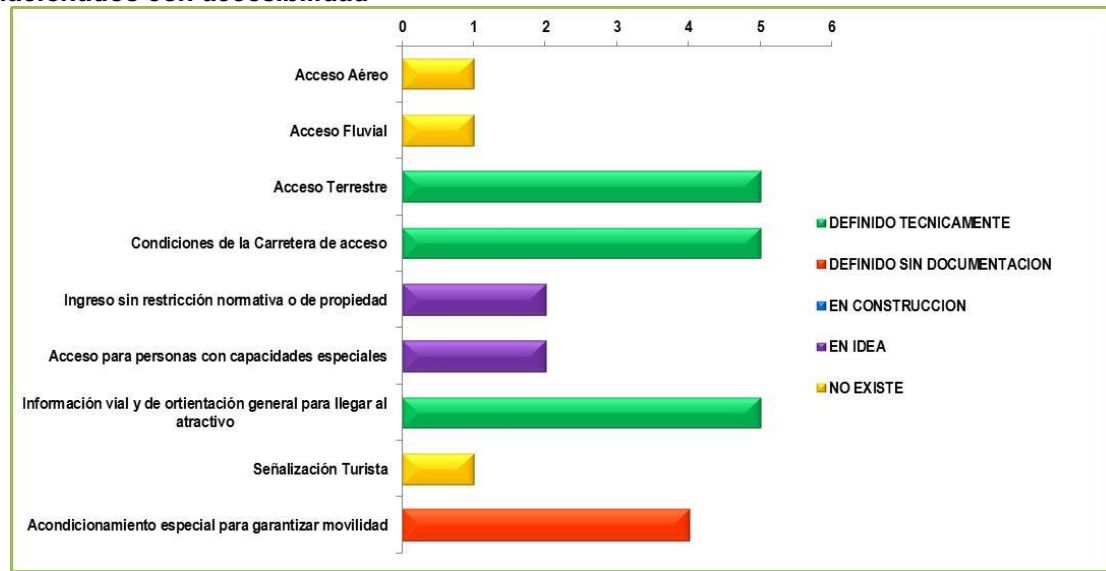


b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 40. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	2
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	2
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	5
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	4



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa red turística

Gráfica 26. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

Para acceder al atractivo turístico “MARQUESADO DE SURBA Y BONZA”, se hace por vía terrestre, contando para ello con carreteras en buenas condiciones y la información vial y de orientación general para llegar al sitio, además del acondicionamiento especial para garantizar la movilidad. No obstante, el ingreso al atractivo es restringido ya que se encuentra ubicado dentro de una base militar, y se limita a los días sábados y domingos. Igualmente para personas con capacidades especiales no se posee las condiciones aptas que permitan su acceso de forma adecuada y carece de la Señalización Turística requerida para el desarrollo del atractivo turístico.

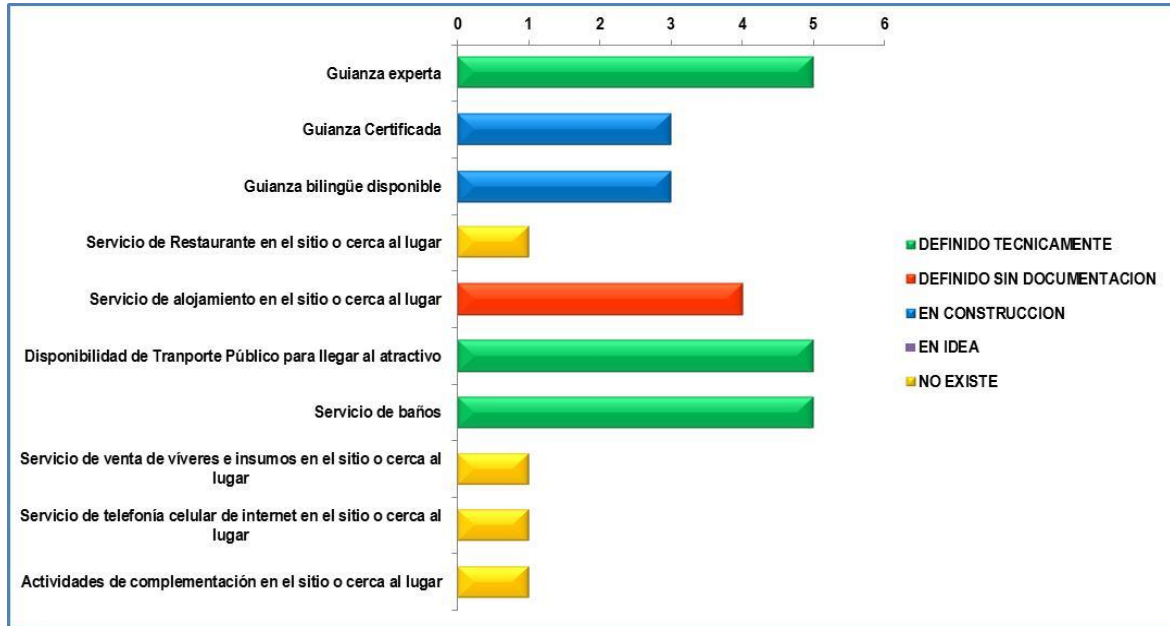
c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 41. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	1
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	4
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	5
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	1
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	1
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	1

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 27. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo dispone solo del servicio de guianza experta, puesto que la guianza certificada guianza bilingüe se encuentra en fase de construcción. Respecto a los servicios complementarios para los turistas cuando visitan el atractivo turístico, se puede contar el servicio de transporte público para llegar al sitio, servicio de baños y en una menor proporción el servicio de alojamiento cerca del lugar. Sin embargo, se carece de servicio de restaurante, venta de víveres e insumos como de telefonía celular e internet en el sitio o en las zonas cercanas al atractivo. Así mismo, la ubicación del atractivo no ofrece otra actividad complementaria para los turistas, limitándose únicamente a la visita del sitio de interés y el recorrido de reconocimiento del atractivo.

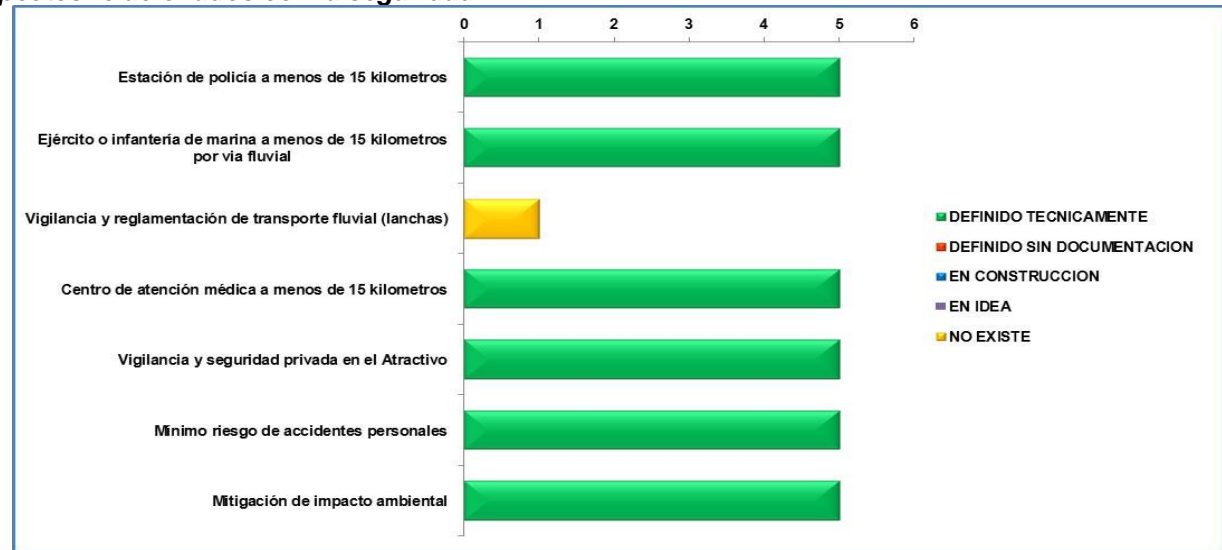
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 42. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	5
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	5
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	5



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 28. Evaluación y calificación

aspectos relacionados con la seguridad

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Para el caso del atractivo turístico “MARQUESADO DE SURBA Y BONZA”, fueron calificados todos los aspectos relacionados con la seguridad, como “Definidos Técnicamente”, a excepción de Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial, el cual no aplicaría para la zona de estudio. El atractivo Turístico “MARQUESADO DE SURBA Y BONZA”, por encontrarse ubicado dentro de una base militar, cuenta con todas las condiciones de seguridad necesarias para garantizar una mejor y tranquila visita de los turistas, además



que llevan a cabo las medidas necesarias para la mitigación del impacto ambiental que la actividad turística pueda generar sobre el sitio o zona de influencia.

e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 43. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	NO
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	
5.1.6.	Otro - Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con la evaluación realizada al aspecto relacionado con las variables de Mercadeo y Ventas, no se llevan a cabo las actividades de promoción y comercialización del atractivo turístico. No se realizan actividades de mercadeo y ventas para promocionar el atractivo turístico del “MARQUESADO DE SURBA Y BONZA”, para ello, se hace necesario estructurar, documentar

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



y dar formato al atractivo con el fin de poder diseñar los planes de servicios acompañados de las estrategias de mercado para dar a conocer el atractivo turístico fuera del contexto local y regional.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 44. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Receptivo complementario - Sendero mirador
Aspectos Relacionados con la Señalización	ausencia de señalización interna, se encuentra en adecuación por encontrarse dentro de una unidad militar
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, este atractivo cuenta dentro de la zona de influencia cercana a sus instalaciones con elementos naturales conformado por bosques de pino y eucaliptus; elementos que se convierten en una



ventaja para desarrollar una actividad complementaria de senderismo y mirador. De otra parte, no existe la señalización dentro del atractivo turístico; pero si se llevan a cabo el plan de manejo y disposición de residuos sólidos en el sitio.

4.2.8. ATRACTIVO TURISTICO No.8: SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA

Descripción del Producto Identificado: Localizado en la Vereda Surba y Bonza Norte de la Trinidad, del Municipio de Duitama. Declarada área protegida del orden municipal, el recorrido es de 5.8 km en su totalidad, en el cual se puede encontrar la peña del zorro, la cueva de los murciélagos, quebradas y cascadas, el árbol de los deseos y la olla del duende. Cuenta con escalones y barandas para facilitar el acceso a los visitantes.

RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA”:

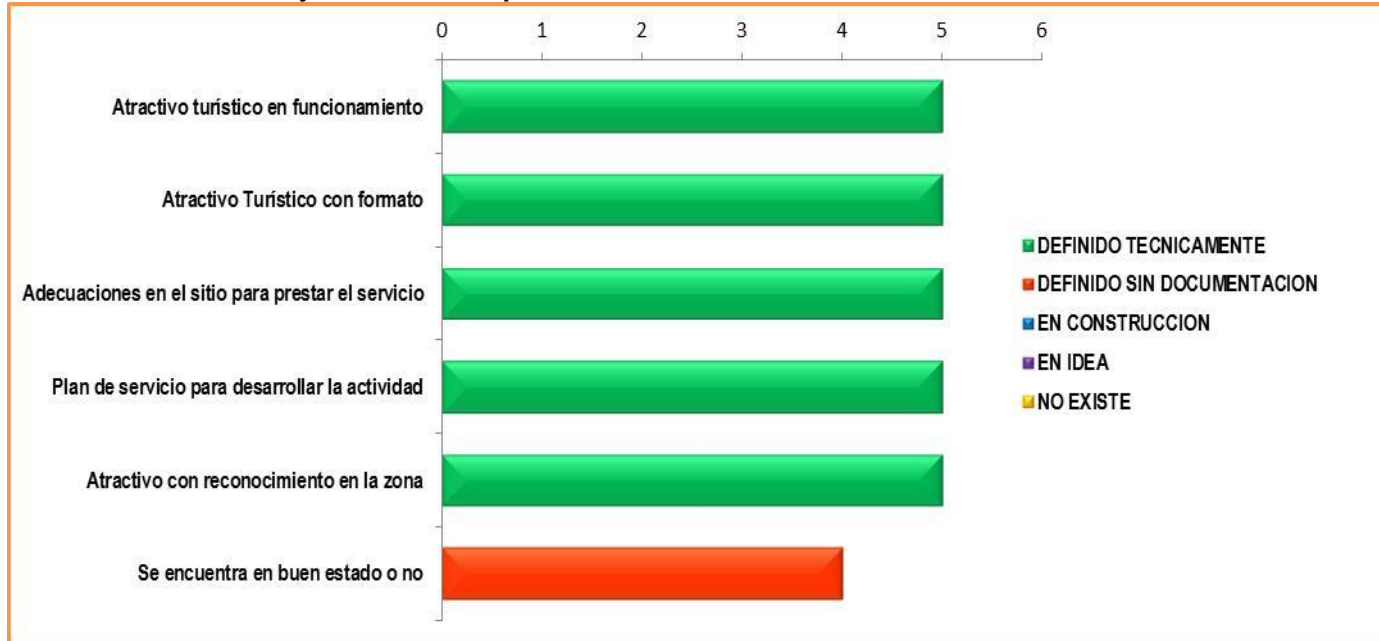
Tabla 45. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	5
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	4

Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico



Gráfica 29. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El “SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA”, es un atractivo turístico que se encuentra en funcionamiento, es reconocido en la zona y para el desarrollo de la actividad turística cuenta con formato, Plan de Servicios y las adecuaciones necesarias en el sitio para poder prestar el servicio turístico. Si bien, tiene parqueadero y baños, estos no están definidos técnicamente, se debe trabajar en su mejoramiento y adecuación.

b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

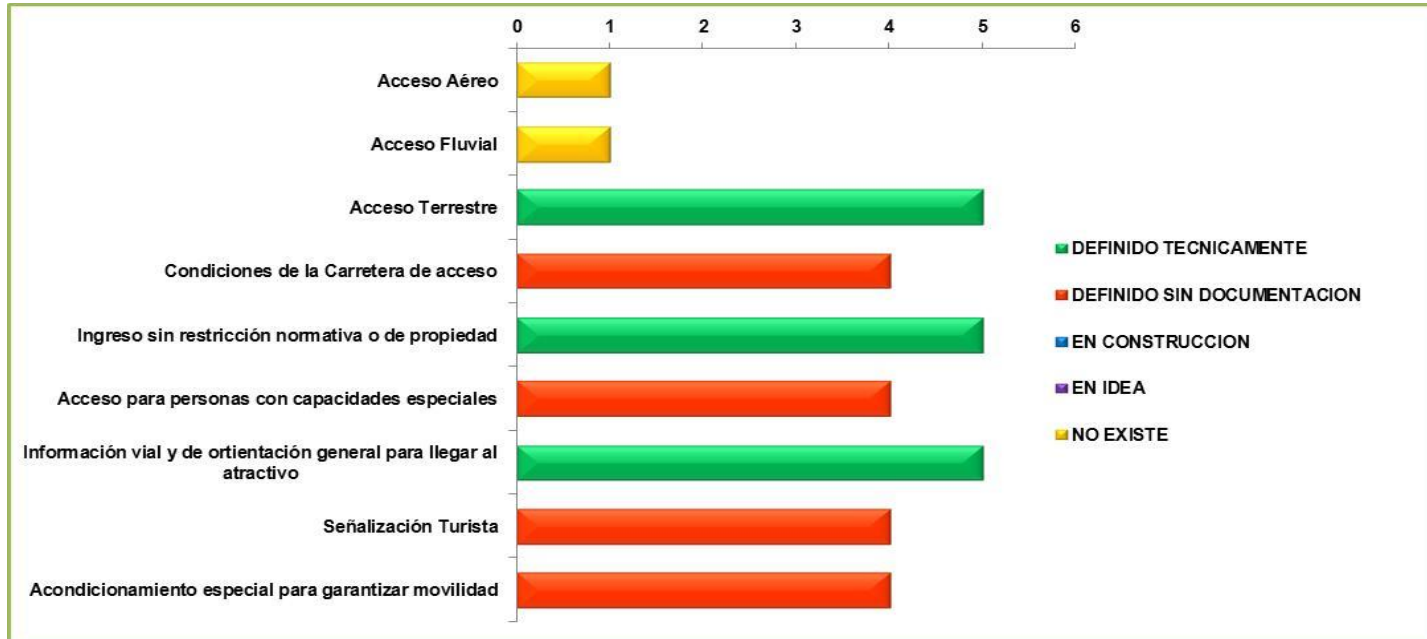
Tabla 46. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	4
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	4
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	5
2.8.	Señalización Turística	4
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	4

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 30. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al atractivo turístico “SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA” es por vía terrestre, a través de carreteras en buenas condiciones, con información vial y de orientación general para llegar al sitio y el ingreso no tiene ninguna restricción normativa o de propiedad. Respecto al acceso de personas con capacidades especiales, se consideran aquellas personas con procesos de

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



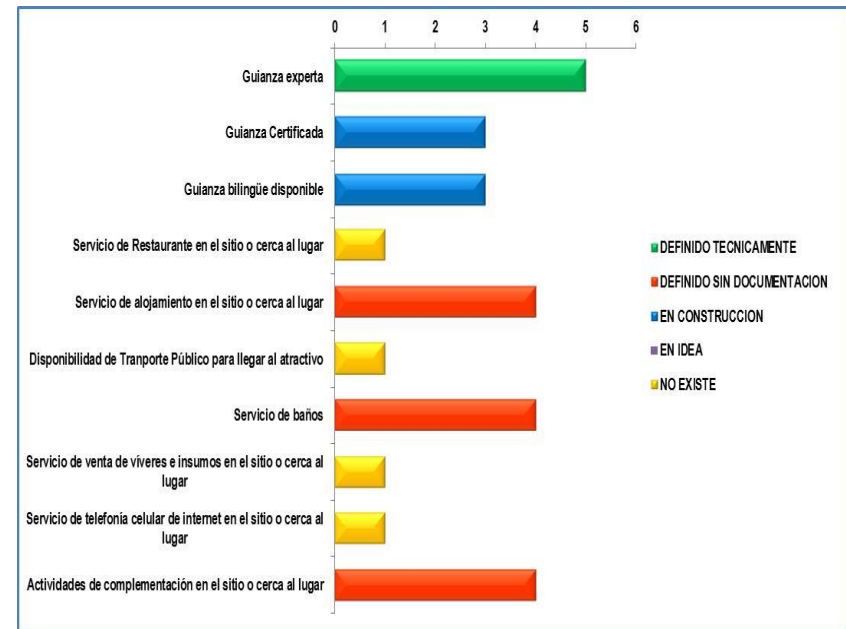
aprendizaje diferentes para desarrollo de sus capacidades, siendo el atractivo un sendero interpretativo, refiere a condiciones cognitivas y no de movilidad. Se cuenta con algunas condiciones que permiten realizar la actividad en el sitio, así como también existe señalización interpretativa, en material madera que llega a ser básica y adecuaciones especiales que garantizan la movilidad.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 47. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	1
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	4
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	1
3.7.	Servicio de baños	4
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	1
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	1
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	4



Gráfica 31. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios



ANALISIS E INTERPRETACION:

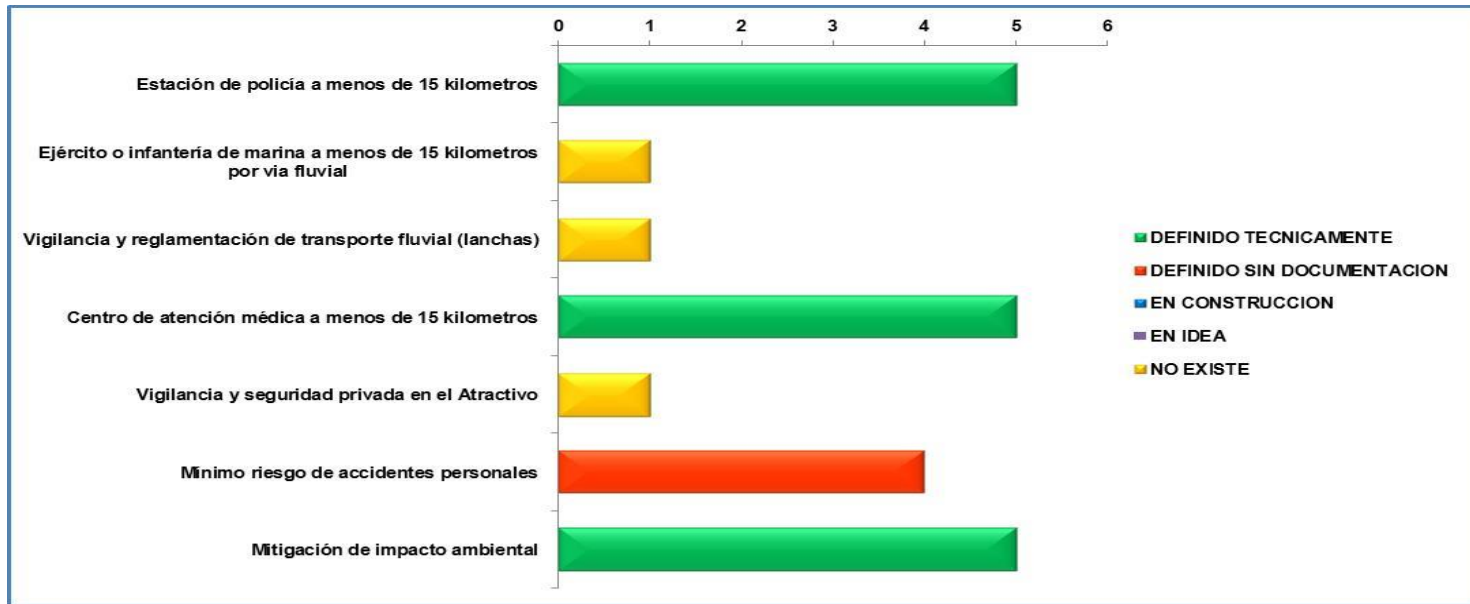
El Atractivo dispone solo del servicio de guianza experta, puesto que la guianza certificada guianza bilingüe se encuentra en fase de construcción. Respecto a los servicios complementarios para los turistas, cuando visitan el atractivo turístico, se puede tener acceso al servicio de alojamiento, de baños y algunas actividades complementarias el atractivo. En contraste, no se cuenta con el servicio de restaurante, telefonía celular o internet, y ventas de víveres, pues se trata de un sendero ecológico ubicado en zona rural del municipio de Duitama, con un recorrido por zonas naturales de bosque y montañas, para lo cual los visitantes deben estar provistos de los implementos necesarios para realizar la actividad de senderismo. En cuanto al aspecto de disponibilidad de transporte, solo existe disponibilidad hasta el casco urbano del Municipio, siendo necesario emprender la actividad desde el pueblo para desplazarse a la zona rural donde se ubica el atractivo.

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 48. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	4
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	5



Gráfica 32. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA”, brinda las condiciones de seguridad mínima que requieren los visitantes para la realización de la actividad de senderismo, lo cual está representado en la cercanía de una estación de policía y centro de atención médica a menos de 15 kilómetros de distancia del sitio. De igual forma, se llevan a cabo prácticas de mitigación de impacto ambiental, lo cual favorece la sostenibilidad del atractivo, tratándose de una actividad en donde el ser humano interviene elementos naturales, conformados por flora, fauna, bosques, cuencas hidrográficas, entre otros. Así mismo se prevén algunas medidas para evitar riesgos de accidentes personales.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 49. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	SI
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro - Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

Para la promoción del atractivo turístico, se llevan a cabo actividades de mercadeo y ventas por parte de las Agencias y Operadores Turísticos, a nivel local y nacional, quien incluyen dentro de los planes turísticos, la visita al sitio como una actividad de senderismo y encuentro con la naturaleza; así mismo se comercializa directamente con los turistas, y por la técnica de referenciación y voz a voz, éstas últimas estrategias dependen de la experiencia exitosa y el grado de satisfacción del visitante.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 50. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Elementos naturales como paisajes conformado por bosques nativos, cuenca hidrográfica y camino de herradura.
Aspectos Relacionados con la Señalización	La Señalización del sendero es interpretativa, sin formato, no es turística.
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Si existe manejo y disposición de residuos sólidos, implementado a través de capacitaciones y sensibilización

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, este atractivo cuenta con elementos naturales propios, como bosques nativos, cuencas hidrográficas, especies de flora y fauna nativas de la región.

En cuanto a la Señalización existente, la evaluación realizada evidencia que el atractivo turístico cuenta con una señalización interpretativa pero su señalética y su estructura es rústica, con el objetivo de no ocasionar impacto negativo ambiental; sin formato técnico definido, es decir, que no corresponde o no cumple con lo reglamentado para la actividad turística desarrollada.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





De otra parte, el atractivo cuenta con manejo y disposición de residuos sólidos, lo cual es implementado a través de campañas de capacitación y sensibilización para promover la responsabilidad tanto de visitantes como de locales, del uso y conservación de los recursos naturales y la diversidad biológica del sitio.

4.2.9. ATRACTIVO TURISTICO No.9: MIRADOR RUTA FRUTICOLA

Descripción del Producto Identificado: Ruta frutícola de desarrollo comunitario, que se encuentra ubicado en predio privado, sin embargo la comunidad a lo largo del proyecto, expone para la venta las diferentes variedades de frutas de la región, transformando las canastas en artesanías con los mismos productos. Desde el mirador se avista la población de Nobsa.

RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “MIRADOR RUTA FRUTICOLA”:

Tabla 51. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	2
1.2.	Atractivo Turístico con formato	1
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	1
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	1
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	4
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	3

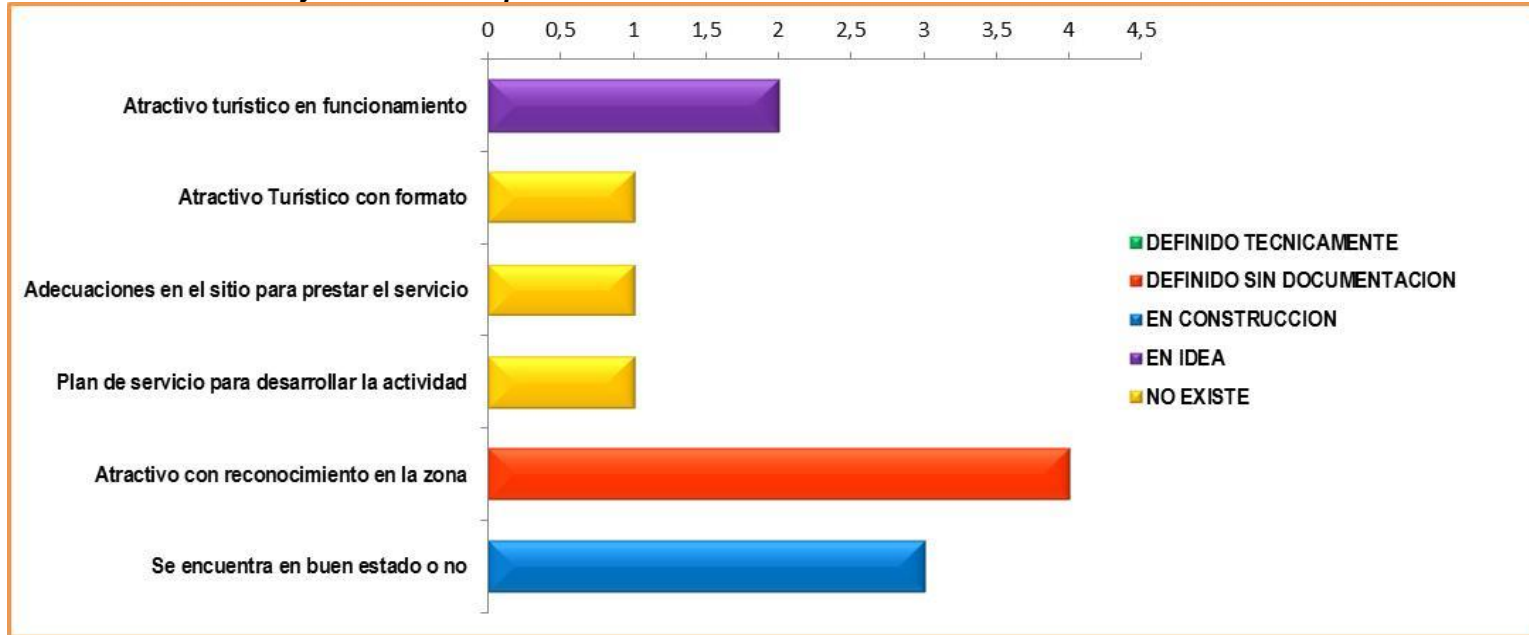
Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





Gráfica 33. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El “MIRADOR RUTA FRUTICOLA”, es un atractivo turístico que se encuentra en etapa de nacimiento y estructuración, y por lo tanto su estado de funcionamiento está en su primera etapa de inicio; en consecuencia carece aún de formatos, adecuaciones en el sitio y de un plan de servicios para desarrollar la actividad turística. Sin embargo ya cuenta con reconocimiento en la zona aunque no se encuentra documentado, y su estado de conservación está en fase de construcción.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



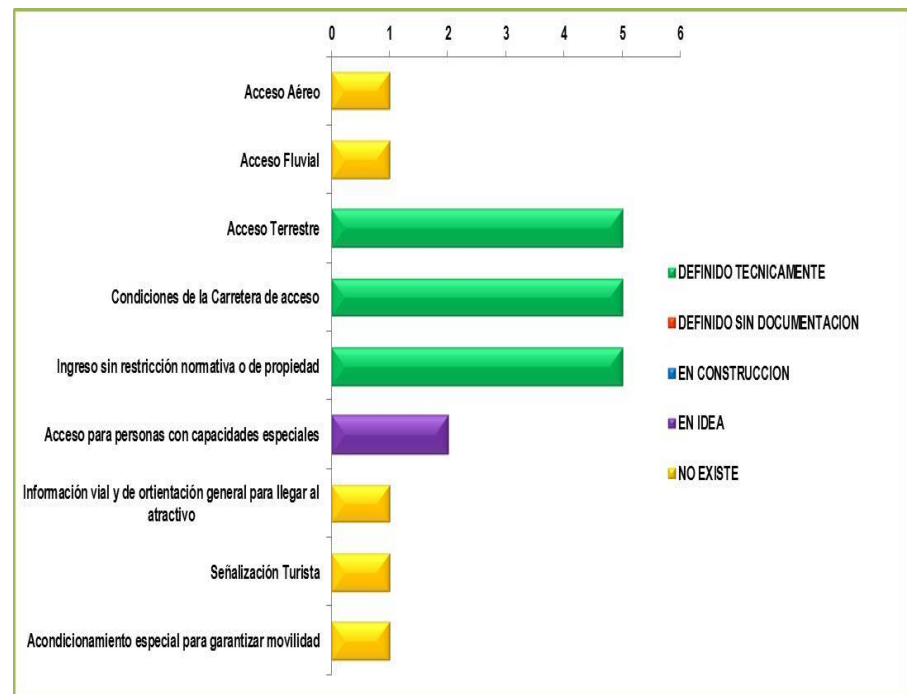


b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 52. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	2
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	1
2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	1



Gráfica 34. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al atractivo Turístico “Mirador Ruta Frutícola” es por vía terrestre, para lo cual se cuenta con vías terciarias de acceso en buenas condiciones y no existe restricción alguna para el ingreso al sitio, no obstante carecen de Información vial y de orientación general para llegar al atractivo. Por su parte, las condiciones para el acceso de personas con capacidades especiales se encuentran en la fase de idea, mientras que la Señalización turística y el Acondicionamiento especial para garantizar movilidad no existen en el atractivo.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



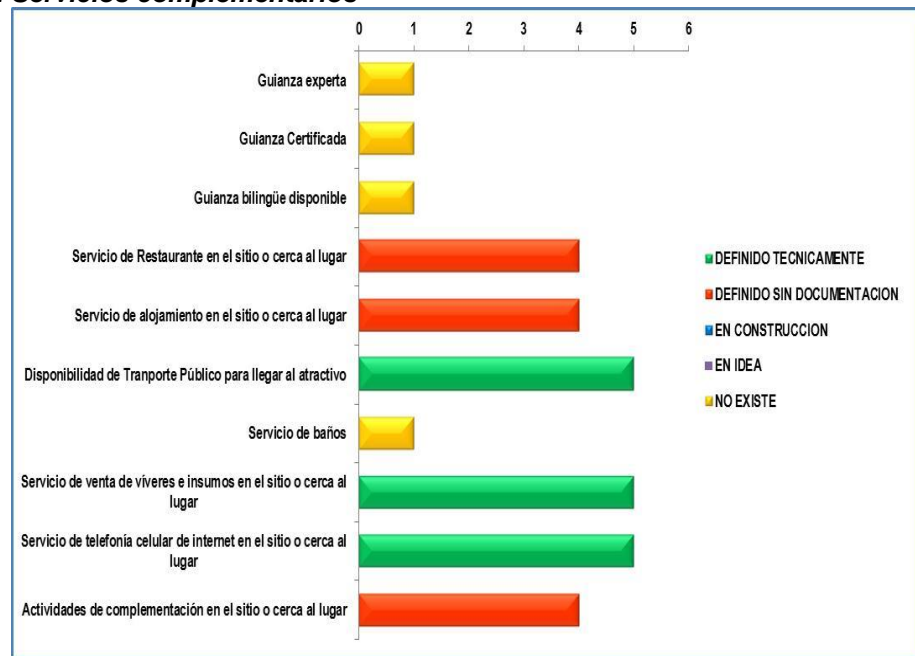


c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 53. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	1
3.2.	Guianza Certificada	1
3.3.	Guianza bilingüe disponible	1
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	4
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	4
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	1
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	4



Gráfica 35. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios



ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la evaluación realizada a los aspectos relacionados con los servicios complementarios del atractivo turístico, se evidencia que el “Mirador Ruta Frutícola”, no dispone de ningún tipo de guianza turística, haciéndose necesario la implementación de este servicio con el fin de ofrecer al turista orientación e información sobre el atractivo, y así hacerlo competitivo turísticamente.

En tanto, que si cuenta con los servicios de restaurante y alojamiento cerca del sitio turístico, así como también de actividades complementarias, aunque se encuentran sin documentar; sin embargo carece del servicio de baños, este último componente se hace fundamental dentro de la infraestructura turística básica que debe tener el sitio, para garantizar al visitante, condiciones de salubridad e higiene durante la realización de la actividad turística.

De otra parte, el atractivo turístico cuenta con disponibilidad de transporte público para llegar al sitio, así mismo con venta de víveres e insumos y servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



d. Aspectos relacionados con la seguridad:

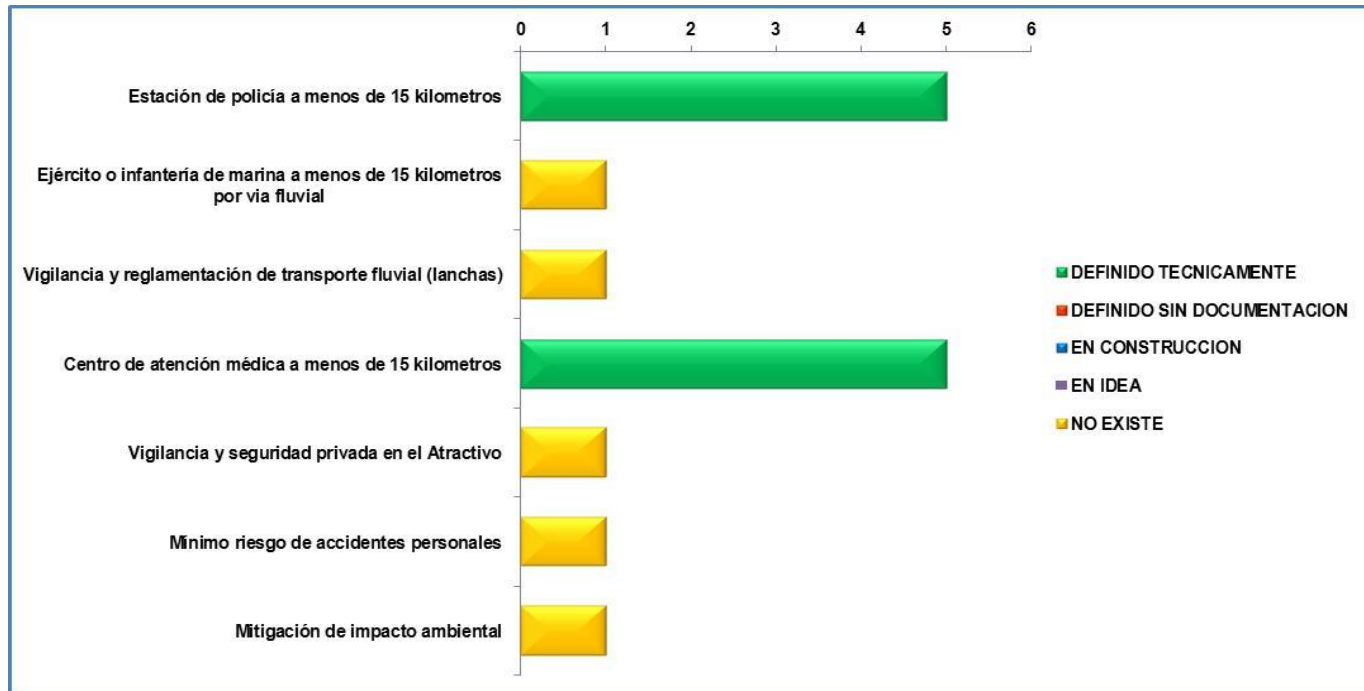
RESULTADOS:

Tabla 54. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	1
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	1

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 36. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “MIRADOR RUTA FRUTICOLA”, cuenta con la cercanía a menos de 15 kilómetros de una Estación de Policía y un Centro de Atención médica, lo cual garantiza al turista la atención por parte de la autoridad policial o médica en caso de requerirse. Sin embargo, carecen de otros factores que brindan seguridad y confianza en el turista para visitar el atractivo, como lo son: la vigilancia y seguridad privada en el lugar, además de las medidas para evitar el riesgo de accidentes personales, y de mitigación de impacto ambiental, teniendo en cuenta que se trata de un sitio para realizar turismo ecológico y/o actividades de

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





senderismo, donde el visitante está en contacto directo con la naturaleza y por lo tanto se hace necesario implementar prácticas amigables con el medio ambiente.

e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 55. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	SI
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	
5.1.6.	Otro -Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada al aspecto de mercadeo y ventas, se indicó que no se llevan a cabo las actividades de comercialización del atractivo turístico “MIRADOR RUTA FRUTICOLA”.



CONCLUSIONES:

Teniendo en cuenta que se trata de un atractivo en etapa de construcción, que nace como iniciativa de la comunidad del sector, se hace necesario implementar estrategias de promoción y comercialización del atractivo, que fortalezcan el destino turístico.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 56. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Elementos naturales avistados desde el mirador como montañas y bosque, además del municipio de Nobsa
Aspectos Relacionados con la Señalización	No existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	No existe, no hay manejo

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, este atractivo cuenta con elementos naturales propios, como bosques y montañas. En cuanto a la Señalización no existe como tampoco cuenta con manejo y disposición de residuos sólidos.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



4.2.10. ATRACTIVO TURISTICO No.10: SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA

Descripción del Producto Identificado: Cuenta con un solo recorrido por un sendero interpretativo durante una caminata de 1 hora y 40 minutos , terminando en un mirador que cuenta con un refugio ambiental, en las cañadas del páramo de la Rusia y Pan de Azúcar.

RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA”:

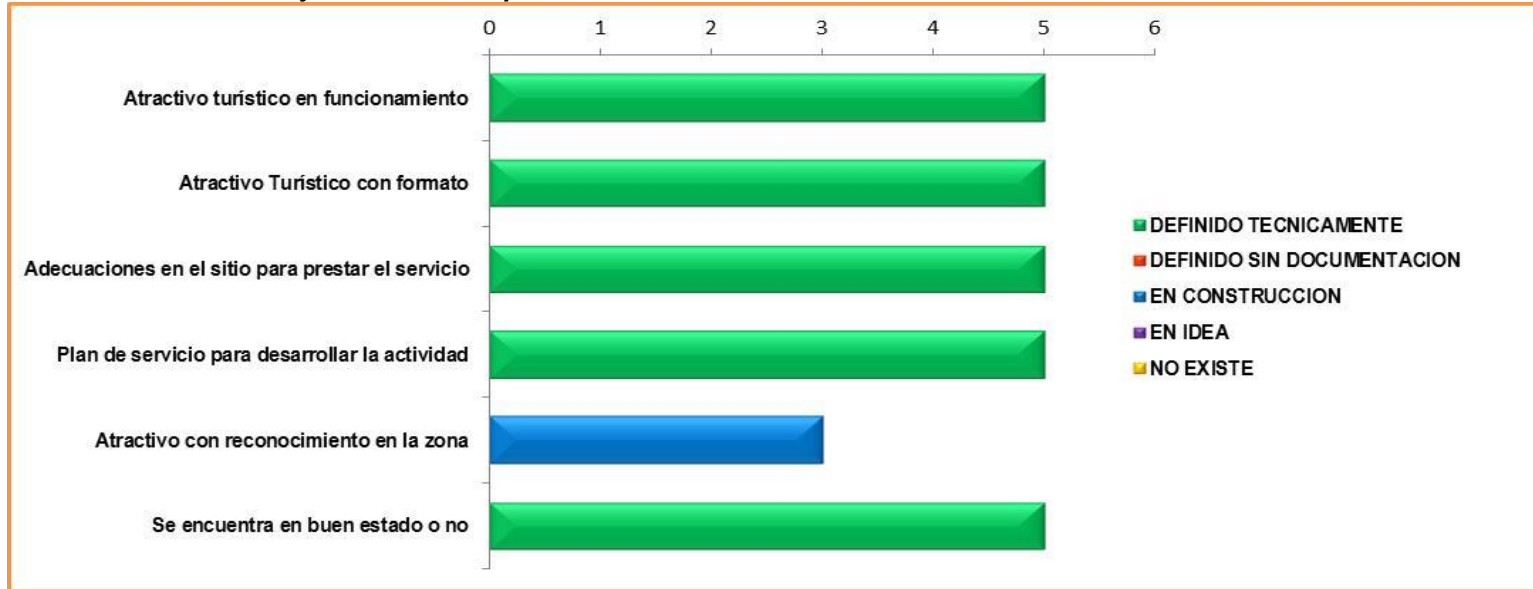
Tabla 63. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	5
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	3
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico



Gráfica 41. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

La evaluación de los aspectos relacionados con el atractivo turístico, arrojó los siguientes resultados: Los aspectos relacionados con el Atractivo turístico **en funcionamiento, con formato, Adecuaciones en el sitio** para prestar el servicio, **Plan de servicios** para desarrollar la actividad y si se encuentra en **buen estado o no**, fueron evaluados como “Definidos Técnicamente”, mientras que al interrogantes si tiene **reconocimiento en la zona** fue evaluado “En Construcción”. El atractivo turístico “**SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA**”, se encuentra en funcionamiento, además que ya tiene definido el formato y el Plan de servicios para desarrollar la actividad, como también cuenta con las adecuaciones en el sitio para prestar el servicios y está en buen estado.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





No obstante aun no goza de un buen reconocimiento en la zona, a pesar de tener estructurados los demás aspectos relacionados con el Atractivo turístico.

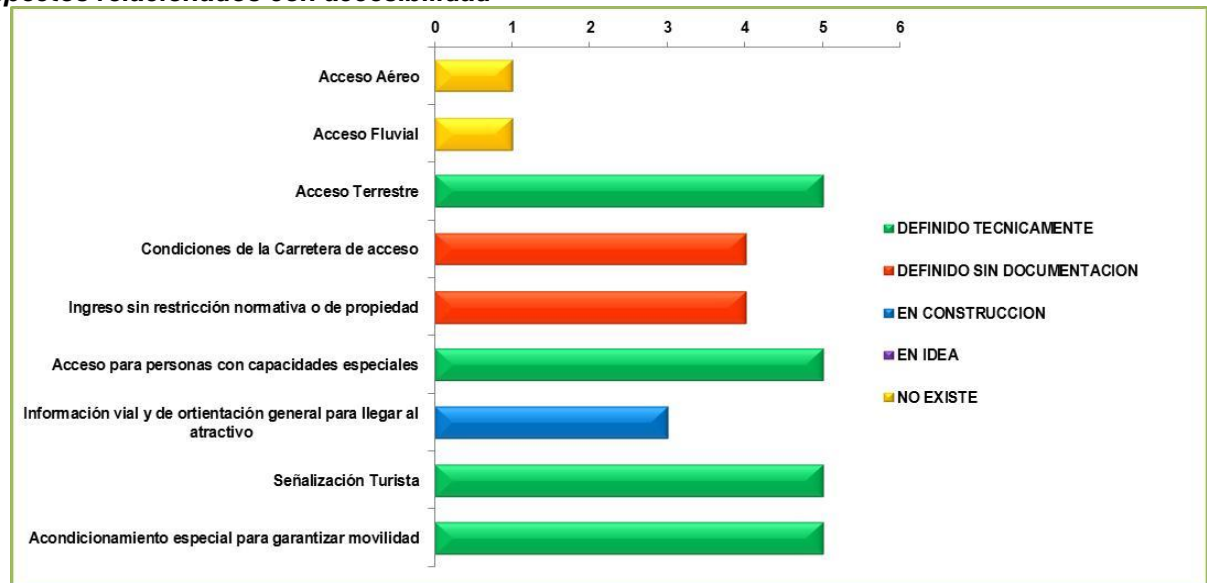
b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

c.

RESULTADOS:

Tabla 64. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	4
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	4
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	3
2.8.	Señalización Turística	5
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	5



Gráfica 42. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al Atractivo Turístico “**SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA**”, es por vía terrestre, por carreteras que se encuentran en condiciones adecuadas pero que no cuentan con la información vial y de orientación general para llegar al



atractivo, puesto que se encuentra en construcción. El atractivo turístico cuenta con acceso para las personas con capacidades especiales, se consideran aquellas personas con procesos de aprendizaje diferentes para desarrollo de sus capacidades, siendo el atractivo un sendero pedagógico, refiere a condiciones cognitivas y no de movilidad, así mismo se encuentra implementado la Señalización turística y el ingreso no tiene restricción alguna de normatividad o propiedad.

d. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 65. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	5
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	1
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	1
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	4
3.7.	Servicio de baños	1
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	3
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	3
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	1

Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 43. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios Complementarios.



ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico de “**SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA**”, cuenta con disponibilidad de servicio de Guianza experta y certificada, mientras que la guianza bilingüe se encuentra en proceso de construcción. Sin embargo carece de servicios complementarios de restaurante, alojamiento y de baños en el sitio o cerca del lugar donde se desarrolla la actividad turística, como tampoco cuenta con actividades complementarias. Así mismo, no se cuenta en forma adecuada con la venta de



viveres e insumos así como el servicio de telefonía celular e internet puesto que estos aspectos se encuentran en la fase de construcción, aunque si dispone de servicio de transporte público.

e. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 66. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	1
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	3
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	4
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	4
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	5

ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “**SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA**”, no cuenta con la cercanía a menos de 15 kilómetros de una Estación de Policía, como ninguna otra presencia de tipo militar o de marina, toda vez que no se cuenta con vías fluviales navegables, lo cual incide en la percepción de seguridad en el turista, con respecto al atractivo turístico. Frente a la cercanía de un Centro de Atención médica, se cuenta con éste, pero no en las condiciones óptimas, dado que dicho servicio se encuentra en fase de construcción. Sin embargo, el sitio puede generar confianza y seguridad en los turistas, toda vez que existe algún tipo vigilancia privada en el atractivo, así como se toman las medidas sin documentar, para reducir al mínimo los accidentes

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



personales. El aspecto más positivo con la seguridad, es la mitigación del impacto ambiental, el cual se encuentra definido técnicamente y favorece el desarrollo de la actividad toda vez que se trata de un atractivo natural, dentro del cual se encuentra un refugio ambiental.

f. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 67. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS		RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	NO
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro - Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada a la variable de Mercadeo y Ventas, no se comercializa el atractivo turístico a través de operadores y agencias, pero si se promocionan los servicios directamente a los visitantes, se comercializa con

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



actividades a nivel nacional y se vende por referenciación y de voz a voz. El atractivo turístico de “**SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA**”, es promocionado con actividades a nivel nacional, utilizando la técnicas o herramientas tecnológicas como internet, así mismo se realiza el mercado y ventas durante la visita de los turistas, o por referenciación y de voz a voz, lo cual depende del éxito de la experiencia del visitante para que a su vez recomiende el sitio. Por ello, se hace necesario implementar estrategias de marketing y mercado que promocionen el atractivo turístico de manera permanente, incluyéndolo dentro de los paquetes turísticos ofertados por la Agencias de Viaje y operadores turísticos.

- g. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 68. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Refugio Ambiental, páramo de la Rusia, Páramo de Pan de Azúcar, Vereda Santa Ana
Aspectos Relacionados con la Señalización	Se encuentra señalizado en su recorrido y además información de las especies de fauna y flora
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Cuenta con tres puntos ecológicos de disposición de residuos sólidos

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico



ANÁLISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el Atractivo Turístico posee elementos naturales de flora, fauna, bosque, fuentes hídricas que conforman el refugio ambiental y los páramos de la Rusia y Pan de Azúcar.

Respecto a la Señalización se afirma que si existe, y se encuentra en todo el recorrido, y no solo con información turística sino también informando sobre la especies de flora y fauna que habitan el sitio.

En cuanto al manejo de residuos sólidos, se dispone de puntos ecológicos para la disposición de los mismos.

4.2.11. ATRACTIVO TURÍSTICO No.11: SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR

Descripción del Producto Identificado: Se extiende desde 3.215 hasta 3.747 metros de altitud; se presentan los ecosistemas de Alto Andino, Subpáramo y Páramo. Nace parte del Valle de Chicamocha, uno de los más importantes de la región andina, en la parte centro oriental de país y nororiente del Departamento de Boyacá; donde se puede observar helechos, musgo, líquenes y orquídeas entre las especies vegetales, y entre la de fauna, águilas, copetones, lagartijas entre otras. Cuenta con una longitud total de 6 km.

PRODUCTO TURÍSTICO DUITAMA-BOYACA



RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR”:

Tabla 69. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	3
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	3
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	3
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	3
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

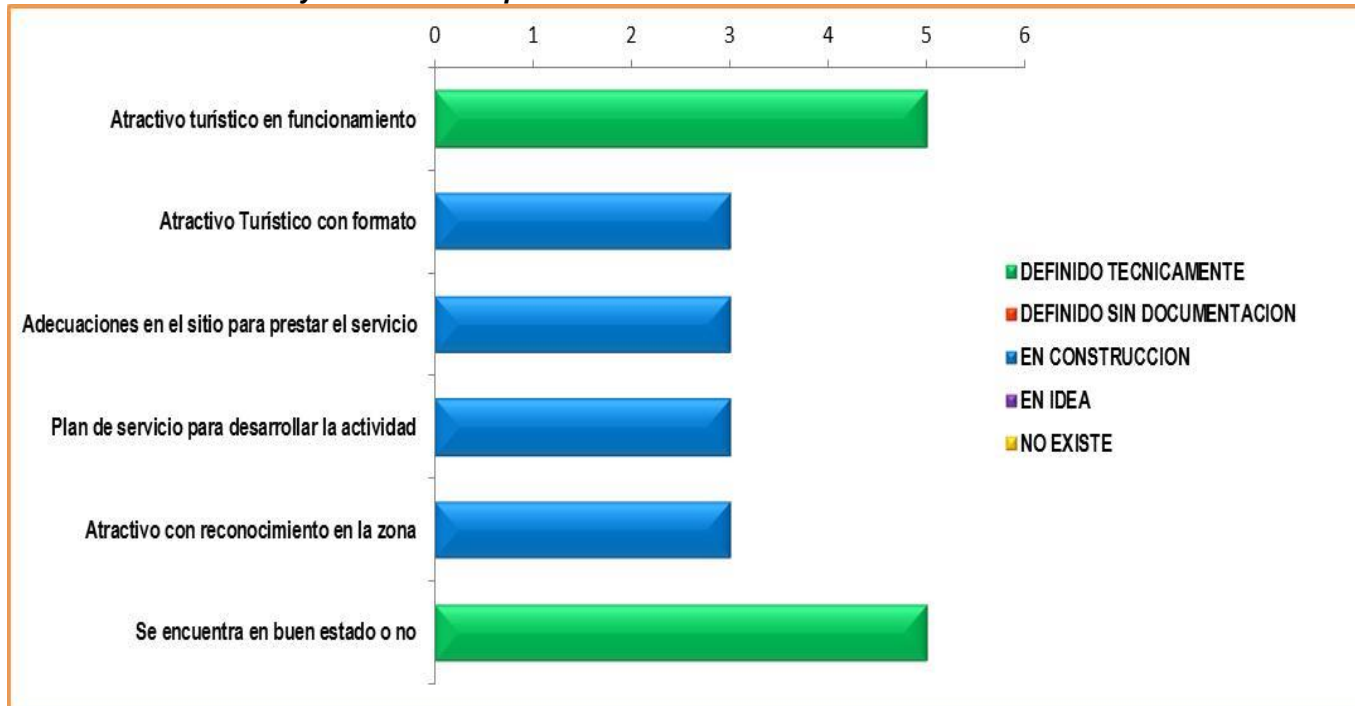
Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 44. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



El atractivo turístico “**SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR**”, se encuentra en funcionamiento y en buen estado.

No obstante, se debe desarrollar técnicamente el formato y el Plan de servicios para llevar a cabo la actividad, como también las adecuaciones en el sitio para prestar el servicio, elementos que inciden directamente en el reconocimiento como atractivo turístico dentro de los visitantes al lugar, los prestadores de servicios turísticos y la comunidad en general.

b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 70. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

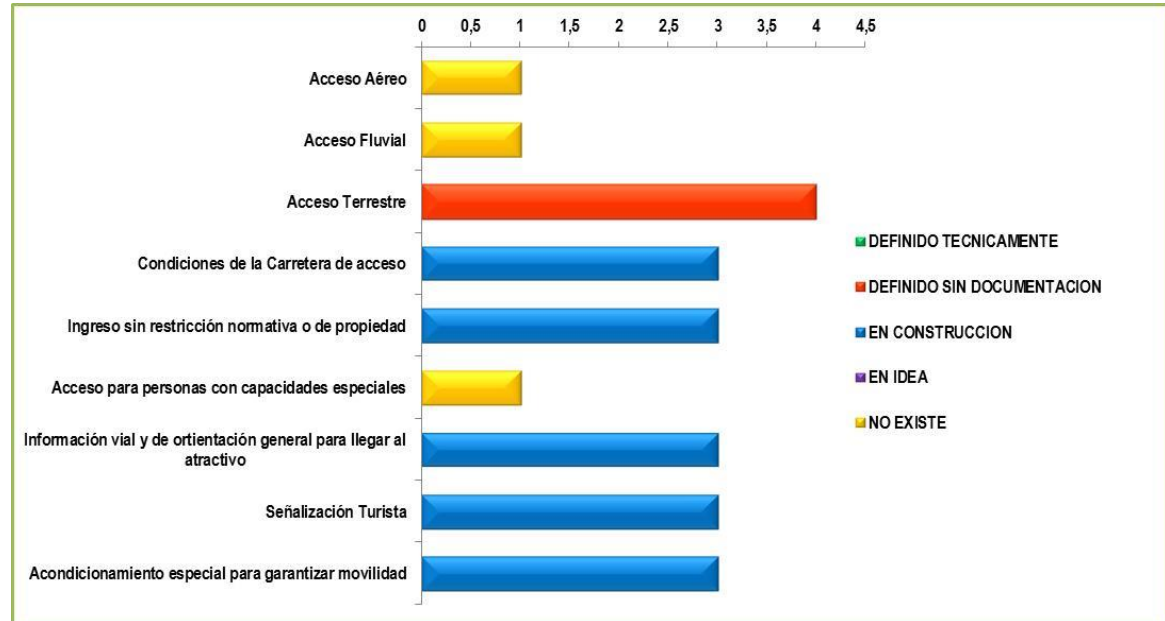
2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	4
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	3
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	3
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	1
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	3

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





2.8.	Señalización Turística	3
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	3



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 45. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al Atractivo Turístico “**SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR**”, es por vía terrestre, no obstante no se cuenta aún con buenas Condiciones de la carretera de acceso de Acceso, así como información vial y de orientación general para llegar al atractivo, Señalización turística y Acondicionamiento especial para garantizar movilidad, por cuanto estos aspectos se encuentran en fase de construcción y además no cuenta con las adecuaciones necesarias para posibilitar el acceso a la población con capacidades especiales.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

Tabla 71. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	5
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	1
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	1
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	3
3.7.	Servicio de baños	1
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	3
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	1
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	1



Gráfica 46. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico de “SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR”, cuenta con disponibilidad de servicio de guianza experta y certificada, mientras que la guianza bilingüe se encuentra en proceso de construcción. Sin embargo carece de servicios complementarios de restaurante, alojamiento, de baños, telefonía celular e internet en el sitio o cerca del lugar donde se desarrolla la actividad turística, como tampoco cuenta con actividades complementarias. Así mismo, no se cuenta en forma adecuada con la venta de víveres e insumos y el servicio de transporte público, por cuanto se encuentra en fase de construcción.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 72. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

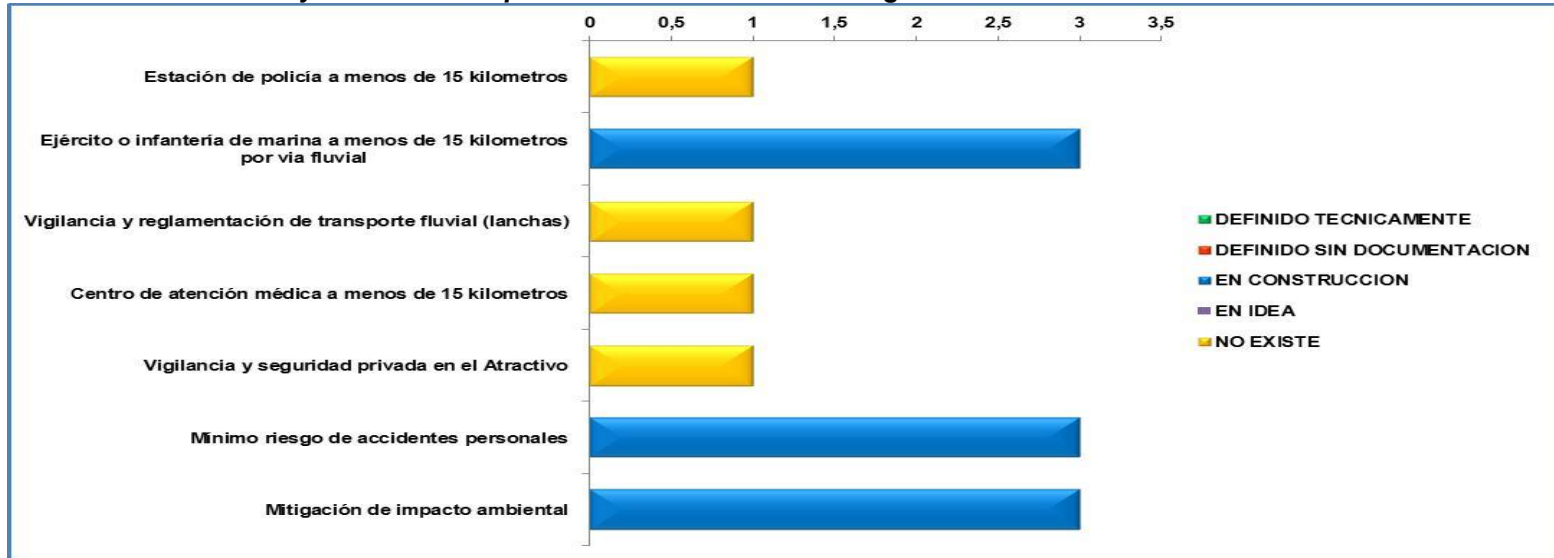
4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	1
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	3
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	1
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	3
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	3

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 47. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad



ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “**SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR**”, no cuenta con la cercanía a menos de 15 kilómetros de una Estación de Policía, pero si se encuentra en el área de influencia la presencia de ejército, lo cual brinda cierto grado de seguridad a los visitantes del lugar, ya que carece también de vigilancia o seguridad privada. En cuanto a la cercanía de un Centro de Atención médica, tampoco se cuenta con éste, lo cual es un factor negativo que incide en la percepción de confianza y seguridad de los turistas, más aun cuando se trata de la integridad física de los visitantes, máxime si se cuenta con las medidas

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





para reducir al mínimo el riesgo de accidentes personales y de mitigación de impacto ambiental, puesto que se encuentran tan solo en etapa de estructuración.

e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 73. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	NO
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro - Cuál?	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada a la variable de Mercadeo y Ventas, no se comercializa el atractivo turístico a través de operadores y agencias, pero si se promocionan los servicios directamente a los visitantes, se comercializa con actividades a nivel nacional y se vende por referenciación y de voz a voz. Para la promoción del atractivo turístico de “**SENDERO ANDALUCIA PARAMO DE PAN DE AZUCAR**”, se realizan actividades a nivel nacional, así mismo se lleva a cabo el mercado y ventas durante la visita de los turistas, o por referenciación y de voz a voz, lo cual depende del éxito de la experiencia del visitante para que a su vez recomiende el sitio. Por ello, se hace necesario implementar estrategias de marketing y mercado que promocionen el atractivo turístico de manera permanente, incluyéndolo dentro de los paquetes turísticos ofertados por la Agencias de Viaje y operadores turísticos.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 74. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Elementos naturales que conforma el paisaje: Río Surba, Quebrada Andalucía, Puerta de Frailejones, Bosque Alto Andino, Quebrada Párrales, Mirador del Río Surba, Quebrada Chorro Blanco, Laguna Pan de Azúcar
Aspectos Relacionados con la Señalización	Solo en la entrada y salida del sendero
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Puntos ecológicos en la entrada y salida del sendero

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico



ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el Atractivo Turístico posee diversos y variados elementos naturales de flora, fauna, bosque, fuentes hídricas que hacen parte del Páramo de Pan de Azúcar. Respecto a la Señalización solo se encuentra a la entrada y salida del atractivo turístico, por lo cual se hace necesario implementarla durante todo el recorrido del sendero, y así como también en las vías terciaria de acceso para llegar al sitio. En cuanto al manejo de residuos sólidos, se dispone de puntos ecológicos para la disposición de los mismos, a la entrada y salida del atractivo, por lo cual se requiere mejorar las medidas de mitigación de impacto ambiental con la disposición adecuada de los sólidos durante todo el recorrido por la zona, a través de campañas de sensibilización y prácticas amigables con el medio ambiente, dirigidas tanto a visitantes como operadores turísticos.

4.2.12. ATRACTIVO TURISTICO No.12: SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS.

Descripción del Producto Identificado: El Páramo de la Rusia se ubica en la zona central del cordón occidental de páramos, en el flanco occidental de la cordillera oriental. Tiene un área de 6.529 Ha, entre los 3.500 y los 4.500 mts sobre el nivel del mar, Desde Duitama hay un recorrido de 30 km y una altura máxima de 3.950 metros sobre el nivel del mar. El recorrido del Sendero es de 6 km, donde se puede observar especies de fauna como águilas, el Cóndor, colibríes, conejos, entre otras y de flora, entre las cuales se tienen tres especies de frailejones.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS”:

Tabla 75. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	1
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	1
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	3
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	3
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

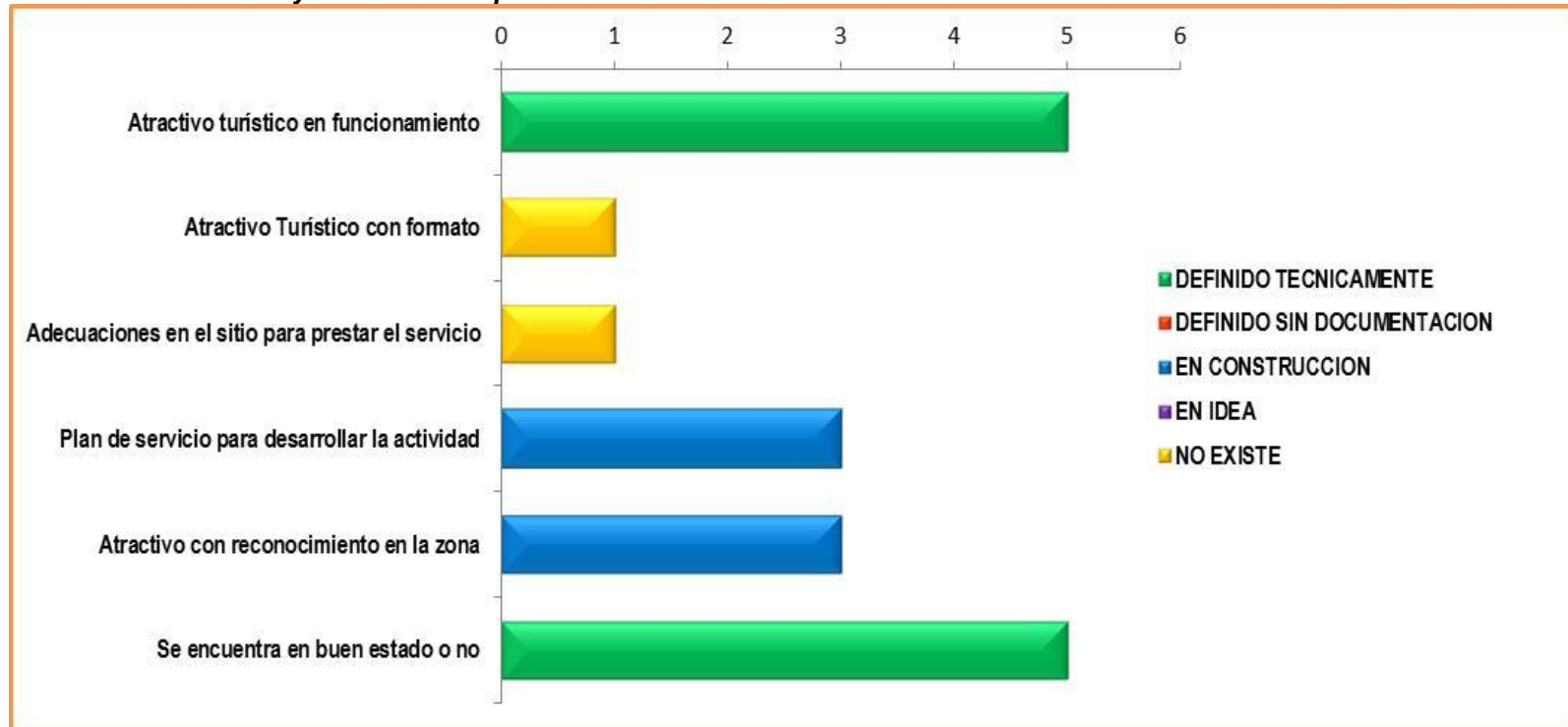
Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 48. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

El atractivo turístico “**SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS**”, se encuentra en funcionamiento y en buen estado, pero carece de formato y adecuaciones en el sitio para prestar el servicio.

El atractivo no tiene suficiente reconocimiento en la zona y el Plan de Servicios para llevar a cabo la actividad se encuentra en proceso de construcción; por lo cual se debe dar especial importancia a la estructuración del mismo, en cuanto al formato, adecuaciones especiales y plan de servicios se refiere, para fortalecer este destino turístico que involucra recursos naturales de la región.

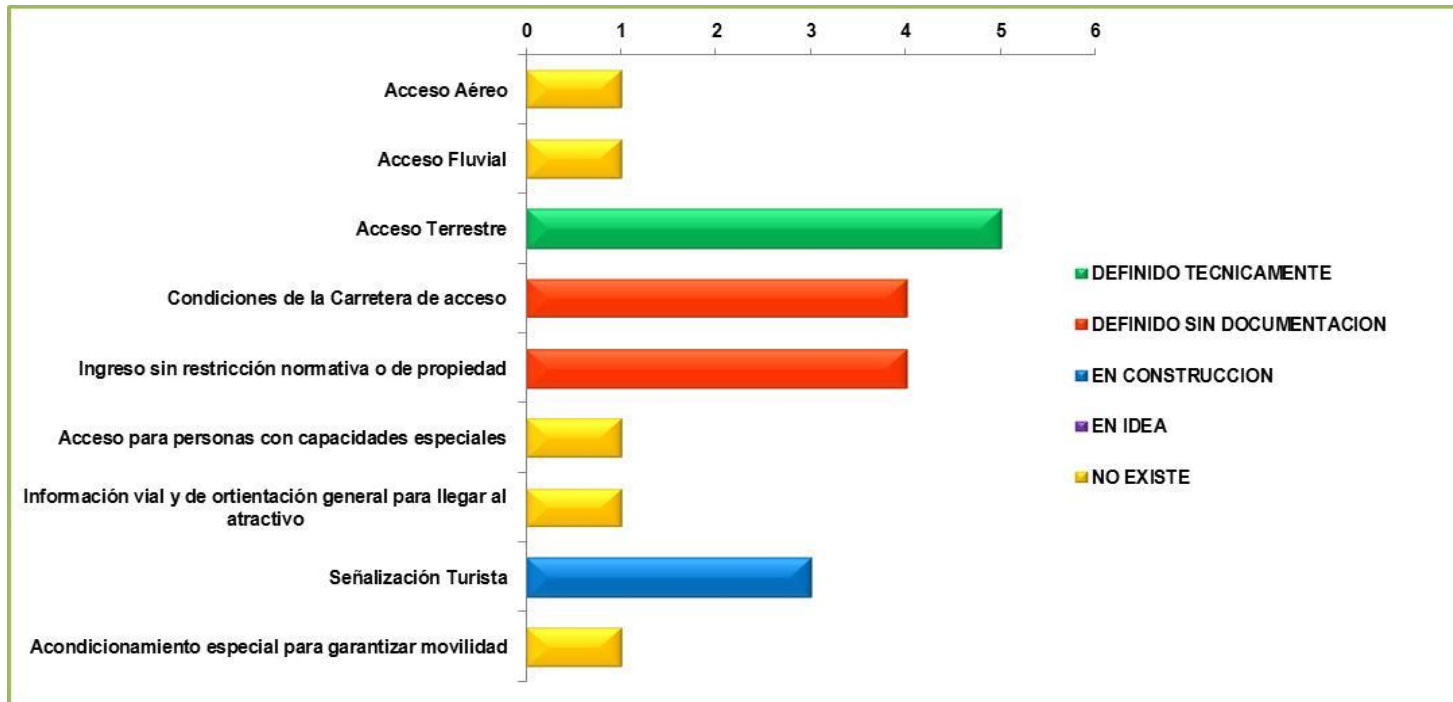
b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 76. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	4
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	4
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	1
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	1
2.8.	Señalización Turística	3
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	1

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 50. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al Atractivo Turístico “**SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS**”, es por vía terrestre, para lo cual se cuenta con carreteras en condiciones normales sin que exista algún tipo de restricción normativo o de propiedad para el ingreso al sitio. No obstante el atractivo turístico carece de condiciones para el acceso a las personas con capacidades especiales y para



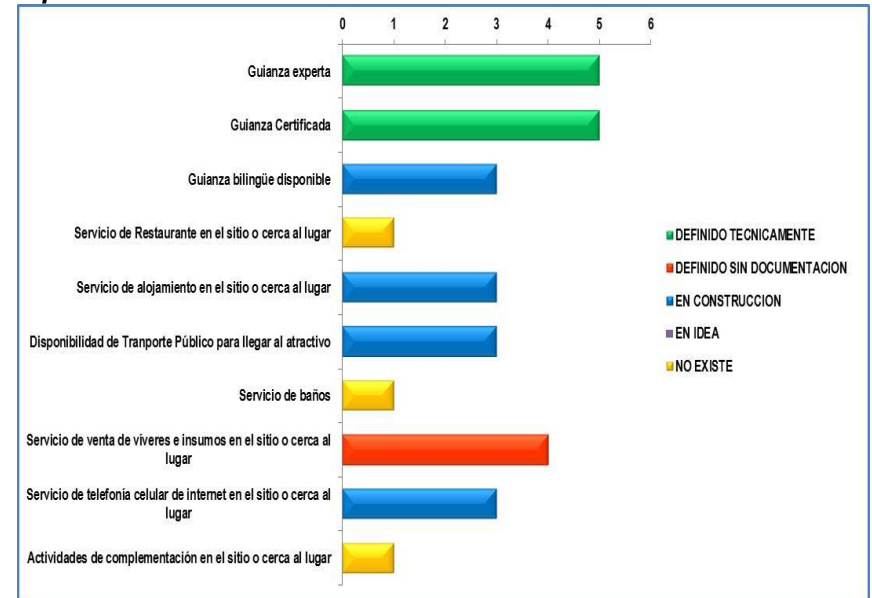
garantizar la movilidad de todos los visitantes en general; como tampoco se posee información vial y de orientación para llegar al atractivo y la señalización turística se encuentra en proceso de implementación.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

Tabla 77. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	5
3.2.	Guianza Certificada	5
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	1
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	3
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	3
3.7.	Servicio de baños	1
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	4
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	3
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	1



Gráfica 51. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico de “**SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS**” cuenta con disponibilidad de servicio de Guianza experta y certificada, mientras que la guianza bilingüe se encuentra en proceso de construcción. Sin embargo carece de servicios complementarios de restaurante, baños y actividades complementación en el sitio o cerca del lugar. De otra parte, se cuenta aunque en condiciones mínimas por encontrarse en proceso de estructuración, con los servicios de alojamiento, transporte público y telefonía celular e internet en el sitio o cerca del lugar donde se desarrolla la actividad turística. Mientras que más desarrollado se encuentra cerca del sitio, la venta de víveres e insumos, facilitando la adquisición de elementos por parte de los turistas, al momento de iniciar el recorrido por el atractivo turístico.

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

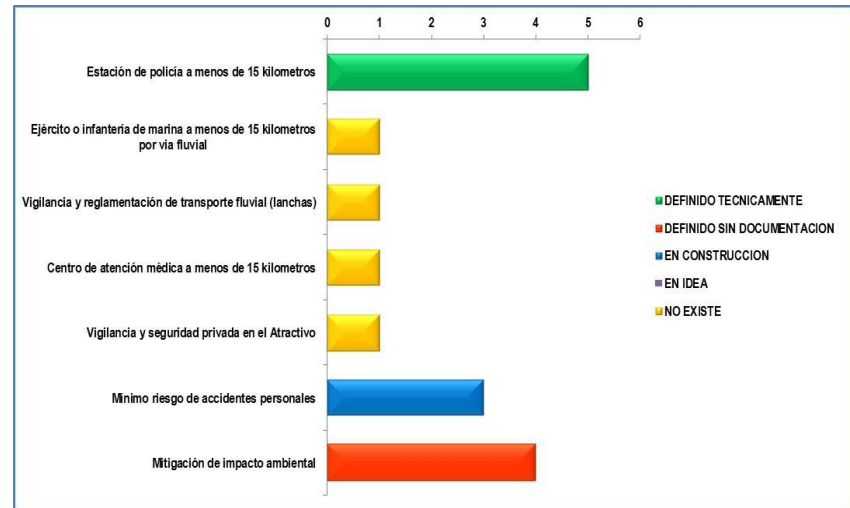
RESULTADOS:

Tabla 78. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1



4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	1
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	1
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	3
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	4



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 52. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “**SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS**”, cuenta dentro de su cercanía con una estación de policía, sin embargo dentro de la misma área no se encuentra ubicado ningún Centro de Atención Médica como tampoco existe vigilancia y seguridad privada en el atractivo; aspectos que inciden en la percepción del turista, en cuanto a la seguridad y confianza para visitar el sitio. De igual forma, en el sitio existe en proceso de construcción, las medidas para reducir al mínimo los accidentes personales y ya definido se lleva a cabo actividades para mitigar el impacto ambiental de los recursos naturales que se constituyen como un atractivo turístico del Municipio de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 79. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	NO
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro -Cuál? Sensibilizaciones turísticas	SI

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada a la variable de Mercadeo y Ventas, no se comercializa el atractivo turístico a través de operadores y agencias, pero si se promocionan los servicios directamente a los visitantes, se comercializa con actividades a nivel nacional, por referenciación y de voz a voz. Para la promoción del atractivo turístico de “**SENDERO PARAMO DE LA RUSIA - LAGUNAS ENCANTADAS**”, se realizan actividades a nivel nacional, así mismo se lleva a cabo el mercado y ventas

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



durante la visita de los turistas con campañas de sensibilización turística, como también por referenciación y de voz a voz, lo cual depende del éxito de la experiencia del visitante para que a su vez recomiende el sitio. Por ello, se hace necesario implementar estrategias de marketing y mercado que promuevan el atractivo turístico de manera permanente, incluyéndolo dentro de los paquetes turísticos ofertados por la Agencias de Viaje y operadores turísticos.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 68. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Elementos naturales que conforma el paisaje: Laguna Agua Clara, Laguna de Cachalu, Laguna de los Príncipes, Laguna Negra la Cristalina, Reserva de Sociedad Civil "Las lagunas encantadas", Valle de los frailejones.
Aspectos Relacionados con la Señalización	Sólo en alguna zonas se encuentran señalizados con información de la especies de flora del lugar
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Manejo a través de la reserva de la sociedad civil

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el Atractivo Turístico posee diversos y variados elementos naturales de flora, fauna, bosque, fuentes hídricas que hacen parte del Páramo de la Rusia. Respecto a la Señalización, solo se cuenta en algunas partes del sendero pero no corresponde a la normatividad turística, si no que se utiliza suministrar información de algunas especies de flora que se encuentran durante el recorrido. En cuanto al manejo de residuos sólidos, se lleva a cabo bajo la responsabilidad de la Sociedad Civil, quienes son los encargados del atractivo turístico.

4.2.13. ATRACTIVO TURISTICO No.13: MOLINO TUNDAMA

Descripción del Producto Identificado: Sede de la industria molinera más próspera del oriente colombiano en entre los años 1920 y 1940, por lo que se tiene ahora como un monumento a la grandeza y prosperidad de una población pujante.

RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “MOLINO TUNDAMA”:

Tabla 81. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

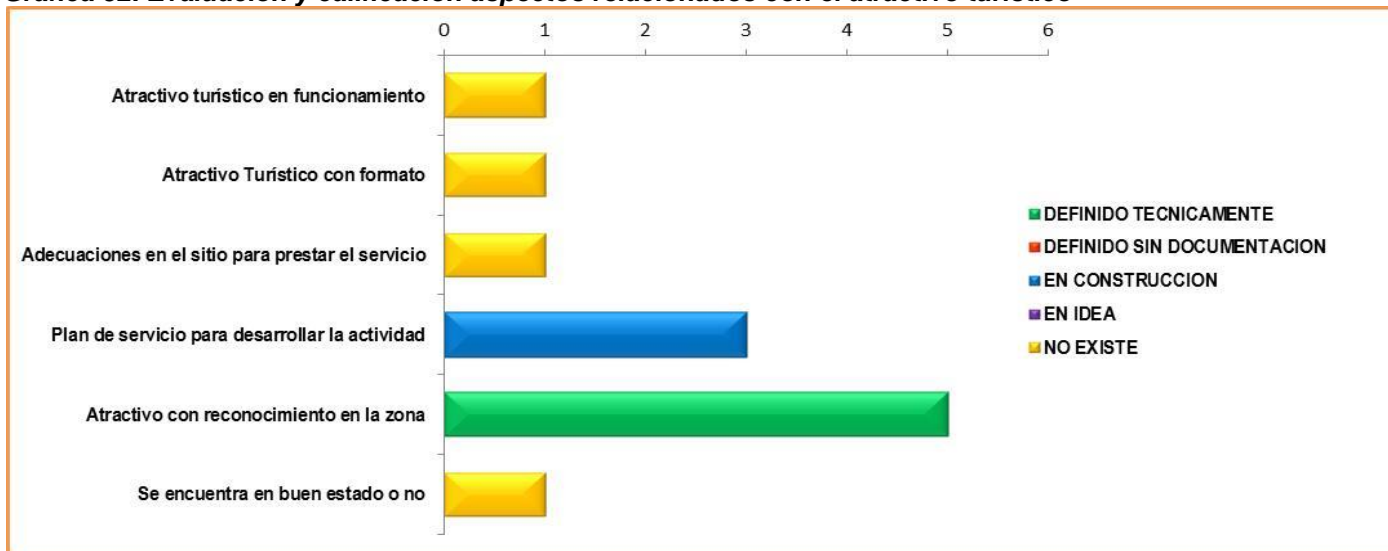
1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	1



1.2.	Atractivo Turístico con formato	1
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	1
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	3
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	1

Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

Gráfica 52. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico “**MOLINO TUNDAMA**”, aunque goza de un gran reconocimiento en la zona, no se encuentra funcionamiento, y carece de formato y adecuaciones en el sitio para prestar el servicio, como tampoco se conserva en buen estado, para ser visitado por los turistas. En cuanto al Plan de Servicios para llevar a cabo la actividad se encuentra en proceso de construcción; por lo cual se debe dar especial importancia a la estructuración del mismo, en cuanto al formato, adecuaciones especiales y plan de servicios se refiere, para fortalecer este destino turístico que es reconocido a nivel local y regional, tanto por la comunidad como por los turistas, por los valores que representa dicho atractivo, como son la grandeza y la prosperidad de la región.

b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

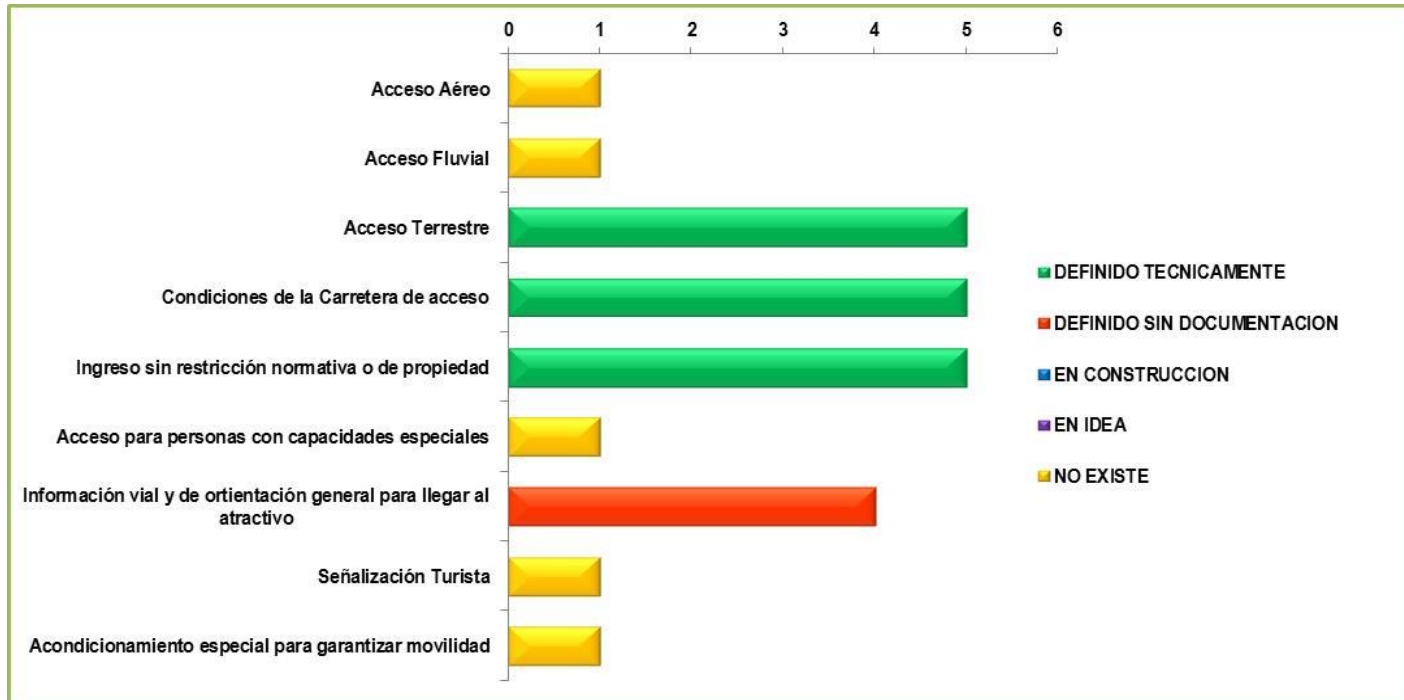
Tabla 82. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	1
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	4

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



2.8.	Señalización Turística	1
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	1



Gráfica 54. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al Atractivo Turístico “**MOLINO TUNDAMA**”, es por vía terrestre, para lo cual se cuenta con carreteras en buenas condiciones, con información vial y de orientación para llegar al sitio, sin que exista algún tipo de restricción normativo o de propiedad para el ingreso al atractivo. No obstante el atractivo turístico carece de condiciones para el acceso a las personas con capacidades especiales y para garantizar la movilidad de todos los visitantes en general; como tampoco se posee señalización turística que brinde información al turista.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

RESULTADOS:

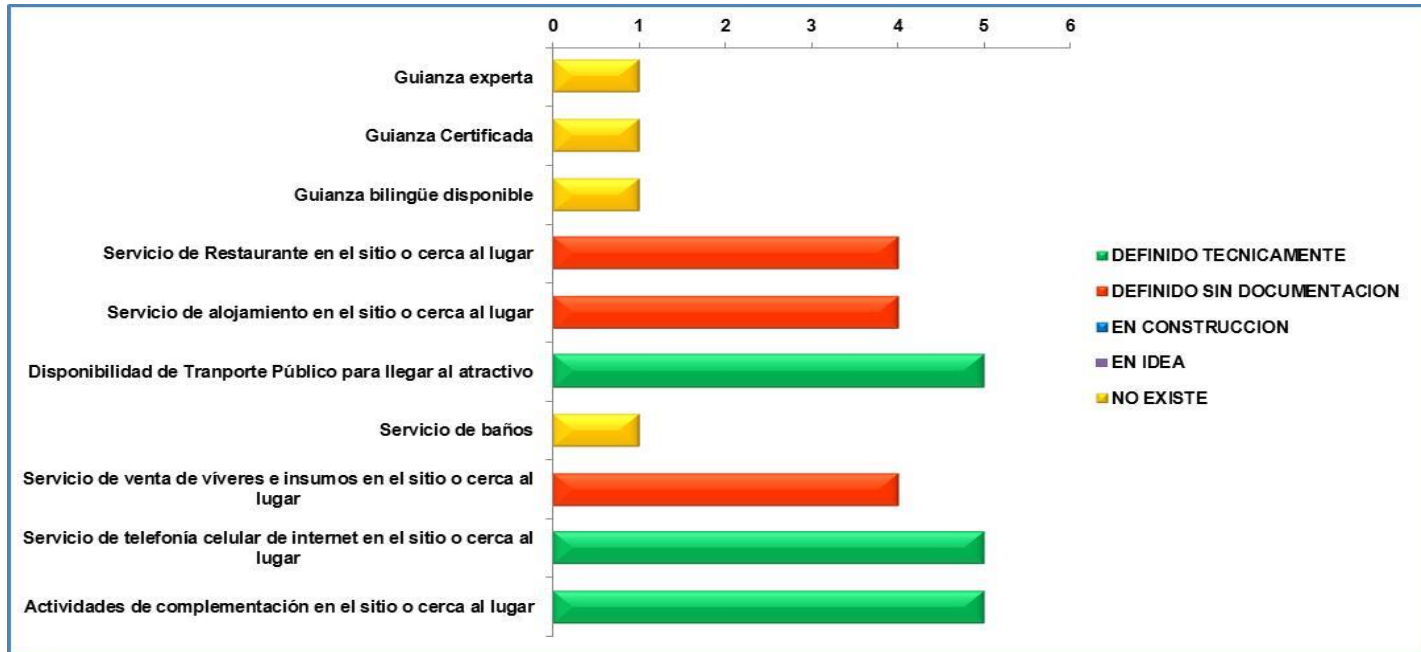
Tabla 83. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	1
3.2.	Guianza Certificada	1
3.3.	Guianza bilingüe disponible	1
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	4
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	4
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	1
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	4
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



Gráfica 55. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios



ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico del “**MOLINO TUNDAMA**” no cuenta con disponibilidad de servicio de guianza experta, certificada, como tampoco bilingüe. Sin embargo respecto a los servicios complementarios en el sitio o cerca del lugar, el atractivo turístico cuenta con restaurantes, alojamientos, venta de víveres e insumos, buena disponibilidad de servicio de transporte público, telefonía celular e internet y la posibilidad para los visitantes de realizar otras actividades complementarias. El único servicio del que carece además de la guianza turística, es el relacionado con el servicio de baños, para lo cual se deben hacer inversiones en la infraestructura turística del sitio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

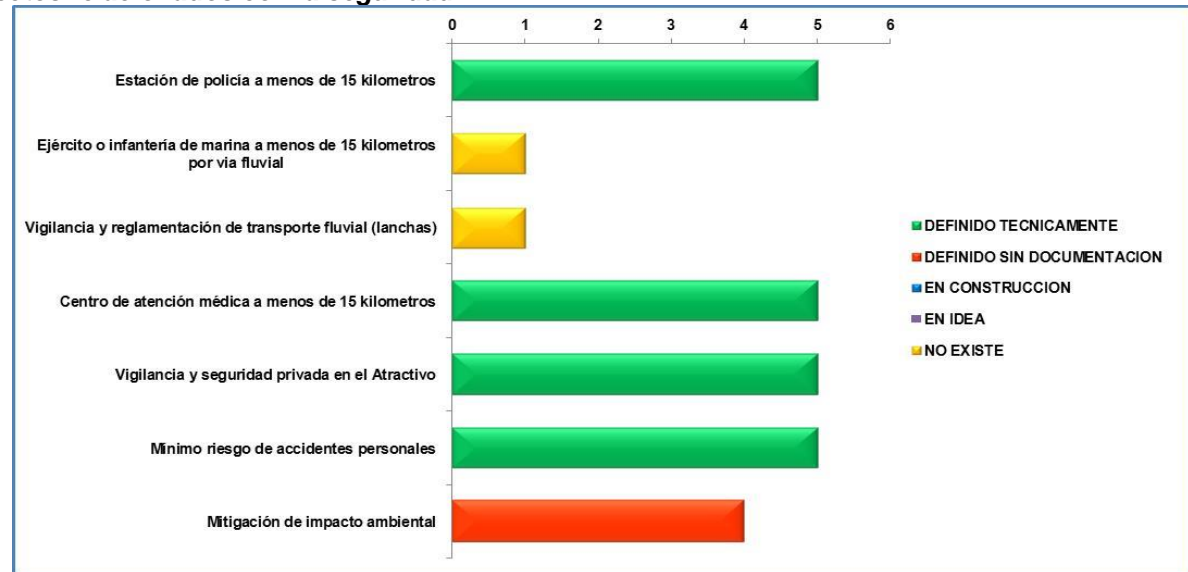


d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 84. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	1
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	5
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	4



Gráfica 56. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

ANALISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “**MOLINO TUNDAMA**”, cuenta dentro de su cercanía con una estación de policía, como también de un Centro de Atención Médica en un área cercana de 15 kilómetros, lo que permite garantizar la atención inmediata por parte de la autoridad de policía o médica, en caso que los turistas lo requieran. Así mismo, el atractivo se encuentra con vigilancia y seguridad privada,



como también se toman las medidas para reducir al mínimo los riesgos de accidentes personales, a la vez que tiene definido la realización de actividades para mitigar el impacto ambiental. El atractivo Turístico cuenta con todos los elementos para poder brindar seguridad y confianza al turista durante su visita al sitio.

e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 85. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	NO
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	
5.1.6.	Otro -Cuál? Sensibilizaciones turísticas	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada a la variable de Mercadeo y Ventas, no se desarrollan actividades de comercialización del atractivo turístico. Teniendo en cuenta que el atractivo “**MOLINO TUNDAMA**”, no se encuentra en funcionamiento, es evidente que no se realiza ninguna actividad de comercialización del sitio, para lo cual se hace necesario, hacer un diagnóstico de la demanda potencial del atractivo turístico y su sostenibilidad tanto económica como social y ambiental, para implementar las estrategias de marketing orientadas a la promoción turística del mismo.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 86. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	Edificación que data del año 1924, No tiene elementos naturales
Aspectos Relacionados con la Señalización	No Existe
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	No Existe

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el Atractivo turístico no cuenta con elementos naturales, pero de otra parte, consta de una edificación que corresponde a los años 1920, con lo cual se hace necesario la restauración y conservación de la infraestructura, como elemento esencial del atractivo.

Respecto a la Señalización y al manejo de disposición de residuos sólidos, no existe ningún plan o implementación para desarrollar estos dos aspectos en el sitio.

4.2.14. ATRACTIVO TURISTICO No.14: PLAZA DE TOROS CESAR RINCON

Descripción del Producto Identificado: Tiene un área aproximada de 7.854 metros cuadrados, con una capacidad de 6.090 espectadores. Cuenta con 7 taquillas e igual número de puertas para acceso al público, una capilla salón para los toreros y corral para el ganado

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

a. Aspectos relacionados con el atractivo turístico “PLAZA DE TOROS CESAR RINCON”:

Tabla 87. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico

1.	ASPECTOS RELACIONADOS CON EL ATRACTIVO TURISTICO	CALIFICACION
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5
1.2.	Atractivo Turístico con formato	3
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5

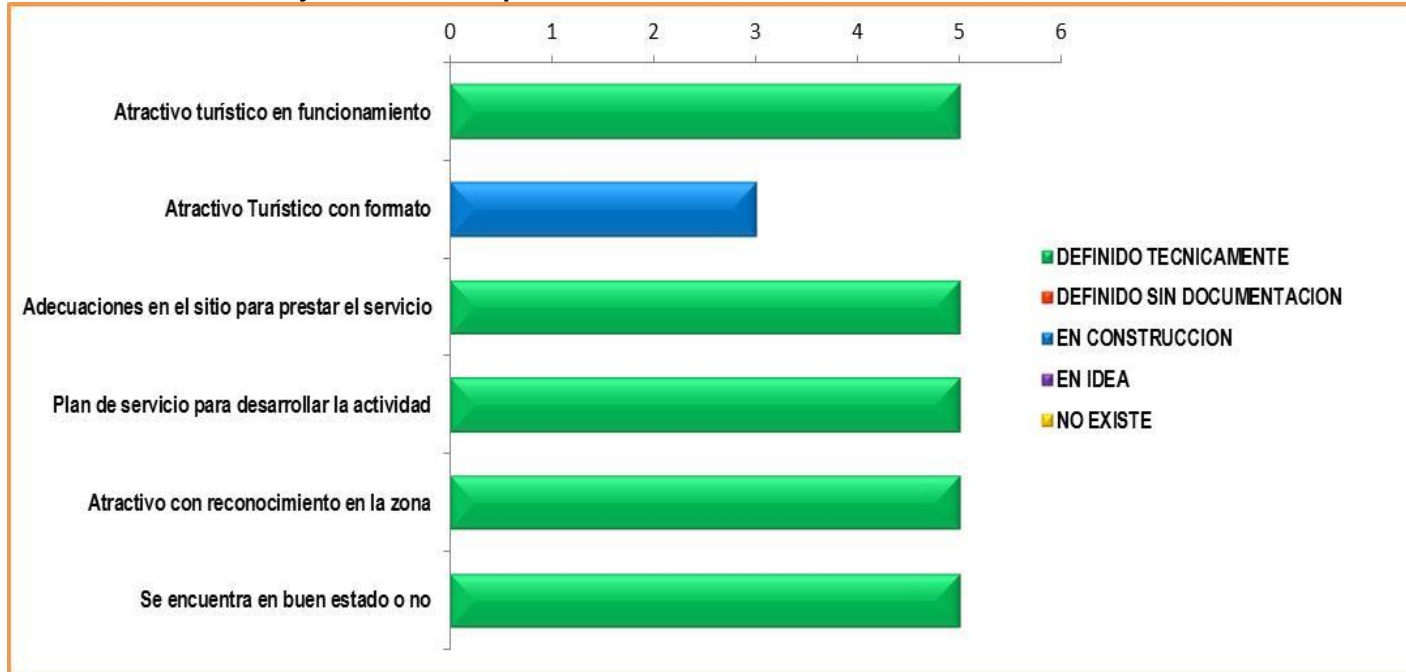
Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 56. Evaluación y calificación aspectos relacionados con el atractivo turístico



Fuente: Encuesta Ficha Técnica Exploración Inicial del Estado del Arte de Atractivo Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada al atractivo turístico “**PLAZA DE TOROS CESAR RINCON**”, éste se encuentra en funcionamiento y cuenta con adecuaciones en el sitio para prestar el servicio, así como de un Plan de Servicios para

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





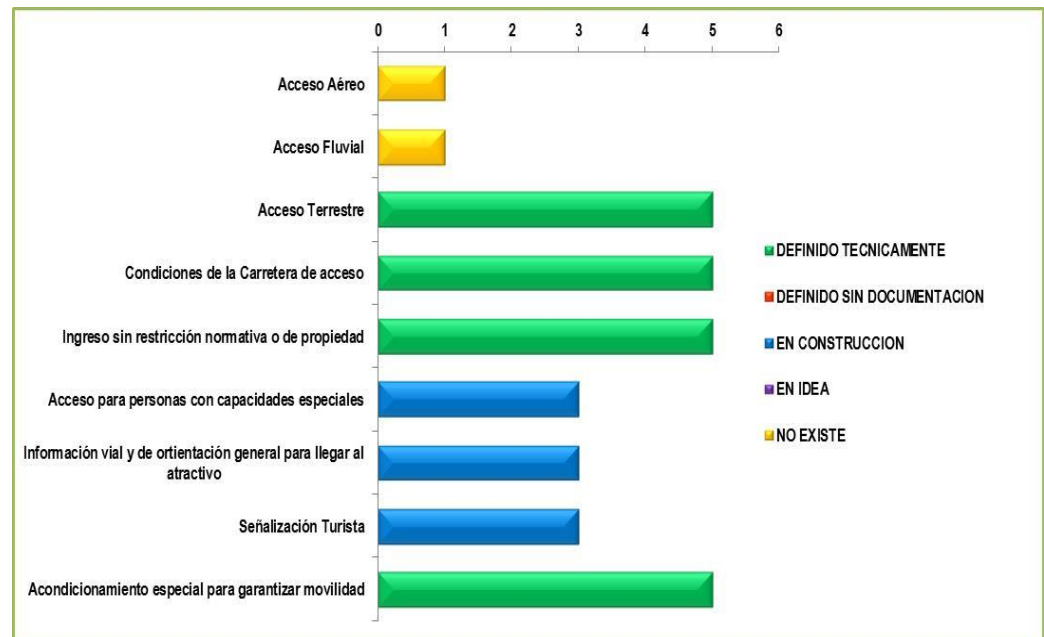
llevar a cabo la actividad. De igual forma, tiene reconocimiento en la zona y se conserva en buen estado. El único aspecto a mejorar, es el relacionado con el Formato, debido a que este se encuentra en proceso de estructuración.

b. Aspectos relacionados con accesibilidad:

RESULTADOS:

Tabla 88. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad

2.	ASPECTOS RELACIONADOS CON ACCESIBILIDAD	CALIFICACION
2.1.	Acceso Aéreo	1
2.2.	Acceso Fluvial	1
2.3.	Acceso Terrestre	5
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	3
2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	3
2.8.	Señalización Turística	3
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	5



Fuente: Encuesta Ficha Técnica. Nakusa Red turística

Gráfica 57. Evaluación y calificación aspectos relacionados con accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION:

El acceso al Atractivo Turístico “**PLAZA DE TOROS CESAR RINCON**”, es por vía terrestre, para lo cual se cuenta con carreteras en buenas condiciones, sin que exista algún tipo de restricción normativo o de propiedad para el ingreso al atractivo, como también garantiza la movilidad en el sitio. Sin embargo los aspectos relacionados con las condiciones para el acceso a las personas con capacidades especiales, la información vial y de orientación para llegar al sitio y señalización turística se encuentran en proceso de estructuración.

c. Aspectos relacionados con servicios complementarios:

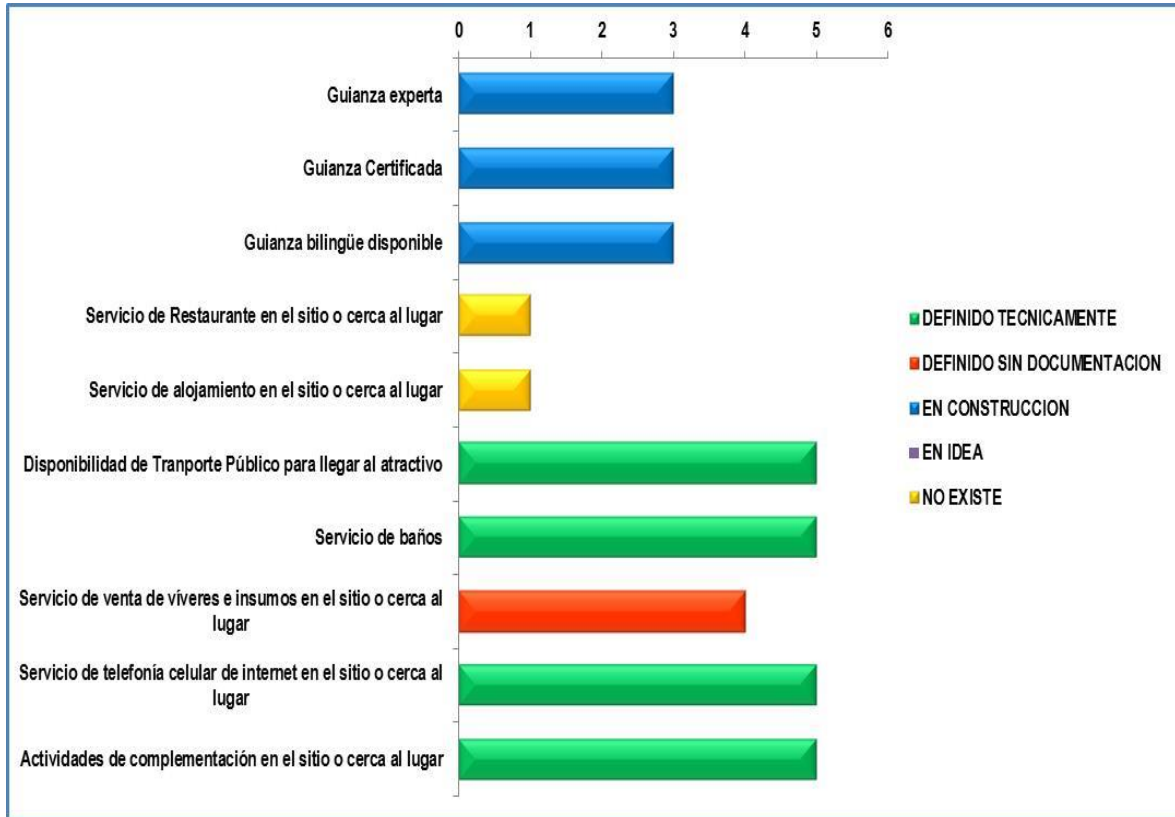
RESULTADOS:

Tabla 89. Evaluación y calificación aspectos relacionados con Servicios complementarios

Fuente: Encuesta Ficha Técnico. Nakusa Red turística

3.	ASPECTOS RELACIONADOS CON SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	CALIFICACION
3.1.	Guianza experta	3
3.2.	Guianza Certificada	3
3.3.	Guianza bilingüe disponible	3
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	1
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	1
3.6.	Disponibilidad de Transporte Público para llegar al atractivo	5
3.7.	Servicio de baños	5
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	4
3.9.	Servicio de telefonía celular de internet en el sitio o cerca al lugar	5
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 58. Evaluación y calificación aspectos relacionados con servicios complementarios

ANALISIS E INTERPRETACION:

El atractivo turístico de “**PLAZA DE TOROS CESAR RINCON**” se encuentra estructurando el servicio de Guianza tanto experta, certificada, como bilingüe. Respecto a los servicios complementarios en el sitio o cerca del lugar, el atractivo turístico cuenta con

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





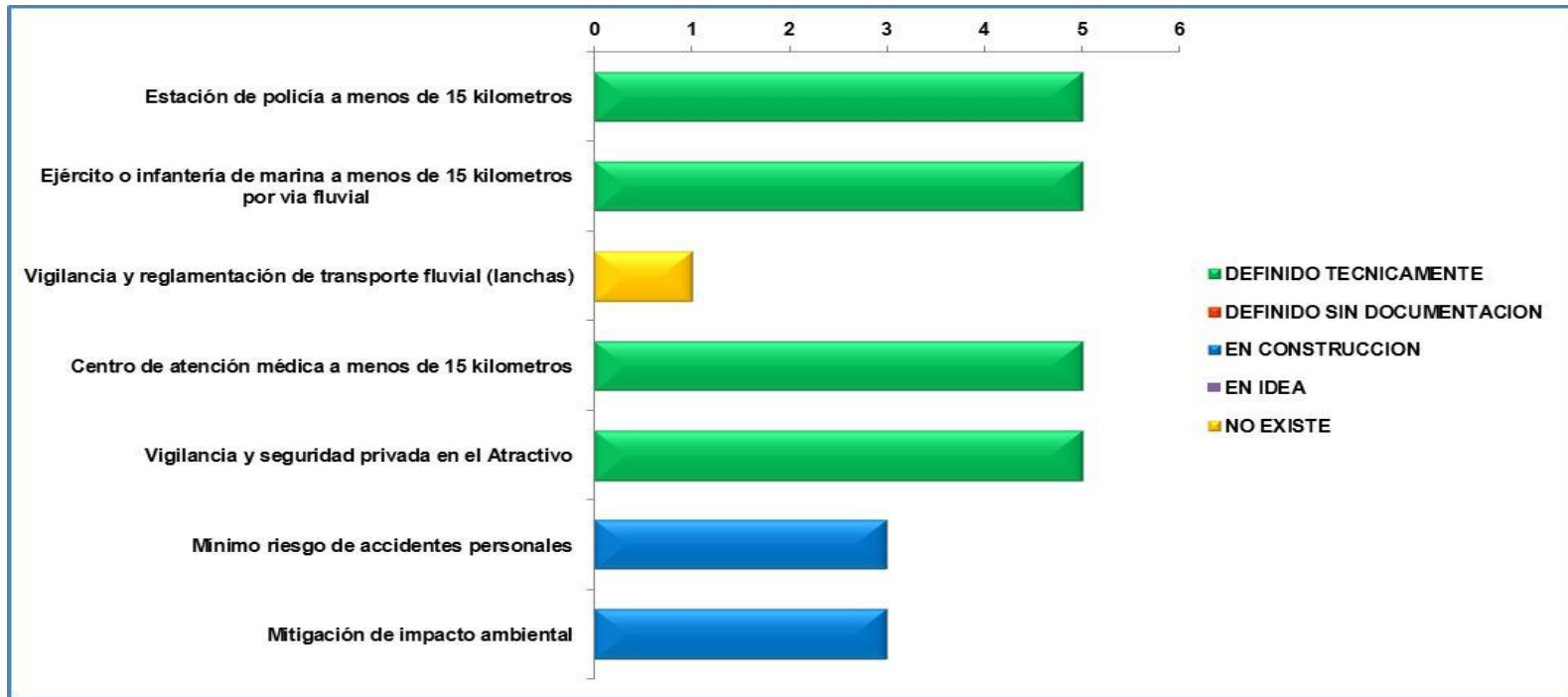
servicio de transporte público, servicio de Baños, servicio de telefonía celular e internet, y actividades de complementación en el sitio o cerca del lugar y venta de víveres e insumos; mientras carece de servicio de restaurante y alojamiento en el sitio o cerca del lugar. En términos generales, el atractivo turístico brinda a los turistas, la mayoría de los servicios complementarios para la comodidad y satisfacción del visitante.

d. Aspectos relacionados con la seguridad:

RESULTADOS:

Tabla 90. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

4.	ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD	CALIFICACION
4.1.	Estación de policía a menos de 15 kilómetros	5
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	5
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	1
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	5
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	3
4.7.	Mitigación de impacto ambiental	3



Gráfica 59. Evaluación y calificación aspectos relacionados con la seguridad

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

El Atractivo turístico “**PLAZA DE TOROS CESAR RINCON**”, cuenta dentro de su cercanía con una estación de policía, además con un batallón militar y un Centro de Atención Médica en un área cercana de 15 kilómetros, lo que permite garantizar la atención inmediata tanto por autoridades de policía, militar y médica. Así mismo, el atractivo se encuentra con vigilancia y seguridad privada.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



En tanto que se están construyendo los procesos para prevenir los riesgos de accidentes personales y de mitigación del impacto ambiental. El atractivo Turístico cuenta con todos los elementos para poder brindar seguridad y confianza al turista durante su visita al sitio.

e. **Variables de Mercadeo y Ventas:**

RESULTADOS:

Tabla 91. Actividades de Comercialización del Atractivo Turístico

5.	VARIABLES DE MERCADEO Y VENTAS	RESPUESTA
5.1.	Cómo se realizan las actividades de comercialización del atractivo turístico	
5.1.1.	No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	
5.1.2.	Se comercializa a través de operadores y agencias	NO
5.1.3.	Se promocionan los servicios a los visitantes	SI
5.1.4.	Se comercializa con actividades a nivel nacional	SI
5.1.5.	Se vende por referenciación y voz a voz	SI
5.1.6.	Otro - Cuál? Sensibilizaciones turísticas	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados de la evaluación realizada a la variable de Mercadeo y Ventas, desarrollan actividades de comercialización del atractivo turístico con los visitantes, a nivel nacional y por referenciación y voz a voz. Se llevan a cabo actividades de mercadeo y venta a nivel nacional para promocional el atractivo turístico, así como también directamente con los turistas, y a través de la técnica de referenciación y voz a voz. Sin embargo, este atractivo no es comercializado por la Agencias de Viajes y Operadores Turísticos.

- f. **Otras Variables:** Dentro de la exploración inicial del estado del Arte del atractivo turístico, se consultó sobre los aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales, la Señalización, el manejo y disposición de residuos sólidos.

RESULTADOS:

Tabla 92. Otras Variables

OTRAS VARIABLES	RESPUESTA
Aspectos Relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales	No tiene elementos relacionados con el paisajismo
Aspectos Relacionados con la Señalización	Se cuenta con algún tipo de señalización
Aspectos Relacionados con el manejo y disposición de Residuos Sólidos	Cuenta con puntos ecológicos instalados dentro del sitio

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de producto turístico



ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En relación con el aspecto de paisajismo y/o elementos naturales, el Atractivo turístico no cuenta elementos relacionados con el paisajismo. Igualmente, se cuenta con alguna señalización sin que llegue a ser turística, como también se encuentran dentro del atractivo turístico puntos ecológicos para realizar el manejo de disposición de residuos sólidos.

4.3. RESULTADOS CONSOLIDADO GENERAL Y ANALISIS COMPARATIVO

A continuación se presenta un análisis comparativo de los 15 atractivos que fueron evaluados y calificados para identificar el estado del arte de cada uno de ellos.

4.3.1. Aspectos relacionados con el Atractivo Turístico



RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 93. Evaluación y Calificación aspectos relacionados con el Atractivo Turístico

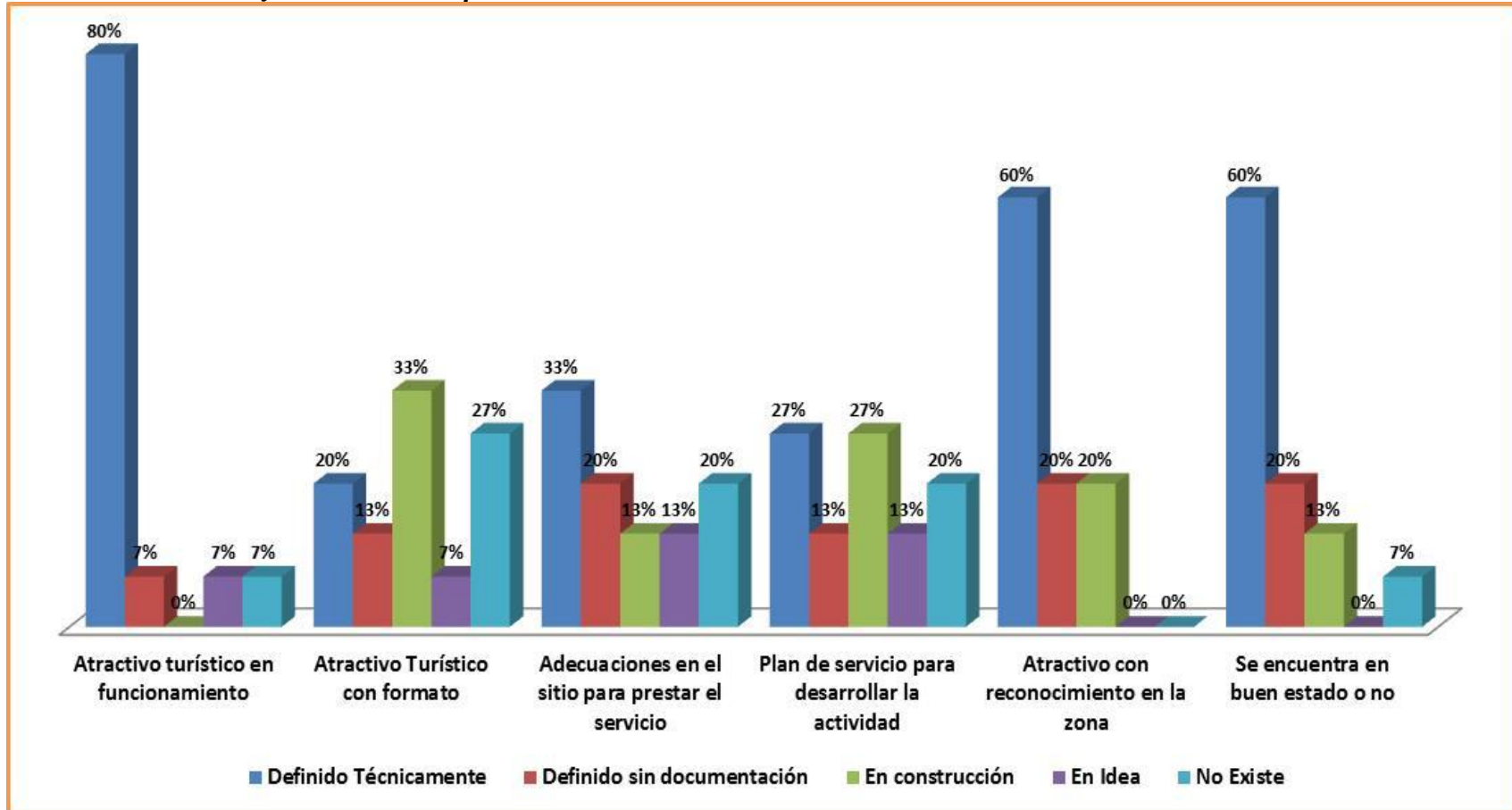
1.	Descripción	Criterio Evaluación	Total	Participación
1.1.	Atractivo turístico en funcionamiento	5	12	80%
		4	1	7%
		3	0	0%
		2	1	7%
		1	1	7%
1.2.	Atractivo Turístico con formato	5	3	20%
		4	2	13%
		3	5	33%
		2	1	7%
		1	4	27%
1.3.	Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio	5	5	33%
		4	3	20%
		3	2	13%
		2	2	13%
		1	3	20%
1.4.	Plan de servicio para desarrollar la actividad	5	4	27%
		4	2	13%
		3	4	27%
		2	2	13%
		1	3	20%
1.5.	Atractivo con reconocimiento en la zona	5	9	60%
		4	3	20%
		3	3	20%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.6.	Se encuentra en buen estado o no	5	9	60%
		4	3	20%
		3	2	13%
		2	0	0%
		1	1	7%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 60. Evaluación y Calificación a aspectos relacionados con el Atractivo Turístico



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con los resultados consolidados, en el aspecto relacionado con el **Atractivo turístico en funcionamiento**, 12 atractivos evaluados que corresponden al **80%** de la muestra, se encuentran “Definidos Técnicamente”, uno (1) que equivale al 7% está “Definido sin documentación”, otro tanto se encuentra “En Idea” y el restante 7% se considera que “No Existe”.

Frente al aspecto de **Atractivo Turístico con Formato**, el **33%** representado por 5 atractivos se encuentra “En construcción”, un **26%** que equivale a 4 atractivos es considerado como “No Existe”; seguido de **20%** (3 atractivos), están “Definidos Técnicamente”; el **13%** (2 atractivos) se encuentra Definido sin documentación y el **7%** (1 atractivo) está “En Idea”.

En cuanto a las **Adecuaciones en el sitio para prestar el servicio**, el **33%**, que representa 5 atractivos se encuentran “Definido Técnicamente”, un **20%** (3 atractivos) están “Definidos sin documentación”, otro **20%** “No existe”, mientras que un **13%** (2 atractivos) se encuentra “En Construcción” y otro tanto “En Idea”.

Sobre el aspecto de **Plan de Servicios para Desarrollar la Actividad**, un **27%** que corresponde a 4 atractivos del total de la muestra, se encuentra “Definido Técnicamente”, otro **27%** está “En Construcción”, el **13%** (2 atractivos) está “Definido sin documentación”, otro tanto se encuentra “En Idea”, y el restante 20% (3 atractivos) fueron evaluados como “No Existe”.

Respecto al **Reconocimiento en la zona**, el **60%** de los atractivos evaluados (9) se encuentran “Definidos Técnicamente”; un **20%** de ellos (3) están “Definidos sin documentación” y el restante **20%** se encuentra “En Construcción”.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Ante el interrogante, si **Se encuentra en buen estado o no**, el **60%** de los atractivos evaluados (9) están definidos técnicamente, el **20%** (3 atractivos) se encuentran “Definidos sin documentación”, un **13%** (2 atractivos) están “En Construcción” y el restante **7%** (1 atractivo) “No Existe”.

CONCLUSIONES:

El Municipio de Duitama, actualmente tiene en funcionamiento, 13 de los 15 atractivos evaluados, lo cual evidencia el potencial turístico de la región, por la diversidad de atractivos que hacen parte de la oferta turística de este destino, que conforman su patrimonio cultural, histórico, natural y paisajístico.

Los atractivos que actualmente se encuentran en funcionamiento definidos técnicamente y definidos sin documentación, de acuerdo a la evaluación realizada sobre este aspecto, son:

1. PARQUE EL CARMEN
2. PARQUE LOS LIBERTADORES
3. CENTRO REGIONAL ARTESANAL
4. CULTURAMA
5. CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL
6. PUEBLITO BOYACENSE
7. MARQUESADO DE SURBA Y BONZA
8. SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA
9. SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA
10. SENDERO ANDALUCIA - PARAMO DE PAN DE AZUCAR

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA



- 11. SENDERO PARAMO DE LA RUSIA
- 12. PLAZA DE TOROS "CESAR RINCON"

No obstante, del total de atractivos evaluados, más del 50% no posee formato ni planes de servicios, y en una menor proporción no tienen Adecuaciones en el sitio, elementos que son fundamentales en la estructuración de los atractivos, con el fin de poder desarrollar la actividad turística y responder de manera eficiente y efectiva a las expectativas del visitante.

En este sentido, los atractivos turísticos que de acuerdo a la evaluación realizada, cuentan con los tres aspectos (con formato, Planes de Servicio y Adecuaciones en el Sitio), Definidos Técnicamente, son: PUEBLITO BOYACENSE, SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA Y SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA.

En cuanto al grado de reconocimiento que tienen cada uno de los atractivos objeto de la evaluación, el 80% de éstos cuenta con gran reconocimiento tanto de la comunidad local como de los turistas, toda vez que los atractivos son representativos, en la mayoría de los casos, del patrimonio histórico y cultural de la región, además de los recursos naturales y paisajísticos característicos de la zona. El 20% restante, corresponde a atractivos cuyo reconocimiento se encuentra en fase de Construcción, dependiendo este aspecto, del mejoramiento del diseño, estructuración y adecuaciones que se realicen al atractivo, para ofrecer experiencias satisfactorias y únicas a los turistas.

Los tres (3) atractivos que cuentan con menos grado de reconocimiento en la zona, o que se encuentra “En Construcción”, son: SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA, SENDERO ANDALUCIA - PARAMO DE PAN DE AZUCAR y SENDERO PARAMO DE LA RUSIA. De igual forma, respecto al estado del atractivo, el 80% de ellos, se encuentra en buenas condiciones de conservación, algunos están directamente bajo la responsabilidad de la administración municipal, quienes realizan las actividades

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA





pertinentes para la conservación del atractivo, como es el caso del CENTRO REGIONAL ARTESANAL y CULTURAMA; así mismo el atractivo MARQUESADO DE SURBA Y BONZA, que se encuentra dentro de las instalaciones del Batallón de Caballería Mecanizado No.7, es conservado por parte de la entidad militar, son algunos ejemplos de atractivos que por estar ubicados dentro de la instalaciones o zona de influencia de las entidades públicas y/o militares les son brindados los cuidados necesarios para mantener su integridad física y su homogeneidad estética en relación con el tipo de construcción o arquitectura que poseen. En contraste, el atractivo MOLINO TUNDAMA, el cual goza de un importante reconocimiento en la zona, se encuentra de acuerdo con los resultados de la evaluación, en mal estado, teniendo en cuenta que la construcción de esta edificación corresponde al periodo entre 1920 y 1940, que requiere labores de intervención para recuperar o restaurar su infraestructura. Respecto a los atractivos naturales identificados y evaluados en el Municipio de Duitama, también se encuentran en buen estado, lo que indica el interés de la comunidad y autoridades por la conservación de estos ecosistemas ambientales, desarrollando actividades de capacitación y sensibilización dirigidas tanto a actores turísticos como a los visitantes, con el fin de implementar practicas amigables y de mitigación de impacto ambiental, que garanticen la preservación de los recursos naturales y den lugar a un turismo responsable ambientalmente.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





4.3.2. Aspectos relacionados con la Accesibilidad

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 94. Evaluación y Calificación Aspectos relacionados con la Accesibilidad

2.	Aspectos relacionados con accesibilidad	Criterio Evaluación	Total	Participación
2.1.	Acceso Aéreo	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	15	100%
2.2.	Acceso Fluvial	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	15	100%
2.3.	Acceso Terrestre	5	14	93%
		4	1	7%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.4.	Condiciones de la carretera de acceso de acceso	5	11	73%
		4	3	20%
		3	1	7%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.5.	Ingreso: restricción normativa o de propiedad	5	9	60%
		4	2	13%
		3	2	13%
		2	1	7%
		1	1	7%
2.6.	Acceso para personas con capacidades especiales	5	5	33%
		4	1	7%
		3	2	13%
		2	2	13%
		1	5	33%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



2.7.	Información vial y de orientación general para llegar al atractivo	5	5	33%
		4	2	13%
		3	3	20%
		2	0	0%
		1	5	33%
2.8.	Señalización Turística	5	1	7%
		4	1	7%
		3	3	20%
		2	0	0%
		1	10	67%
2.9.	Acondicionamiento especial para garantizar movilidad	5	3	20%
		4	4	27%
		3	4	27%
		2	0	0%
		1	4	27%

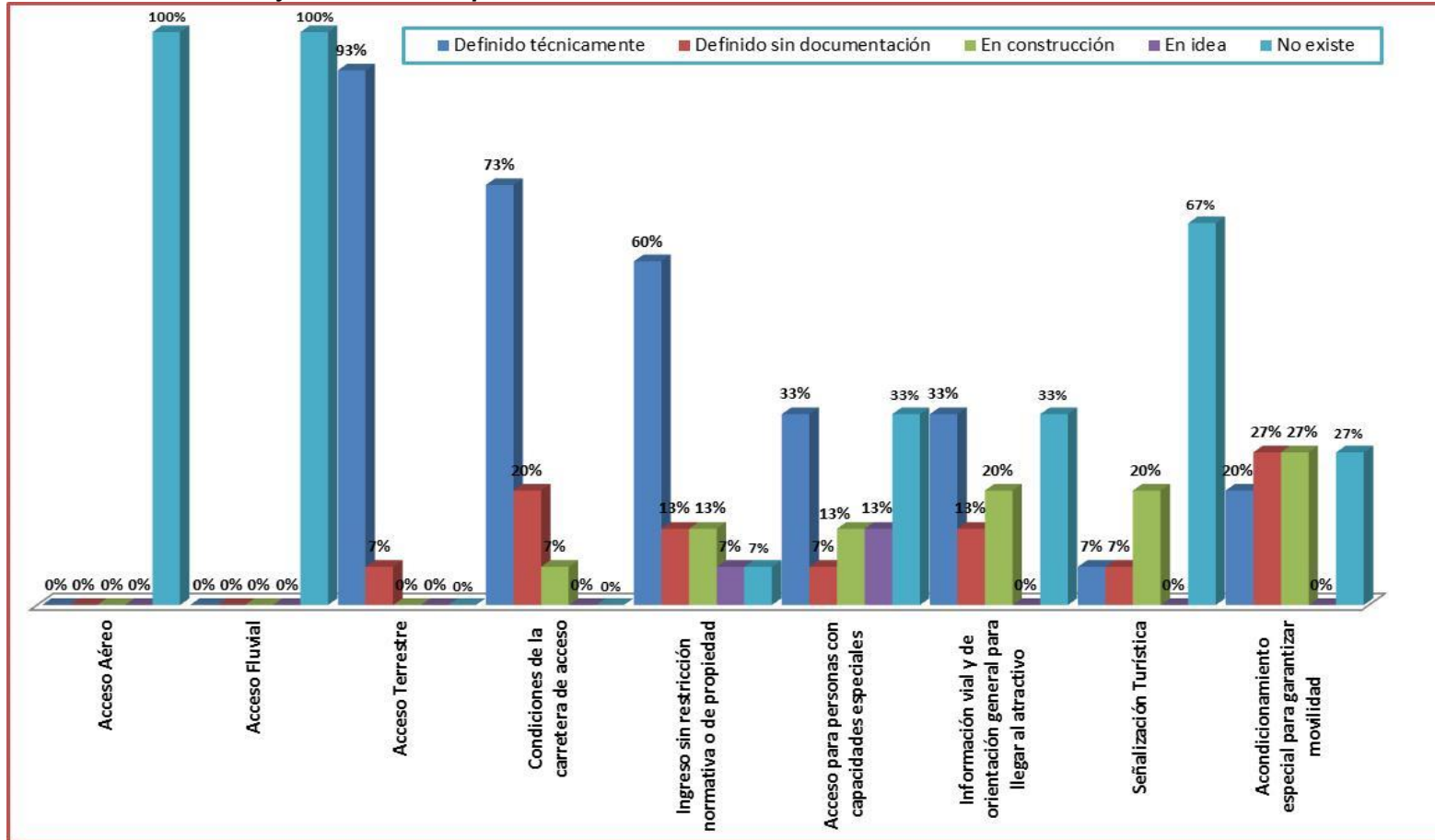
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 61. Evaluación y Calificación Aspectos relacionados con la Accesibilidad



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Los resultados consolidados respecto al **Acceso Aéreo y Fluvial**, determinaron en un 100% que “No Existen” frente al **Acceso Terrestre** que fue evaluado como “Definido Técnicamente”, en un **93%** correspondiente a 14 atractivos, y “Definido Sin documentación” por el restante **7%** (1 atractivo).

En cuanto a las **Condiciones de la carretera de acceso**, el **73%** que equivale a 11 atractivos, cuenta con vías consideradas “Definidas Técnicamente”, para el **20%** (3 atractivos) las vías se encuentran “Definidas sin Documentación” y el para el **7%** (1 atractivo) las condiciones de la carretera de acceso están “En Construcción”. Respecto al **Ingreso: restricción normativa o de propiedad**, para el **60%**, que representa 9 atractivos, este aspecto se encuentra “Definido Técnicamente”, para el **13%** (2 atractivos) está “Definido sin documentación”, para otro **13%** se encuentra “En Construcción”, mientras que en el **7%** (2 atractivos) este aspecto está “En Idea” y para otro tanto “No Existe”. Las vías de acceso dependen de la ubicación del atractivo, es decir pueden ser terciarias las ubicadas en área rural o vías del área urbana de Duitama.

Así mismo, ante el aspecto de **Acceso para personas con capacidades especiales**, para el **33%** de los atractivos evaluados (5), se encuentra “Definido Técnicamente”; el 7% (1 atractivo) cuenta con el acceso “Definido sin Documentación”; en el **13%** (3 atractivos) está “En Construcción”, otro **13%** “En Idea” y una cifra muy importante del **33%** “No Existe”.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



Sobre la **Información Vial y de orientación general para llegar al atractivo**, el **33%** de los atractivos analizados (5) se encuentra “Definido Técnicamente”; para un **13%** (2 atractivos) está “Definidos sin documentación”; en el **20%** (3 atractivos), se encuentra “En Construcción”, frente a un **33%** en donde “No Existe”.

En relación con el aspecto de **Señalización Turística**, el **7%** de los atractivos evaluados que equivale a 1, está “Definido técnicamente”; otro **7%** (1 atractivo) se encuentra “Definido sin documentación”, un **20%** (3 atractivos) están “En Construcción” y un porcentaje muy alto del **67%** que corresponde a 10 de los atractivos, este elemento “No Existe”.

Por último, los resultados en el aspecto de **Acondicionamiento especial para garantizar movilidad** fueron: en el **20%** (3 atractivos) se encuentra “Definido Técnicamente”; en el **27%** (4 atractivos) está “Definido sin Documentación”, en otro **27%** se encuentra “En Construcción” y para el restante **27%** “No Existe”

CONCLUSIONES:

La accesibilidad para los atractivos ubicados en Duitama, es únicamente por vía terrestre, teniendo en cuenta que no posee aeropuerto dentro del área del municipio, como tampoco vías fluviales navegables. Se debe resaltar que Duitama se encuentra ubicada estratégicamente sobre uno de los corredores viales más importantes del Departamento de Boyacá, contando con troncales y vías interdepartamentales de doble calzada, que comunica la región con Bogotá, y los Departamentos de Santander y Casanare.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



En este aspecto, la región cuenta con una infraestructura general de carreteras de acceso en condiciones óptimas que permiten el normal flujo de los turistas hacia los atractivos en vehículos particulares o transporte público; salvo en el caso del SENDERO ANDALUCIA - PARAMO DE PAN DE AZUCAR, su acceso es por una vía veredal la cual fue considerada en Construcción.

De otra parte, el ingreso a la mayoría de los atractivos evaluados no tiene ninguna restricción normativa o de propiedad, sin embargo en dos de éstos, existen medidas de restricción toda vez que se encuentran ubicados, en el caso del atractivo MARQUESADO DE SURBA Y BONZA dentro de las instalaciones de un Batallón Militar y el atractivo CULTURAMA donde funciona el Instituto de Cultura y Bellas Artes de Duitama, entidad de carácter oficial del Municipio.

En cuanto el acceso para personas con capacidades especiales, en la mayoría de los atractivos no cuentan con condiciones que faciliten el fácil ingreso de la población con estas capacidades y cinco de los sitios evaluados no posibilitan definitivamente este acceso, y corresponden principalmente a los atractivos eco turísticos como son: SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA, SENDERO ANDALUCIA - PARAMO DE PAN DE AZUCAR y SENDERO PARAMO DE LA RUSIA, igualmente la actividad de ALTERNATIVA DEL PARAPENTE y el PARQUE EL CARMEN.

Respecto a la Información Vial y de orientación general para llegar al atractivo, en 8 de los 15 atractivos evaluados, es decir más del 50% carecen de este elemento o se encuentra en proceso de construcción, lo cual incide directamente en la demanda y la calidad e imagen de los sitios de interés turístico, puesto que la implementación de este aspecto brinda la información vial y demás datos de orientación que el turista requiere saber para acceder al atractivo turístico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Con relación al Acondicionamiento especial para garantizar movilidad, menos del 50% de los atractivos evaluados cuentan con las adecuaciones en el sitio para tal fin, mientras 4 atractivos de los 15 analizados, se encuentran en la fase de implementación de este aspecto y en otros 4, no existe.

No obstante lo anterior, el aspecto del cual carecen la mayor parte de los atractivos turísticos de Duitama es la **Señalización Turística**, elemento que se encuentra ausente en 10 de los 15 elementos evaluados; reflejando con ello, que la cultura turística en el municipio de Duitama aún se encuentra en un estado incipiente, y evidencia la necesidad de implementar este aspecto, con el propósito de brindar información sobre la descripción de los atractivos turísticos, los accesos y servicios disponibles tanto a residente como a visitantes, generando sentido de pertenencia por los recursos turísticos disponibles y también del entorno donde se lleva a cabo la actividad turística.

En Términos generales, los atractivos cuenta con una infraestructura vial en buenas condiciones que garantiza el acceso fácil y rápido flujo de turistas por vía terrestre; sin embargo los elementos relacionados con la estructura turística, para brindar información tanto a locales como a visitantes, así como también el acondicionamiento especial para garantizar el acceso de personas con capacidades especiales y la movilización dentro del sitio, no se encuentran implementados en la mayor parte de los atractivos turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





4.3.3. Aspectos relacionados con servicios complementarios

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 95. Evaluación y Calificación Aspectos relacionados con servicios complementarios

3.	Aspectos relacionados con Servicios Complementarios	Criterio Evaluación	Total	Participación
3.1.	Guianza experta	5	11	73%
		4	1	7%
		3	1	7%
		2	0	0%
		1	2	13%
.2.	Guianza certificada	5	4	27%
		4	1	7%
		3	8	53%
		2	0	0%
		1	2	13%
3.3.	Guianza bilingüe disponible	5	0	0%
		4	1	7%
		3	12	80%
		2	0	0%
		1	2	13%
3.4.	Servicio de Restaurante en el sitio o cerca al lugar	5	7	47%
		4	2	13%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	6	40%
3.5.	Servicio de alojamiento en el sitio o cerca al lugar	5	7	47%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



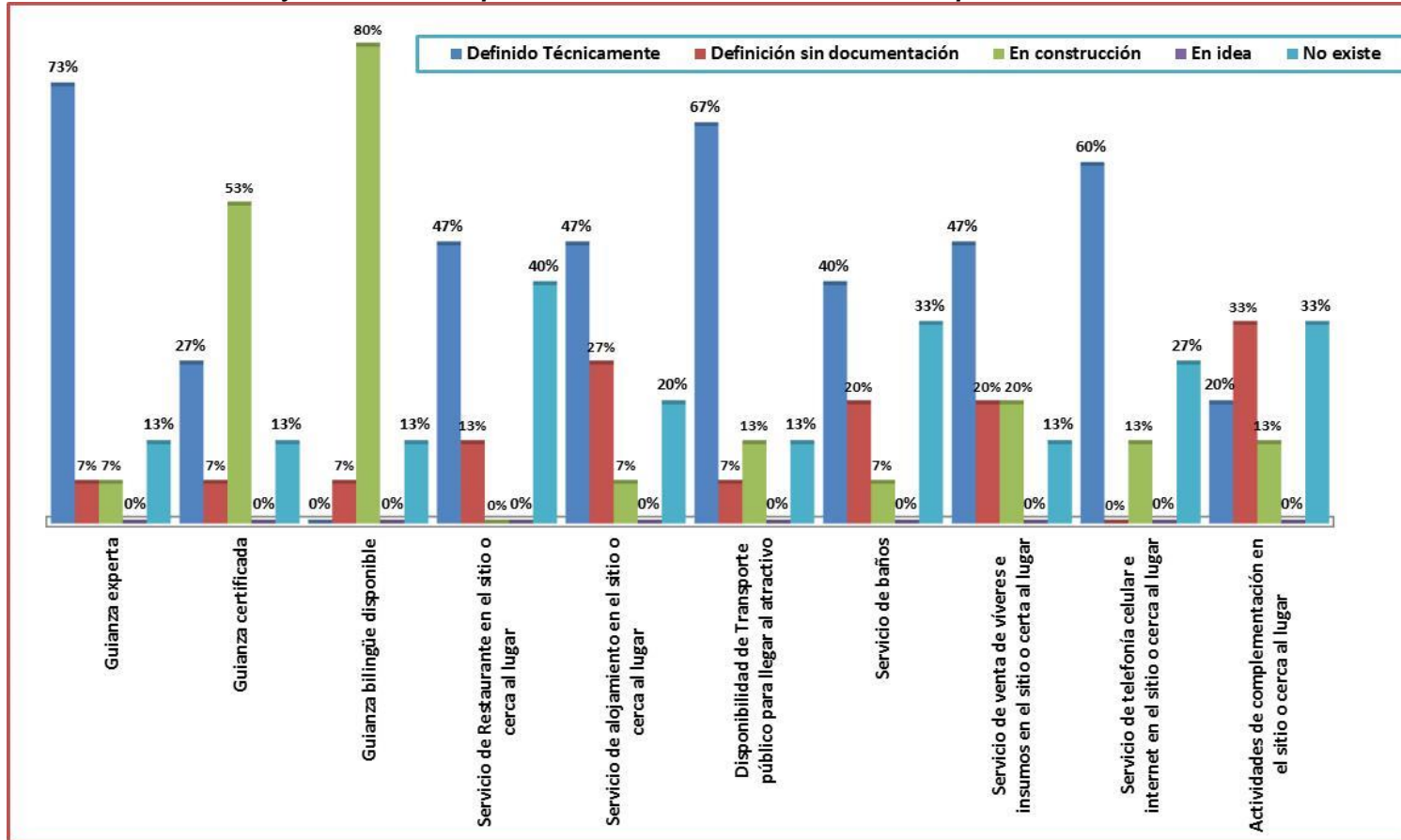
		4	4	27%
		3	1	7%
		2	0	0%
		1	3	20%
3.6.	Disponibilidad de Transporte público para llegar al atractivo	5	10	67%
		4	1	7%
		3	2	13%
		2	0	0%
		1	2	13%
3.7.	Servicio de baños	5	6	40%
		4	3	20%
		3	1	7%
		2	0	0%
		1	5	33%
3.8.	Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar	5	7	47%
		4	3	20%
		3	3	20%
		2	0	0%
		1	2	13%
3.9.	Servicio de telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar	5	9	60%
		4	0	0%
		3	2	13%
		2	0	0%
		1	4	27%
3.10.	Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar	5	3	20%
		4	5	33%
		3	2	13%
		2	0	0%
		1	5	33%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 62. Evaluación y Calificación Aspectos relacionados con servicios complementarios



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Los resultados consolidados respecto a los servicios complementarios, determinaron que el **73%** que corresponde a 11 de los 15 atractivos turísticos evaluados, cuentan con **guianza experta**, la cual se encuentra “Definida Técnicamente”, el **7%** (1 atractivo) cuenta con este servicio complementario “Definido sin documentación”, otro **7%** está en fase de “Construcción” y en el **13%** restante (2 atractivos) “No Existe”.

En cuanto a la **Guianza Certificada**, sólo el **27%** (4 atractivos) dispone de este servicio, el cual está “Definido Técnicamente”, en el **7%** (1 atractivo) está “Definido sin documentación”, frente a un **53%** (8 atractivos) en el cual se encuentra “En Construcción” y en el **13%** (2 atractivos) “No Existe”.

De igual forma, la **Guianza bilingüe disponible** se encuentra “En Construcción” en 12 atractivos de los 15 evaluados, que corresponde al **80%**; seguido de un **13%** (2 atractivos) en donde “No Existe” la disponibilidad de este servicio; y en tan solo en un **7%** (1 atractivo) está “Definido sin documentación”.

Respecto al **Servicio de Restaurante en el sitio o cerca del lugar**, el **47%** que corresponde a 7 atractivos turísticos, cuentan con este servicio complementario “Definido Técnicamente”; mientras en el **40%** (6 atractivos) “No Existe”, y el **13%** restante (2 atractivos) se encuentra “Definido sin Documentación”.

Así mismo, el **Servicio de Alojamiento en el sitio o cerca del lugar**, se encuentra “Definido Técnicamente” en un **47%** de los atractivos evaluados (7); en un **27%** (4 atractivos) está “Definido sin documentación”; seguido de un **20%** (3 atractivos) en donde “No Existe” este servicio complementario y en un **7%** (1 atractivo) se encuentra “En Construcción”.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Sobre la **Disponibilidad de Transporte público para llegar al atractivo**, el **67%** que equivale a 10 atractivos del total evaluado, cuenta con este servicio el cual está “Definido Técnicamente”; seguido de un **13%** (2) que se encuentra “En construcción” y en otro tanto “No Existe”, finalmente en el **7%** restante (1) está “Definido sin documentación”.

Por su parte, la evaluación al aspecto relacionado con el **Servicio de baños**, estableció que en un **40%** de los atractivos estudiados (6), se encuentra “Definido Técnicamente”; en contraste, en un **33%** (5 atractivos) este servicio “No Existe”; mientras que en el **20%** (3 atractivos) se cuenta “Definido sin Documentación” y el **7%** (1 atractivo) está “En Construcción”.

En relación con el **Servicio de venta de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar**, en el **47%** de los atractivos (7), está “Definido Técnicamente”; mientras que en un **20%** (3) se encuentra “Definido sin documentación”; en otro **20%** está “En Construcción” y en el **13%** restante “No Existe”.

Ante el Aspecto de **Servicio de telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar**, la evaluación indicó que en el **60%** de los atractivos, que corresponde a 9 de los 15 analizados, se encuentra “Definido Técnicamente”; en contraposición en el **27%** (4 atractivos) “No Existe”; y en el **13%** (2) se encuentra “En Construcción”.

Por último, las **Actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar** se encuentran “Definidas sin documentación” en el **33%** de los atractivos (5); y en otro tanto “No Existe”; mientras que en el **20%** (3) se cuenta como “Definida Técnicamente” y en el **13%** (2) está “En Construcción”.



CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en la evaluación realizada a los 15 atractivos turísticos al aspecto relacionado con los Servicios complementarios, evidencia que existe una buena disponibilidad de equipamiento y servicios turísticos en el Municipio de Duitama entre el 30% y 40% de los atractivos turísticos, sin embargo en otro tanto, son precarios o carecen de estos servicios, o se encuentra en proceso de estructuración o implementación.

El servicio de guianza experta, se encuentra disponible en la mayor parte de los atractivos turísticos, y tan solo en dos de ellos, no se cuenta con este servicio como es el MIRADOR RUTA FRUTICULA y EL MOLINO TUNDAMA, toda vez que estos sitios de interés, aun no tienen definido técnicamente su funcionamiento.

En cuanto a la Guianza Certificada, aunque se dispone de este servicio en una tercera parte de los atractivos turísticos, principalmente en los relacionados con naturaleza y la actividad de senderismo; en más del 50% de los atractivos se encuentra en proceso de construcción, reflejando la necesidad de definirlo técnicamente, para mejorar el nivel de calidad y competitividad de estos atractivos, pues este servicio es el responsable en gran parte de dejarle una grata impresión y alta recordación al visitante sobre el sitio, a través de experiencias de calidad y acogida al turista, dependiendo de la atención, el acompañamiento y la orientación que se brinde durante la visita.

Por su parte, el servicio de guianza Bilingüe, se encuentra en proceso de estructuración en la mayor parte de los atractivos turísticos, en tan solo el Atractivo de “ALTERNATIVA DEL PARAPENTE” se cuenta con la disponibilidad de este servicio sin que esté técnicamente definido. En este sentido, las iniciativas gubernamentales y de la academia son fundamentales para implementar

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





estrategias de capacitación en un segundo idioma, y preparar los guías turísticos para que alcancen un alto nivel de especialización y calidad en el servicio.

De otra parte, más del 50% de los atractivos evaluados cuentan con los servicios complementarios de Restaurante, alojamiento, baños y ventas de víveres e insumos en el sitio o cerca al lugar, reflejando un alto nivel de equipamiento turístico que satisface las exigencias mínima para brindar un adecuado servicio al turista. No obstante, un número también muy importante de atractivos, carece principalmente de los servicios de restaurante y baño, teniendo en cuenta que se trata de los sitios de interés natural y eco turístico como son los Senderos.

De igual forma, los atractivos cuentan con disponibilidad de transporte público para llegar al sitio, brindando al turista condiciones de movilidad y transporte para realizar la visita al lugar de interés. En tan solo dos atractivos turísticos, de acuerdo con los resultados de la evaluación realizada, no se cuenta con este servicio, como lo son: SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA y la actividad de ALTERNATIVA DEL PARAPENTE, atractivos que se encuentran ubicados en veredas o municipios retirados del casco urbano de DUITAMA.

Así mismo, dos terceras partes de los atractivos, cuenta con el servicio de telefonía celular e internet en el sitio o cerca al lugar, evidenciando que el Municipio de Duitama, posee una adecuada infraestructura en condiciones y conectividad, permitiendo el acceso a estos servicios por parte de los visitantes. De otra parte, un buen número de atractivos, no cuenta con este servicio complementario o se encuentra en proceso de estructuración, sin embargo se debe tener en cuenta que se tratan en este caso de algunos atractivos naturales como lo son los senderos eco turístico, como también la actividad de ALTERNATIVA DEL PARAPENTE y el MARQUESADO DE SURBA Y BONZA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Finalmente, en el aspecto de actividades de complementación en el sitio o cerca al lugar, en más del 50% de los atractivos evaluados cuentan con actividades complementarias, toda vez que se encuentran ubicados en la zona urbana del municipio, lo que facilita visitar otros sitios de interés para el turista; aspecto que se encuentra ausente en los atractivos con reconocimiento natural en donde se practican las actividades de senderismo, como también el MARQUESADO DE SURBA Y BONZA y el CEMENTERIO CENTRAL PASTORAL. En este sentido, se hace necesario fortalecer los atractivos que no ofrecen otras actividades complementarias, integrando elementos con relación a su vocación turística, que llenen las expectativas y satisfaga las necesidades del turista.

Con respecto a los resultados consolidados frente al aspecto de Servicios Complementarios al atractivo turístico, se puede establecer que el Municipio de Duitama posee una adecuada infraestructura de equipamiento turístico y servicios de comunicación y conectividad, que garantiza la comodidad y la facilidad para que los turistas accedan a ellos, y de esta manera mejorar la demanda aportando valor agregado y calidad a cada uno de los atractivos turísticos que conforman la oferta del sector. No obstante, aunque se cuenta con estos servicios complementarios, es necesario mejorar los ya existentes e implementar en los sitios donde se requiera de acuerdo a las expectativas del visitante.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





4.3.4. Aspectos relacionados con la seguridad

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 96. Evaluación y Calificación Aspectos relacionados con la seguridad

4.	Aspectos relacionados con la seguridad	Criterio Evaluación	Total	Participación
4.1.	Estación de policía a menos de 15 Kilómetros	5	13	87%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	2	13%
4.2.	Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial	5	2	13%
		4	0	0%
		3	1	7%
		2	0	0%
		1	12	80%
4.3.	Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)	5	0	0%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	15	100%
4.4.	Centro de atención médica a menos de 15 kilómetros	5	12	80%
		4	0	0%
		3	1	7%
		2	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

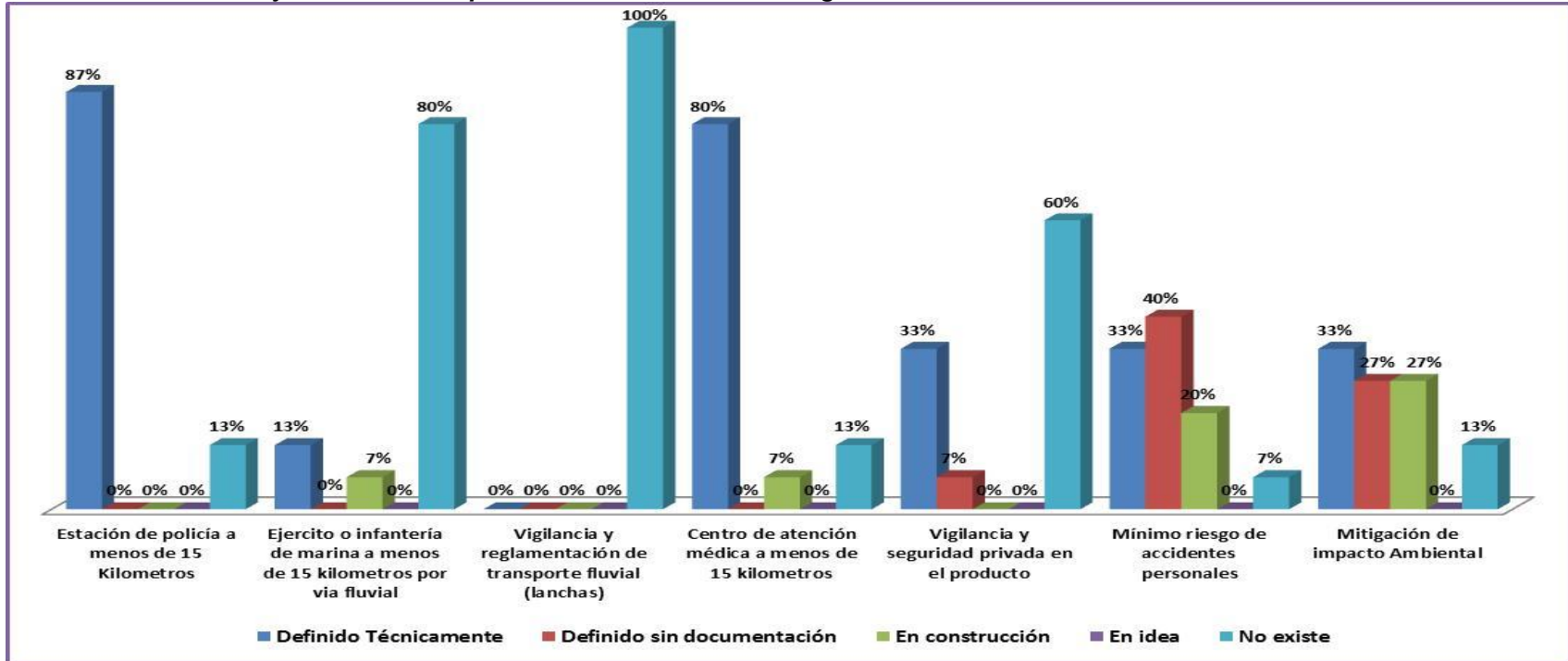


		1	2	13%
4.5.	Vigilancia y seguridad privada en el Atractivo	5	5	33%
		4	1	7%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	9	60%
4.6.	Mínimo riesgo de accidentes personales	5	5	33%
		4	6	40%
		3	3	20%
		2	0	0%
		1	1	7%
4.7.	Mitigación de impacto Ambiental	5	5	33%
		4	4	27%
		3	4	27%
		2	0	0%
		1	2	13%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 63. Evaluación y Calificación Aspectos relacionados con la seguridad



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

La evaluación efectuada a los aspectos relacionados con la seguridad de los atractivos, arrojó los siguientes resultados consolidados:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Ante la cercanía de una **Estación de Policía a menos de 15 kilómetros**, el **87%** de los atractivos (13) cuenta con este aspecto, y en el **13%** (2) restante fue considerado que “No Existe”.

En cuanto a la ubicación de **Ejército o infantería de marina a menos de 15 kilómetros por vía fluvial**, el **80%** de los atractivos (12) no cuenta con este tipo de seguridad y fue calificado como “No Existe”; mientras que el **13%** (2 atractivos) fue evaluado como “Definido Técnicamente” y en el **7%** (1 atractivo) restante se encuentra “En Construcción”.

Por su parte, la **Vigilancia y reglamentación de transporte fluvial (lanchas)**, en el **100%** de los atractivos turísticos “No Existe”.

En relación al aspecto de proximidad de un **Centro de Atención Médica a menos de 15 kilómetros**, en el **80%** que corresponde a 12 de los 15 atractivos evaluados, se encuentra “Definido Técnicamente”; seguido de un **13%** (2 atractivos) en donde “No Existe, y en un **7%** (1 atractivo), se encuentra “En Construcción”.

Respecto a la **Vigilancia y seguridad privada en el atractivo**, en el **60%** de los atractivos (9) “No Existe”; en contraste el **33%** (5 atractivos) cuenta con este aspecto, el cual está “Definido Técnicamente”; y en el **7%** restante está “Definido sin documentación”.

Sobre el aspecto de **Mínimo de Riesgos de Accidentes Personales**, el **40%** de los atractivos (6) considera que está “Definido sin documentación”; seguido de un **33%** (5) en el cual este aspecto esa “Definido Técnicamente”; mientras que en el **20%** (3) se encuentra “En Construcción” y un **7%** (1 atractivo) fue evaluado como “No Existe”. Así mismo, con relación al aspecto de **Mitigación**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



de Impacto Ambiental, en el **33%** de los atractivos se considera que está “Definido Técnicamente”; en el **27%** (4) esta “Definido sin documentación” y en otro tanto, fue evaluado como “En Construcción” y en el **13%** (2 atractivos) “No Existe”.

CONCLUSIONES

La presencia de fuerza pública en los atractivos turísticos evaluados, se caracteriza principalmente por la cercanía de la autoridad de policía a menos de 15 kilómetros de distancia donde se encuentran ubicados 13 del total de los atractivos estudiados, en comparación con la proximidad del Ejército, que solo se encuentra en el área citada en dos atractivos MARQUESADO DE SURBA Y BONZA (se encuentra dentro de las instalaciones del Batallón militar instalado en el Municipio de Duitama) y PLAZA DE TOROS "CESAR RINCON".

En cuanto a la existencia de Centros de Atención médica en una área cercana de los atractivos turísticos, es efectiva en 12 de los 15 evaluados, lo cual constituye un factor importante que incide en la percepción de seguridad del turista, toda vez que tanto visitantes como prestadores de servicios turísticos, se encuentran expuestos a diversos riesgos de accidentes o de otro tipo que pueden llegar a afectar su integridad física, teniendo en cuenta que la tercera parte de los atractivos turísticos evaluados corresponden a la actividad del senderismo que se desarrolla en sitios como bosques, montañas, conformados por topografía con características propias del sitio, elementos naturales que conforman el paisaje y flora y fauna silvestre de la región.

Como complemento al aspecto de seguridad en los atractivos turísticos, las medidas para reducir al mínimo de riesgos de accidentes personales se convierte en elemento fundamental para proveer en el lugar donde se desarrolla la actividad turística, la ocurrencia de accidentes; en este sentido más del 70% de los atractivos, tienen este aspecto definido, mientras en otros se

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



encuentra en proceso de implementación, y tan solo en el atractivo MIRADOR RUTA FRUTICOLA, la evaluación evidencia que no tienen ningún tipo de medida al respecto.

En relación a la Vigilancia y seguridad privada en el atractivo, en 9 de los 15 atractivos evaluados, no se cuenta con este servicio, y los atractivos que si lo poseen, corresponden en su mayoría a edificaciones que se encuentran bajo la responsabilidad de la Administración Municipal o las fuerzas militares, como es el caso de CULTURAMA, PUEBLITO BOYACENSE, MARQUESADO DE SURBA Y BONZA, MOLINO TUNDAMA y PLAZA DE TOROS "CESAR RINCON"; así mismo el SENDERO ECOLÓGICO PEDAGOGICO BUENA VISTA, el cual se constituye en el único organismo que le brinda seguridad a este atractivo, ya que no cuenta con presencia de autoridad policial, ni militar y la atención por parte de un centro médico se encuentra en proceso de construcción.

Con respecto a la mitigación del impacto ambiental, se evidencia que aunque no se cuenta en todos los atractivos turísticos con estrategias y planes para generar una cultura de conservación y responsabilidad con el medio ambiente, si se encuentra definida y en algunos casos está en proceso de implementación. Factor de especial importancia, dado el potencial eco turístico conformado por los innumerables recursos naturales que posee el municipio de Duitama, que son refugio y/o santuario de especies de flora y fauna propia de la región, y que por tal razón cobra mayor interés por proteger los ecosistemas de la intervención del hombre; por lo que se hace necesario promover a través de campañas de sensibilización en el uso óptimo de los recursos ambientales y respecto por la biodiversidad existente.

En materia general de seguridad, los atractivos turísticos del municipio de Duitama cuentan con la presencia en la región de la fuerza pública, conformada por Autoridad de Policía y Ejército Nacional, así como de centros de atención médica, garantizando condiciones mínimas de protección a los turistas durante su desplazamiento por las áreas o sitios de interés turístico, lo cual

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





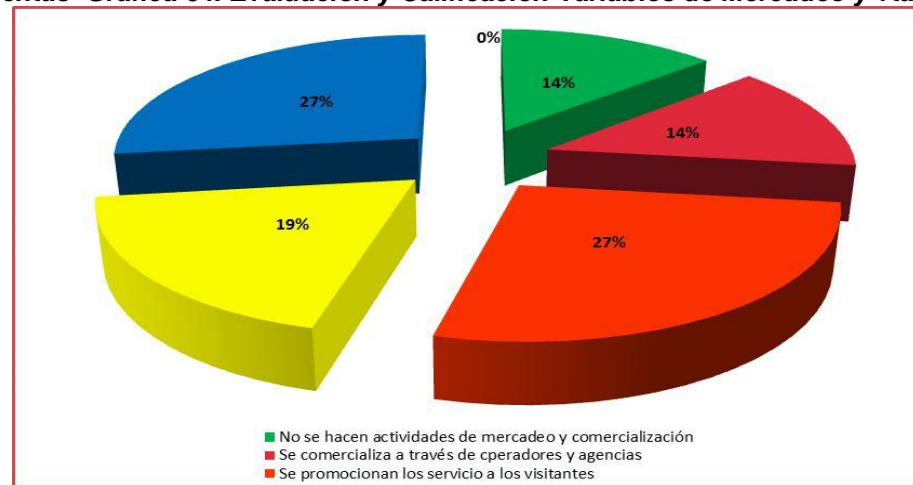
favorece el desarrollo de la actividad turística. No obstante, es importante mejorar o implementar los aspectos de reducción al mínimo de riesgos personales mediante la adopción de normas de seguridad tanto de las instalaciones y/o de los sitios donde se lleva a cabo la actividad turística, así como también lo relacionado a la mitigación del impacto ambiental, promoviendo el desarrollo de procesos ecológicos permanentemente y la preservación de los ecosistemas y biodiversidad de los atractivos turísticos naturales.

4.3.5. Aspectos relacionados con Variables de Mercadeo y Ventas

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 97. Evaluación y Calificación Variables de Mercadeo y Ventas Gráfica 64. Evaluación y Calificación Variables de Mercadeo y vtas

Cómo se realizan las actividades de comercialización del producto turístico	Total	Participación
No se hacen actividades de mercadeo y comercialización	5	14%
Se comercializa a través de operadores y agencias	5	14%
Se promocionan los servicio a los visitantes	10	27%
Se comercializa con actividades a nivel nacional	7	19%
Se vende por referenciación y voz a voz	10	27%
Otro - ¿Cuál?	0	0%
TOTALES	37	100%



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

Ante el aspecto relacionado con las Variables de Mercadeo y ventas que se llevan a cabo para la promoción y comercialización de los atractivos turísticos evaluados, que en un **27%** de los atractivos se promocionan los servicio a los visitantes, mientras que otro



27% realiza esta actividad a través de la venta por referenciación y voz a voz; el **19%** de los atractivos se comercializa con actividades a nivel nacional, un **14%** se comercializa a través de operadores y agencias y el restante **14%** no se hacen actividades de mercadeo y comercialización.

CONCLUSIONES:

Las actividades de mercadeo y ventas de los atractivos turísticos, se basan principalmente en las relaciones interpersonales y experiencias construidas en el desarrollo de la actividad turística local, de este modo la promoción se da a través de la referenciación y el voz a voz, y directamente con los visitantes de la región, en un menor grado se comercializa por parte de los Operadores y agencias de Viajes.

Lo anterior, refleja la ausencia de estrategias y técnicas especializadas de mercadeo y promoción turística, y la investigación de mercados que permita tanto a la empresa pública, privada como a los mismos prestadores del servicio, conocer el comportamiento de la demanda (necesidades y gustos del turista) y la oferta turística (diagnóstico del equipamiento, servicios, infraestructura disponible), orientados a mejorar la calidad del servicio ofrecido y crear valor en el turista.

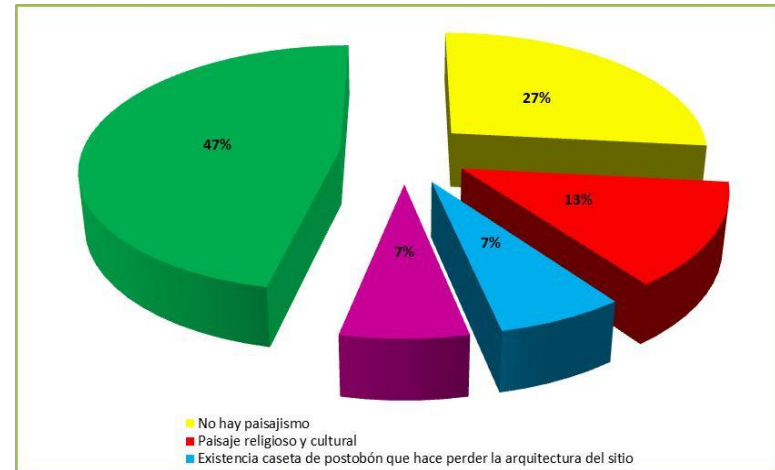
4.3.6. Aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 98. Aspectos relacionados con el Paisajismo y/o elementos naturales

ASPECTOS RELACIONADOS CON EL PAISAJISMO Y/O ELEMENTOS NATURALES	Total	Participación
No hay paisajismo	4	27%
Paisaje religioso y cultural	2	13%
Existencia caseta de postobón que hace perder la arquitectura del sitio	1	7%
Réplica de los 7 pueblitos más bonitos de Boyacá, paisaje cultural	1	7%
Si existe, elementos naturales, montañas paisaje natural	7	47%
TOTALES	15	100%



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

ventas

Gráfica 65. Evaluación y Calificación Variables de Mercadeo y

ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En el aspecto relacionado con el paisajismo y/o elementos naturales, se agruparon el total de respuestas abiertas dadas por los diferentes actores de la actividad turística quienes evaluaron el estado inicial de los atractivos; en este sentido, de acuerdo a las observaciones realizadas, en el **47%** de los atractivos es decir en 7 de ellos, el paisajismo existente está conformado por elementos naturales como montañas, bosques y diferentes ecosistemas que hacen parte de los atractivos con vocación eco turística y en algunos Parques Urbanos donde hay presencia de especies de flora nativa de la región. En contraste, según la evaluación, en el **27%** de los atractivos no existe elementos de paisajismo, dado en la mayoría de atractivos corresponden a edificaciones que hacen



parte de la infraestructura de entidades del nivel municipal, y no corresponden a construcciones con algún componente arquitectónico o histórico colonial.

De otra parte, existen elementos de paisajismo cultural y religioso en dos (2) atractivos que corresponde al **13%** de la muestra evaluada, mientras que el Pueblito Boyacense representa una réplica de las características principales arquitectónica de los pueblos más representativos de la cultura boyacense.

No obstante, se destacó la presencia de elementos que no hace parte del paisajismo del atractivo, pero que inciden negativamente en la estética del lugar, como es el caso de la ubicación de una caseta de bebidas de una marca reconocida en el país, que perturba el componente arquitectónico del atractivo como es el caso de CULTURAMA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



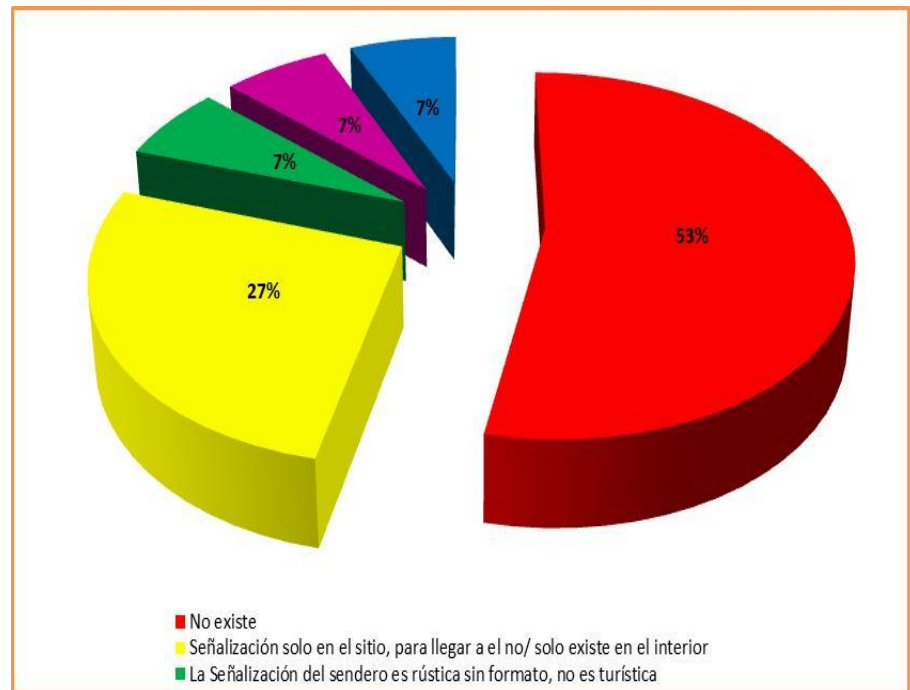
4.3.7. Aspectos relacionados con la Señalización

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 99. Aspectos relacionados con la Señalización

ASPECTOS RELACIONADOS CON LA SEÑALIZACION	Total	Participación
No existe	8	53%
Señalización solo en el sitio, para llegar a él no/ solo existe en el interior	4	27%
La Señalización del sendero es interpretativa material rústico, sin formato, no es turística	1	7%
Solo existen en la entrada y salida del atractivo	1	7%
Señalización en algunas zonas como información de la flora del lugar, no turística	1	7%
TOTALES	15	100%

Gráfica 66. Evaluación y Calificación Variables de Mercadeo y Ventas





ANALISIS Y CONCLUSIONES:

En el aspecto relacionado con la Señalización, los actores convocados que pertenecen a la actividad turística del Municipio de Duitama, respondieron a este interrogante, haciendo algunas observaciones que fueron agrupadas, así:

El **53%** de los atractivos (8) no existe señalización turística, seguido de un **27%** (4 atractivos) los cuales tiene señalización al interior del atractivo pero carece de este elemento para llegar a él; un **7%** (1 atractivo) posee señalización interpretativa, sin formato, pero no cumple con la normatividad turística; otro **7%** (1 atractivo) solo tiene señalización ubicada en la entrada y salida del sitio de interés turístico y el restante **7%** (1 atractivo) posee cierto tipo de señalización en algunas zonas como información de las especies de flora en el lugar, sin embargo la misma no reúne las características para considerarse turística.

Los anteriores resultados, refleja la ausencia de la señalización turística, aspecto fundamental que hace parte de la infraestructura turística que debe implementar el destino, con el fin de proporcionar tanto a visitantes como a residentes la información suficiente sobre los atractivos turísticos que encuentran en él y afianzar el sentido de pertenencia hacia ellos para promover su preservación y cuidado.

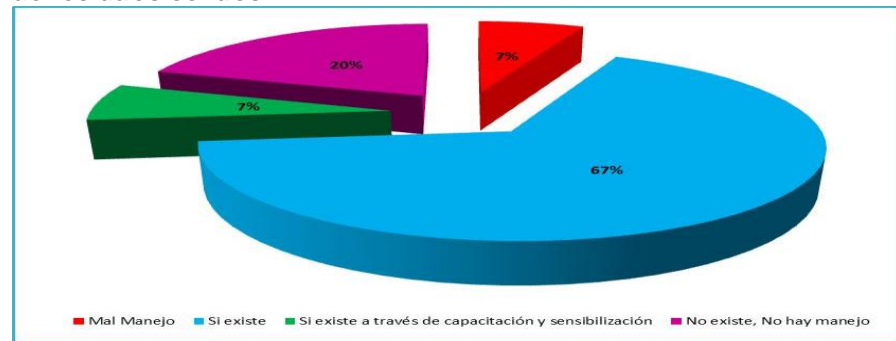
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

4.3.8. Aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos

RESULTADOS CONSOLIDADOS

Tabla 100. Aspectos relacionados con el manejo y disposición de residuos sólidos

ASPECTOS RELACIONADOS CON EL MANEJO Y DISPOSICION DE RESIDUOS SOLIDOS	Total	Participación
Si existe	10	67%
No existe, No hay manejo	3	20%
Mal Manejo	1	7%
Si existe a través de capacitación y sensibilización	1	7%
TOTALES	15	100%



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Atractivo turístico

ANALISIS Y CONCLUSIONES:

Respecto al manejo y disposición de residuos sólidos en los diferentes atractivos que fueron objeto de evaluación, se evidenció que el **67%** (10 atractivos), se llevan a cabo actividades para el manejo de residuos, mientras en el **20%** (3 atractivos) este aspecto no existe, en un **7%** (1 atractivo) solo no existe sino que se le da un mal manejo a los residuos y su posterior disposición, y en otro **7%** (1 atractivo) además de estar implementado, llevan a cabo campañas de capacitación y sensibilización. En este aspecto, se evidencia la puesta en práctica en la mayoría de los atractivos, del manejo y disposición de sólidos, sin embargo en un número importante de atractivos no se ha implementado ningún plan de manejo, generando un impacto ambiental negativo, que incide en la preservación de los recursos tanto naturales como culturales del atractivo, así como en el desarrollo sostenible de la actividad turística.



2. INFORME DE LA IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Diagnóstico del sector turístico del Municipio de Duitama en el departamento de Boyacá- Estado del Arte- SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

ANÁLISIS ENCUESTA

EXPLORACION INICIAL DEL ESTADO DEL ARTE DE SERVICIOS TURISTICOS EN EL MUNICIPIO DE DUITAMA

5. PRESENTACION:

El presente documento contiene el análisis de la información obtenida en la exploración inicial del estado del Arte de los Servicios turísticos del Municipio de Duitama (Boyacá), que se realizó mediante la aplicación de una encuesta a Hoteles, Restaurantes y Agencias de Viaje u Operadores Turísticos.

La encuesta se estructuró con aspectos relacionados a la identificación del establecimiento comercial (hotel, restaurante y/o agencia de viaje u operador turístico), la infraestructura que posee, los servicios básicos ofrecidos, complementarios o accesorios; capacidad total de atención por persona, los empleos generados y tipo ocupación laboral (permanente o temporal).

6. OBJETIVO:

Identificar y caracterizar la oferta de alojamiento, restaurantes, agencias de viajes u operadores turísticos, en la zona de influencia del Proyecto.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



7. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue aplicada y diligenciada por 14 hoteles, 26 restaurantes y 11 Agencias de Viajes u Operadores Turísticos, que ofrecen servicios complementarios a los turistas que visitan al Municipio de Duitama.

La encuesta se efectuó el 25 de mayo de 2015 en el municipio de DUITAMA, utilizando el método de entrevista directa a los propietarios o representantes legales del establecimiento.

La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información suministrada por el Municipio de DUITAMA.

8. PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

8.1. IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DE LA OFERTA DE AGENCIAS DE VIAJES / OPERADOR TURISTICO EN LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA.

La encuesta de exploración del Arte de los Servicios turísticos también fue aplicada a 9 Agencias de viajes / Operadores turísticos que representan el 53%, de 17 empresas del sector que se encuentran registradas; quienes suministraron datos relacionados con información general del establecimiento, años de funcionamiento, si se encuentra afiliado a algún tipo de agremiación o asociación, principales destinos en los que realiza la actividad y descripción de servicios y productos turísticos que comercializa.

Las Agencias de Viajes / Operador que participaron en la encuesta fueron:

- Datos Generales Agencias de Viajes / Operadores

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



RESULTADOS:**Tabla 27. Relación Agencias de Viajes / Operadores Turísticos de Duitama**

No.	Nombre Establecimiento	Años de Funcionamiento	Organización a la que pertenece			Tipo de Agencia/Operador		
			SI	NO	CUAL?	Agencia/Operador local	Sucursal Entidad Nacional	Sucursal Entidad Internacional
1	GRANDES VIAJES POR EL MUNDO	1		X		X		
2	PROVITUR LTDA.	23		X		X		
3	GRUPO JUPAWIS	20		X		X		
4	TOUR VACATION- MAYORISTA	18					X	
5.	SOLARIS LTDA.	4	X		ANATO		X	
6.	INTERNACIONAL LAURENS CLUB S.A.	6		X		X		
7.	AKI XTREM	NR		X		X		
8.	VIAJES CIRCULAR S.A.S.	16	X		ANATA - IATA		X	
9.	OUTDOOR TRAVEL	2		X		X		

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos



ANALISIS E INTERPRETACION:

Del total de las Agencias de Viajes encuestadas, **6** que corresponde al **67%** de la muestra, son **Agencia/Operador Local**, y **3** que equivale al **33%**, son **Sucursales de Entidades Nacionales**. En cuanto a los años de funcionamiento, 8 de las 9 Agencias de Viajes, respondieron que se encuentran funcionando entre 1 y 23 años, así: el **50%** tienen menos de 10 años de funcionamiento mientras que el otro **50%** se encuentran en el mercado hace más de 15 años.

Respecto a si se encuentran afiliadas a alguna asociación o agremiación, solo 8 agencias respondieron a la consulta, indicando que el **75%** de la muestra (6 agencias), no se encuentran asociadas a ninguna entidad, y el **25%** (2 agencias) están vinculadas a la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo, ANATO Y IATA Asociación de Transporte Aéreo Internacional.

CONCLUSIONES:

Existe una amplia oferta de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos, y algunas de ellas con muchos años de experiencia, lo cual garantiza el conocimiento y la calidad de los servicios que ofrecen, principalmente si se trata de turismo receptivo.

De otra parte, se observa que la mayoría de las agencias no se encuentran asociadas, siendo este factor muy importante para su promoción y desarrollo, toda vez que la entidad que reúne las empresas del sector, como es ANATO, goza de gran prestigio a nivel nacional dentro del sector turístico, por la gestión y contribución que ha realizado, buscando la competitividad y el posicionamiento de las Agencias de Viaje a nivel nacional e internacional.

- Tipo de Actividad y Principales Destinos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



**RESULTADOS:****Tabla 28. Relación Agencias de Viajes / Operadores Turísticos s/n su actividad**

No.	NOMBRE ESTABLECIMIENTO	EMISIVA		RECEPTIVA		PRINCIPALES DESTINOS
		NAL	INTERNAL	NAL	INTERNAL	
1.	GRANDES VIAJES POR EL MUNDO	X	X	X		San Andrés, Santa Marta Panamá, Cancún Paipa, Villa de Leyva
2.	PROVITUR LTDA.	X	X			San Andrés, Cartagena EEUU, Europa
3.	GRUPO JUPAWIS	X	X			Cundinamarca, Boyacá Ecuador
4.	TOUR VACATION-MAYORISTA	X	X			San Andrés, Amazonas Panamá, Cancún
5.	SOLARIS LTDA.	X		X		Cartagena, Eje Cafetero
6.	INTERNACIONAL LAURENS CLUB S.A.	X				Boyacá, Costa Caribe
7.	AKI XTREM	X	X	X		Boyacá, Medellín Argentina, Lima
8.	VIAJES CIRCULAR S.A.S.	X	X			Santa Marta, Cartagena Miami, Buenos Aires
9.	OUTDOOR TRAVEL	X				Boyacá, Santander

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

El total de las 9 Agencias de Viajes encuestadas, tienen como actividad el turismo emisoro con destinos a nivel nacional, principalmente turismo de Sol y Playa, como San Andrés, Cartagena y San Martha; también se encuentran destinos como Boyacá, Cundinamarca, Amazonas, Medellín y Eje Cafetero.

En cuanto a la Actividad Emisiva Internacional, el **67%** de las Agencias, promocionan viajes hacia destinos como Argentina, Perú, Ecuador, Panamá, Estados Unidos y Europa.

De otra parte, tan solo el **33%** de las Agencias de Viajes encuestadas, se dedican también a la Actividad de Turismo Receptivo, teniendo como principalmente destino nacional el Departamento de Boyacá.

CONCLUSIONES:

Las Agencias de Viajes de acuerdo a la muestra obtenida, tienen como principal actividad el turismo emisoro nacional, dejando en un segundo plano el turismo receptivo, teniendo en cuenta la potencialidad turística de Duitama, que cuenta con gran oferta de atractivos turísticos tanto naturales como culturales y religiosos.

En este sentido, se hace necesario promover con las Agencias de viajes el producto turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA, para fortalecer la comercialización del mismo, y alcanzar su consolidación como destino auto sostenible.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



- Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos s/n su actividad

RESULTADOS:

Tabla 29. Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos s/n su actividad

No.	SERVICIO Y PRODUCTOS TURISTICOS	EMISIVOS	RECEPTIVOS
1	Parques Temáticos	8	0
2	Turismo de Aventura	9	1
3	Turismo de Naturaleza	9	1
4	Turismo Experiencial	6	1
5	Turismo Educativo	4	0
6	Turismo de Sol y Playa	8	0
7	Turismo Religioso	4	0
8	Turismo Cultural	8	0
9	Turismo Étnico	6	0
10	Turismo metropolitano	5	0
11	Turismo de Salud	6	0
12	Turismo de Bienestar	5	0
13	Pesca Deportiva	7	0
14	Avistamiento de Aves	9	0
15	Turismo Histórico	4	0
16	Tiquetes Aéreos	7	0
17	Transporte Terrestre	9	0
18	Transporte Urbano	2	0
19	Transporte Marítimo	7	0
20	Transporte Fluvial	4	0
21	Alojamiento	8	0
22	Restaurante	7	0
23	Conciertos	2	0
24	Eventos, Congresos	4	0
25	OTRO Cual?	0	0

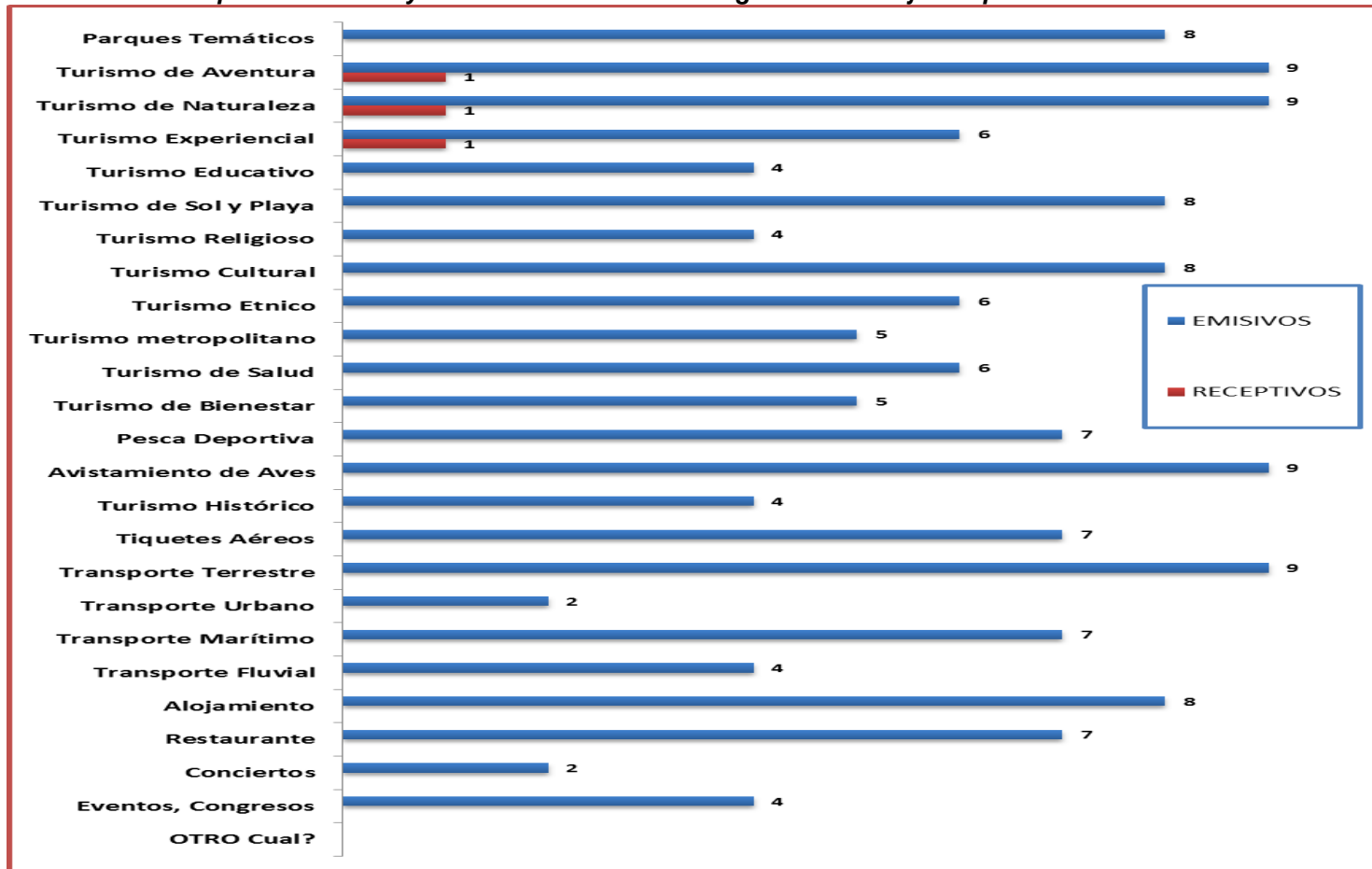
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 68. Descripción servicios y Productos Turísticos de Agencias de Viajes / Operadores Turísticos s/n su actividad



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Los principales servicios y productos turísticos que comercializan las Agencias de Viaje, ubicadas en el Municipio de Duitama son: El **100%** de las Agencias, comercializan los productos turísticos emisivos de **Aventura, Naturaleza, Avistamiento de Aves y el servicio de Transporte Terrestre**. 8 de las 9 Agencias de Viajes, ofrecen paquetes de Turismo de **Sol y Playa, Cultural** y el servicio de **alojamiento**. 7 Agencias de Viaje, promocionan planes turísticos para disfrutar de **pesca deportiva**, así como los servicios de **Transporte marítimo, tiquetes aéreos y Restaurante**. 6 Agencias y/o Operadores turísticos comercializan los paquetes de Turismo emisivo **Experiencial, Étnico** y de **salud**.

Respecto al Turismo emisivo **metropolitano** y **de bienestar** es ofrecido por 5 Agencias de Viajes. Mientras que otras **4**, promocionan los paquetes de **Turismo Educativo, Religioso, Histórico** y los servicios de **transporte Fluvial y Eventos y Congresos**. Los planes menos ofertados por la Agencias de Viajes son **Conciertos** y el servicio de **Transporte Urbano**. En cuanto a la comercialización de paquetes de turismo receptivo, solo una Agencia de Viajes, ofrece planes de **Turismo de Aventura, Naturaleza y Experiencial**.

CONCLUSIONES:

Las Agencias de Viajes/Operadores Turísticos, orientan sus actividades de promoción y comercialización hacia el turismo emisivo, principalmente para realizar actividades de Aventura, Naturaleza, avistamiento de aves, Sol y Playa, pesca deportiva y los servicios de Transporte Terrestre, alojamiento, transporte marítimo, tiquetes aéreos y Restaurante. De otra parte el turismo receptivo, es solo comercializado por una Agencia de Viajes, lo que refleja la ausencia de entidades que promocioe este tipo de turismo, con el propósito

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





de atraer turistas al municipio de Duitama; toda vez que este municipio cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos soportados en el invaluable patrimonio cultural y natural que posee esta región, ofreciendo una verdadera y única experiencia de vida al turista. Por lo anterior, se hace necesario realizar procesos de integración con todos los actores del sector turístico, entre ellos las Agencias de Viaje, para socializar el producto turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA e iniciar de manera articulada, la promoción de este destino turístico.

1.1. SERVICIOS TURÍSTICO DE DUITAMA Y ZONA DE INFLUENCIA

La identificación y análisis de los servicios turísticos de la ciudad y su entorno, se realizó mediante visitas aleatorias a diferentes establecimientos que prestan los servicios de Alimentación, alojamiento, transporte y agenciamiento, los cuales son los de principal demanda por parte del turista. Teniendo como condición la discrecionalidad y confidencialidad que exige la evaluación de un establecimiento de comercio, y cumpliendo con la promesa de valor que se les garantizó a los propietarios de las empresas, de utilizar la información de manera privada; el análisis se hace de manera general sobre el potencial y características de los servicios complementarios a los productos y atractivos turísticos.

1.1.1. Transporte

El destino tiene conexión vía terrestre con Bogotá capital de Colombia (190 kms), Tunja, capital del departamento de Boyacá (55 Kms), Sogamoso (19 Kms), Paipa (15K ms), Santa Rosa de Viterbo (9 Kms) y Tibasosa (13 Kms); y conecta con Yopal en el departamento de Casanare (165 Kms). Las carreteras están en excelentes condiciones, y el servicio de transporte público, tanto en vehículos pequeños como buses intermunicipales, es adecuado en condiciones de frecuencia, opciones de empresas, costo y calidad de servicio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





A nivel local se evidenció que el servicio de taxis es suficiente y la tarifa razonable con las distancias y especificaciones de servicios por horas o recorridos únicos.

1.1.2. Restaurantes

La oferta gastronómica de la ciudad y su zona de influencia (municipios de Tibasosa y Santa Rosa De Viterbo), es una de las ventajas competitivas del destino. Es una oferta basada en la tradición y ancestros de la región. Se destacan las sopas y platos típicos de la cultura Boyacense (cocido, longaniza, papa criolla, rellena, cerdo frito). Los precios son razonables con respecto a las presentaciones y referentes nacionales. La plaza de mercado se convierte en una excelente opción para que el turista disfrute en un solo sitio de toda la gama y variedad de platos; con un valor agregado muy importante, que es la agradable y aseada presentación, tanto de los espacios como de las personas que hacen parte de cada restaurante o negocio de comidas. El servicio y la atención son buenos, aunque debe mejorar en explicarle al turista la historia, tradición e importancia del plato en la gastronomía del territorio. Se recomienda mejorar en la presentación de los platos, agregando valor en la estética y porciones más acordes a las exigencias del turista.

1.1.3. Alojamiento

El servicio de Alojamiento presenta diferentes opciones, desde la oferta de alojamiento económico hasta alojamientos de nivel superior. Los hoteles de la ciudad están enfocados en un cliente corporativo o representante de empresas comerciales que, que llegan a la ciudad a realizar negocios y apalancar procesos de posicionamiento de marcas y productos nacionales. Los hoteles de la periferia, son más campestres y enfocados en un mercado turístico de ocio y recreación, agregando servicios como spa, zonas húmedas, centros de recreación, esparcimiento y turismo de bienestar. En la gran mayoría de los hoteles visitados, se logró evidenciar el cumplimiento de las normas y requisitos para prestar el servicio. En el pueblito boyacense existe una oferta de alojamiento alineada con la arquitectura y tradición de los pueblos representados en el producto turístico. Es un valor agregado y un servicio recomendado para el portafolio del destino.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





La oferta en términos generales es buena, y las tarifas acorde al servicio que ofrece cada establecimiento.

Se recomienda un acompañamiento al sector de alojamiento para mejorar las condiciones de gestión empresarial integral de estos establecimientos, donde los administradores, gerentes y propietarios, adquieran herramientas gerenciales suficientes que mejoren las condiciones de estas empresas.

1.1.4. Agencias de Viajes – Operadores

El sector empresarial que conforma esta línea de servicio turístico, está enfocado principalmente en el Turismo Emisivo, es decir planes y viajes nacionales e internacionales para venderle al residente de la ciudad. La operación y agenciamiento de turismo receptivo es mínima, y se enfoca principalmente en planes de pasadía para el mercado departamental.

Es importante en el proceso de fortalecimiento del destino, desarrollar acciones que permitan incrementar el agenciamiento y la operación receptiva; y apoyar la formalización de alianzas de operadores locales con empresas comercializadoras turísticas nacionales e internacionales.

CONCLUSION IDENTIFICACION Y ANALISIS DE SERVICIOS TURISTICOS:

Con base en la revisión y análisis de los principales servicios que puede demandar el turista, se concluye que en el territorio existe la oferta suficiente para iniciar un proceso de posicionamiento y desarrollo del destino turístico. Debe afianzarse con la implementación de acciones que mejoren en los elementos recomendados en cada línea, en especial el agenciamiento y la operación comercial receptiva.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





3. INFORME DE LA ACTUALIZACIÓN DE LOS MAS REPRESENTATIVO DEL INVENTARIO TURISTICO DE LA ZONA PRODUCTO

1. ANALISIS DE LOS ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURISTICOS DE LA CIUDAD DE DUITAMA

Teniendo Como marco conceptual, la definición de:

PRODUCTO TURISTICO: “...conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos, que ofrecen unos beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, porque satisfacen las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo libre”

ATRACTIVO TURISTICO: “... conjunto de elementos materiales o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico, que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista para visitar un territorio. Un atractivo turístico puede ser un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural exhibido o inherente, significancia histórica, belleza artificial o natural, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la diversión y recreación.

SERVICIO TURISTICO: “... actividades complementarias que requiere un turista para disfrutar de un atractivo, producto o destino turístico. Un servicio turístico puede ser el alojamiento, la alimentación, guía, agencia, transporte, centros de compras, centros financieros, seguridad, información...”

Con base en estos conceptos, y luego de hacer un reconocimiento de campo para identificar y caracterizar los atractivos, productos y servicios turísticos de la Ciudad de Duitama-Boyacá y su zona de influencia; se hace el siguiente análisis del potencial que tienen estos elementos para convertir a la ciudad en un destino turístico de nivel nacional e internacional.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





ANALISIS ENCUESTA FICHA No.2 TALLER DE EXPLORACION INICIAL PARA EL DISEÑO Y DESARROLLO DEL PRODUCTO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

1. PRESENTACION:

A continuación se presenta el análisis de la información obtenida mediante la aplicación de la Encuesta: Ficha No.2 TALLER DE EXPLORACION INICIAL, que se aplicó para el Diseño y desarrollo del producto turístico del Municipio de Duitama, del Departamento de Boyacá. La encuesta fue diligenciada por un grupo de 50 personas, conformado por actores del sector turístico de la zona, en representación de hospedajes, agencias de viajes, operadores turísticos, artesanos, escuela de Danzas, entre otros, así como estudiantes Universitarios y funcionarios de la Alcaldía Municipal de Duitama, quienes a su vez conformaron subgrupos entre 6 y 7 personas, con el fin de realizar la evaluación de aspectos de exploración inicial a los atractivos seleccionados por los encuestados.

La ficha de la encuesta se orientó a determinar en qué estado de funcionamiento se encuentra cada uno de los atractivos evaluados y que tipo de atractivo es.

2. OBJETIVO:

Identificar con los asistentes al taller, el nivel de estado de funcionamiento del atractivo turístico, así como también definir a qué tipo de vocación turística pertenece, con el fin de obtener información para el diseño y desarrollo del producto turístico del Municipio de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por representantes de los principales actores que intervienen en actividad turística del Municipio de Duitama, la cual fue diligenciada por 7 grupos conformados cada uno entre 4 y 8 personas que asistieron a la convocatoria realizada por la Alcaldía de Duitama, Boyacá.

La aplicación de la Encuesta se efectuó el día 25 de mayo de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio; y que hacen parte de las actividades turísticas de la zona, como prestadores de servicios, alojamiento, Agencias de viaje, operadores turísticos, artesanos, Ejército Nacional y funcionarios de la Secretaría de Industria y Comercio y Turismo del Municipio. La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información sobre prestadores de servicios turísticos registrados por la Alcaldía de Duitama.

4. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS FICHA No.2 TALLER DE EXPLORACION INICIAL

El Formato empleado para la recolección de datos, contiene cuatro aspectos para ser respondidos de la siguiente forma:

- (2) dos de ellos, con preguntas abiertas, relacionadas con la selección de cuatro (4) atractivos y su descripción; de acuerdo con su importancia dentro de la actividad turística del Municipio de Duitama.
- Y los dos restantes, corresponden a: el primero a la evaluación del estado de funcionamiento del atractivo, con cinco (5) alternativas para calificar, así: *Operando, Formato, Adecuado, Reconocimiento en la Zona, Conservado*; y el segundo aspecto a evaluar, es el tipo de Atractivo, para lo cual se presentan 9 diferentes clasificaciones de turismo: *Evento, Actividad, Natural, Creado, Cultural, Religioso, Académico, Bienestar y Rural*.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





5. RESULTADOS:

5.1. Atractivos seleccionados por los encuestados, para el Taller de Exploración Inicial:

La población encuestada, identificó los siguientes atractivos turísticos para ser evaluados en cuanto al estado de funcionamiento y tipo de actividad turística a la que pertenece, los cuales son presentados en la siguiente tabla, organizados de mayor a menor preferencia por los encuestados:

Tabla 1. Relación atractivos turísticos representativos de DUITAMA

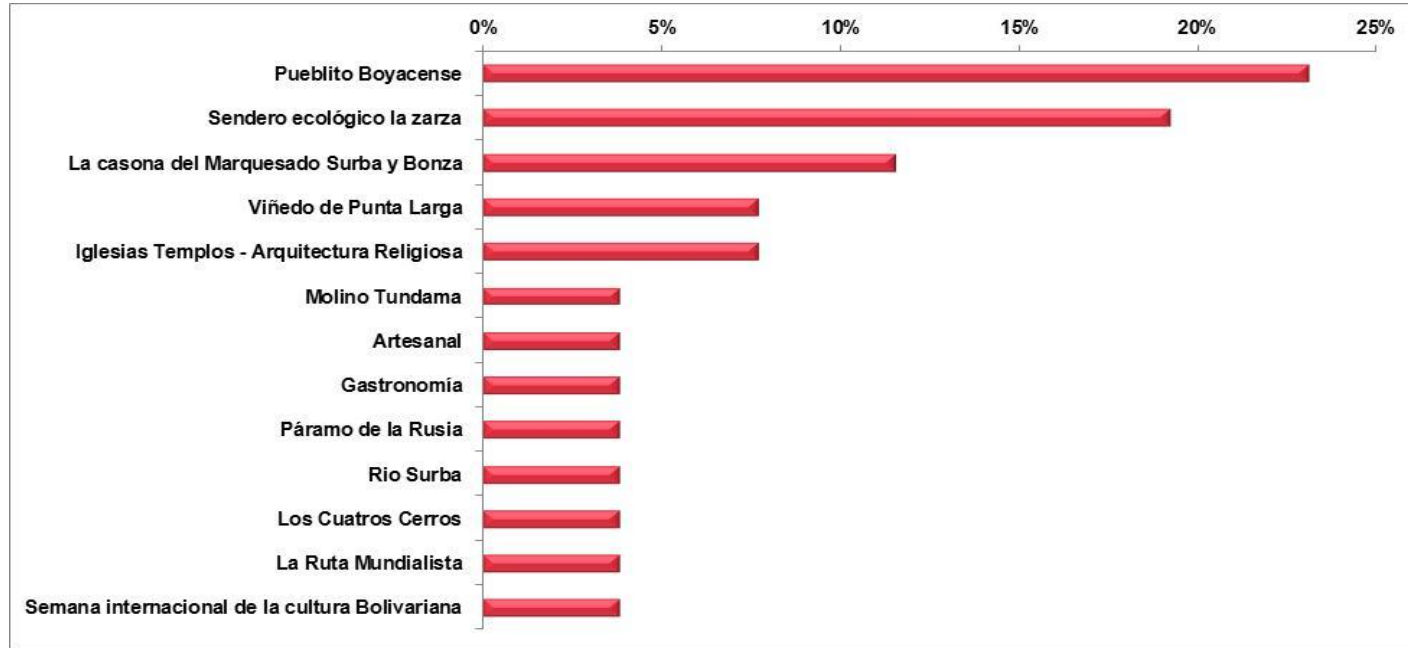
No.	ATRACTIVO TURISTICO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
1	Pueblito Boyacense	6	23%
2	Sendero ecológico la zarza	5	19%
3	La casona del Marquesado Surba y Bonza	3	12%
4	Viñedo de Punta Larga	2	8%
5	Iglesias Templos - Arquitectura Religiosa	2	8%
6	Molino Tundama	1	4%
7	Artesanal	1	4%
8	Gastronomía	1	4%
9	Páramo de la Rusia	1	4%
10	Rio Surba	1	4%
11	Los Cuatros Cerros	1	4%
12	La Ruta Mundialista	1	4%
13	Semana internacional de la cultura Bolivariana	1	4%
	TOTAL RESPUESTAS	26	100%

Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 1. Relación atractivos turísticos seleccionados



Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Los resultados obtenidos ante el primer aspecto a diligenciar, relacionado con la identificación de cuatro (4) atractivos considerados representativos de la actividad turística del Municipio de Duitama; evidencian la preferencia por el **Pueblito Boyacense**, el cual obtuvo un **23%** del total de la muestra, seguido del **Sendero Ecológico La Zarza**, con un **19%** de favorabilidad; **La Casona del Marquesado Surba y Bonza**, con el **12%** y el cuarto lugar, de acuerdo a la escogencia por parte de los encuestados, lo comparten

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





los atractivos **El Viñedo de Punta Larga** e **Iglesias Templos - Arquitectura Religiosa**, con un **8%** cada uno de participación en el total de la muestra encuestada. También fueron mencionados los siguientes atractivos, seleccionados por el **4%** cada uno, de la población encuestada: **Molino Tundama, Artesanal, Gastronomía, Páramo de la Rusia, Rio Surba, Los Cuatros Cerros, La Ruta Mundialista, Semana Internacional De La Cultura Bolivariana.**

CONCLUSIONES:

Los atractivos turísticos de mayor reconocimiento en DUITAMA, según la muestra, son aquellos que reflejan la cultura boyacense, su historia, arquitectura y naturaleza, representados en el PUEBLITO BOYACENSE, el SENDERO ECOLOGIO LA ZARZA, LA CASONA DE MARQUESADO SURBA Y BONZA, LAS IGLESIAS TEMPLOS Y/O ARQUITECTURA RELIGIOSA, Y EL VIÑEDO DE PUNTA LARGA. Este resultado coincide con el obtenido en el estudio de Exploración Inicial del Estado del Arte del Atractivo Turístico, en el cual dos de los atractivos como son PUEBLITO BOYACENSE y SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA, se encuentran definidos técnicamente, con formato, planes de servicios y adecuaciones en la zona.

Así mismo, en comparación con el análisis de Marketing Identitario, también fueron escogidos por la población encuestada, entre los cinco (5) productos o elementos que consideraban representan a Duitama, incluido la CASONA DEL MARQUESADO SURBA Y BONZA.

De otra parte, atractivos como el VIÑEDO DE PUNTA LARGA mencionados entre los cuatros más representativos de DUITAMA, así como los atractivos relacionados con eventos como lo es la RUTA MUNDIALISTA y la SEMANA INTERNACIONAL DE LA CULTURA BOLIVARIANA, fueron escogidos por la muestra encuestada, lo que evidencia la importancia de éstos en la actividad turística del municipio, por lo cual se recomienda realizar una análisis de exploración inicial del estado del arte de dichos atractivos.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





5.2. Análisis de los atractivos turísticos seleccionados por la muestra encuestada:

- a) **PUEBLITO BOYACENSE:** Este atractivo fue el de mayor reconocimiento, por parte de 6 de los 7 grupos conformados por los diferentes actores de la actividad turística de Duitama, que lo eligieron como uno de los cuatros atractivos más representativos de ese municipio; describiéndolo de la siguiente manera:

Descripción No. 1. *“Llévate en tu corazón el recuerdo de los pueblos más bonitos de Boyacá reunidos en un solo lugar”*

Descripción No. 2. *“Disfruta y vive la magia de la cultura boyacense reflejada en los pueblos más lindos de Boyacá epicentro de las expresiones artísticas y manifestaciones culturales.”*

Descripción No. 3. *“Es un retazo de cielo en la tierra, donde el turista se envuelve en la magia y la paz que se respira; donde sus calles empedradas, la luz de sus faroles, las tertulias, y el fruto de artistas y artesanos recrean la mejor experiencia en medio del paisaje.”*

Descripción No. 4. *“Espectacular para eventos demostrando la mejor réplica de pueblitos Boyacenses.”*

Descripción No. 5. *“Envuelto entre tertulias y poemas, cae la noche en aquellos callejones y rincones de pueblos que relatan nuestra cultura y tradición, evocando el lindo rancho donde Vivian los abuelos, pueblito boyacense.”*

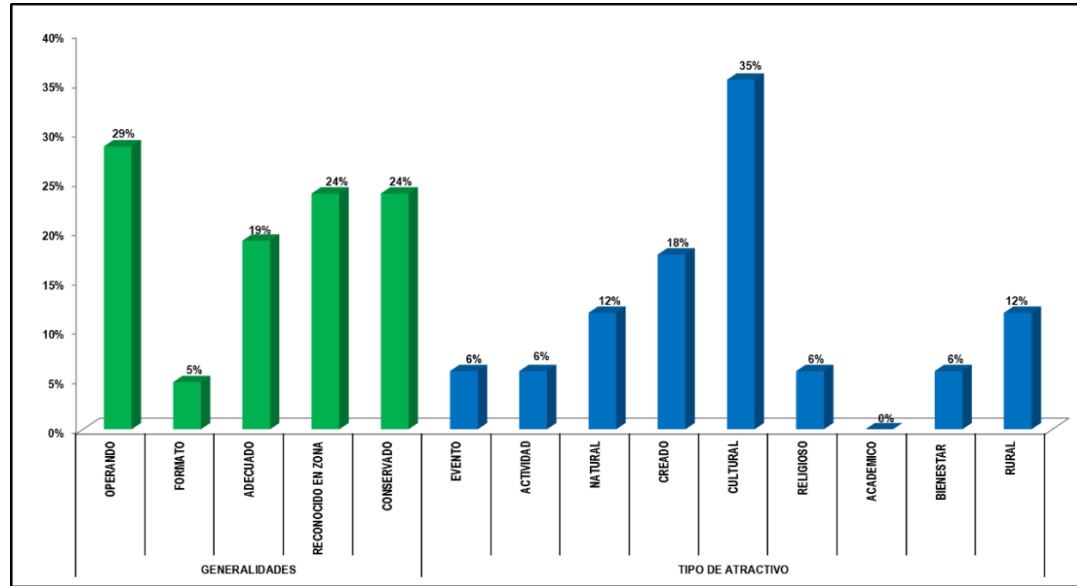
Descripción No. 6. *“Vive una experiencia inolvidable y disfruta de los 7 tesoros culturales que reviven la arquitectura colonial e hispánica y tradicional Boyacense.”*

En cuanto a la calificación sobre los aspectos generales y de tipo de atractivo, estos fueron los resultados obtenidos:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

Tabla 2. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo PUEBLITO BOYACENSE

Aspecto	Criterio Evaluación	Total	Participación
GENERALIDADES	OPERANDO	6	29%
	FORMATO	1	5%
	ADECUADO	4	19%
	RECONOCIDO EN ZONA	5	24%
	CONSERVADO	5	24%
TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	1	6%
	ACTIVIDAD	1	6%
	NATURAL	2	12%
	CREADO	3	18%
	CULTURAL	6	35%
	RELIGIOSO	1	6%
	ACADEMICO	0	0%
	BIENESTAR	1	6%
	RURAL	2	12%



Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial. **Gráfica 2. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo PUEBLITO**

ANALISIS E INTERPRETACION:

En el aspecto de Generalidades, los resultados obtenidos fueron los siguientes: el **29%** de la población encuestada que seleccionó este atractivo, afirma que se encuentra **operando**, el **24%** manifiesta que es **Reconocido en la zona**, otro **24%** lo evalúa como **Conservado**, mientras el **19%** lo define como **Adecuado**, y un **5%** establece que tiene **formato**. En cuanto al tipo de atractivo que corresponde el PUEBLITO BOYACENSE, el **35%** de la muestra encuestada lo clasificó como **Cultural**, seguido de un **18%** que



considera que es un atractivo **creado**, un **12%** lo evalúa como **natural** y otro tanto **Rural**, mientras que un **6%** lo identifica como **actividad, evento, religioso o de bienestar**.

CONCLUSIONES:

El atractivo PUEBLITO BOYACENSE, se encuentra en funcionamiento, en buen estado y adecuadas condiciones, contando con gran reconocimiento en la zona; sin embargo de acuerdo a los resultados de la muestra encuestada, no es de conocimiento general que cuenta con un formato; por lo cual se recomienda implementar este elemento que hace parte del estado del arte del atractivo en el caso que no exista o se encuentra en construcción, o socializarlo entre los diferentes actores involucrados en la actividad turística, para garantizar una mejor y mayor promoción turística del sitio. Esta última recomendación se sustenta sobre los resultados arrojados en la Encuesta de Exploración Inicial del Estado del Arte, en donde este atractivo, se encuentra dentro de los 3, de 15 que fueron evaluados, que cuentan con Formato.

De otra parte, sobre el tipo de atractivo, el PUEBLITO BOYACENSE fue clasificado por la mayoría como un Atractivo Cultural, lo cual es acorde con las características y elementos con los que cuenta; principalmente en relación con los componentes arquitectónicos que reflejan las viviendas típicas tradicionales y los principales pueblos del Departamento de Boyacá, ofreciendo al turista en un solo sitio, el conocimiento de la cultura boyacense, unido a las muestras artesanales y la gastronomía.

No obstante, es de resaltar que este atractivo como bien tangible, se clasifica como creado, ya que es el resultado de la intervención humana, a través de la construcción de la réplica de un numero de pueblos del Departamento considerados los más emblemáticos de la región.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



b) **SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA:** Este sitio fue elegido por 5 de 7 grupos que participaron en el Taller de Exploración Inicial, como el segundo atractivo representativo de Duitama; el cual fue descrito de la siguiente forma:

Descripción No. 1. *“Camina las maravillas del bosque alto andino escuchando el canto de las aves y el caer del agua en un sendero de leyendas”*

Descripción No. 2. *“Es la oportunidad para que sigas los pasos de tus ancestros disfrutando de los mitos y leyendas en medio de un ambiente natural que te ayudará apartarte y alejarte del bullicio y estrés del ambiente urbano.”*

Descripción No. 3. *“Sendero eco turístico de leyendas, ideal para intercambiar el ruido de la ciudad por los cantos de aves endémicas. Un lugar para apreciar cascadas, frailejones y tener la oportunidad de apreciar la dificultad de los caminos transitados por nuestros antepasados.”*

Descripción No. 4. *“En un pedazo de cielo puesto en las montañas, se encontrarán historias ancestrales y paisajes arrolladores.”*

Descripción No. 5. *“Siente la naturaleza en un recorrido lleno de magia, mitos y leyendas y goza de su exuberante fauna y flora nativa.”*

En cuanto a la calificación sobre los aspectos generales y de tipo de atractivo, estos fueron los resultados obtenidos:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Tabla 3. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA

Aspecto	Criterio Evaluación	Total	Participación
GENERALIDADES	OPERANDO	5	29%
	FORMATO	2	12%
	ADECUADO	3	18%
	RECONOCIDO EN ZONA	3	18%
	CONSERVADO	4	24%
TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
	ACTIVIDAD	0	0%
	NATURAL	5	42%
	CREADO	0	0%
	CULTURAL	1	8%
	RELIGIOSO	0	0%
	ACADEMICO	2	17%
	BIENESTAR	1	8%
RURAL	3	25%	

Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

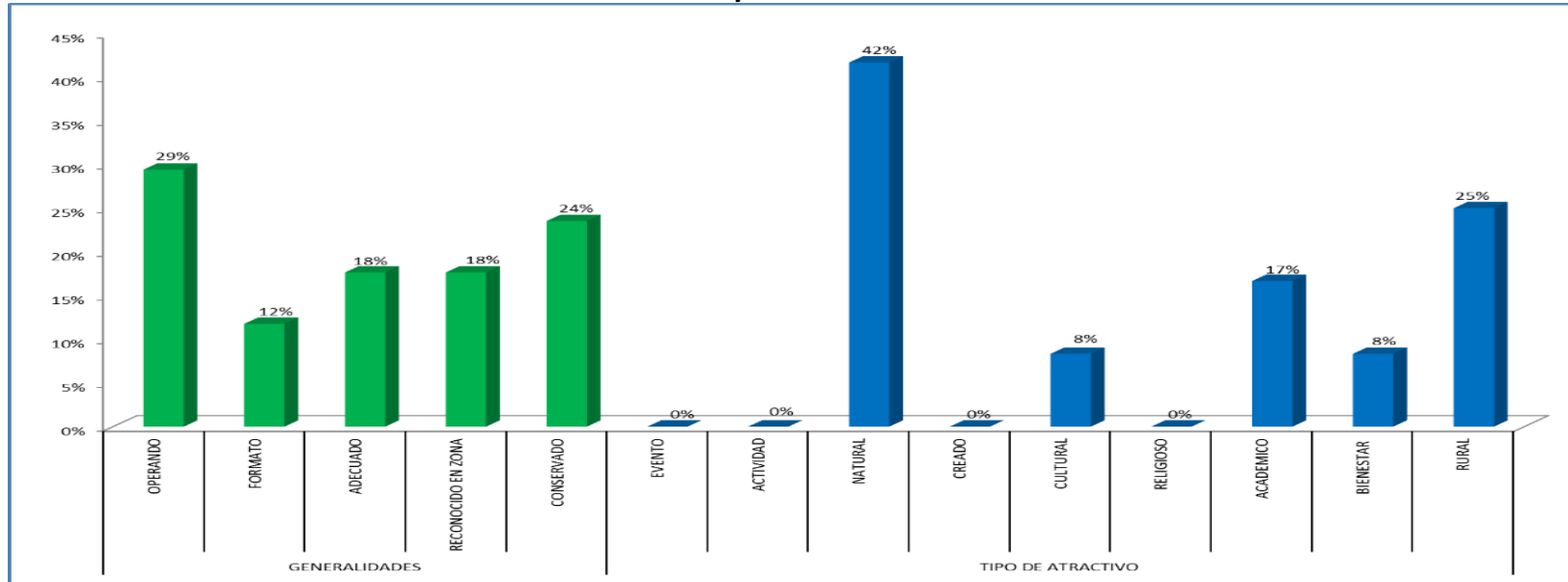
ANALISIS E INTERPRETACION:

La evaluación del aspecto de Generalidades, los resultados fueron los siguientes: el **29%** de los grupos que realizaron el taller, establece que se encuentra **Operando**, el **24%** indica que esta **Conservado**, un **18%** considera que tiene **Reconocido en la Zona**, otro **18%** manifiesta que es **Adecuado** y un **12%** afirma que tiene **formato**. Sobre el tipo de atractivo que es EL SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA, los encuestados respondieron así: el **42%** lo clasificó como **Natural**, seguido de un **25%** que lo identifica como un Atractivo **Rural**, un **17%** considera que es **académico**, un **8%** lo evalúa como **cultural** y otro tanto de **Bienestar**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 3. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo SENDERO



CONCLUSIONES:

El atractivo EL SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA, se encuentra en funcionamiento, en buen estado y adecuadas condiciones, contando con reconocimiento en la zona, y con un formato; éste último elemento no es conocido ampliamente, por lo cual debe ser revisado, complementado y/o dar mayor difusión entre los operadores turísticos que promocionan este atractivo turístico, generando un mejor cultura mediante el adecuado utilización de herramientas que permitan tener un atractivo con formato, mejorando así los servicios turísticos en el sitio, como también poder obtener información estadística para medir diferentes aspectos relacionados con la competitividad del atractivo.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





En cuanto al tipo de atractivo al cual pertenece el SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA, fue clasificado por la mayoría de los encuestados, como Natural, toda vez que se trata de un atractivo conformado por elementos de naturaleza, bosques, montañas, biodiversidad de flora y fauna silvestre; que hacen parte del patrimonio natural y paisajístico del municipio, propicio para la actividad de senderismo. Se debe resaltar, que aunque una gran parte de los grupos encuestados lo clasificó como Rural, este atractivo no correspondería a esta clasificación puesto que no se desarrollan actividades agrícolas propias del campo, como tampoco se disponen de infraestructuras o viviendas rurales.

De otra parte, se puede considerar como un atractivo donde se desarrolla una actividad de bienestar, teniendo en cuenta que se lleva a cabo el senderismo, como una práctica deportiva que le proporciona al turista una alternativa saludable a través del contacto con el medio ambiente. Así mismo, es considerada como académico, sin embargo esta clasificación tampoco corresponde, por cuanto su única relación con la parte académica es el de ofrecer un escenario donde se pueden obtener conocimientos sobre los recursos naturales existentes en la zona, alejándose del concepto del turismo académico.

c) LA CASONA DEL MARQUESADO SURBA Y BONZA: Como tercer atractivo turístico elegido por los grupos que desarrollaron el Taller de Exploración Inicial, fue seleccionado la Casona del Marquesado Surba y Bonza, elegido por 3 de los 7 grupos participantes; quienes describieron este atractivo turístico así:

Descripción No. 1. *“Revive el sentimiento de lucha de independencia dando los pasos del Libertador.”*

Descripción No. 2. *“Imagina ser el héroe de la campaña libertadora en la joya arquitectónica de Surba y Bonza en donde se planeó la estrategia y el triunfo de la batalla del Pantano de Vargas.”*

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Descripción No. 3. “Entre adobes, aperos y bayonetas, viviremos un gran momento de la gesta libertadora; donde Rook Chincá y Rondón plasmaron con sangre la libertad de la patria.”

Así mismo, la muestra encuestada, evaluó los aspectos generales y tipo de atractivo, obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 4. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo LA CASONA DEL MARQUESADO SURBA Y BONZA

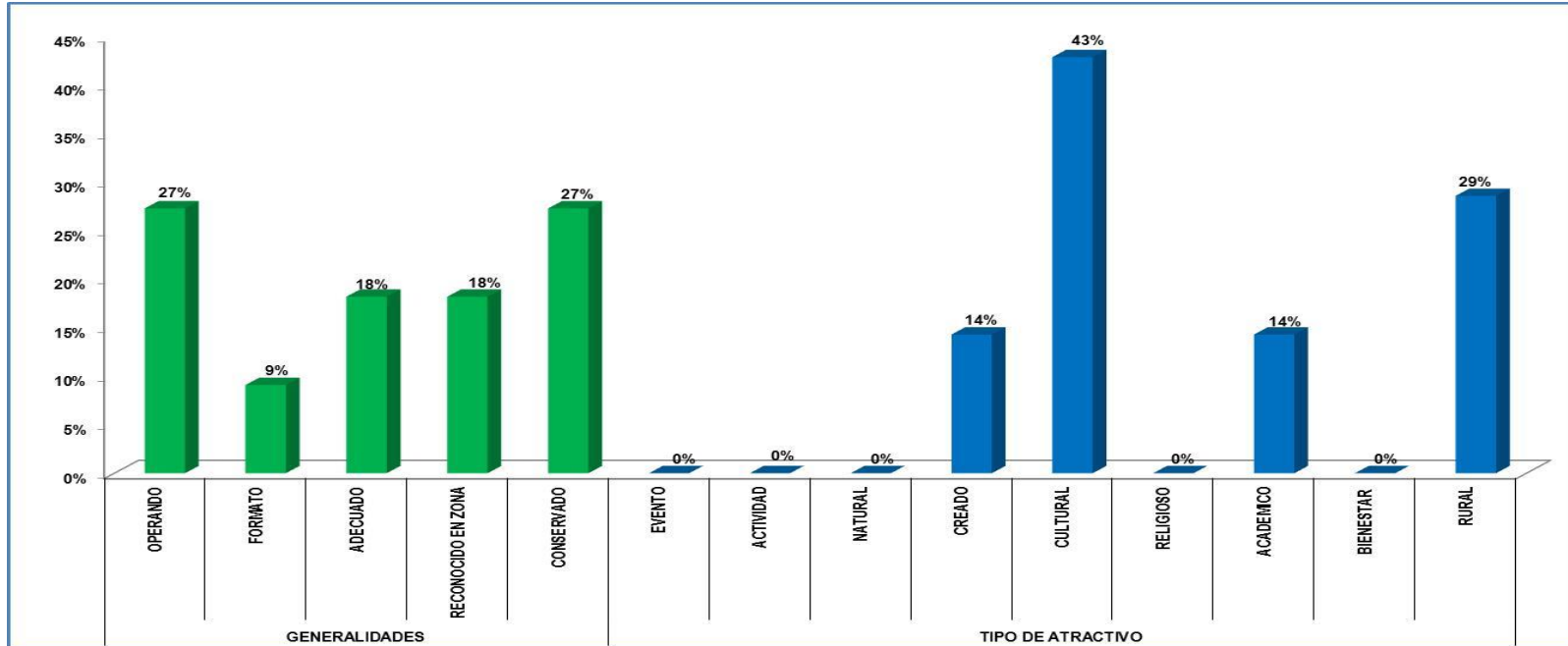
Aspecto	Criterio Evaluación	Total	Participación
GENERALIDADES	OPERANDO	3	27%
	FORMATO	1	9%
	ADECUADO	2	18%
	RECONOCIDO EN ZONA	2	18%
	CONSERVADO	3	27%
TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
	ACTIVIDAD	0	0%
	NATURAL	0	0%
	CREADO	1	14%
	CULTURAL	3	43%
	RELIGIOSO	0	0%
	ACADEMICO	1	14%
	BIENESTAR	0	0%
	RURAL	2	29%

Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 4. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo LA CASONA DEL MARQUESADO SURBA Y BONZA



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

Con relación al aspecto de Generalidades, se obtuvieron los siguientes resultados: el **27%** de los grupos encuestados, indicaron que el atractivo se encuentra **Operando**, otro **27%** lo evaluó como **Conservado**, un **18%** considera que es **Reconocido en la Zona**, otro **18%** manifiesta que es **Adecuado** y un **9%** señala que tiene **formato**.

Respecto al tipo de atractivo, los encuestados respondieron así: el **43%** lo clasificó como **Cultural**, seguido de un **29%** que lo identifica como un Atractivo **Rural**, un **14%** considera que es **académico**, y otro tanto lo evalúa como **creado**.

CONCLUSIONES:

El atractivo LA CASONA DEL MARQUESADO SURBA Y BONZA, se encuentra en funcionamiento, buen estado y adecuadas condiciones, contando con reconocimiento en la zona. En cuanto al formato, se indica que si se tiene, pero en una menor proporción de los encuestados, lo que evidencia la falencia de este elemento o la poca socialización entre los operadores turísticos.

De otra parte, sobre el tipo de atractivo al que corresponde LA CASONA DEL MARQUESADO SURBA Y BONZA, fue clasificado por la mayoría de los encuestados que eligieron este atractivo, como Cultural, debido a los componentes que lo como es la arquitectura de los años 1500 época de la conquista española, y el importante patrimonio histórico que representa esta edificación junto con los elementos que la integran, para los habitantes de la región.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



d) IGLESIAS TEMPLOS - ARQUITECTURA RELIGIOSA: Otros de los atractivos escogido por los participantes en el Taller de exploración inicial, entre los cuatro de mayor importancia junto con el Viñedo de Punta larga, son las IGLESIAS O TEMPLOS y en general la ARQUITECTURA RELIGIOSA con que cuenta el Municipio de Duitama. Sobre este atractivo se realizaron las siguientes Descripción es:

Descripción No. 1. *“Maravilloso recorrido por la historia arquitectónica de la región, acompañados por el color y las formas del arte religioso.”*

Descripción No. 2. *“Despierta tu espíritu.”*

A continuación se presentan los resultados obtenidos en la evaluación de los aspectos generales y tipo de atractivo realizada durante el Taller de Exploración inicial, así

Tabla 4. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo IGLESIAS TEMPLOS - ARQUITECTURA RELIGIOSA

Aspecto	Criterio Evaluación	Total	Participación
GENERALIDADES	OPERANDO	0	0%
	FORMATO	0	0%
	ADECUADO	0	0%
	RECONOCIDO EN ZONA	1	100%
	CONSERVADO	0	0%
TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
	ACTIVIDAD	0	0%
	NATURAL	0	0%
	CREADO	0	0%
	CULTURAL	1	33%
	RELIGIOSO	2	67%
	ACADEMICO	0	0%
	BIENESTAR	0	0%
	RURAL	0	0%

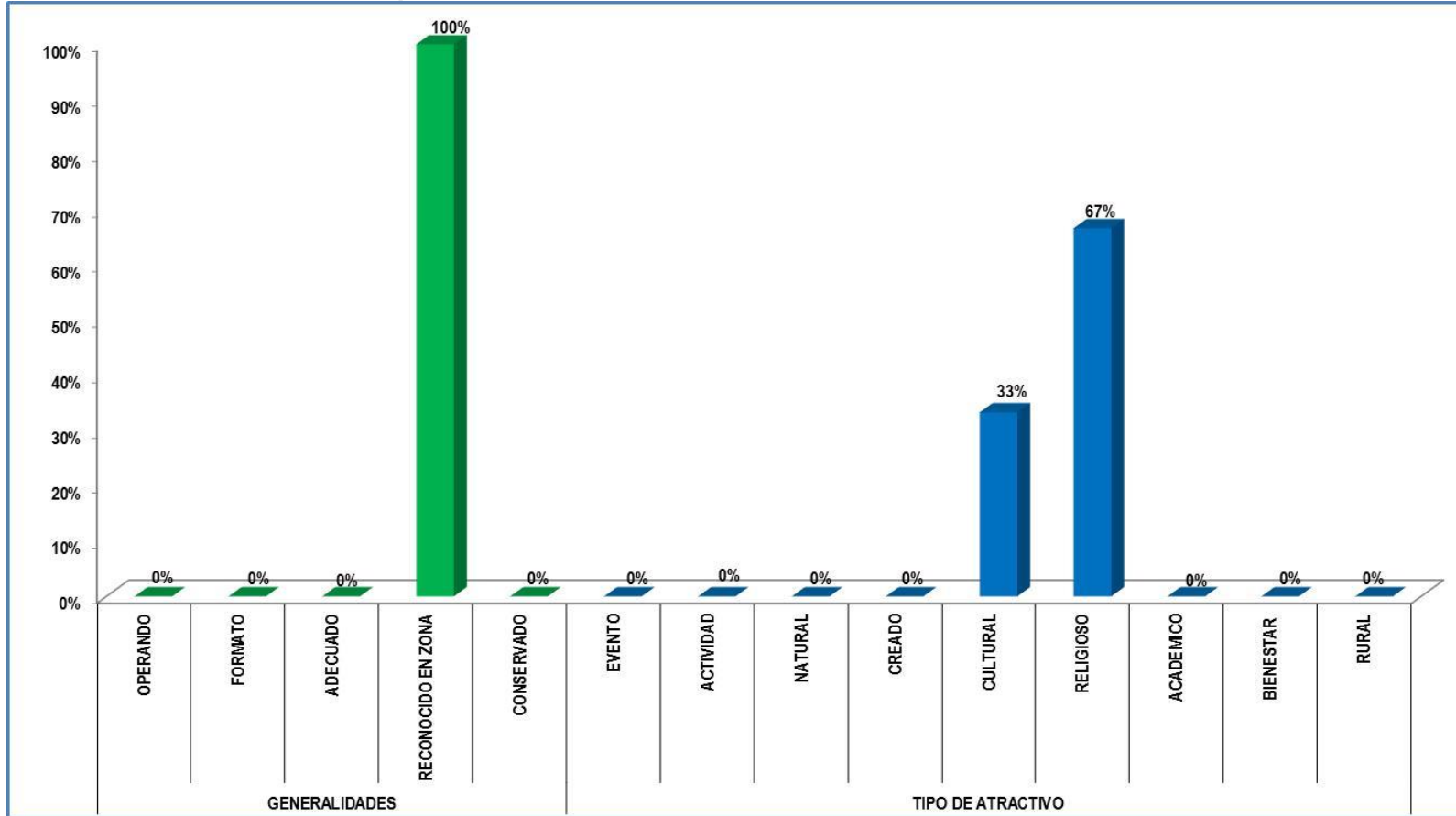
Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 4. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo IGLESIAS TEMPLOS - ARQUITECTURA RELIGIOSA



Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

En la evaluación del aspecto de Generalidades, se obtuvieron los siguiente resultados: el **100%** de los grupos encuestados, indicaron que el atractivo cuenta con reconocimiento en la zona, no obstante no fueron evaluados los criterios de **Operando, formato, Adecuado y conservado.**

En cuanto al tipo de atractivo al que corresponde, los encuestados respondieron así: el **67%** lo clasificó como **Religioso**, y un **33%** lo evalúa como **Cultural.**

CONCLUSIONES:

El atractivo conformado por IGLESIAS TEMPLOS – ARQUITECTURA RELIGIOSA cuenta con gran reconocimiento en la zona, no obstante no se puede realizar un análisis de los demás criterios de evaluación del atractivo, ya que no fueron calificados. Al respecto se debe considerar que se agruparon todos los sitios como iglesias y templos de Duitama, en un solo concepto.

En relación con el tipo de atractivo al que corresponde las IGLESIAS TEMPLOS – ARQUITECTURA RELIGIOSA, fue clasificado por la mayoría de los grupos encuestados como Religioso. Este atractivo se encuentra conformado por un gran número de iglesias que se encuentran ubicadas en el municipio de Duitama, que ofrecen a los turistas y feligreses católicos la oportunidad de visitar estos sitios de interés religioso y conocer parte de su arquitectura.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ATRACTIVO ALTERNATIVO PARA RUTA TURÍSTICA:

e) VIÑEDO DE PUNTA LARGA: Este atractivo fue elegido por los participantes del Taller de exploración inicial como el cuarto de mayor importancia; describiéndolo de la siguiente forma:

Descripción No. 1. *“Una excelente vía, nos lleva hacia el nororiente de Duitama, hasta punta larga y sus mágicos trabajos coloniales en madera. Desde allí el sendero como una invitación al etéreo, nos lleva al viñedo, un idílico mirador de la ecología y paisaje allí sus vinos nos hacen degustar el sabor de la libertad.”*

Descripción No. 2. *“Solo vid hace tangible al sabor de la tierra. Tradición, cultura, paisaje, sentidos, territorio (terroir). Un lugar septentrional donde la vid nos hace inteligible el sabor de la tierra.”*

De igual forma, este atractivo fue evaluado en los aspectos generales y tipo de atractivo, así:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Tabla 5. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo VIÑEDO DE PUNTA LARGA

Aspecto	Criterio Evaluación	Total	Participación
GENERALIDADES	OPERANDO	2	25%
	FORMATO	2	25%
	ADECUADO	2	25%
	RECONOCIDO EN ZONA	2	25%
	CONSERVADO	0	0%
TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
	ACTIVIDAD	2	40%
	NATURAL	2	40%
	CREADO	0	0%
	CULTURAL	0	0%
	RELIGIOSO	0	0%
	ACADEMICO	0	0%
	BIENESTAR	0	0%
RURAL	1	20%	

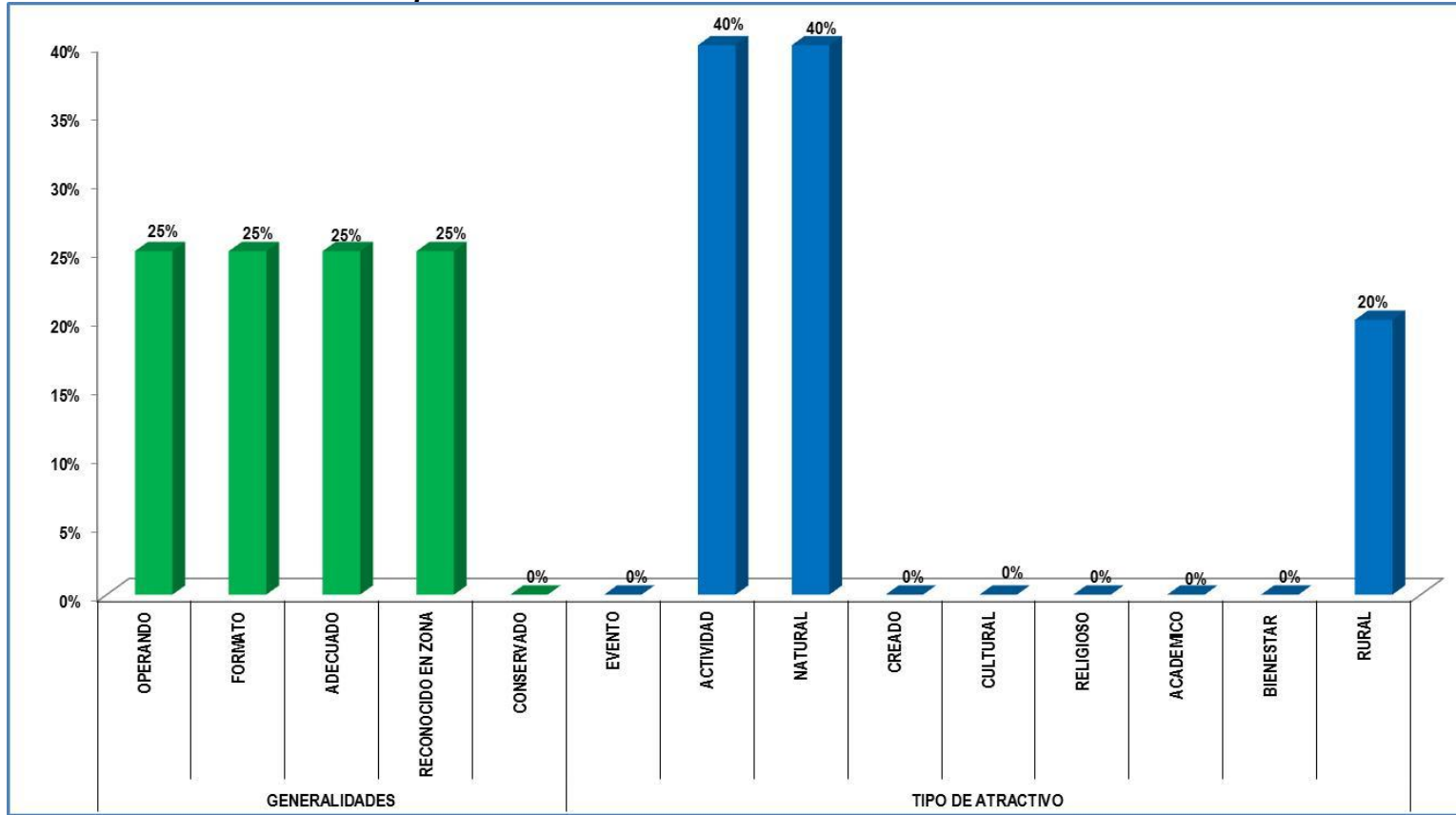
Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 5. Evaluación Taller Exploración Inicial Atractivo VIÑEDO DE PUNTA LARGA



Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

Ante el aspecto de Generalidades, se obtuvieron los siguientes resultados: el **25%** de los grupos encuestados, indicaron que el atractivo se encuentra **Operando**, que tiene **formato**, que es **Reconocido en la Zona** y es **Adecuado**; en contraste ninguno de los grupos considera que está conservado.

En cuanto al tipo de atractivo al que corresponde, los encuestados respondieron así: el **40%** lo clasificó como **Actividad**, y de igual forma lo identifica como un Atractivo **Natural** y el **20%** lo evalúa como **Rural**.

CONCLUSIONES:

El atractivo VIÑEDO DE PUNTA LARGA, está en funcionamiento, en adecuadas condiciones, contando con reconocimiento en la zona y con formato. Sin embargo no fue evaluado el aspecto de conservado, lo cual influye en la imagen percibida por el turista sobre el atractivo, permitiendo junto con los demás atributos del sitio, brindarle una experiencia de calidad y significativa al visitante; así mismo la conservación de un atractivo está relacionada directamente con el impacto ambiental, económico, social y cultural que pueda generar sobre la zona de influencia y la actividad turística desarrollada.

Respecto al tipo de atractivo al que corresponde el VIÑEDO DE PUNTA LARGA, fue clasificado por la mayoría de los grupos encuestados como de Actividad y a la vez Natural, teniendo en cuenta que el atractivo se encuentra localizado en zona rural alta del municipio de Duitama y en donde se desarrolla la actividad del cultivo de la vid y se fomenta la cultura vinícola, integrado a elementos de naturaleza y paisaje, características también relacionadas con el Turismo Rural.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



f) **OTROS ATRACTIVOS TURISTICOS:** Además de los Cinco atractivos mencionados inicialmente, a continuación se presentan los resultados obtenidos en el Taller de Exploración inicial, con otros atractivos que en menor grado fueron mencionados, obteniéndose los siguientes resultados:

Tabla 6 . Evaluación Taller Exploración Inicial Otros atractivos

ATRACTIVO	DESCRIPCIÓN	ASPECTO	CRITERIO EVALUACION	TOTAL	PARTIC
Molino Tundama	Recorre la tumba del abuelo de la industria harinera en Duitama, Boyacá	GENERALIDADES	OPERANDO	0	0%
			FORMATO	0	0%
			ADECUADO	0	0%
			RECONOCIDO EN ZONA	1	100%
			CONSERVADO	0	0%
		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	0	0%
			NATURAL	0	0%
			CREADO	1	33%
			CULTURAL	1	33%
			RELIGIOSO	0	0%
			ACADEMICO	1	33%
			BIENESTAR	0	0%
RURAL	0	0%			
Artesanal	En Duitama encontramos 5 asociaciones de artesanos que se encuentran trabajando con la	GENERALIDADES	OPERANDO	1	33%
			FORMATO	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



	Secretaría de Industria; en las cuales se desarrollan productos artesanales tales como: Macramé, talla de madera, marroquinería, telar horizontal, joyería, se ha hecho un trabajo sobre el rescate de nuestras raíces con respecto a cada una de estos oficios artesanales. Cestería, tejeduría en lona en 1 y 2 agujas.		ADECUADO	0	0%
			RECONOCIDO EN ZONA	1	33%
			CONSERVADO	1	33%
		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	0	0%
			NATURAL	0	0%
			CREADO	0	0%
			CULTURAL	1	100%
			RELIGIOSO	0	0%
			ACADEMICO	0	0%
			BIENESTAR	0	0%
RURAL	0	0%			
Gastronomía	Quesos y lácteos, queso de cabeza, envueltos de mazorca, cocido boyacense, mazamorra chiquita, arepas de mazorca rellenas de cuajada, sopa de criadillas, sopa de ruyas de trigo, arepas de harina de maíz amarillo asada en laja, tamales boyacenses, cuchuco de trigo con espinazo, mute de mazorca, guiso de pata, envueltos de mantecada.	GENERALIDADES	OPERANDO	1	33%
			FORMATO	0	0%
			ADECUADO	0	0%
			RECONOCIDO EN ZONA	1	33%
			CONSERVADO	1	33%
		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	0	0%
			NATURAL	0	0%
			CREADO	1	100%
			CULTURAL	0	0%
RELIGIOSO	0	0%			
ACADEMICO	0	0%			
BIENESTAR	0	0%			
RURAL	0	0%			
Páramo de la Rusia	Escucha en el silencio del páramo en el canto de la naturaleza y cúbrete con el manto de la nieve para conocer el nacimiento del agua	GENERALIDADES	OPERANDO	0	0%
			FORMATO	0	0%
			ADECUADO	1	50%
			RECONOCIDO EN ZONA	1	50%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



			CONSERVADO	0	0%
		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	0	0%
			NATURAL	1	33%
			CREADO	0	0%
			CULTURAL	0	0%
			RELIGIOSO	0	0%
			ACADEMICO	0	0%
			BIENESTAR	1	33%
			RURAL	1	33%
			GENERALIDADES	OPERANDO	1
		FORMATO		0	0%
		ADECUADO		1	25%
		RECONOCIDO EN ZONA		1	25%
		CONSERVADO		1	25%
Rio Surba	Sendero de la Zarza sector La Trinidad, lo más importante de la naturaleza hídrica al ver las aguas cristalinas y oxigenación tanto de agua como del pulmón humano.	TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	1	13%
			ACTIVIDAD	1	13%
			NATURAL	1	13%
			CREADO	1	13%
			CULTURAL	1	13%
			RELIGIOSO	1	13%
			ACADEMICO	1	13%
			BIENESTAR	1	13%
			RURAL	0	0%
Los Cuatros Cerros	Donde los deportistas prueban su estado físico practicando su deporte contemplando la vista panorámica y las maravillas creadas en Duitama	GENERALIDADES	OPERANDO	1	33%
			FORMATO	0	0%
			ADECUADO	1	33%
			RECONOCIDO EN ZONA	1	33%
			CONSERVADO	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	1	25%
			NATURAL	1	25%
			CREADO	0	0%
			CULTURAL	0	0%
			RELIGIOSO	1	13%
			ACADEMICO	1	13%
			BIENESTAR	1	13%
			RURAL	0	0%
La Ruta Mundialista	El recuerdo donde conocemos personalmente los mejores ciclistas del mundo y ahora vemos el progreso turístico que nos da la naturaleza	GENERALIDADES	OPERANDO	1	33%
			FORMATO	0	0%
			ADECUADO	1	33%
			RECONOCIDO EN ZONA	1	33%
			CONSERVADO	0	0%
		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	1	20%
			NATURAL	1	20%
			CREADO	0	0%
			CULTURAL	1	20%
			RELIGIOSO	0	0%
			ACADEMICO	1	20%
			BIENESTAR	0	0%
			RURAL	1	20%
Semana internacional de la cultura Bolivariana	Realza el pensamiento Bolivariano, a través del arte y la cultura y entrelaza el tejido humano de los países hermanos.	GENERALIDADES	OPERANDO	1	100%
			FORMATO	0	0%
			ADECUADO	0	0%
			RECONOCIDO EN ZONA	0	0%
			CONSERVADO	0	0%
		TIPO DE ATRACTIVO	EVENTO	0	0%
			ACTIVIDAD	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



			NATURAL	1	100%
			CREADO	0	0%
			CULTURAL	0	0%
			RELIGIOSO	0	0%
			ACADEMICO	0	0%
			BIENESTAR	0	0%
			RURAL	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.2 Taller de Exploración Inicial Atractivos Turísticos DUITAMA

ANALISIS E INTERPRETACION:

Los 8 atractivos restantes, que fueron señalados por los grupos que participaron en el Taller de Exploración Inicial, se encuentran en el siguiente estado, de acuerdo a los resultados obtenidos:

En el aspecto de Generalidades, 7 de los 8 atractivos restantes, cuentan con **reconocimiento en la zona**, a excepción de la **Semana Internacional de la Cultura Bolivariana**; ante el aspecto de **Operando**, 6 de los 8 atractivos, se encuentran en esa fase, excluyendo **Molina Tundama** y **Páramo la Rusia**; en cuanto a que si el atractivo se presenta **adecuado**, este criterio lo cumplen **Páramo de la Rusia, Rio Surba, Cuatro Cerros y Ruta mundialista**; y por último los atractivos que se encuentran **conservados**, son: **Artesanías, Gastronomía y Rio Surba**. Con respecto a la tipo de atractivo, cada uno de los atractivos analizados fueron clasificados en más de tres categorías diferentes, a excepción de **Artesanal** definido como **Cultural**; **Gastronomía** como **creado y Semana Internacional de la Cultura Bolivariana** como natural.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





CONCLUSIONES:

De acuerdo a la evaluación realizada en el Taller de Exploración inicial, los 8 atractivos restantes objeto del análisis carecen de formato, es el caso de MOLINO TUNDAMA, el cual solo fue calificado en su aspecto de reconocimiento de la zona, situación que pone de manifiesto que no posee los demás elementos que hacen parte de la estructuración del producto o atractivo turístico. En cuanto a los atractivos restantes mencionados, se encuentran en operación pero se evidencia grandes debilidades en cuanto a la carencia de algunas características que no permiten el desarrollo de la actividad turística en condiciones óptimas que garanticen la calidad del destino.

De otra parte, la clasificación sugerida por los grupos encuestados, no concuerda la percepción que tienen de los atractivos frente a las características y atributos que lo conforman, como es el caso de la Semana Internacional de la Cultura Bolivariana, definido como natural, contrario a lo que representa, en tanto que es una actividad. Lo anterior, refleja el escaso conocimiento de los participantes sobre los criterios a tener en cuenta para clasificar los atractivos dentro de un grupo determinado; haciéndose necesario suministrar las herramientas conceptuales y de valoración para poder realizar una evaluación y correcta clasificación de los atractivos turísticos.

CONCLUSION ANALISIS ATRACTIVOS TURISTICOS:

Con base en el recorrido de campo, la documentación complementaria, los datos entregados por personas y empresarios vinculadas a la actividad turística de la ciudad de Duitama; se puede concluir que existen los atractivos suficientes para estructurar un portafolio interesante e importante para convertir a la ciudad en un destino turístico de calidad, con alto potencial y capacidad de penetrar, en el corto plazo, un mercado nacional; y en el largo plazo un mercado internacional.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



5.3. ELEMENTOS MAS REPRESENTATIVOS DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS Y SERVICIOS TURISTICOS DE LA ZONA

Con Base en la caracterización de los atractivos y servicios turísticos identificados, y los talleres realizados con los empresarios turísticos del territorio, se considera que lo más representativo del inventario turístico del destino, y los cuales deben ser tenidos en cuenta al momento de estructurar el producto turístico que se ofertará en el mercado nacional e internacional, son:

1. Pueblito Boyacense
2. Casona del Marquesado de Surba y Bonza
3. Plaza de Mercado
4. Templos Religiosos
5. Monumentos y esculturas
6. Viñedo Marqués de Punta larga
7. Parque Los Libertadores
8. Ruta Del mundial
9. Sendero Ecológico la Zarza
10. Vuelo en Alternativa del Parapente
11. Gastronomía tradicional Boyacense.

A partir de esta selección, en trabajo técnico desarrollado por los consultores del proyecto con los empresarios turísticos de la zona, se priorizó, mediante la metodología de “pareto de priorización”, la estructuración de dos productos turísticos, uno enfocado en la historia y la cultura y otro en la naturaleza y el paisaje. Los atractivos de estos productos en algunos caso se pueden combinar e integrar, estableciendo productos de Naturaleza, paisaje, historia y cultura.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

Corazón Turístico de Boyacá

DUITAMA

DUITAMA

Corazón turístico de Boyacá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



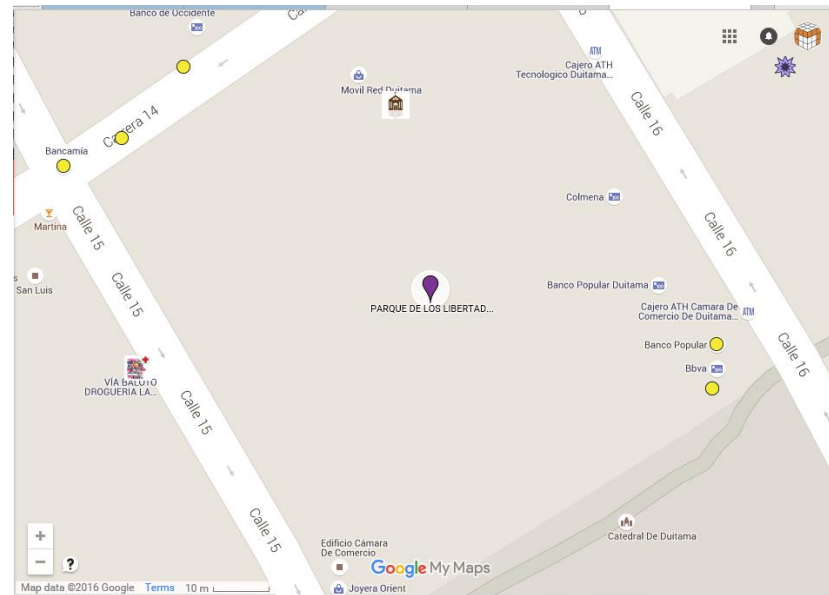
5.4. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DE DUITAMA Y SU ZONA DE INFLUENCIA, HISTORIA Y POTENCIAL:

La ciudad, en términos generales, tiene diversidad de parques, iglesias, paisajes, miradores, monumentos, centros logísticos de vehículos de carga, centro de abastos de mercado; y en su periferia cuenta con avenidas y carreteras intermunicipales adornadas por hermosos paisajes y arquitectura de la zona. Estos elementos o atractivos, no han sido formateados para ser incluidos en una oferta de producto turístico; pero cuentan con el potencial para ser agregados a un portafolio e itinerario de turistas y visitantes. De manera Detallada se describe cada atractivo identificado:

5.4.1. Parque Los Libertadores

Es el parque principal del municipio donde se encuentra la Catedral, el centro administrativo donde se encuentra la alcaldía, en el centro se levanta la Cedrela que es el árbol insignia del municipio el cual tiene entre 25 y 30 metros de altura, y aproximadamente 200 años de existencia, además a sus alrededores se encuentran los principales bancos, diferentes locales comerciales y gastronómicos.





POTENCIAL: Los parques principales de ciudades y municipios, se pueden convertir en puntos clave para visitantes y turistas. Este parque además cuenta con un monumento, que puede aprovecharse para iniciar el recorrido, en razón a que el nombre del parque es alegórico a la historia de la zona, donde la campaña libertadora hace parte integral e importante del territorio.

5.4.2. Centro Regional Artesanal

Creado en el año 2014 con la finalidad de brindar un espacio a los artesanos Duitamenses para que puedan exhibir y promocionar sus productos artesanales, este es un espacio brindado por la Alcaldía Municipal donde se agrupan artesanos independientes y asociaciones que desarrollan diferentes técnicas tales como: macramé, cestería, tejidos en lana, telar manual, joyería artesanal, marroquinería, talla en madera, entre otras.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





POTENCIAL: Este lugar de exhibición y comercialización de productos artesanales de la región es una excelente oportunidad para mostrar a visitantes y turistas, la laboriosidad y creatividad de los artesanos de Duitama y municipios vecinos. Se recomienda incluir más información histórica y contextual de los productos ofertados, donde el turista puede conocer un poco más de las técnicas, materia primas, organizaciones artesanales y quiénes son los artesanos.

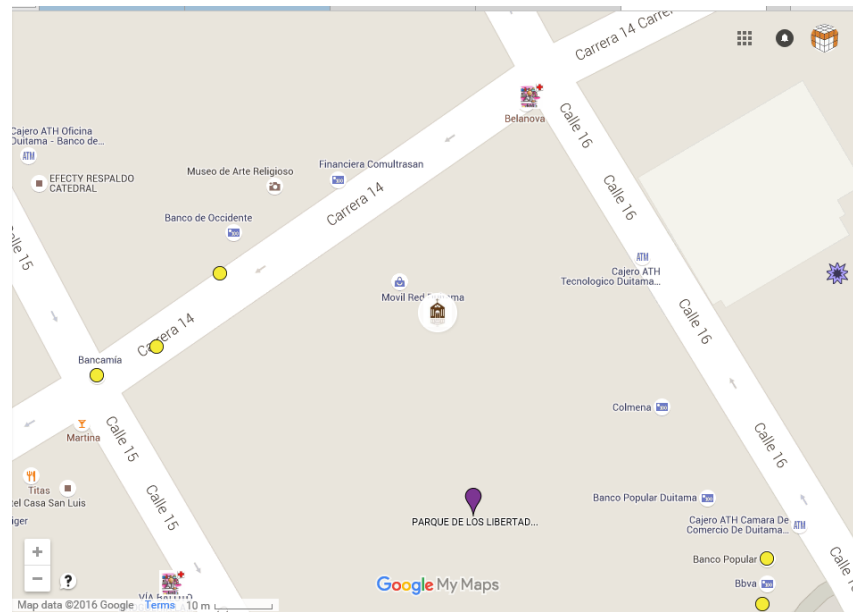
5.4.3. Catedral de san Lorenzo

Por el reverendo padre Cándido Quintero se realizó la terminación del proyecto. Es una construcción de estilo romano mezclado con dórico y barroco español en piedra caliza labrada. Tiene forma de cruz y consta de dos naves laterales y una central, posee dos capillas y cinco altares de los que se destacan el altar del Divino Niño Jesús patrono de la ciudad y el altar de San Lorenzo mártir patrón de la catedral.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



POTENCIAL: La catedral cuenta con una importancia de alto nivel, en razón a que, aparte de su concepto religioso, es una arquitectura y una decoración de admirar, y de entender y conocer por parte del turista.

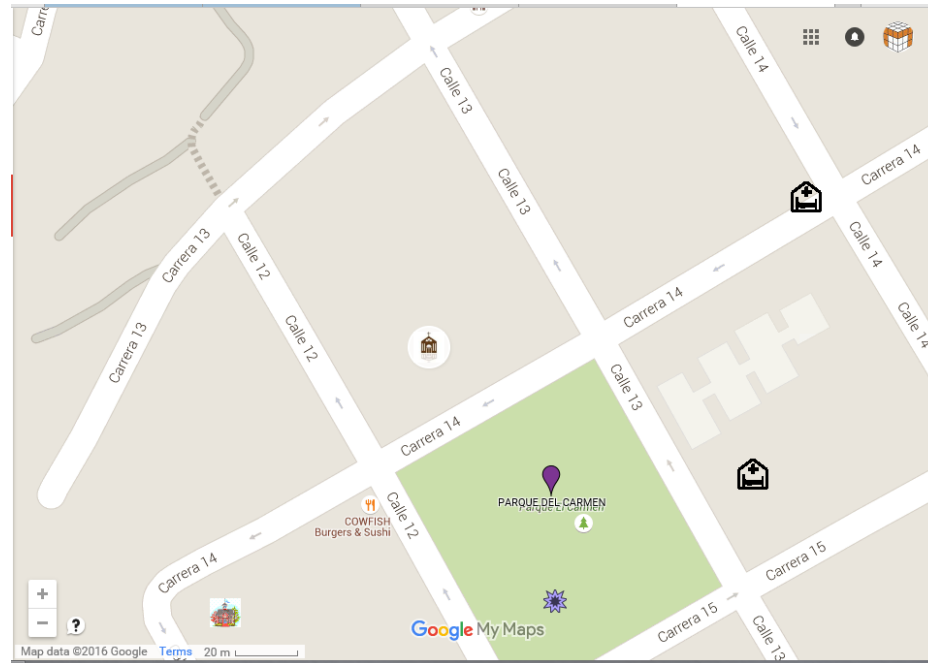
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





5.4.4. Templo Nuestra Señora del Carmen

Se inició su construcción en 1930 y se culminó en 1946 en la antigua plaza de ferias, hoy Parque el Carmen en tierras donadas por el señor Juan Bautista Becerra. Su frontis es de estilo gótico inspirado en el santuario el Carmen de Bogotá, diseñado por Sergio Felipe Meza. Desde el 16 de julio de 1960 se celebra la fiesta de nuestra señora del Carmen, patrona de los transportadores. Se constituyó en parroquia el 1 de Enero de 1971. Ubicada en la Carrera 14 No 12 - 41 Barrio El Carmen.



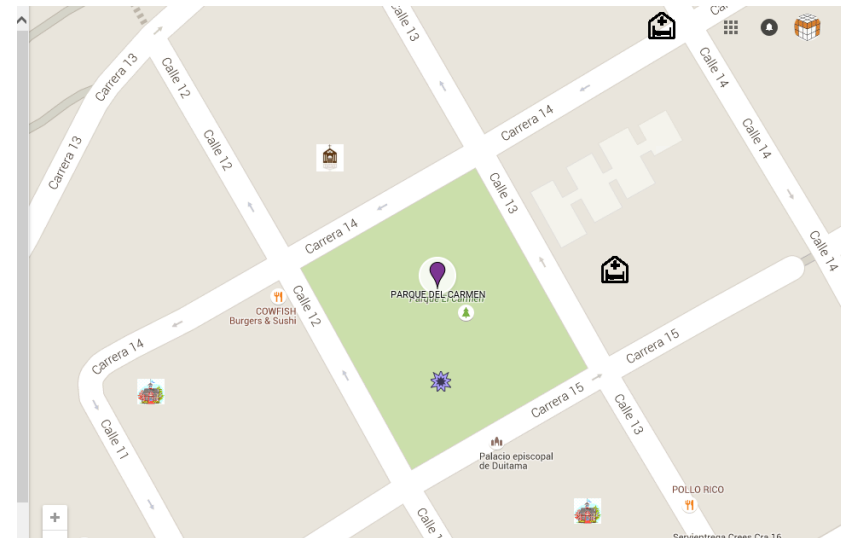
POTENCIAL: con base en la gran oferta de templos religiosos que tiene la ciudad, se puede estructurar un circuito turístico denominado “Templos e Historia Religiosa de Duitama”, el cual debe enfocarse en la arquitectura, la historia de construcción y la decoración.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



5.4.5. Parque del Carmen

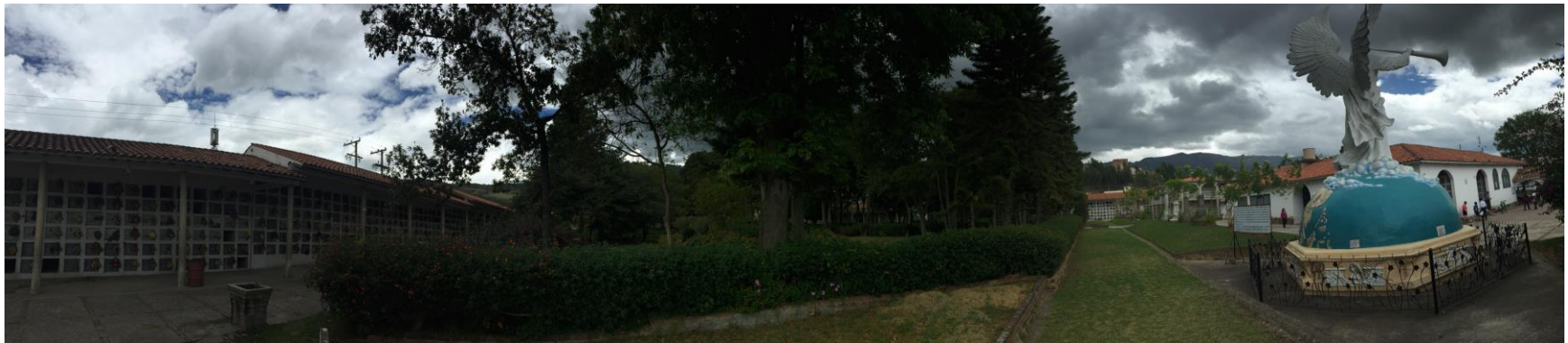
Fue el primer parque principal del municipio, también sirvió como plaza de ferias. El Carmen se convirtió en el lugar ideal para salir en familia. Cuenta en su parte norte con La Capilla del Carmen y el Palacio Episcopal sede central de la Diócesis de Duitama y Sogamoso al suroriente. También conocido como el Parque Luis A. Soler, se caracteriza por sus jardines, cuenta con una fuente en el centro, caminos peatonales, sillas e iluminación. Es un lugar ideal para el descanso de propios y visitantes.

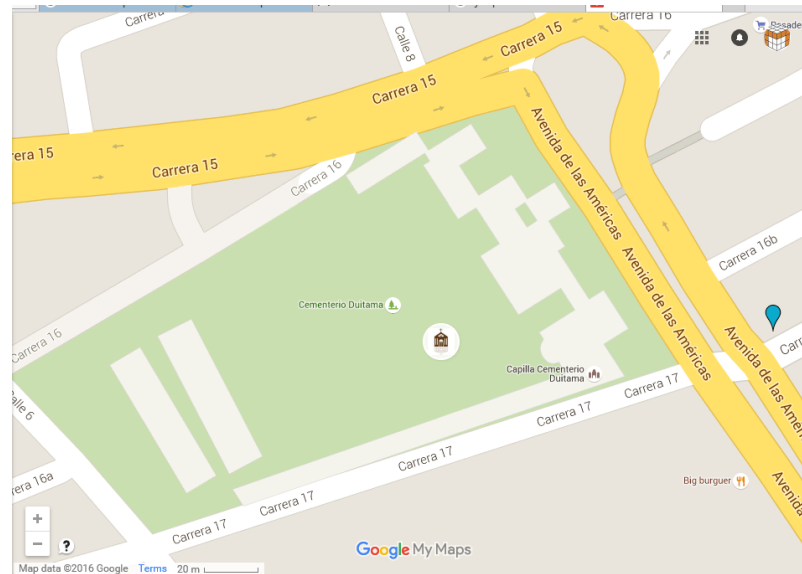


POTENCIAL: El parque puede convertirse en una estación o parada para los visitantes, donde se inicie la narración de la historia de la ciudad, enfocando en su incidencia en el desarrollo y crecimiento de su entorno y su conexión con la evolución religiosa, arquitectónica y poblacional. Debe agregarse señalética (indicaciones y nombres visibles) para informar al turista sobre su caracterización.

5.4.6. Centro Pastoral y Cementerio

Es uno de los cementerios más hermosos del departamento, en su entrada se puede observar una escultura tomada del libro del apocalipsis la cual está dividida por partes y cada una representa una historia de gran importancia para los católicos, en su parte superior se encuentra la imagen de San Miguel Arcángel. En cuanto a su arquitectura es de estilo colonial. Cuenta con una capilla para las celebraciones litúrgicas, el campo santo y la sede de una funeraria.





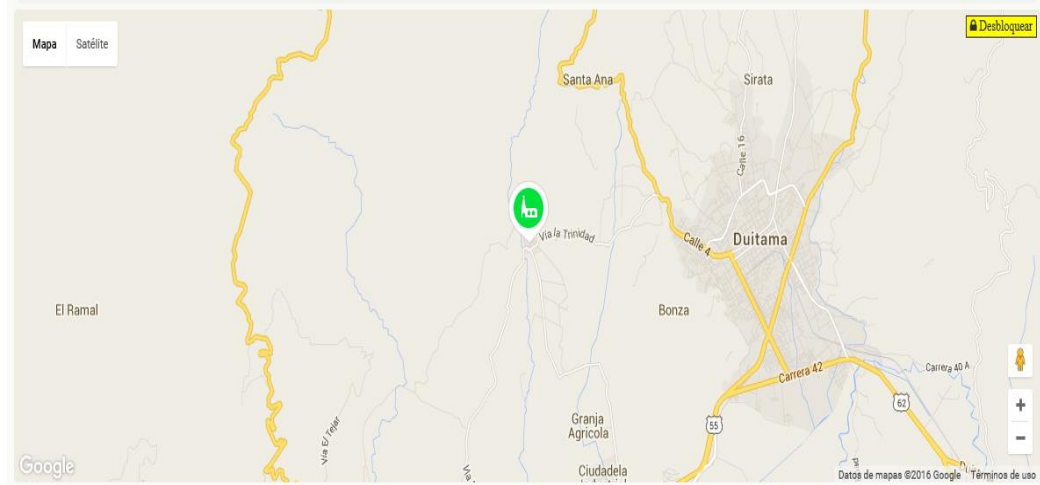
POTENCIAL: Es una expresión cultural, religiosa y arquitectónica que no puede quedar al margen de una oferta turística de Duitama. Tiene toda una filosofía que impregna de argumentos espirituales y culturales su diseño, desarrollo y connotación para la comunidad y el visitante.

5.4.7. La Santísima Trinidad

Fue la primera capilla del municipio, construido en 1870 con un estilo colonial. Además en su fachada se encuentra el escudo del Marquesado de Surba y Bonza tallado en piedra que data de la época de la conquista. Al interior de la iglesia se encontraba un cuadro de la Santísima trinidad pintado por el pintor español Arce y Ceballos pero esta obra fue hurtada en el año de 1988 pese al esfuerzo de las autoridades esta obra no fue recuperada, actualmente allí se encuentra una imitación. Esta es la iglesia más antigua de la ciudad.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





POTENCIAL: Complementa de manera importante el circuito de templos e historia religiosa. Debe incluirse en el itinerario, especificando su contenido histórico, incluyendo toda la evolución de la construcción de templos y el significado de ser el primer sitio de congregación religiosa de la ciudad.

5.4.8. Plaza de mercado

La plaza de mercado de Duitama ha sido el sitio de encuentro entre vecinos, conservando una memoria cultural alimentaria, rica en tradiciones locales y regionales, base para fortalecer la identidad y la pertenencia de nuestra Duitama. Esta se ha constituido en un espacio popular para intercambiar tradiciones, fomentar prácticas culturales, incrementar el sentido de pertenencia de comerciantes y vecinos y garantizar la seguridad alimentaria con nutrición a precio justo. Mercar en la plaza de Duitama, es comprarle al campesino duitamense, reviviendo y renovando gustos y costumbres gastronómicas, conociendo la utilidad medicinal de plantas y alimentos y acercando a las nuevas generaciones a la sabiduría popular vertida en refranes, modismos, hablas y saberes,

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA

Corazón Turístico de Boyacá

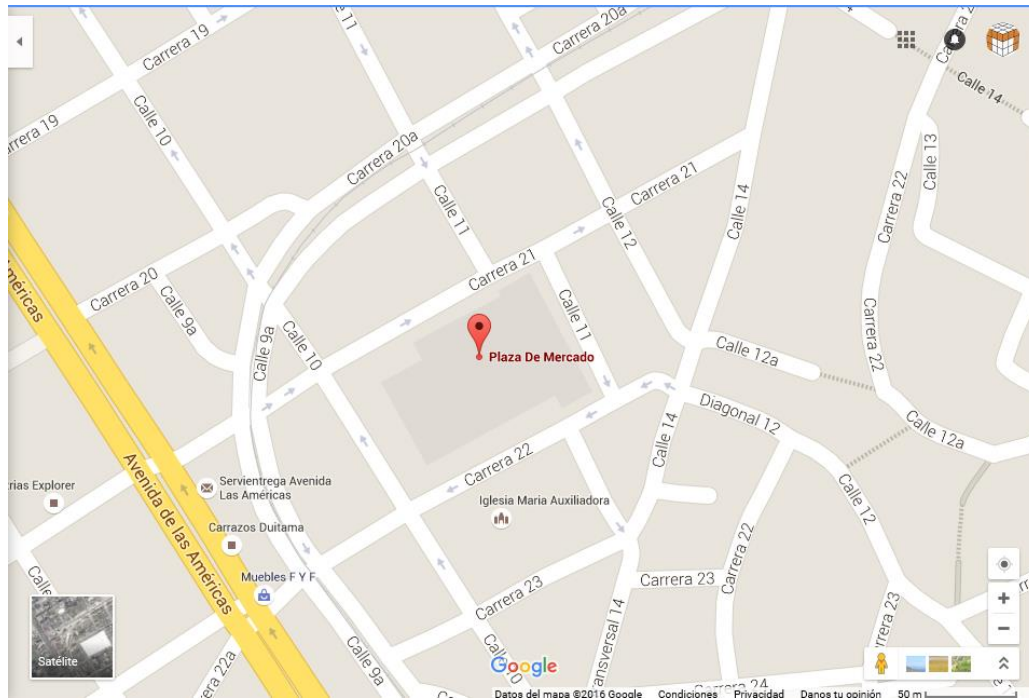


trasmítidos por los comerciantes de generación en generación. Es claro que esta actividad económica ofrece trabajo directo e indirecto a más de 1500 familias Duitaméense. Ubicado en el barrio María Auxiliadora.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





POTENCIAL: La estructura, organización, aseo y estética de esta plaza, la convierte en un lugar indispensable para incluir en una oferta de producto turístico de Duitama. Es una experiencia maravillosa compartir con las personas que expenden los productos agrícolas, cárnicos, y en especial la deliciosa, variada y ancestral comida típica de la región; una oferta rica en sopas, fritos y platos especiales. Es un lugar donde el turista de verdad, conoce, degusta y se deleita con la oferta gastronómica de Duitama y de Boyacá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





5.4.9. El Molino Tundama

En el periodo de 1911 a 1940 llega la industria harinera al municipio el molino fue construido a comienzos del siglo XX llegando a ser la industria molinera más imponente e importante de la región. La nueva fábrica inicia labores de producción en el año de 1924 enmarcada en la rama de industria alimenticia, con una producción de 180 cargas de harina cada 24 horas, aproximadamente 38.197 kilos por hora, en un solo turno laboral de 9 horas diarias, con 21 trabajadores. Entre 1924 y 1930, se incrementa el número a 12 funcionarios y 48 trabajadores en forma permanente entre 1924 y 1930, completando todo el proceso de la molienda que requería, desde la recepción y almacenamiento del trigo, pasando por la limpieza y preparación, la molienda, la producción de harinas y subproductos y finalmente, el embolsamiento para su comercialización. A pesar de ello, el molino Tundama logró subsistir hasta 1985, año en que la situación se torna más compleja por diversas razones: el contrabando de harina de trigo proveniente de Ecuador y Venezuela, los problemas laborales y las nuevas políticas centrales en torno a la sustitución de importaciones, el fin de la política proteccionista desde 1979. Fue comprado por la Harinera del Valle y así terminó su funcionamiento El Molino Tundama. Tras 54 años de funcionamiento en 1978 dejó de funcionar y fue vendido a la industria harinera del valle quienes continuaron con la producción de harina en menos cantidad hasta 1985 año en el que culminó por completo su funcionamiento. El 18 de Mayo de 1993 fue declarado bien de interés histórico y cultural municipal por el concejo. Y en el 2009 se buscó que fuera declarado patrimonio histórico industrial del orden nacional sin embargo no se logró este objetivo. Ubicado en el barrio Vaticano.



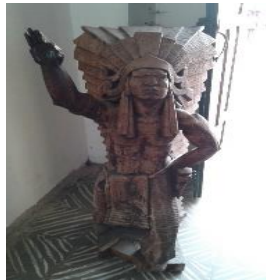
POTENCIAL: Es una construcción que tiene un alto significado para la ciudad, por su historia en el desarrollo económico y por su aporte a la evolución social y empresarial de Duitama. Debe aplicarse un plan especial de renovación y restauración para ponerlo a punto como parte especial de un producto cultural de la ciudad.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

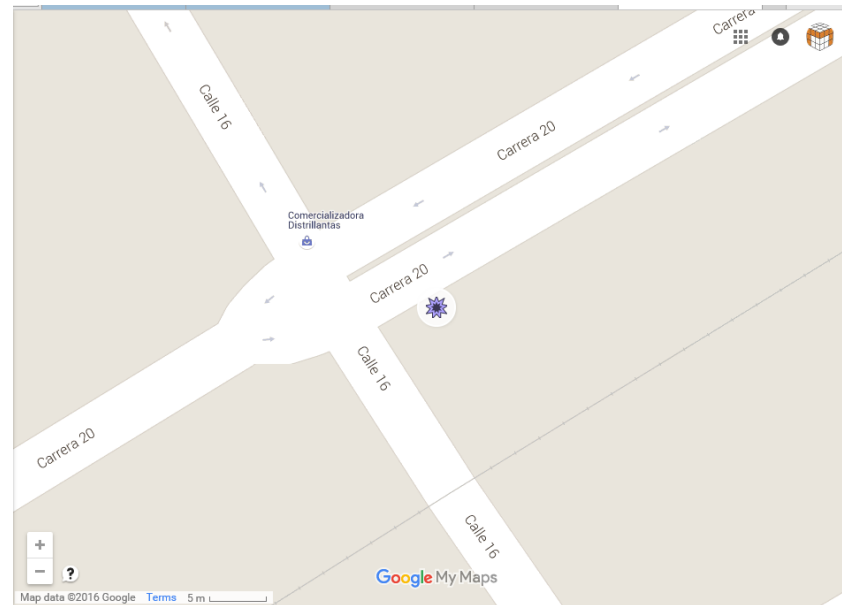


5.4.10. Culturama

Este lugar fue la casa de Zeón Solano Ricaurte, en el año de 1864. Allí funcionó el primer plantel educativo de Duitama, en la actualidad es la sede del Instituto de Bellas Artes, entidad municipal descentralizada encargada de promover y fomentar el desarrollo cultural del municipio. En este sitio se encuentran diferentes objetos antiguos como los instrumentos de la banda sinfónica y la primera planta de energía de la ciudad. También tiene la antología de Duitama, son 30 las obras donadas por representantes de la pintura del municipio.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



POTENCIAL: El centro “Culturama” se puede convertir en un punto de referencia y visita para que los turistas puedan conocer la evolución cultural de la ciudad, ver exhibiciones de pinturas, obras y disfrutar de presentaciones musicales, obras de arte y todas las expresiones culturales de la población y su entorno. En razón a que es un lugar donde se llevan a cabo labores académicas, debe establecerse un protocolo de uso para el visitante.

5.4.11. Sendero Ecológico la Zarza

Es una belleza natural de fácil acceso, su flora es de zarzamora, pequeñas orquídeas, encenillo, musgos y arbustos como los siete cueros. La mayor parte de su fauna corresponde a pájaros e insectos. Tiene una extensión de 14 kilómetros y una altitud de 2.650 a 3.550 metros sobre el nivel del mar. El clima es frío-paramo, con una temperatura que oscila en los 7 grados centígrados. El área pertenece al municipio de Duitama, vereda surba y bonza norte de la trinidad y se puede acceder en colectivo veredal durante todo

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





el año. En época de lluvias hay que tener cuidado. El sendero cuenta con dos rutas a tener en cuenta, de acuerdo a las condiciones físicas y disponibilidad de tiempo de los visitantes. La ruta el chorro: longitud 6.5 km tiempo aproximado de camino 6 horas, pendiente 7° a 70°, capacidad de carga 12 personas por recorrido. B: ruta la rastra: longitud 7.5km, tiempo aproximado de camino 7 horas, pendiente 7° a 50° capacidad de carga 20 personas por recorrido .



POTENCIAL: Esta reserva natural, es un excelente atractivo para mostrar al visitante toda la exuberancia de la flora y la fauna nativa del territorio. Su especial cuidado y organización permiten contar y garantizar una experiencia inolvidable para el turista. Se recomienda definir la capacidad de carga para no afectar el ecosistema y generar el menor impacto ambiental.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





5.4.12. El mirador ruta del mundial

Está ubicado a una altitud de 2.800 msnm. Es reconocido por ser la ruta que siguieron los deportistas en el mundial de ciclismo. En la actualidad es un lugar bastante visitado por personas que desean contemplar la panorámica del municipio, respirar aire puro y deleitarse con una deliciosa arepa de mazorca asada en laja.

POTENCIAL: El mirador y la vía para llegar a él, se convierten en una gran oportunidad para divisar la ciudad, recrear al turista con los hermosos paisajes, y contagiarle de aromas de la naturaleza y productos agrícolas recién cosechados. Es un complemento ideal para un producto basado en la naturaleza, el paisaje y la biodiversidad.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

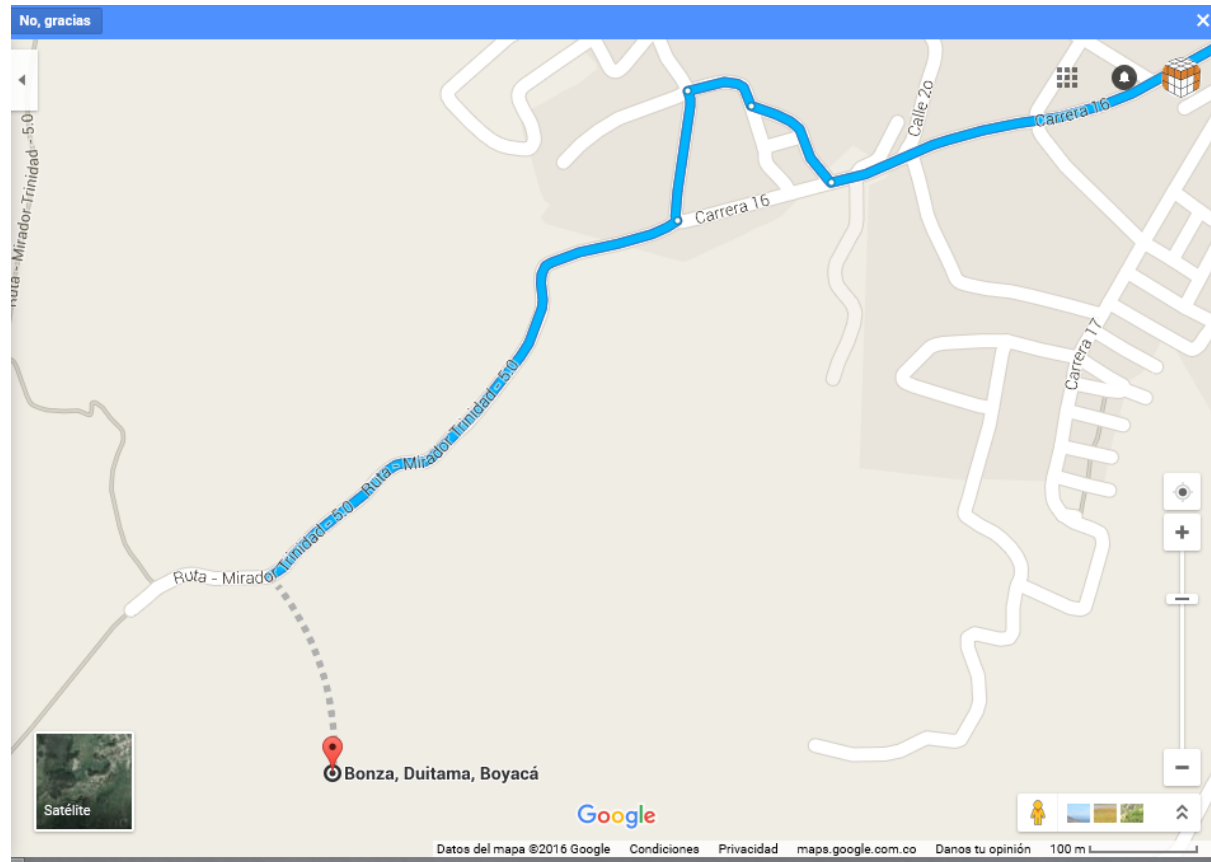


5.4.13. Casona del Marquesado de Surba y Bonza

Esta construcción data de los tiempos de la independencia. Albergó a los ejércitos patriotas, durante la campaña libertadora, el General Simón Bolívar escogió la hacienda de Bonza para darle sepultura a quienes dieron su vida por la patria. Esta casona perteneció al famoso poeta Jorge Rojas Castro, aunque ha sido restaurada no ha perdido su estilo arquitectónico. Fue construida en el año de 1517. En el año de 1810 llega la familia Salamanca, que estaba en esta casona a la llegada, el 23 de julio de 1819 de la tropa del libertador el Simón Bolívar, para planear la batalla de Pantano de Vargas. Posterior a esto en 1845 ceden los terrenos al ministerio de agricultura, y éste a su vez, en 1847 seden los terrenos al ministerio de defensa; quien ordena la creación de la primera escuela de remonta veterinaria del ejército nacional. Para que en el año de 1872 se creara la primera escuela de equitación. Finalmente en el año de 1888 se crea el grupo de caballería José Miguel Silva Plazas. Ubicado en Vereda San Lorenzo de Arriba en el sitio denominado Bonza, a 10 km. De la ciudad Vía Paipa.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



POTENCIAL: Esta casona es la mejor opción para contar de manera histórica, referencial y acertada, el evento magno de la Batalla del pantano de Vargas, hito histórico que se enmarca en la campaña libertadora; el cual es un suceso de gran importancia para la historia de la región y el país. Tiene un limitante, y es su ubicación dentro de un centro militar, lo que determina una restricción para los turistas.

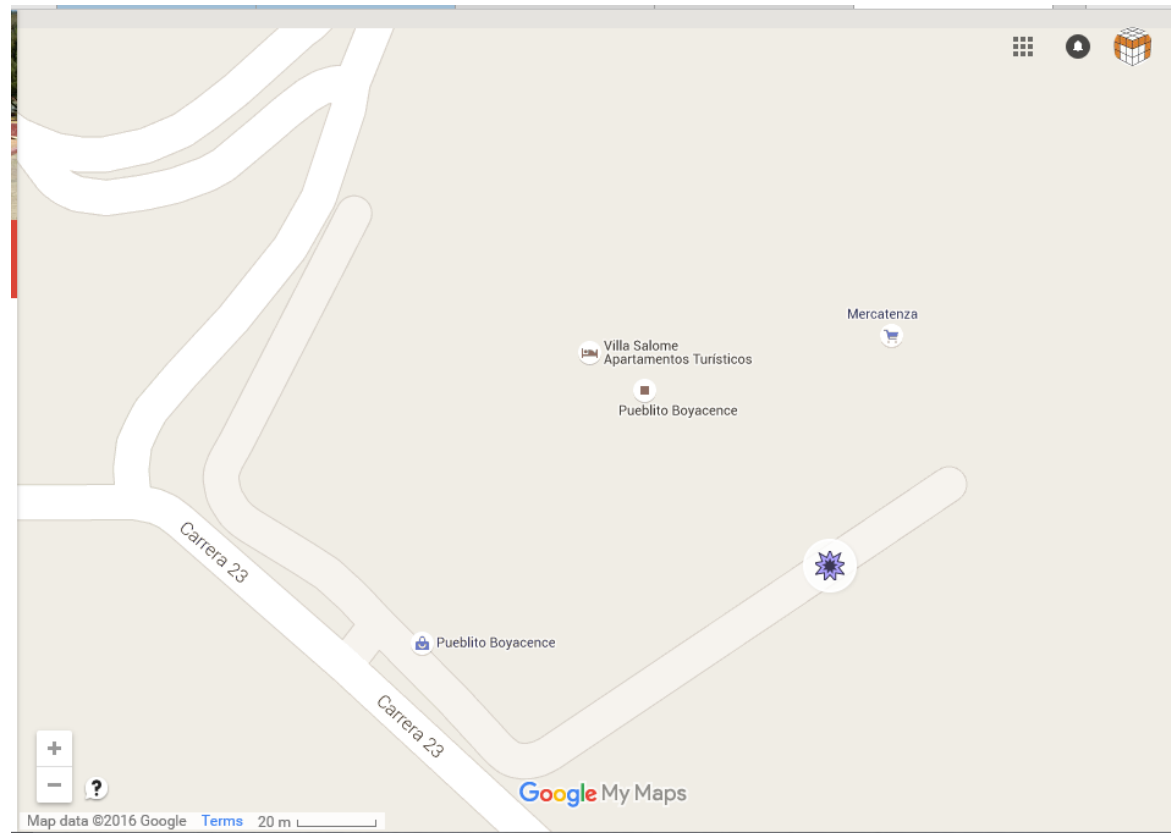
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

5.4.14. Pueblito Boyacense

Este lugar se construyó en el área de gran belleza natural y como exaltación de la arquitectura colonial mediante la réplica de 7 conocidos municipios Boyacenses: Villa de Leyva, Ráquira, Monguí, Tensa, Tibasosa, El Cocuy y Sáchica. Es un lugar mágico que conduce a la arquitectura colonial, con calles de laja, faroles románticos, casitas de mil colores, balcones imponentes, y donde se puede disfrutar de eventos culturales, tertulias y fogatas animadas por los tiple y los bambucos que entonan sus pobladores. Se construyó con el propósito de fortalecer el arte y la cultura, durante el desarrollo de la Semana Internacional de la Cultura Bolivariana. Ubicado en Vereda de Tocogua.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



POTENCIAL: Este atractivo en sí mismo, ya es un producto turístico, cuenta con una oferta integrada de arquitectura, historia, tradición gastronómica, artesanía y el hecho de ser una réplica de pueblos donde sus casas están habitadas y se da una dinámica normal de convivencia de una población, lo convierte en un excelente modelo para recrear en el turista toda la esencia de la vida y costumbres del pueblo Boyacense. El Pueblito Boyacense debe considerarse como el eje o ancla de la oferta turística del municipio, e integrarse a todas las rutas o circuitos turísticos que se diseñen.

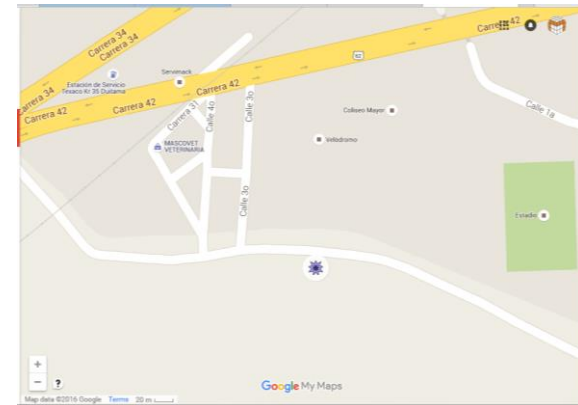
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

5.4.15. Monumentos y Esculturas

- **Monumento del Libertador:** Fue realizado como un homenaje de la ciudad de Duitama al Libertador Simón Bolívar, en el año 1985. Ubicado en la plaza los Libertadores.



- **Escultura a Cesar Rincón:** Fue inaugurada en el año 2003 como homenaje al reconocido torero Colombiano Cesar Rincón. Está ubicada frente a la plaza de toros. Ubicada en el sector higueras.





- **Monumento al Cacique Tundama:** Fue elaborado como homenaje al chibcha guerrero y gobernador que habitaba en estas tierras, quien opuso resistencia a la llegada y colonización de los españoles en 1539.

La primera vez que los españoles oyeron hablar del cacique Tundama fue en 1537, recién llegados a las tierras muiscas del altiplano. Cerca del poblado indígena de Iza, un grupo de españoles al mando del futuro conquistador de los llanos Juan de San Martín se encontró con un anciano a quien le faltaba una mano y llevaba las orejas cortadas, pendientes a lado y lado del cuello. Ese castigo -dijo él- le había sido infligido de propia mano por Tundama por haber osado sugerir un acuerdo pacífico con los españoles. Tomado de revista portafolio- 2007

-Monumento al ciclista: Fue elaborado como homenaje al destacado deportista Duitamense Oliverio Rincón, nacido el 24 de abril de 1968 en Duitama. Ciclista que inicio desde los 12 años, como repartidor de pan, tiempo después se destacó durante la década de 1990. Tenía condiciones como escalador, consiguiendo ganar etapas de montaña en las tres Grandes Vueltas y la Vuelta a Colombia de 1989.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

Monumento a la tejedora de macramé. Ubicado a un costado del Parque los Libertadores, es una escultura que simboliza el arte y la técnica del “tejido Macramé”, desarrollado por las mujeres de Duitama. Tallada por el escultor Neil Avella Gonzales e inaugurada en Diciembre del 2013, esta obra se hace por una convocatoria pública de intervención urbana, en reconocimiento al oficio del tejido en macramé.



POTENCIAL: Los monumentos y esculturas que se encuentran ubicados en diferentes sitios de la ciudad, se convierten en atractivos complementarios para fortalecer los recorridos urbanos que espera encontrar el turista. Es importante que cada representación cuente con la información suficiente para que el turista entienda y contextualice el monumento o escultura con la historia y sucesos especiales del territorio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA

5.4.16. GASTRONOMIA

La Región Boyacense, reúne toda una tradición de alimentos elaborados a base de productos de maíz, entre esos platos se destaca el cocido Boyacense, la sopa de ruyas, los indios, sopa de dulce, envueltos de mazorca, mazamorra chiquita, y otra gran variedad como: el mute, carnes en fritanga, gallina campesina, tocino de cerdo, chicharrón, longaniza, entre otros.

La Sopa de chorotes: En el año 2012, el Ministerio de Cultura entregó el Premio Nacional de Cocinas, rescate de los saberes culinarios tradicionales de las diferentes regiones del país. La sopa de chorotes fue el plato escogido como el más importante de la Cocinas Tradicionales Colombianas, en la categoría de Reproducción. Receta a base de maíz, sopa con unas bolas cocidas de harina de maíz, rellenas con chicharronas; *Tomada de página web.*



5.4.17. ATRACTIVOS SIGNIFICATIVOS QUE HACEN PARTE DE UNA RUTA TURISTICA ALTERNATIVA:

Viñedo Marqués de Punta larga

Es un Viñedo ubicado en la zona rural de Tibasosa, zona de influencia turística de la Ciudad de Duitama, donde un inversionista privado, logró establecer unos cultivos de uva, con cepas especiales que permiten elaborar un vino de excelente condición y perfil. Este lugar se ha convertido en sitio especial de vista para turistas nacionales e internacionales.

Corazón Turístico de Boyacá



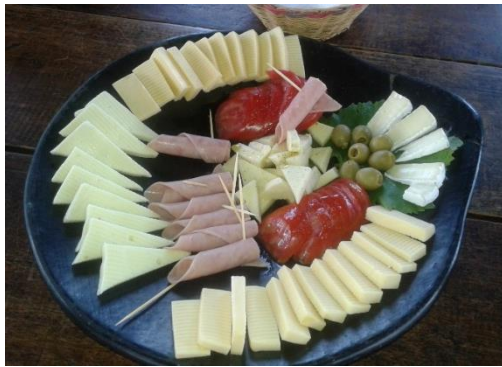
POTENCIAL: Es una excelente propuesta, que complementa la oferta del destino y genera una opción de entretenimiento que le da variedad al destino turístico. El sitio es acogedor, y su oferta integrada por vinos, tapas, quesos, salamis, y demás maridajes se convierten en una especial oportunidad para atraer turistas de alto nivel. Se recomienda incluirlo en la oferta del destino.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Vuelo del PARAPENTE

En las montañas de los pueblos aledaños a Duitama, como Santa Rosa de Viterbo y Tibasosa, se cuenta con las condiciones ideales para desarrollar el deporte de aventura “Alternativa del Parapente”. En el municipio se han organizados asociaciones y clubes de aficionados y profesionales de este deporte, lo cual se constituye en una fortaleza, en razón, a que se puede brindar garantía de formalidad, seriedad y responsabilidad al turista y usuario de este atractivo.

POTENCIAL: Este deporte de aventura, ha incrementado su demanda en el mercado nacional, y se convierte en una actividad atrayente de turistas, y en un complemento para la oferta del destino.



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



5.4.18. INVENTARIO DE TALENTO HUMANO ARTISTICO Y TRADICION ORAL

FOLCLORISTAS	MUSICOS	ESCRITOR	PINTOR	LITERATOS
1. FELISA HURTADO	1. FERNANDO BARRERA	1. DARIO RODRIGUEZ	1. MAESTRO ERNESTO CARDENAS	1. ELIZABETH CORDOBA
2. JAVIER PATIÑO	2. GUITARRISTA ALFARO	2. ISRAEL ZAMBRANO	2. AMA PAEZ	2. LUIS BAEZ
3. WILLIAM SUAREZ	3. RICARDO- flautista	3. NEIL AVELLA	3. JOSE MANCO PARRA	THV- TESORO HUMANO VIVO
4. RAUL ALEXANDER QUINAYAS, BALLEFOLCLORICO DUITAMA	4. JAVIER PATIÑO	4. JOSUE LOZANO	ARTE PLASTICO	1. LUISA SIZA
CANTANTE	5. JOSE RICARDO BAUTISTA PAMPLONA	5. CARLOS ZAMBRANO	1. JORGE SOLANO	2. ANA MARIA SANDOVAL
1. SANDRA ESMERALDA ZABALA	6. ALBERTO RUPE	ESCULTOR	3. ISMAEL MANCO	HISTORIADOR
2. MIGUEL ANGEL MENDOZA	7. COMADRE ENNA	1. NEIL AVELLA (pintor)	4. EDGAR LOPEZ	1. HORACIO CORREA
3. LUIS A. SOLER- ganador Mono Núñez	8. EMIRO MENDEZ	2. LUIS CARDENAS	5. ANGELA REYES	2. PEDRO JAIME ROJAS
4. EMIRO MENDEZ	POETA	DEPORTISTA	6. NANCY NIÑO	3. HECTOR ELIAS BECERRA
5. ZABALA Y BARRERA	1. MARIO RINCON	1. OLIVERIO RINCON		4. ERNESTO CARDENAS
	2. GLORIA NIÑO	2. JAIRO SANDOVAL (PARAPENTE)	CUENTERO	5. FLOR LUBIA LOPEZ
	3. ELI HONOFRE GUARIN	3. FELIX CARDENAS	1. RICARDO ROJAS	OTROS
	4. CARLOS MARTINEZ VARGAS	4. MARIO ESPEJO	2. MIGUEL LIZARAZO "EL BOYACO"	LEONARDO - SABADOS FELICES
		5. JUANITA BARRETO (NADADORA)	3. RENE GARCIA	RAFAEL CELY - TEATRO
			3. JULIAN VILLAMOR	

Ficha: Encuesta Nakusa Red turística. Información Tomada de los participantes de los talleres.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



5.4.19. CALENDARIO DE FERIAS Y FIESTAS

ENERO	<ul style="list-style-type: none">•FIESTAS PATRONALES EN HONOR AL DIVINO NIÑO<ul style="list-style-type: none">•TEMPORADA TAURINA•FERIA EQUINA•FIESTAS PATRONALES EN HONOR AL DIIVINO NIÑO<ul style="list-style-type: none">•TEMPORADA TAURINA
FEBRERO	<ul style="list-style-type: none">•FERIA MICROINDUSTRIAL ESTUDIANTIL
ABRIL	<ul style="list-style-type: none">•SEMANA SANTA•DIA INTERNACIONAL DE LA DANZA•FESTIVAL DE MÚSICA SACRA TEATRO AL PARQUEJORNADA DE TÍTERES Y TEATRO INFANTIL
MAYO	<ul style="list-style-type: none">•CARRERA ATLÉTICA INTERNACIONAL “LOS LIBERTADORES”
JUNIO	<ul style="list-style-type: none">•FESTIVIDADES DE LA VEREDA DE LA TRINIDAD FESTIVAL DEL ADULTO MAYOR FESTIVAL DE LA MAZORCA FESTIVAL DE MÚSICA COLOMBIANA
JULIO	<ul style="list-style-type: none">•SEMANA INTERNACIONAL DE LA CULTURA BOLIVARIANA FIESTAS EN HONOR A LA VIRGEN DE CARMEN FESTIVIDADES DE LA VEREDA LA TRINIDAD CONCURSO NACIONAL DE DUETOS

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



SEPTIEMBRE

- CONGRESO CARROCERO Y AUTOPARTES
FERIA NACIONAL DEL TRANSPORTE

OCTUBRE

- FESTIVAL NACIONAL DE TEATRO COLOMBIANO EN ESCENA
FESTIVAL DE MÚSICA COLOMBIANA
FESTIVAL INFANTIL Y JUVENIL DE MÚSICA ANDINA COLOMBIANA
ZOCAN DEPARTAMENTAL DE ARTES PLÁSTICAS
CONCURSO NACIONAL DE BANDAS HERÁLDICAS

DICIEMBRE

- NOCHE DE LAS VELITAS
ACTIVIDADES DECEMBRINAS Y PROGRAMACIÓN CULTURAL DE NOVENAS
CONCURSO DE VILLANCICOS
CONCURSO DE LOS MUÑECOS DE AÑO VIEJO
FESTIVAL INTERNACIONAL DE TUNAS

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



5.5. GEOLOCALIZACION DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS PRIORIZADOS DE DUITAMA

NO.	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN: RURAL O URBANO	NOMBRE DE LA VEREDA	GEOLOCALIZACION	NO.	NOMBRE DEL ATRACTIVO	UBICACIÓN: RURAL O URBANO	NOMBRE DE LA VEREDA	GEOLOCALIZACION
1	PARQUE LOS LIBERTADORES	se ubica entre las calles 14 y 16 y entre las carreras 15 y 16	BARRIO EL CENTRO	2550 MSNM 05° 49' 626" N 073° 02' 040" O	9	EL MOLINO	SE UBICA EN LA DIAGONAL 16 N° 19 – 10	BARRIO VATICANO	2525 MSNM 05° 49' 793" N 073° 01' 840" O
2	PARQUE DEL CARMEN	se ubica entre las calles 12 y 13 y entre las carreras 14 y 15	BARRIO EL CARMEN	2532 MSNM 05° 49' 626" N 073° 02' 199" O	10	CULTURAMA	ESTA SITUADO EL LA DIAGONAL 16 N° 20-41	BARRIO VATICANO	2525 MSNM 05° 49' 850" N 073° 01' 815" O
3	PLAZA DE MERCADO		BARRIO MARIA AUXILIADORA	2536 MSNM 05° 49' 260" N 073° 02' 113" O	11	SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA	VEREDA SURBA Y BONZA NORTE DE LA TRINIDAD	VEREDA SURBA Y BONZA NORTE DE LA TRINIDAD	2684 MSNM (6.5 KM SOBRE VÍA RURAL) 05° 50' 21.70" N 073° 5' 7.40" O
4	CENTRO REGIONAL ARTESANAL	Se ubica dentro de la plaza de los libertadores al costado derecho de la catedral de san Lorenzo.	BARRIO EL CENTRO	2550 MSNM 05° 49' 681" N 073° 02' 055" O	12	EL MIRADOR RUTA DEL MUNDIAL		VEREDA LA PRADERA	2797 MSNM (2.5 KM VÍA PAVIMENTADA) 05° 51' 340" N 073° 02' 243" O
5	CATEDRAL DE SAN LORENZO	Se ubica en el costado norte del parque de los libertadores.	BARRIO EL CENTRO	2550 MSNM 05° 49' 688" N 073° 02' 040" O	13	CASONA DEL MARQUESADO DE SURBA Y BONZA	A 10 KILOMETROS DE LA CIUDAD VIA PAIPA	VEREDA SAN LORENZO DE ARRIBA EN EL SITIO DENOMINADO BONZA	2484 MSNM (7 KM VÍA PAVIMENTADA) 05° 49' 626" N 073° 03' 837" O
6	NUESTRA SEÑORA DEL CARMEN	se ubica en la carrera 14 n° 12 - 41	BARRIO EL CARMEN	2532 MSNM 05° 49' 626" N 073° 02' 199" O	14	PUEBLITO BOYACENSE	SECTOR EL ROSAL A POCAS CUADRAS DE LA UPTC	VEREDA DE TOCOGUA	2500 MSNM (500 MTS VÍA PAVIMENTADA) 05° 49' 626" N 073° 02' 040" O
7	CENTRO PASTORAL Y CEMENTERIO		AVENIDA DE LAS AMERICAS	2504 MSNM 05° 49' 431" N 073° 02' 346" O	15	SENDERO ECOTURISTICO DE BUENA VISTA	ESTA LOCALIZADO EN EL KILOMETRO 14 VIA A CHARALA – BUCARAMANGA	VEREDA SANTA ANA	3327 MSNM (12.5 KM VÍA A CHARALA) 05° 53' 277" N 073° 03' 40.6" O
8	LA SANTÍSIMA TRINIDAD	se ubica en el costado norte del parque principal del sector la trinidad.	VEREDA DE SURBA Y BONZA.	2600 MSNM (4.5KM PARQUE) 05° 49' 33.44" N 073° 4' 42.45" O					

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



4. INFORME DE ANÁLISIS DE LA ACCESIBILIDAD

ANÁLISIS ENCUESTA: ASPECTOS DE ACCESIBILIDAD DEL MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

1. PRESENTACION:

El presente documento contiene el análisis de la información obtenida mediante la aplicación de la Encuesta FICHA No.3 ASPECTOS DE ACCESIBILIDAD, a un grupo de 30 personas, conformado por los diferentes actores de la actividad turística en el municipio de Duitama, entre prestadores de servicios y operadores turísticos.

La encuesta fue diligenciada por cinco (5) grupos integrados por 6 personas cada uno, quienes identificaron aspectos de accesibilidad al destino turístico de Duitama, relacionados con medios de transporte terrestre para llegar al Municipio, las principales ciudades de procedencia de turistas, el estado de las vías y condiciones de accesibilidad y señalización para llegar a los principales atractivos turísticos.

2. OBJETIVO:

Identificar y evaluar el aspecto de accesibilidad, los componentes del servicio de transporte y condiciones de acceso a los atractivos turísticos del Municipio de DUITAMA.

3. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por representantes de los diferentes actores que intervienen en actividad turística del Municipio de Duitama, la cual fue diligenciada por 5 grupos conformado por 6 personas cada uno, quienes asistieron a la convocatoria realizada por la Alcaldía de Duitama, Boyacá.

La aplicación de la Encuesta se efectuó el día 25 de mayo de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio; y que hacen parte de las actividades turísticas de la zona, como prestadores de servicios,

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA



1.1. ACCESO AL MUNICIPIO DE DUITAMA:

A la pregunta *¿Cómo llega el Turista a Duitama?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1. Forma de acceso de los turistas al Municipio de Duitama

No.	TIPO DE TRANSPORTE TERRESTRE	TOTAL	PARTICIPACION
1.	Público Bus	5	45,5%
2.	Público Taxi	0	0,0%
3.	Vehículo Propio	5	45,5%
4.	otro – MOTO	1	9,0%
TOTALES		11	100,0

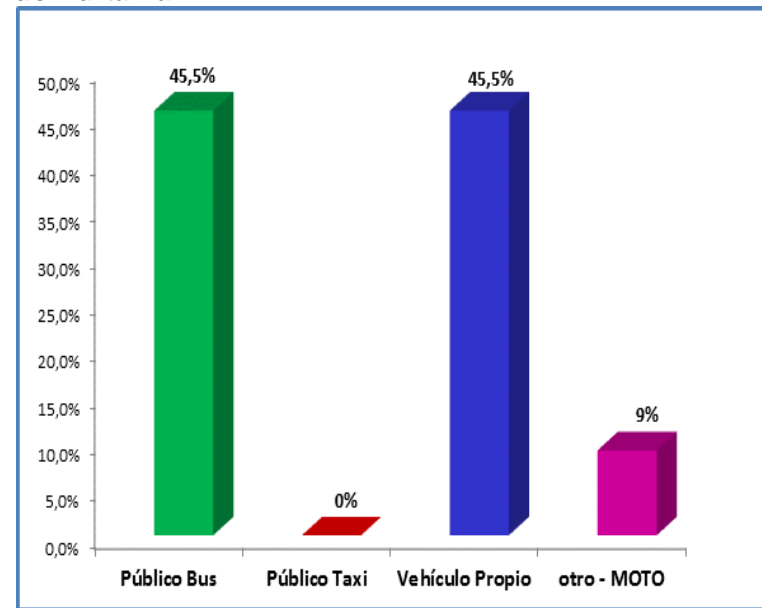
Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION:

Los grupos encuestados, respondieron de la siguiente forma: el **45,5%** de las respuestas establecieron el

transporte público de bus y otro tanto, como medio de transporte para llegar al municipio de Duitama, el **vehículo propio**; un **9%** identificó **otro medio de transporte terrestre**, señalando la Moto; en contraste ningún grupo consideró como medio de transporte el **servicio público de Taxi**.

Grafica 1. Forma de acceso de los turistas al Municipio de Duitama





1.1. PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS QUE VISITAN DUITAMA:

A la pregunta *¿En su orden, de mayor a menor, de donde vienen los turistas (3 ciudades)?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2. Ciudad de origen de los turistas que visitan el Municipio de Duitama

CIUDAD DE ORIGEN	ORDEN MAYOR A MENOR	TOTAL	PARTICIPACION
Bogotá	1	5	33%
	2	0	0%
	3	0	0%
Medellin	1	0	0%
	2	1	7%
	3	1	7%
Bucaramanga	1	0	0%
	2	3	20%
	3	2	13%
Llanos Orientales - Casanare - Yopal Aguazul	1	0	0%
	2	1	7%
	3	2	13%

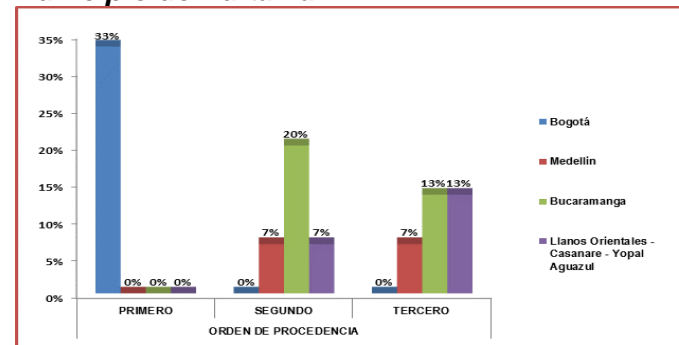
Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION

Las cuatros ciudades de origen identificadas por los grupos participantes, fueron: Bogotá, Medellín,

Bucaramanga y Llanos orientales, entendido como Departamento del Casanare, principalmente los municipios de Yopal y Aguazul. Respecto al orden de mayor a menor, de la procedencia de los turista, los siguientes son lo resultados de la encuesta: Como la ciudad de origen con mayor numero de turistas que arriban a Duitama, fue señalada **Bogota** con **33%** de las respuestas totales. En Segundo orden, fueron mencionadas **Bucaramanga** con **20%**, **Medellín** con un 7% y **Llanos Orientales, Casanare – Yopal, Aguazul** con otro 7%. En el tercer lugar como ciudad de procedencia con menor número de turistas, se determinó **Bucaramanga** con 13%, **Llanos Orientales, Casanare – Yopal, Aguazul** con otro 13%; y **Medellín** con un 7%.

Gráfica 2. Ciudad de origen de los turistas que visitan el Municipio de Duitama



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





1.1. CONDICIONES DE LAS VIAS DE ACCESO A DUITAMA:

Con relación al aspecto: **Condiciones de las vías de acceso para llegar a DUITAMA**, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 3. Condiciones de las vías de Acceso a DUITAMA

VIAS DE ACCESO	ESTADO	TOTAL	PARTICIPACION
DE TUNJA	Muy buena	4	80%
	Buena	1	20%
	Regular	0	0%
	Deficiente	0	0%
SANTANDER	Muy buena	1	20%
	Buena	1	20%
	Regular	3	60%
	Deficiente	0	0%
CASANARE	Muy buena	0	0%
	Buena	3	60%
	Regular	2	40%
	Deficiente	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

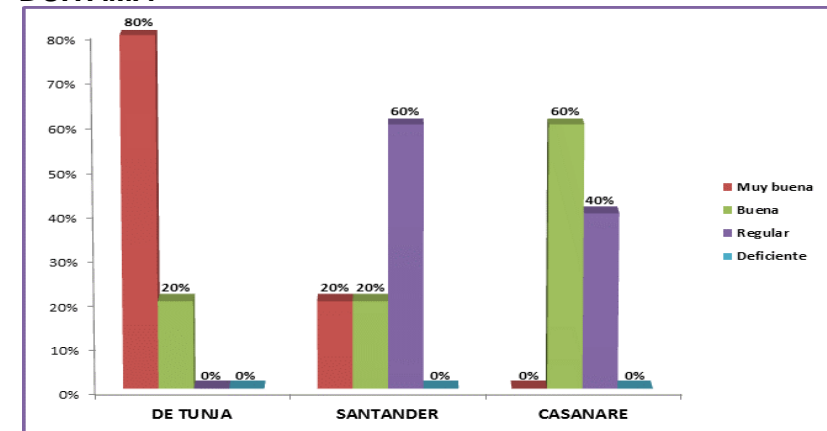
ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

En relación a las condiciones de las vías de acceso para llegar a Duitama, los resultados de la encuesta aplicada fueron los siguientes:

De la vía de Tunja que conduce a Duitama, el **80%** de la muestra encuestada afirmó que se encuentra en **Muy buenas** condiciones, el **20%** la calificó como **Buena**, y ninguno consideró que esté en deficiente estado. Respecto a la vía que de Santander conduce a Duitama, el **60%** la evaluó como **Regular**, un **20%** afirma que es **Muy buena** y otro tanto que sus condiciones son **Buenas**.

En cuanto a la vía que conduce de Casanare a Duitama, los encuestados determinaron en **60%** que es **buena**, mientras que el **40%** la califica en **Regular** estado.

Gráfica 3. Condiciones de las vías de Acceso a DUITAMA



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad



1.1. ACCESIBILIDAD A LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE DUITAMA:

Para responder a la pregunta: **¿Cómo llega el turista de Duitama al atractivo turístico?**, cada grupo seleccionó tres (3) atractivos que de acuerdo al criterio y su percepción consideraran representativos de la actividad turística en el Municipio Duitama, y se procedió a evaluar las condiciones de accesibilidad de cada uno de ellos; obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 4. Condiciones de accesibilidad a los atractivos turísticos de DUITAMA

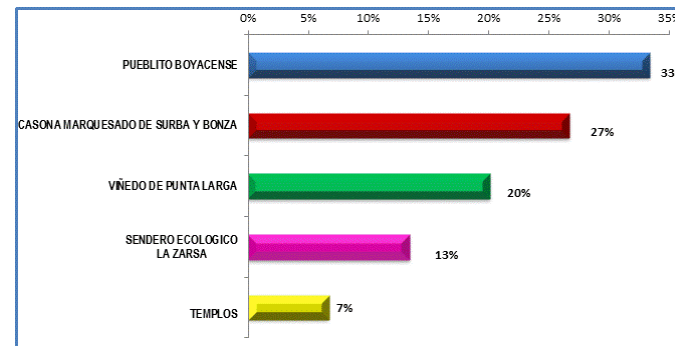
ITEM	ATRACTIVO TURISTICO	TOTAL	PARTICIPACION
1.	PUEBLITO BOYACENSE	5	33%
2.	CASONA MARQUESADO DE SURBA Y BONZA	4	27%
3.	VIÑEDO DE PUNTA LARGA	3	20%
4.	SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA	2	13%
5.	TEMPLOS	1	7%
	TOTAL RESPUESTAS	15	100%

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

La selección de atractivos turísticos que cada grupo hizo,

para su posterior evaluación de las condiciones de accesibilidad, arrojó los siguientes resultados: El total de los grupos encuestados, eligieron **El Pueblito Boyacense**, como atractivo representativo de Duitama, con un **33%** de participación en la muestra; seguido por la **Casona de Marquesado de Surba y Bonza**, seleccionado por 4 de los 5 grupos participantes, que corresponde al **27%** de las respuestas dadas; como tercer atractivo con un **20%**, se indicó el **Viñedo de Punta Larga**; un cuarto lugar de acuerdo a la percepción de los encuestados se encuentra el **Sendero ecológico la Zarza** con 13% del total de las respuestas y por último, **los Templos** son considerados como atractivos representativos del municipio con **7%**.

Gráfica 4. Condiciones de accesibilidad a los atractivos turísticos de DUITAMA



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

1.1.1. Resultados de la evaluación de cada uno de los Atractivos con relación a las Condiciones de Accesibilidad

- **PUEBLITO BOYACENSE:**

Tabla 5. Condiciones de accesibilidad al atractivo PUEBLITO BOYACENSE

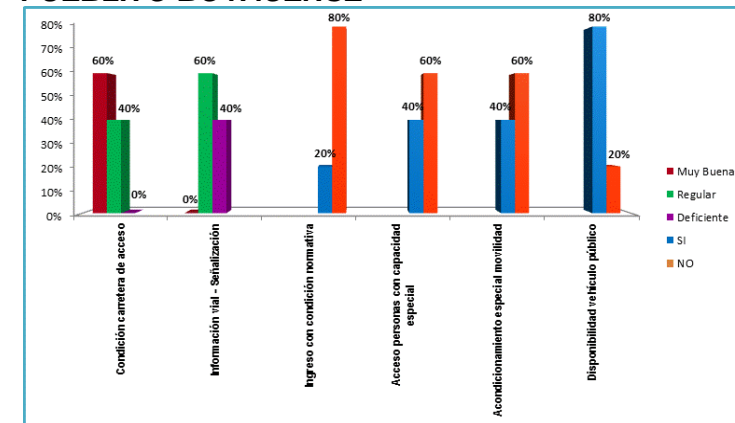
ASPECTO A EVALUAR	CRITERIO	RESPUESTA	PARTICIPACION
Condición carretera de acceso	Muy buena	3	60%
	Regular	2	40%
	Deficiente	0	0%
Información vial - Señalización	Muy buena	0	0%
	Regular	3	60%
	Deficiente	2	40%
Ingreso con condición normativa	SI	1	20%
	NO	4	80%
Acceso personas con capacidad especial	SI	2	40%
	NO	3	60%
Acondicionamiento especial movilidad	SI	2	40%
	NO	3	60%
Disponibilidad vehículo público	SI	4	80%
	NO	1	20%

Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Las condiciones de accesibilidad para el atractivo PUEBLITO BOYACENSE, fueron evaluadas de la siguiente forma: El aspecto de **Condición carretera de acceso** fue definido como **Muy bueno**, por un **60%** del total de la muestra y **Regular**, por el **40%**. En cuanto a la **Información vial – señalización**, el **60%** afirma que es **Regular** mientras que el **40%** de los encuestados, señala que es **Deficiente**.

Gráfica 5. Condiciones de accesibilidad al atractivo PUEBLITO BOYACENSE



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

Ante el aspecto **Ingreso con condición normativa**, los grupos encuestados indicaron en un **80%** que **NO** tiene, frente al **20%** que afirma que **SI**. En relación con el **Acceso de Personas con Capacidades Especiales**, el **60%** señaló.



que **NO** existen las condiciones de acceso para este tipo de población, en contraste con el restante **40%** que indica que **SI**. De igual forma, el **Acondicionamiento especial para la movilidad** fue evaluado por el **60%** de los encuestado como **NO** se tienen dichas condiciones, mientras el **40%** manifiesta que **SI** existen. otra parta, respecto a al **Disponibilidad de Vehículo Propio**, el **80%** de la muestra obtenida, indicó que **SI** se cuenta con servicio y el restante **20%** manifestó que **NO**.

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Las condiciones de accesibilidad para el atractivo CASONA MARQUESADO DE SURBA Y BONZA, fueron evaluadas de la siguiente forma: La **Condición de carretera de acceso** fue definido como **Muy bueno**, por el **50%** y **Regular**, por el otro **50%**.

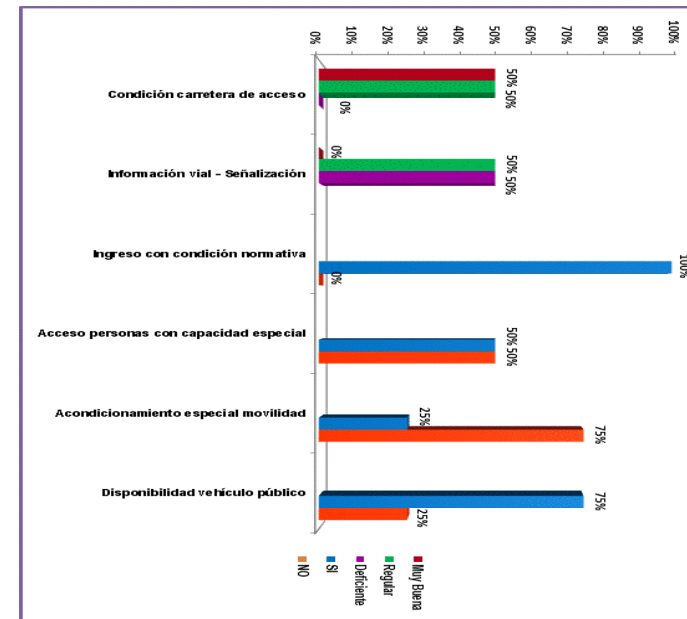
- **CASONA MARQUESADO DE SURBA Y BONZA:**

Tabla 6. Condiciones de accesibilidad al atractivo

ASPECTO A EVALUAR	CRITERIO	RESPUESTA	PARTICIPACION
Condición carretera de acceso	Muy buena	2	50%
	Regular	2	50%
	Deficiente	0	0%
Información vial - Señalización	Muy buena	0	0%
	Regular	2	50%
	Deficiente	2	50%
Ingreso con condición normativa	SI	4	100%
	NO	0	0%
Acceso personas con capacidad especial	SI	2	50%
	NO	2	50%
Acondicionamiento especial movilidad	SI	1	25%
	NO	3	75%
Disponibilidad vehículo público	SI	3	75%
	NO	1	25%

Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

Gráfica 6. Condiciones de accesibilidad al atractivo



Fuente Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

Respecto a la **Información vial – señalización**, el **50%** afirma que es **Regular** y el otro **50%** de los encuestados, señala que es **Deficiente**. En cuanto al **Ingreso con condición normativa**, los grupos encuestados indicaron en un **100%** que **SI** tiene restricción para el acceso al atractivo turístico. Sobre el **Acceso de Personas con Capacidades Especiales**, el **50%** señaló que **NO** existen las condiciones de acceso para este tipo de población, mientras el otro **50%** indica que **SI**. En relación al **Acondicionamiento especial para la movilidad** fue evaluado por el **75%** de los encuestado como **NO** se tienen dichas condiciones, mientras el **25%** manifiesta que **SI** existen. Por último, el aspecto de **Disponibilidad de Vehículo Propio**, el **75%** de la muestra obtenida, indicó que **SI** se cuenta con este servicio y el restante **25%** manifestó que **NO**.

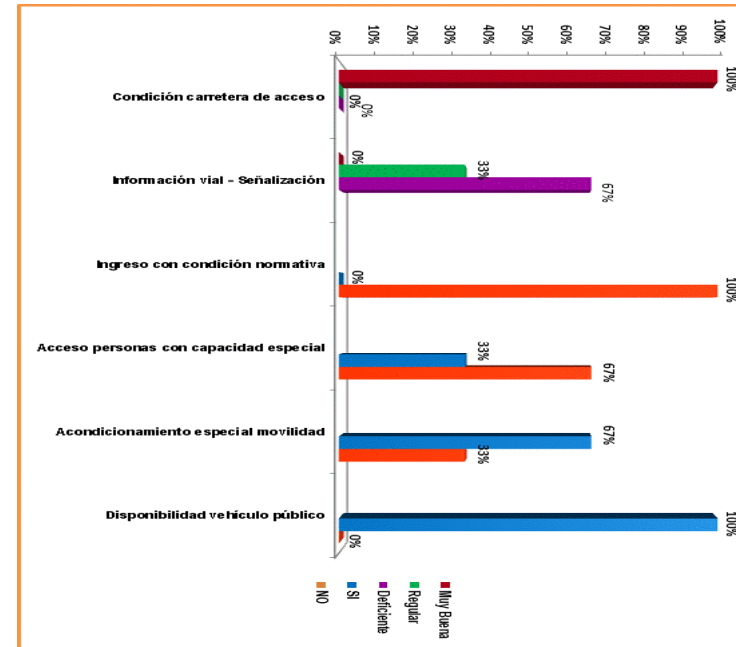
- **VIÑEDO DE PUNTA LARGA:**

Tabla 7. Condiciones de accesibilidad al atractivo

ASPECTO A EVALUAR	CRITERIO	RESPUESTA	PARTICIPACION
Condición carretera de acceso	Muy buena	3	100%
	Regular	0	0%
	Deficiente	0	0%
Información vial - Señalización	Muy buena	0	0%
	Regular	1	33%
	Deficiente	2	67%
Ingreso con condición normativa	SI	0	0%
	NO	3	100%
Acceso personas con capacidad especial	SI	1	33%
	NO	2	67%
Acondicionamiento especial movilidad	SI	2	67%
	NO	1	33%
Disponibilidad vehículo público	SI	3	100%
	NO	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

Gráfica 7. Condiciones de accesibilidad al atractivo VIÑEDO DE PUNTA LARGA



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad



ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Las condiciones de accesibilidad para el atractivo VIÑEDO DE PUNTA LARGA, fueron evaluadas de la siguiente forma:

En relación con la **Condición de carretera de acceso** fue definido como **Muy bueno**, por el **100%** de los encuestados. En cuanto a la **Información vial – señalización**, el **67%** afirma que es **Deficiente** y el **33%** señala que es **Regular**. De otra parte, ante el aspecto de **Ingreso con condición normativa**, los grupos encuestados indicaron en un **100%** que **NO** tiene restricción para el acceso al atractivo turístico.

Respecto al **Acceso de Personas con Capacidades Especiales**, el **67%** señaló que **NO** existen las condiciones de acceso para este tipo de población, mientras el otro **33%** indica que **SI**. Sobre el **Acondicionamiento especial para la movilidad** fue evaluado por el **67%** de los encuestado como **SI** tiene dichas condiciones, mientras el **33%** manifiesta que **NO** existen.

Ante el aspecto de **Disponibilidad de Vehículo Propio**, el **100%** de la muestra obtenida, indicó que **SI** se cuenta con este servicio.

- SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA:

Tabla 8. Condiciones de accesibilidad al atractivo SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA

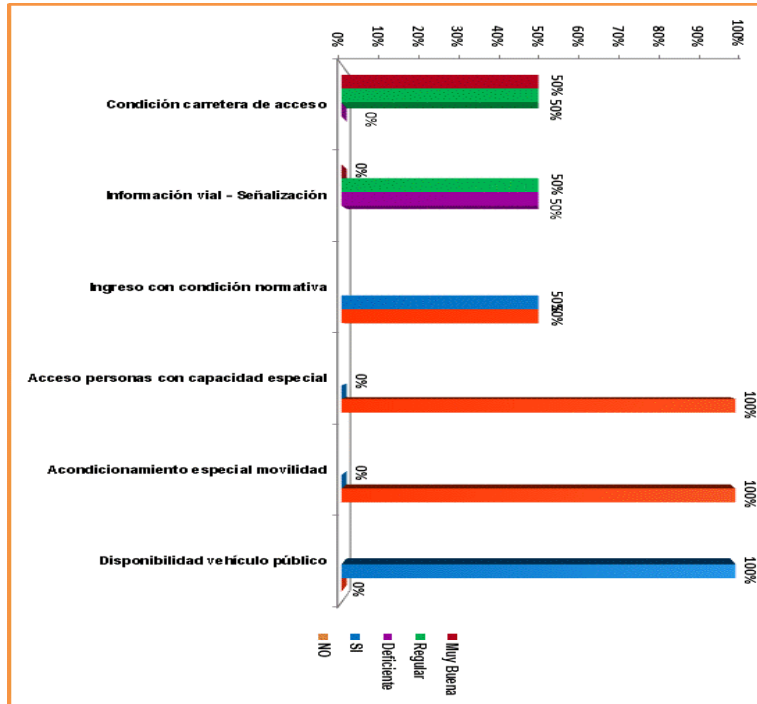
ASPECTO A EVALUAR	CRITERIO	RESPUESTA	PARTICIPACION
Condición carretera de acceso	Muy buena	1	50%
	Regular	1	50%
	Deficiente	0	0%
Información vial - Señalización	Muy buena	0	0%
	Regular	1	50%
	Deficiente	1	50%
Ingreso con condición normativa	SI	1	50%
	NO	1	50%
Acceso personas con capacidad especial	SI	0	0%
	NO	2	100%
Acondicionamiento especial movilidad	SI	0	0%
	NO	2	100%
Disponibilidad vehículo público	SI	2	100%
	NO	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 8. Condiciones de accesibilidad al atractivo SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Las condiciones de accesibilidad para el atractivo SENDERO ECOLOGICO LA ZARZA, fueron evaluadas de la siguiente

forma: Respecto a la **Condición de carretera de acceso** fue definido como **Muy bueno**, por el **50%** de los encuestados y el otro **50%** señaló que se encuentre en estado **Regular**. Sobre la **Información vial – señalización**, el **50%** afirma que es **Deficiente** y el **50%** que es **Regular**.

En relación al aspecto de **Ingreso con condición normativa**, los grupos encuestados indicaron en un **50%** que **SI** tiene restricción para el acceso al atractivo turístico mientras el otro **50%** manifestó que **NO**. En cuanto al **Acceso de Personas con Capacidades Especiales**, el **100%** afirmó que **NO** existen las condiciones de acceso para este tipo de población. De igual forma el **Acondicionamiento especial para la movilidad** fue evaluado por el **100%** de los encuestado como **NO** existe.

Y el ultimo aspecto a evaluar, **Disponibilidad de Vehículo Propio**, el **100%** de la muestra obtenida, indicó que **SI** se cuenta con este servicio.



- **TEMPLOS:**

Respecto a la **Información vial – señalización**, el **100%** afirma que es **Deficiente**.

Tabla 9. Condiciones de accesibilidad al atractivo de los TEMPLOS

ASPECTO A EVALUAR	CRITERIO	RESPUESTA	PARTICIPACION
Condición carretera de acceso	Muy buena	1	100%
	Regular	0	0%
	Deficiente	0	0%
Información vial - Señalización	Muy buena	0	0%
	Regular	0	0%
	Deficiente	1	100%
Ingreso con condición normativa	SI	0	0%
	NO	1	100%
Acceso personas con capacidad especial	SI	1	100%
	NO	0	0%
Acondicionamiento especial movilidad	SI	0	0%
	NO	1	100%
Disponibilidad vehículo público	SI	0	0%
	NO	1	100%

Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Las condiciones de accesibilidad para el atractivo de los TEMPLOS, fueron evaluadas de la siguiente forma:

Ante la **Condición de carretera de acceso** fue definido como **Muy bueno**, por el **100%** de los encuestados.

En relación al aspecto de **Ingreso con condición normativa**, los grupos encuestados indicaron en un **100%** que **NO** tiene restricción para el acceso al atractivo turístico mientras.

Sobre el **Acceso de Personas con Capacidades Especiales**, el **100%** afirmó que **SI** existen las condiciones de acceso para este tipo de población.

En cuanto al **Acondicionamiento especial para la movilidad** fue evaluado por el **100%** de los encuestado como **NO** existe.

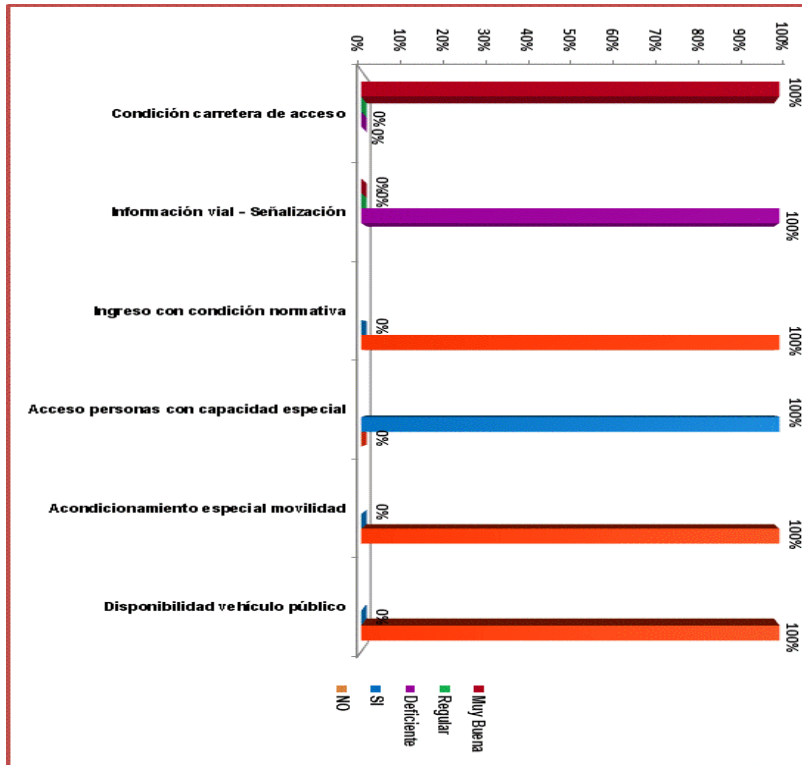
Y el ultimo aspecto a evaluar, **Disponibilidad de Vehículo Propio**, el **100%** de la muestra obtenida, indicó que **NO** se cuenta con este servicio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



CONCLUSIONES:

Gráfica 9. Condiciones de accesibilidad al atractivo de los TEMPLOS



Fuente: Encuesta Ficha No.3 Aspectos de Accesibilidad

El transporte terrestre más utilizado por los turistas para llegar al Municipio de Duitama, son el servicio Público de Bus y el vehículo propio, y como otro tipo de transporte se encuentra también la Moto.

Las ciudades de origen de los turistas que visitan a Duitama, en su orden de mayor a menor, son Bogotá, Bucaramanga, Llanos Orientales, Casanare (Yopal, Aguazul) y en una menor proporción Medellín; esto como resultado de la cercanía de la Capital del país a este municipio, lo que la convierte en un mercado potencial turístico de 9 millones de habitantes aproximado.

En cuanto al estado de las principales vías de acceso al Municipio de Duitama, se cuenta con la vía de Tunja en muy buenas condiciones, que se configura en una vía primaria muy importante, ya que es el acceso de los turistas que proceden de ciudades como Bogotá y demás, ubicadas en el suroccidente del país; así mismo también se dispone de la vía que conduce de Casanare a Duitama en buenas condiciones, lo que permite el fácil ingreso de turistas provenientes de los



llanos orientales y poblaciones ubicadas en el sur oriente del Departamento de Boyacá.

De otra parte, la vía que de Santander que conduce a Duitama, se encuentra en regular estado, aspecto que influye negativamente en la actividad turística del municipio, restringiendo o limitando la accesibilidad de los turistas que provienen de la zona nororiental del país. Respecto a las condiciones de accesibilidad de los atractivos en el Municipio de Duitama, teniendo en cuenta que se evaluaron los más representativos de acuerdo con el criterio y percepción de los actores de la actividad turística, así: Pueblito Boyacense, Casona del Marquesado Surba y Bonza, Viñedo de Punta Larga, Sendero Ecológico la Zarza y los templos; se evidencia que existen debilidades en cuanto a este aspecto, principalmente en los relacionados a la información vial y señalización, acceso a las personas con capacidades especiales y acondicionamiento especial para la movilidad.

De otra parte, las condiciones de las carreteras de acceso a los atractivos se encuentran la mayor parte en muy buen estado, lo que garantiza un mejor y adecuado acceso de

los visitantes a los sitio de interés turístico. Así mismo, los atractivos no tienen restricción normativa de ingreso, a excepción de la CASONA DE MARQUESADO DE SURBA Y BONZA, que cuenta con esta condición por encontrarse dentro de una base militar. Para el caso de los TEMPLOS, este atractivo si bien cuenta con buenas vías de acceso, no tiene condiciones normativa de ingreso y además cuenta con acondicionamiento para el fácil acceso de las personas con capacidades especiales; carece a su vez de señalización e información vial, como la mayor parte de los atractivos, acondicionamiento especial de movilidad al interior del sitio y no posee disponibilidad de servicio de vehículo público.

En general, el aspecto de accesibilidad al destino turístico de Duitama, en cuanto a la infraestructura vial y facilidades de transporte público, es buena lo cual representa una fortaleza para el desarrollo turístico sostenible de los diferentes atractivos ubicados en el Municipio; Sin embargo se mejorar otros factores de equipamiento turístico como la señalización, información vial y las condiciones para el libre y adecuado acceso de las personas con capacidades especiales.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



5. INFORME DE ANÁLISIS DE LA INFRAESTRUCTURA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





a. IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTO DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PROYECTO PRODUCTO TURISTICO DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la infraestructura y servicios ofrecidos por los establecimientos de alojamiento ubicados en el Municipio de Duitama, se convocaron los diferentes Hoteles para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 14 establecimientos encuestados, de 67 registrados por la Alcaldía de Duitama, que representa el 21% del total de establecimientos existentes, así:

Tabla 1. Relación establecimiento de alojamiento de Duitama Encuestados

ITEM	ALOJAMIENTO	UBICACIÓN	AÑOS DE FUNCIONAMIENTO	ORGANIZACIÓN A LA QUE PERTENECE		
				SI	NO	CUAL?
1	KUR HOTEL BIO – SPA	Rural	6	X		COTELCO
2	HOTEL LAS ORQUIDEAS	Urbano			X	
3	HOTEL OICATA LTDA	Urbano	30	X		COTELCO
4	HOTEL MAGISTRAL	Urbano			X	
5	HOTEL EL MARQUEZ DE SAN FERNANDO	Urbano	8		X	
6	DINASTIA REAL HOTEL	Urbano	16		X	
7	CASA HOTEL LOS GERANIOS	Urbano	3		X	
8	HOTEL HISCA	Urbano			X	
9	INVERSIONES RVF - HOTEL SUAREL CENTER	Urbano	8	X		COTELCO
10	HOTEL SANTRIS SAS	Urbano	1,8		X	
11	HOTEL CASTILLA CO	Urbano	4		X	
12	HOTEL HACIENDA DEL CARMEN	Urbano	25	X		COTELCO
13	SAN LUIS CASA HOTEL	Urbano	5	X		COTELCO
14	HOTEL CHANEL	Urbano	5		X	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



1.1. **Datos del Alojamiento:** Comprende además, de la información general del alojamiento, aspectos relacionados con la ubicación del Hotel, años de funcionamiento, a afiliación o no a una organización gremial o asociativa.

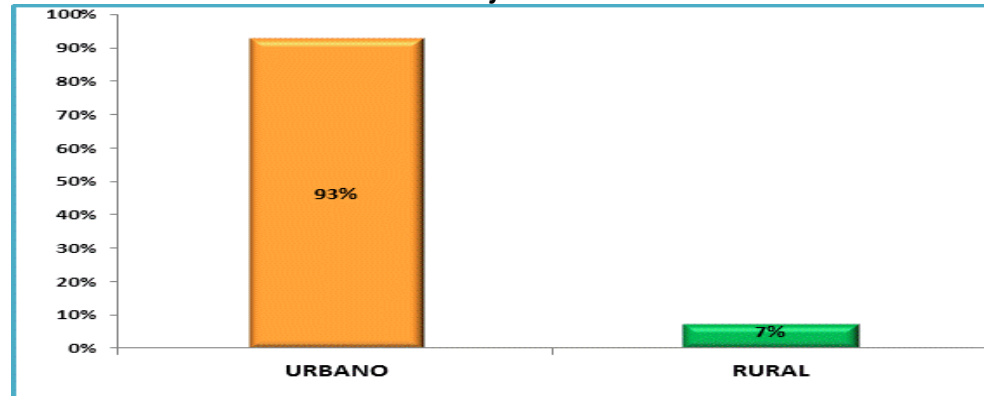
- **Ubicación del Alojamiento:**

RESULTADOS:

Tabla 2. Ubicación Alojamiento

URBANO		RURAL	
RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN
13	93%	1	7%

Gráfica1. Ubicación Alojamientos de Duitama encuestados



ANALISIS E INTERPRETACION:

Del 100% de los establecimientos de alojamiento encuestados, el **97%** se encuentran ubicados en la zona urbana y el **7%** restante en el Zona Rural, del Municipio de Duitama, que corresponde a un Hotel encuestado para la muestra.

Corazón Turístico de Boyacá



El Municipio de Duitama, posee una amplia oferta del servicio de alojamiento, conformado principalmente por hoteles y sitios de hospedaje ubicados en la zona urbana de la ciudad; algunos de ellos corresponden a construcciones tradicionales que han sido restauradas, conservando características y elementos de la arquitectura colonial, que hacen parte del entorno histórico y tradicional de Duitama. No obstante, los resultados obtenidos en la encuesta, se evidencia la escases de hoteles y alojamientos ubicados fuera del casco urbano del municipio, teniendo en cuenta la extensa zona rural que conforma esta localidad y los recursos naturales que hacen del municipio un destino potencialmente eco turístico, ofreciendo otra alternativa al turista, para interactuar con la naturaleza así como conocer las actividades agrícolas de la región.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



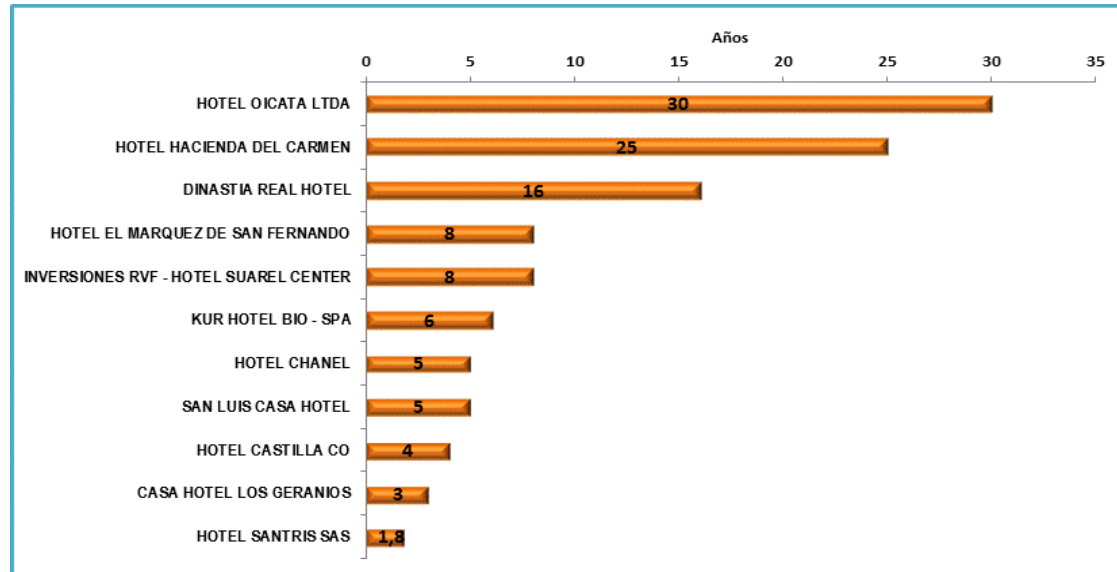


- **Años de Funcionamiento:**

RESULTADOS:

Tabla 3. Años de funcionamiento Establecimientos de Alojamiento Duitama

HOTEL	AÑOS FUNCIONAMIENTO
HOTEL OICATA LTDA	30
HOTEL HACIENDA DEL CARMEN	25
DINASTIA REAL HOTEL	16
HOTEL EL MARQUEZ DE SAN FERNANDO	8
INVERSIONES RVF - HOTEL SUAREL CENTER	8
KUR HOTEL BIO – SPA	6
HOTEL CHANEL	5
SAN LUIS CASA HOTEL	5
HOTEL CASTILLA CO	4
CASA HOTEL LOS GERANIOS	3
HOTEL SANTRIS SAS	1,8



Fuente: Encuesta aplicada Exploración. Nakusa Red turística

Gráfica2. Años de funcionamiento del Establecimiento de Alojamiento

ANALISIS E INTERPRETACION:

De los 14 establecimiento de alojamiento encuestados, 11 diligenciaron y respondieron a la pregunta de cuantos años de funcionamiento tiene el hotel, indicando entre 1 a 30 años de actividades. Se observa que el **73%** que representa **8** establecimientos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





de alojamiento, tienen menos de 10 años de funcionamiento y el **27%**(3 establecimientos) superan los 15 años de prestar los servicios de alojamiento en el Municipio de DUITAMA.

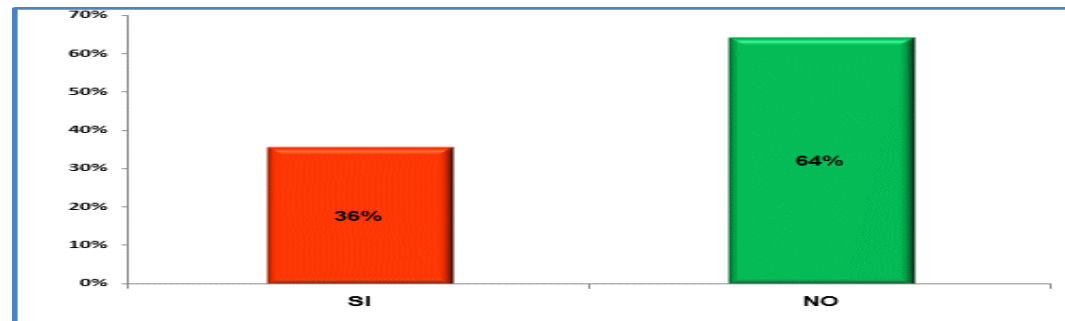
Se evidencia la apertura de establecimientos de alojamiento en un periodo inferior a 10 años, significando que en este último periodo de tiempo ha aumentado la demanda del servicio de alojamiento debido al alto flujo de turistas. Por su parte, los hoteles u hospedajes que llevan un tiempo de funcionamiento superior a 15 años, corresponden en algunos casos a edificaciones que conservan la arquitectura característica de la época de la colonia, con ello brindado elementos y características que fortalecen la cultura e historia de la región.

- El alojamiento está afiliado a alguna organización gremial o asociativa:

RESULTADOS:

Tabla 4. Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa **Gráfica3. Afiliación del alojamiento a una organización gremial o asociativa**

OPCION	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	5	36%
NO	9	64%
Cuál?	COTELCO	



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

Del 100% de la muestra encuestada, el **36%** que corresponde a 5 establecimientos de alojamiento, respondieron que se encuentran afiliados a una organización gremial o asociativa, para este caso COTELCO. El restante **64%** afirma no estar vinculado a ninguna organización. La mayor parte de establecimientos de alojamiento y hospedaje, no se encuentran afiliados a una organización o asociación; en algunos casos este comportamiento del sector hotelero es generado por la falta de cultura asociativa y desconocimiento de los beneficios obtenidos a través de la vinculación a estas entidades. La importancia de unirse o agremiarse, radica en las ventajas que esto representa para el sector hotelero y en consecuencia para el desarrollo turístico de la región o zona de influencia del producto turístico; que permite entre otros aspectos, acceder a información actualizada sobre el sector turístico y hotelero, a portales en internet para promocionar el servicio de alojamiento, red de mercado (clientes, colaboradores y proveedores), alianzas estratégicas y convenios que posibilitan ofrecer tarifas más económicas y brindar un servicio de calidad de acuerdo con las necesidades y gustos del turista.

Descripción del Hotel: A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada y dotación que poseen los establecimientos de alojamiento para la prestación del servicio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

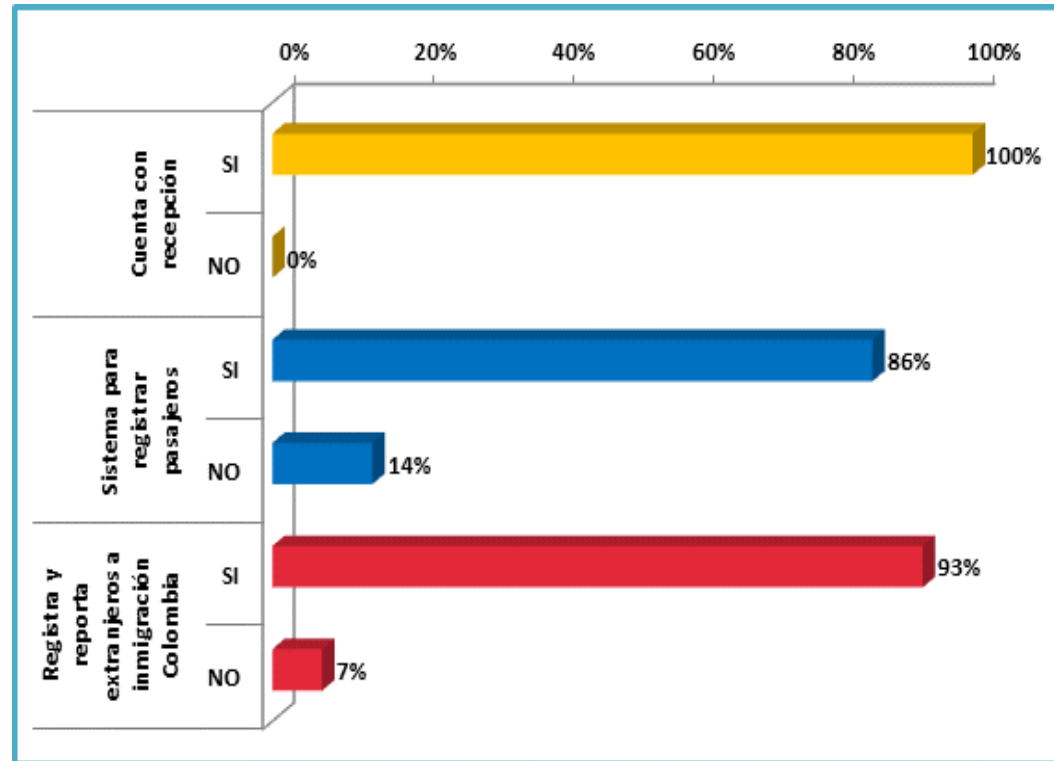


- Cuenta con Recepción, Sistema de Registro de Pasajeros y reporte de extranjeros a inmigración Colombia

RESULTADOS:

Tabla 5. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros. Gráfica4. Recepción, Sistema registro pasajeros y registro y reporte de extranjeros

DESCRIPCIÓN	OPCION	No. HOTELES	PARTICIPACION
Cuenta el Alojamiento con una recepción	SI	14	100%
	NO	0	0%
Tiene un sistema para registrar pasajeros	SI	12	86%
	NO	2	14%
Registra formalmente a los huéspedes extranjeros y los reporta a inmigración Colombia	SI	13	93%
	NO	1	7%





ANALISIS E INTERPRETACION:

El **100%** de los establecimientos de alojamiento encuestados, respondieron afirmativamente a lo interrogante sobre si **cuenta el Hotel con una recepción**. En cuanto a la pregunta si tienen un **sistema para registrar los pasajeros**, dos de los alojamientos que corresponde al **14%** de la muestra encuestada, respondió negativamente; mientras que el **86%** afirma poseer el sistema para dicho registro. En cuanto a la pregunta si **registra formalmente a los huéspedes extranjeros los reporta a inmigración Colombia**, el **93%** de los alojamientos encuestados manifestó que **SI**, frente al **7%** que representa un (1) establecimiento, contestó que **NO** realiza este registro.

La mayoría de los alojamientos encuestados cuentan dentro de su capacidad instalada, con una recepción, un sistema para registrar pasajeros y llevan a cabo el registro formal de huéspedes extranjeros y los reportan ante las autoridades de inmigración Colombia; evidenciando que poseen la infraestructura mínima requerida, para desarrollar procesos de registro y control de los turistas que demandan el servicio de hospedaje en el Municipio de Duitama; a la vez que generan información útil para la toma de decisiones en la planificación de estrategias orientadas al mejoramiento del servicio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



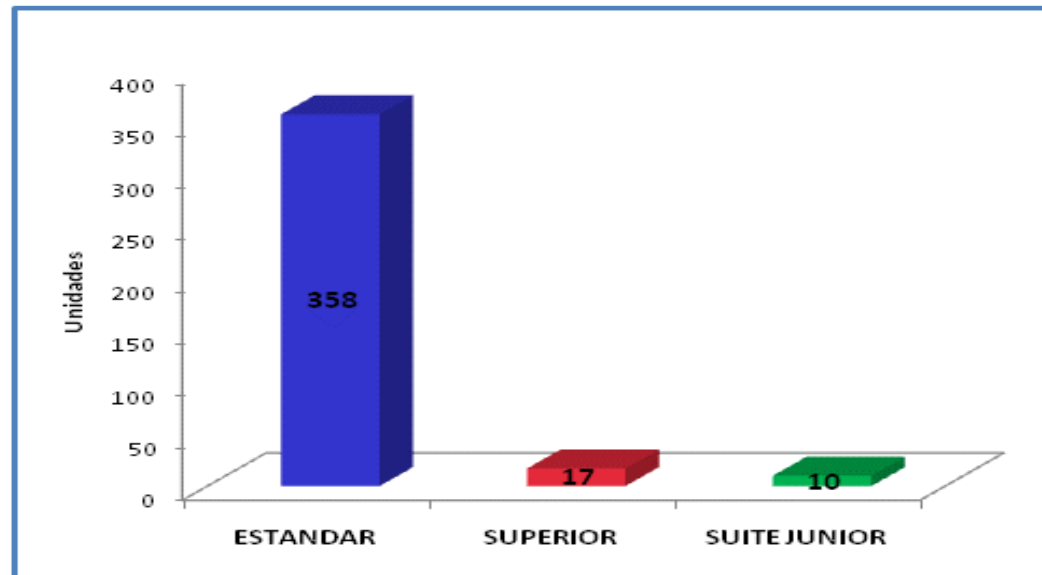


- Número de habitaciones y capacidad total del alojamiento en número de personas:

RESULTADOS:

Tabla 6. Tipo de habitaciones y cantidad establecimientos de alojamiento Gráfica 5. Tipo de habitaciones y cantidad establecimientos de alojamiento

CLASE HABITACION	CANT HABITACION	PARTICIPACION	CANT. HOTELES
ESTANDAR	358	93%	14
SUPERIOR	17	4%	4
SUITE JUNIOR	10	3%	5
TOTAL HABITACIONES	385	100%	



De acuerdo a las respuestas suministradas por la muestra encuestada, la disponibilidad de habitaciones para el alojamiento de turistas es de 385 en total, distribuidas así: 358 habitaciones tipo Estándar que correspondiente al **93%** del total, 17 habitaciones tipo Superior (**4%**) y 10 habitaciones Suite Junior que representa el **3%**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

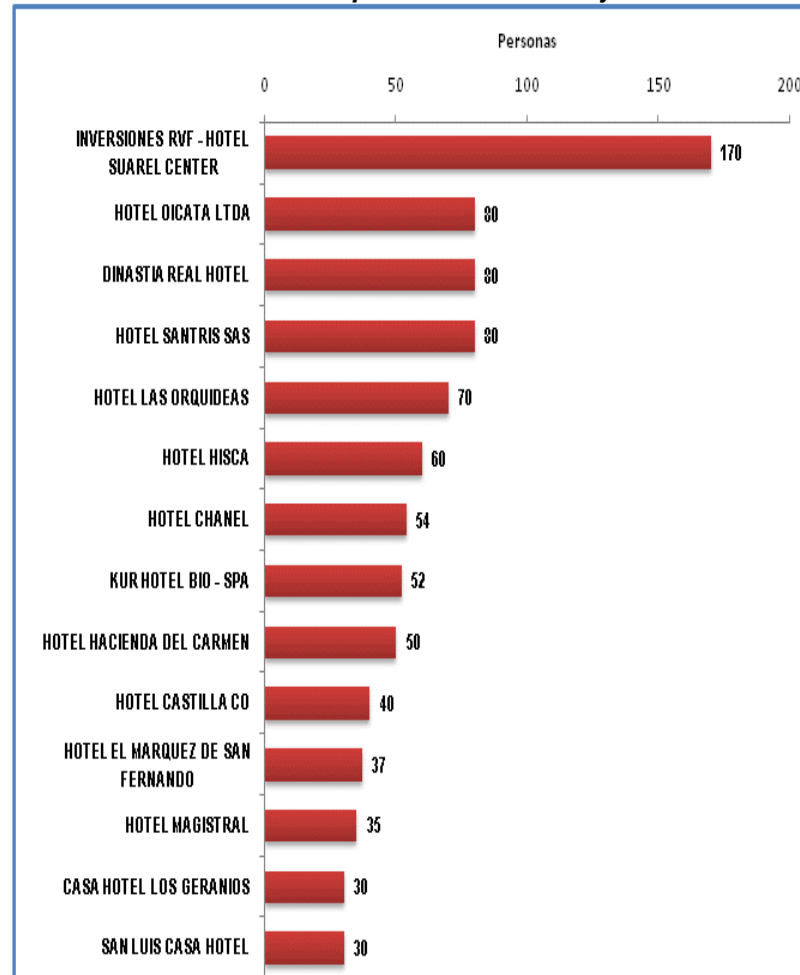




Tabla 7. Capacidad total de alojamiento

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	CAPACIDAD TOTAL DE ALOJAMIENTO (PERSONAS)	PARTICIPACION
1	INVERSIONES RVF - HOTEL SUAREL CENTER	170	20%
2	HOTEL OICATA LTDA	80	9%
3	DINASTIA REAL HOTEL	80	9%
4	HOTEL SANTRIS SAS	80	9%
5	HOTEL LAS ORQUIDEAS	70	8%
6	HOTEL HISCA	60	7%
7	HOTEL CHANEL	54	6%
8	KUR HOTEL BIO - SPA	52	6%
9	HOTEL HACIENDA DEL CARMEN	50	6%
10	HOTEL CASTILLA CO	40	5%
11	HOTEL EL MARQUEZ DE SAN FERNANDO	37	4%
12	HOTEL MAGISTRAL	35	4%
13	CASA HOTEL LOS GERANIOS	30	3%
14	SAN LUIS CASA HOTEL	30	3%
	TOTAL CAPACIDAD	868	100%

Gráfica 6. Capacidad total de alojamiento



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

ANÁLISIS E INTERPRETACION:

En cuanto a la capacidad total de alojamiento, según los resultados obtenidos, es de 868 personas, observándose que el **Hotel Suarel Center** representa la más alta capacidad para 170 personas, que corresponde al 20% del muestra, seguido por los hoteles **Oicata Ltda, Dinastía Real y Santris SAS**, con una capacidad de alojamiento de 80 personas cada uno, que equivale al 9% de la participación total.

CONCLUSIONES:

La oferta de alojamiento representada en la cantidad de habitaciones disponibles en relación con la capacidad total de atención de huéspedes, arroja como resultado una disponibilidad de 0.5 habitación/huésped, lo que indica que en temporada de ocupación hotelera total, la acomodación por habitación debe ser doble para poder atender el total de turistas que requieren de este servicio.

En el evento que la demanda de alojamiento supere los 868 huéspedes, el turista se verá en la necesidad de recurrir a otro tipo de alojamiento diferente al hotel, para pernoctar en el municipio de Duitama.

Respecto al tipo de habitación, los establecimientos de alojamiento encuestados tienen una alta oferta de habitaciones tipo estándar, lo que significa la estadía del turista en unas condiciones mínimas y básicas para su estancia, frente a una muy reducida oferta de habitaciones tipo **Superior o Suite junior**, limitando al huésped en la posibilidad de escoger de acuerdo a sus gustos y preferencias una habitación con más comodidades para su descanso y estadía en el destino turístico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





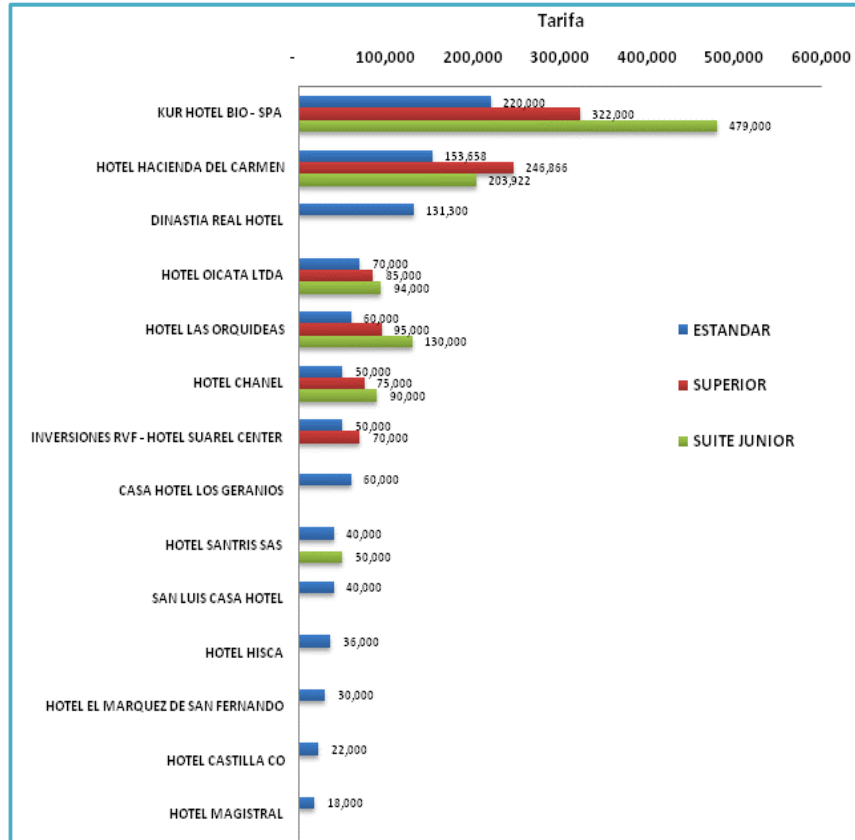
- Precio habitación por persona según el tipo de habitación:

RESULTADOS:

Tabla 8. Precio habitación por persona según tipo habitación Gráfica 7. Precio habitación por persona según tipo habitación

No.	ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO	TARIFA HABITACION SEGÚN LA CLASE		
		ESTANDAR	SUPERIOR	SUITE JUNIOR
1	KUR HOTEL BIO - SPA	220,000	322,000	479,000
2	HOTEL HACIENDA DEL CARMEN	153,658	246,866	203,922
3	DINASTIA REAL HOTEL	131,300		
4	HOTEL OICATA LTDA	70,000	85,000	94,000
5	HOTEL LAS ORQUIDEAS	60,000	95,000	130,000
6	HOTEL CHANEL	50,000	75,000	90,000
7	INVERSIONES RVF - HOTEL SUAREL CENTER	50,000	70,000	
8	CASA HOTEL LOS GERANIOS	60,000		
9	HOTEL SANTRIS SAS	40,000		50,000
10	SAN LUIS CASA HOTEL	40,000		
11	HOTEL HISCA	36,000		
12	HOTEL EL MARQUEZ DE SAN FERNANDO	30,000		
13	HOTEL CASTILLA CO	22,000		
14	HOTEL MAGISTRAL	18,000		
	TOTAL	980,958	893,866	1,046,922
	VALOR PROMEDIO HABITACION	70,068	148,978	174,487

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con la información obtenida, de los 14 hoteles encuestados, las tarifas establecidas por los establecimientos de alojamiento y hospedaje, dependiente del tipo de habitación, oscilan: para el caso de la **habitación estándar** entre **\$18.000 a**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





\$220.000; para la **habitación tipo Superior** entre **\$70.000** y **\$322.000** y para la **habitación Suite Junior** la tarifa está entre **\$50.000** y **\$479.000**.

Las tarifas más económicas del mercado para los diferentes tipos de habitación son: El **Hotel Magistral** posee la tarifa más económica para la habitación Estándar con un valor de **\$18.000**; no obstante no ofrece ningún otro tipo de habitación. En cuanto a la habitación **Superior**, el **Hotel Suarel** cobra **\$70.000** y para la habitación **Suite Junior**, el **Hotel Santris SAS** estableció el precio en **\$50.000**

De otra parte las tarifas más altas son cobradas por el **Kur Hotel Bio – Spa**, con un valor de **\$220.000** para la habitación **Estándar**, **\$322.000** habitación **Superior** y **\$479.000 Suite Junior**; el cual ofrece la estadia en la zona rural del municipio, con las comodidades de un hotel moderno integrándolo con los elementos naturales que ofrece DUITAMA.

Las tarifas promedio del mercado, por habitación tipo estándar es \$70.068; tipo Superior es \$148.978 y para la habitación tipo Suite Junior es de \$174.487. La variación de tarifas cobradas por los establecimientos de alojamiento en el Municipio de Duitama, por habitaciones según su tipo, dependen de factores como la infraestructura, los servicios básicos, complementarios y accesorios brindados y la ubicación, entre otros. Estas diferentes tarifas permiten al turista elegir el alojamiento y tipo de habitación que mejor se adecue a su presupuesto, necesidades y preferencias.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

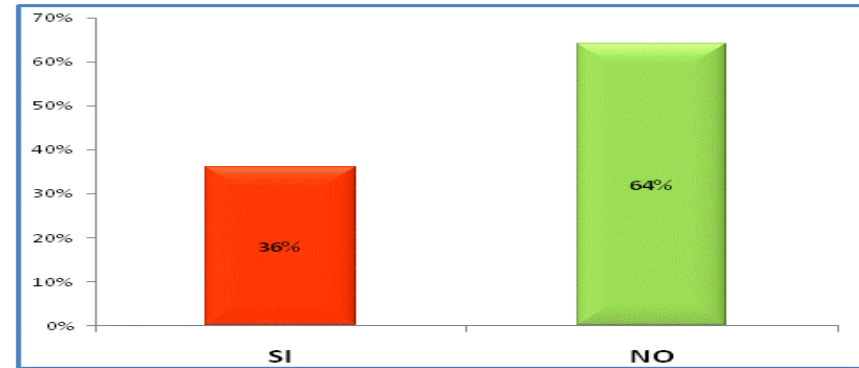


- Cuenta con seguro hotelero para los huéspedes:

Tabla 9. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes

OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	5	36%
NO	9	64%

Gráfica 8. Adquisición Seguro hotelero para los huéspedes



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turístico

ANALISIS E INTERPRETACION:

El **36%** de los hoteles encuestados, indicó que **SI** cuenta con el Seguro hotelero para los huéspedes mientras que el **64%** afirmó **NO** tener el seguro. La mayor parte de los Hoteles del Municipio de Duitama, no cuentan con el seguro hotelero para los huéspedes, evidenciando que el riesgo sufrido por los turistas está bajo la responsabilidad de ellos, mientras que los establecimientos de alojamiento están expuestos a pérdidas económicas como consecuencia de posibles demandas interpuestas por huéspedes afectados por algún hecho eventual ocurrido dentro de las instalaciones del hotel. El seguro hotelero le brinda tranquilidad y seguridad tanto al turista como al establecimiento de alojamiento y hospedaje, por cuanto su equipaje como su propia salud y vida

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





se encuentran amparados mientras su estadía; lo que refleja la previsión de cualquier ocurrencia de hechos como la pérdida o daño de equipaje, accidentes dentro de las instalaciones del lugar de alojamiento y/o en un caso extremo el fallecimiento de un huésped.

- i. **Descripción de las habitaciones:** Se consultó a los encuestados sobre la disponibilidad de algunos elementos básicos que hacen parte del equipamiento o dotación de las habitaciones, para analizar el nivel de comodidad y beneficios que el turista recibe al hospedarse en el Municipio de Duitama.

RESULTADOS:

Tabla 10. Dotación de las habitaciones

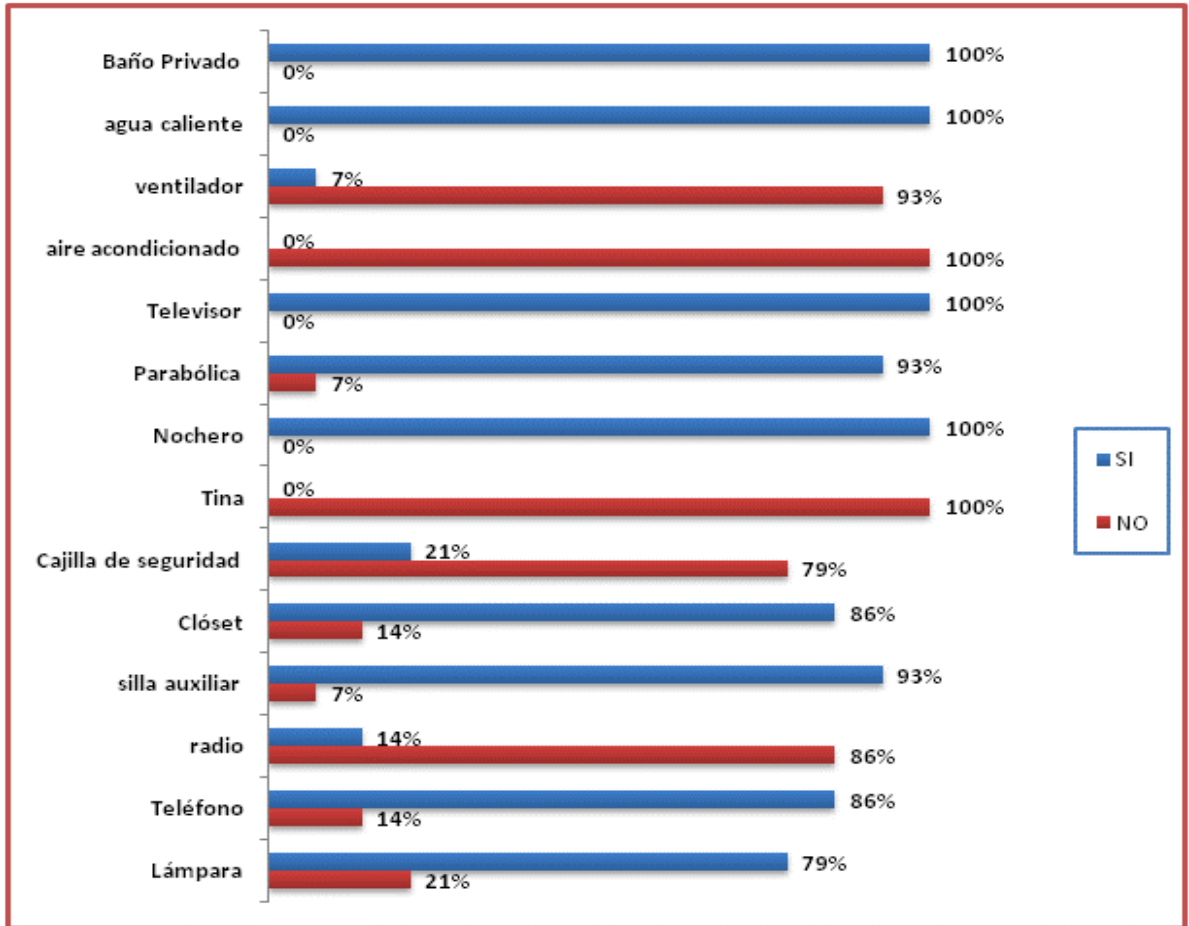
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
1	Baño Privado	SI	14	100%
		NO	0	0%
2	agua caliente	SI	14	100%
		NO	0	0%
3	ventilador	SI	1	7%
		NO	13	93%
4	aire	SI	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



	condicionado	NO	14	100%
5	Televisor	SI	14	100%
		NO	0	0%
6	Parabólica	SI	13	93%
		NO	1	7%
7	Nochero	SI	14	100%
		NO	0	0%
8	Tina	SI	0	0%
		NO	14	100%
9	Cajilla de seguridad	SI	3	21%
		NO	11	79%
10	Clóset	SI	12	86%
		NO	2	14%
11	silla auxiliar	SI	13	93%
		NO	1	7%
12	radio	SI	2	14%
		NO	12	86%
13	Teléfono	SI	12	86%
		NO	2	14%
14	Lámpara	SI	11	79%
		NO	3	21%



Gráfica 9. Dotación de las habitaciones



ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, los establecimientos de alojamiento respondieron así: el **100%** afirmó que hace parte de la dotación de las habitaciones elementos como **Baño Privado, Agua Caliente, Televisor y Nochero.**

El **93%** corresponde a 13 establecimientos de alojamiento de los 14 encuestados, cuenta con **parabólica** y **Silla auxiliar**; mientras el **7%** (1 hotel) respondió que no posee estos elementos. El **86%** (12 alojamientos) de los encuestados señala que cuenta con **Closet y teléfono** en las habitaciones y el restante **14%** (2 hoteles) indica que no posee estos elementos.

El **79%** de los alojamientos encuestados cuentan con **lámparas** en las habitaciones, y el **21%** no dispone de este elemento.

El **100%** de los hoteles no ofrecen el servicio de **aire acondicionado** y no tienen **tina**. En menor proporción el **93%** no cuentan con vestidor, mientras que un solo embellecimiento, es decir el **7%** de la muestra, si posee este elemento en las habitaciones.

Así mismo un **86%** no tienen **radio** y el **14%** si cuenta con este elemento; con respecto a la **Cajilla de Seguridad** sólo en 3 establecimientos de alojamiento es decir **21%** de los encuestados, ofrecen en las habitaciones este servicio para los huéspedes, y el **79%** afirma no contar con este elemento.

Los establecimientos de alojamiento y hospedaje del Municipio de Duitama, cuentan en su mayoría con una adecuada dotación de elementos de equipamiento, necesarios para brindar cierto nivel de comodidad al huésped; sin embargo carecen de otros que pueden proporcionar un nivel más de confianza y satisfacción con el hotel, como lo son las cajillas de Seguridad. De otra parte, elementos como aire acondicionado, ventilador y tina, no son muy característicos del mobiliario de las habitaciones.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ii. **Descripción de camas:** A través de la encuesta se indagó sobre el número de camas disponibles en los alojamientos, sus dimensiones, el tipo de lencería usada, así mismo la utilización de camarotes; obteniendo los siguientes resultados:

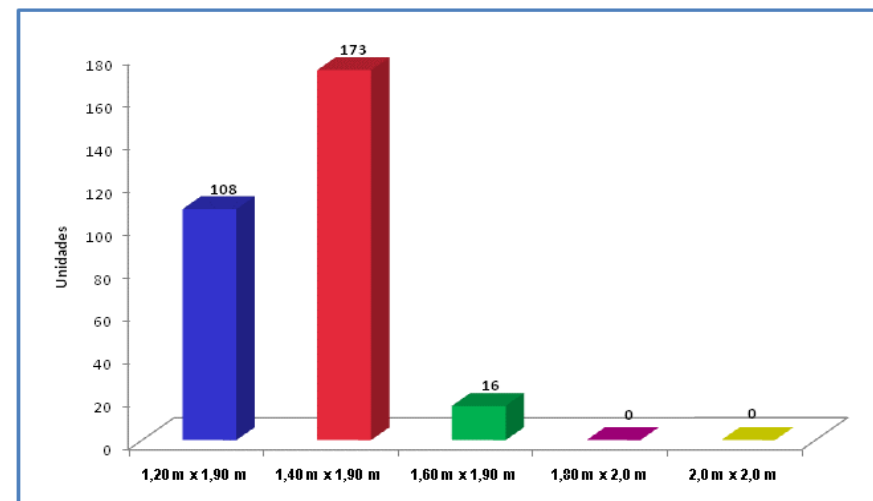
- **Número de camas según su dimensión, utilización de camarones y tipo de lencería (sábanas, cobijas, fundas, toallas):**

RESULTADOS:

Tabla 11. Número de Camas según su dimensión

DIMENSIÓN CAMA	CANT. TOTAL	PARTICIPACIÓN	HOTELES EQUIPADOS CON EL ELEMENTO
1,20 m x 1,90 m	108	36%	7
1,40 m x 1,90 m	173	58%	7
1,60 m x 1,90 m	16	5%	2
1,80 m x 2,0 m	0	0%	0
2,0 m x 2,0 m	0	0%	0
TOTAL	297	100%	

Gráfica10. Porcentaje de Camas existentes según su dimensión



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

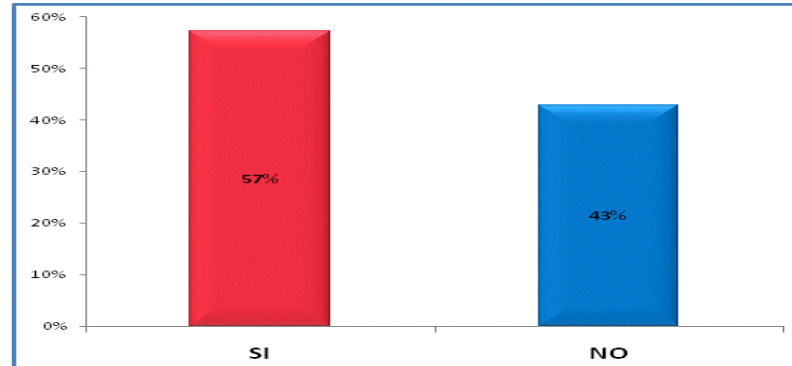
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Tabla 12. Utilización de Camarote

RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
SI	8	57%
NO	6	43%

Gráfica11. Utilización de Camarote

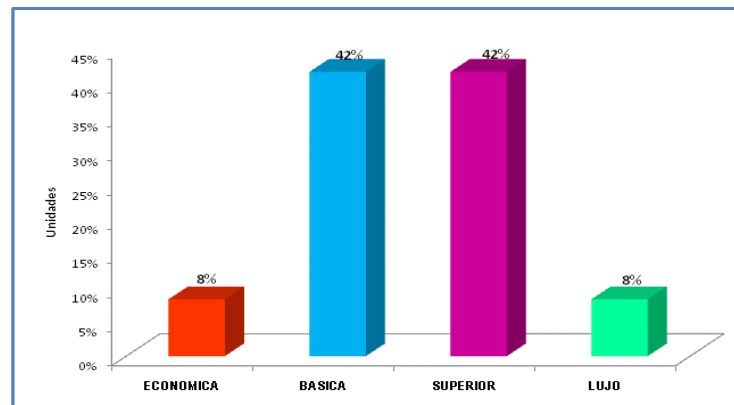


Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

Tabla 13. Lencería utilizada en las camas

TIPO DE LENCERIA	No. HOTELES	PARTICIPACION
ECONOMICA	1	8%
BASICA	5	42%
SUPERIOR	5	42%
LUJO	1	8%

Gráfica12. Lencería utilizada en las camas



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a las respuestas suministradas por los encuestados, se cuenta con un total de 297 camas, de las cuales el **58%** corresponden a las dimensiones 1.40 m x 1.90m, el **36%** de 1,20 m x 1,90 m y % son de 1.60 m x 1.90 m, y no se cuenta con ninguna cama con las dimensiones de 1.80 m x 2.0 y 2.0 m x 2.0 m dentro de la muestra tomada.

De igual forma, se determinó que el **57%** de los establecimientos de alojamientos utilizan camarotes como elemento para el descanso de los huéspedes frente a un **43%** que no tiene disponible este tipo de mobiliario. En cuanto a la lencería usada para las camas, un **8%** de los encuestados indicaron que utiliza el tipo **económico**, un **42%básica**, otro **42%** de **calidad superior**; y un **8%** usa lencería de lujo.

La mayor parte de los establecimientos de alojamiento cuentan con camas de dimensiones pequeñas y medianas; evidenciando una escasa dotación de este tipo de mobiliario de tamaño más grande que brinde comodidad y bienestar al turista, teniendo en cuenta que este elemento es el más importante dentro del equipamiento de la habitación del hotel, para el descanso del huésped.

Así como la cama, la lencería también añade valor a este elemento para proporcionar la sensación de confort y bienestar; en este caso, los hoteles que hicieron parte de la muestra encuestada, utilizan la mayor parte, lencería de calidad básica y superior y un número muy reducido de alojamiento emplean de calidad superior. El tercer elemento evaluado, son los camarotes, utilizados por más del 50% de los establecimientos encuestados, siendo este elemento una alternativa para la acomodación múltiple de grandes grupos familiares, estudiantiles u otros, de acuerdo a la demanda de alojamiento.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



- iii. **Descripción de Servicios complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los hoteles ubicados en el Municipio de Duitama, se definieron 17 ítems para que los encuestados suministraran los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así:

RESULTADOS:

Tabla 14. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos

No.	ELEMENTO DE EQUIPAMIENTO	OPCION RESPUESTA	No. HOTELES	PARTICIPACION
1	Parqueaderos	SI	9	64%
		NO	5	36%
2	Gimnasio	SI	0	0%
		NO	14	100%
3	Restaurante	SI	8	57%
		NO	6	43%
4	Jacuzzi	SI	0	0%
		NO	14	100%
5	Turco	SI	0	0%
		NO	14	100%
6	Transporte propio	SI	0	0%
		NO	14	100%
7	Juegos de campo	SI	2	14%
		NO	12	86%
8	Lago	SI	0	0%
		NO	14	100%
9	Casino	SI	0	0%
		NO	14	100%
10	Piscina	SI	2	14%
		NO	12	86%
11	Pago con tarjeta de crédito	SI	9	64%
		NO	5	36%
12	Bar	SI	2	14%
		NO	12	86%
13	Sauna	SI	0	0%
		NO	14	100%
14	Peluquería	SI	0	0%
		NO	14	100%
15	Lavandería	SI	11	79%
		NO	3	21%
16	Juegos de mesa	SI	0	0%
		NO	14	100%
17	Senderos ecológicos	SI	2	14%
		NO	12	86%

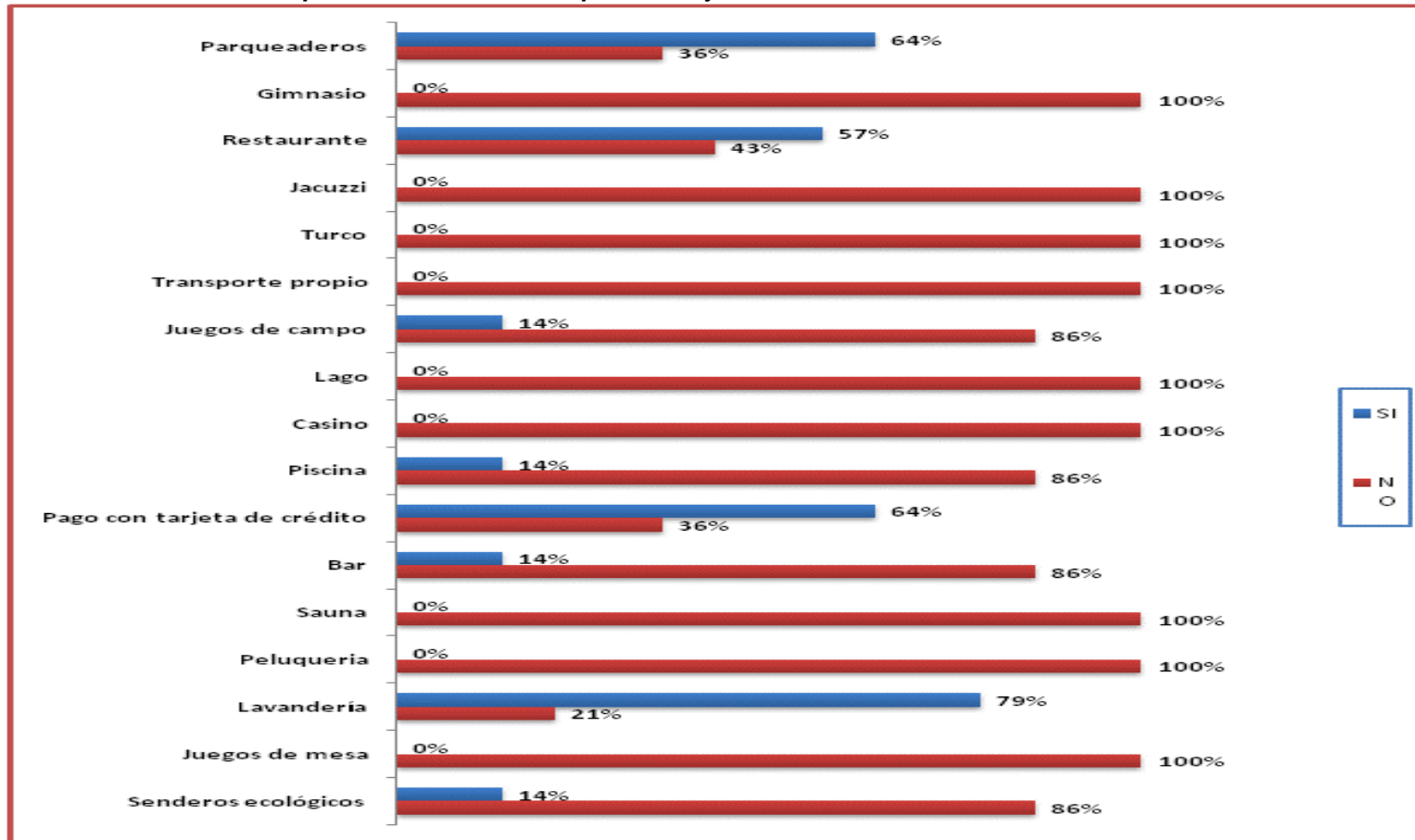
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





Gráfica13. Servicios Complementarios ofrecidos por los alojamientos



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

El **100%** de los alojamientos encuestados **NO** ofrecen los servicios complementarios de **Gimnasio, jacuzzi, transporte propio, Lago, Turco, Casino, Sauna, Peluquería y Juegos de Mesa**, lo que equivale al 57% de los servicios complementarios encuestados.

El **86%** afirma no tener el servicio de **Juegos de Campo, Piscina, Bar y Senderos ecológicos**, mientras que un **14%** que corresponde a 2establecimiento de alojamiento si lo incluyen dentro del servicio complementario brindado.

Los servicios complementarios ofrecidos por la mayoría de alojamientos, son: **lavandería** por el **79%**, parqueadero y **Pago con Tarjeta de Crédito** ofrecidos por el **64%**, y de **Restaurante**, por el **57%** de los establecimientos encuestados.

CONCLUSIONES:

Se evidencia un bajo nivel de equipamiento de servicios complementarios por parte de los establecimientos de alojamiento, y tan solo los servicios de lavandería, parqueadero, pago con tarjeta de Crédito y restaurante son ofrecidos por la mayoría de hoteles. La mayoría de Alojamientos no cuenta con servicio de Gimnasio, jacuzzi, transporte propio, Lago, Turco, Casino, Sauna, Peluquería y Juegos de Mesa.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



La carencia de servicios complementarios, se convierte en una desventaja comparativa con respecto a los alojamientos de otras regiones, haciendo necesario la implementación de éstos, con el fin de alcanzar la satisfacción del huésped y mejorar la oferta del sector.

- iv. **Descripción Personal del Hotel:** En este aspecto se solicitó información sobre el personal ocupado en el sector hotelero, definiendo si se trata de personal permanente o temporal, el tipo de labor desempeñada y el número total de personal empleado, para brindar el servicio de alojamiento.

RESULTADOS:

Tabla 15. Descripción Personal del Hotel

CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION	HOTELES
	PERMANENTE	TEMPORAL		
Gerente/Administrador	13	0	13	13
Secretaria	3	1	4	4
Contador /Auxiliar Contable	7	4	11	10
Coordinador Operaciones	1	0	1	1
Coordinador Comercial	1	0	1	1
Ama de Llaves	5	0	5	5
Recepcionista	15	9	24	13
Botones	0	2	2	2
Portero	2	2	4	3

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Camarera	18	8	26	14
Aseador	3	2	5	5
Jardinero	1	4	5	5
Mantenimiento	2	4	6	5
Vigilante	3	2	5	4
Conductor	0	1	1	1
Mensajero	0	0	0	0
Piscinero	1	1	2	2
cocinero	5	1	6	4
Auxiliar cocina	4	5	9	7
Mesero	8	7	15	6
Otro Cual?	0	1	1	1
TOTAL PERSONAL EMPLEADO	92	54	146	
PARTICIPACION	63%	37%	100%	

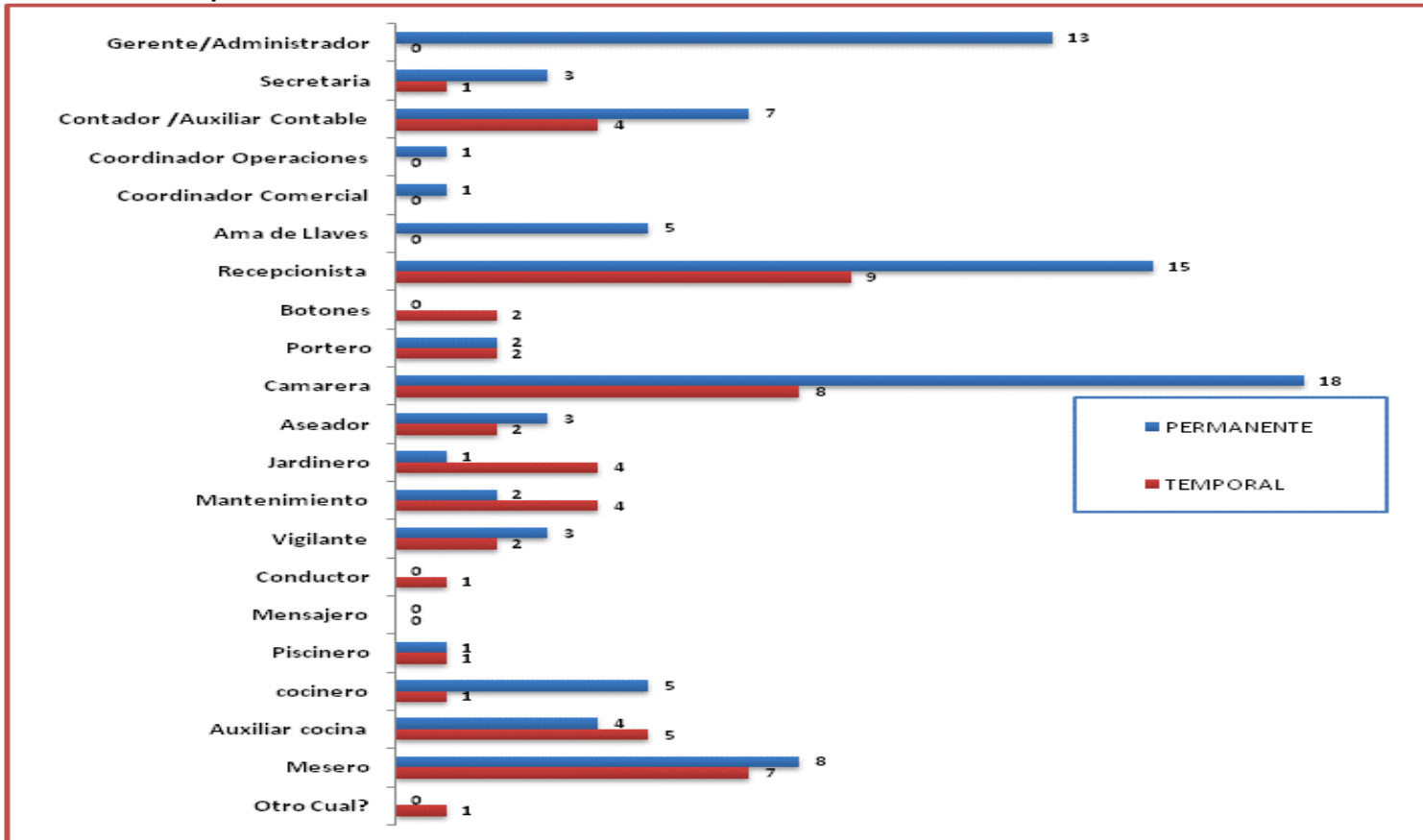
Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica14. Descripción Personal del Hotel



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados, el resultado arrojado es de 146 personas ocupadas, de las cuales el **63%** corresponden a 92 **empleos permanentes** y el **37%** que equivale a 54 personas, son **empleos temporales**.

El empleo que ocupa mayor personal es el de **Camarera**, con **26** personas contratadas, 18 permanentemente y 8 de forma temporal, para realizar esta labor en todos los 14 hoteles que hicieron parte de la muestra; el segundo empleo con mayor índice de ocupación es el de **Recepcionista** con un total de **24** personas contratadas en 13 alojamientos, de forma permanente 15 y temporal 9; seguido del cargo de **Mesero** con un total de **15** empleos en 6 hoteles, de forma permanente 8 y temporales 7.

El cargo de **Gerente/Administrador** tiene una ocupación de **13** personas fijas, mientras que el empleo de **Contador/Auxiliar contable** ocupa **11** personas, 7 fijas y 4 de forma temporal; La labor de **Auxiliar de cocina** tiene una demanda de **9** empleos, 4 son empleos permanentes y 5 son temporales.

Para los empleos de **Cocinero y mantenimiento** se contratan **6** personas cada uno, por una parte, se ocupa 5 de manera permanente y 1 temporal, y de otra, son 2 empleos permanentes y 4 temporales.

Los siguientes empleos tienen una ocupación de **5** personas cada uno, así: **Ama de Llaves**, todas las 5 personas son permanentes; **Aseador** con 3 fijos y 2 temporales; **Jardinero** con 1 empleo permanente y 4 temporales; **Vigilante** con 3 fijos y 2 temporales. Con una ocupación de **4** personas, se encuentran los empleos de **Secretaria** con 3 personas contratadas permanentemente y 1 temporal; y **Portero** con 2 fijas y 2 temporales.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



Los empleos que tienen menor demanda entre los establecimientos de alojamiento y hospedaje, son **Botones y piscinero** con 2 personas empleadas en cada uno, y las labores de **Coordinador de Operaciones, Coordinador Comercial y Conductor**, con una persona empleada por cada uno de los empleos; para los dos primeros cargos es de forma permanente y para el cargo de Conductor es temporal.

Un alojamiento señaló que tiene otro empleo dentro de su planta de personal de forma temporal, para ejercer las labores de **Auditor Nocturno**.

Los Hoteles no ocupan personal para las labores **Mensajería**.

CONCLUSIONES:

La prestación del servicio de alojamiento genera aproximadamente 146 empleos directos permanentes y/o temporales, para realizar labores que requieren perfil Profesional y técnico con conocimientos sobre la actividad de turismo y atención al cliente por su relación directa con el Turista, y en otros casos, conocimientos específicos sobre áreas administrativas y contables, así como también destrezas y habilidades manuales para los oficios relacionados con labores de limpieza, cocina y de mantenimiento entre otros.

Los cargos operativos y de nivel medio son los de mayor ocupación en el sector hotelero del Municipio de Duitama, principalmente para los cargos de Camarera, recepcionista, meseros y auxiliares de Cocina; no obstante también hay una demanda considerable por perfiles profesionales y técnicos para los cargos de Gerente y/o Administrador y Contador /Auxiliar contable; lo cual debe ser un

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Estímulo para la Universidades y la academia en general, para que ofrezcan programas educativos para la formación de perfiles profesionales y Técnicos con énfasis en el Turismo, así como también es indispensable el manejo de un segundo idioma para atender los turistas extranjeros.

La mayor parte de los empleos son permanentes, lo cual brinda estabilidad al personal contratado, y la necesidad por parte del establecimiento de realizar una inversión en la capacitación del talento humano para fortalecer sus habilidades y competencias mejorando así la prestación del servicio al turista y elevando el nivel de competitividad con respecto a las demás empresas del sector.

b. IDENTIFICACION Y CARACTERIZACION DE LA OFERTA DE RESTAURANTES DE LA ZONA DE INFLUENCIA DEL PRODUCTO TURISTICO DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA.

Con el propósito de identificar y obtener una descripción de la capacidad instalada y servicios ofrecidos por los establecimientos de Restaurantes ubicados en el Municipio de Duitama, se convocaron los diferentes restaurantes para la aplicación y diligenciamiento de la Encuesta, obteniendo una muestra de 26 establecimientos encuestados, de 180 registrados por la Alcaldía de Duitama, que representa el 14% del total de los establecimientos registrados, así:

Tabla 16. Relación Restaurantes Duitama Encuestados

No.	Nombre Establecimiento	Ubicación	Años de Funcionamiento	Organización a la que pertenece		
				SI	NO	CUAL?
1	KUR HOTEL BIO - SPA	Rural	6		X	
2	COCINA BOYACENSE	Urbano	No Responde		X	

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA



3	LA ESTRADA	Urbano	6		X	
4	LAS DELICIAS DE COLOMBIA	Urbano	5		X	
5	RESTAURANTE TITANIC	Urbano	12		X	
6	BROASTER DE LAS AMERICAS	Urbano	4		X	
7	LA GRAN BODEGA MARINA	Urbano	8		X	
8	TAMASHI	Urbano	2		X	
9	ASADERO PERNILONES	Urbano	10		X	
10	EL POMODORO GOURMET	Urbano	No Responde		X	
11	EL CUCHARO	Urbano	No Responde		X	
12	FRIENDS GOURMET PIZZERIA	Urbano	5		X	
13	RESTAURANTE SAN MARTIN	Urbano	15		X	
14	CAFETERIA Y RESTAURANTE LA CARPA VERDE	Urbano	No Responde		X	
15	RESTAURANTE LA CUCHARITA	Urbano	No Responde		X	
16	JULIO PARRILA	Urbano	No Responde		X	
17	EL SAZON SANTERO	Urbano	No Responde		X	
18	ASADERO RESTAURANTE EL MOTORISTA	Urbano	8		X	
19	LA TASCA AL CARBON	Urbano	No Responde		X	
20	RESTAURANTE PANORAMICO HOTEL OICATA	Urbano	9		X	
21	EL MESON DEL CHEFF	Urbano	3		X	
22	RESTAURANTE ORLANDOS	Urbano	12		X	
23	RESTAURANTE BRINDIS	Urbano	12		X	
24	ALMUERZOS DE LA QUINCE	Urbano	12		X	
25	RESTAURANTE MARINEROS	Urbano	No Responde		X	
26	RESTAURANTE PIZZA AL PARQUE	Urbano	2		X	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

- i. **Datos del Restaurante:** Comprende además, de la información general del Restaurante, los aspectos relacionados con su ubicación, años de funcionamiento, la afiliación o no a una organización gremial o asociativa.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



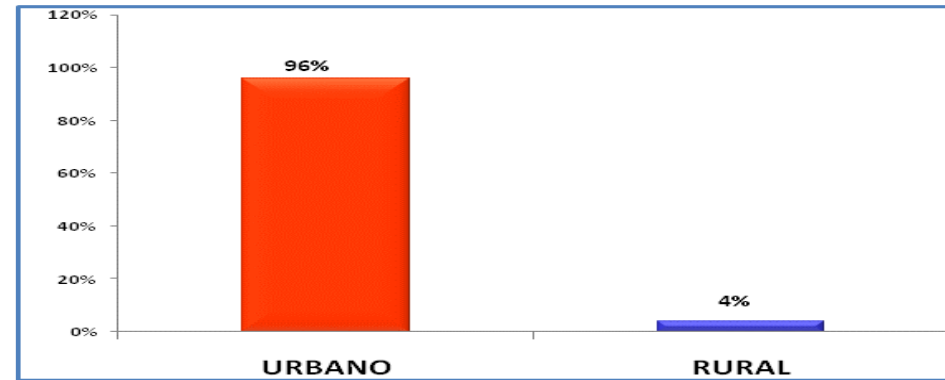


- **Ubicación del Restaurante:**

Tabla 17. Ubicación Restaurante

URBANO		RURAL	
RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN
25	96%	1	4%

Gráfica15. Ubicación Restaurante



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

ANALISIS E INTERPRETACION:

Del total de los restaurantes encuestados, el **96%** se encuentran ubicados en la zona urbana del Municipio de Duitama, donde se están ubicados la mayor parte de hoteles así como también de atractivos turísticos. En contraste, solo un Restaurante se encuentra ubicado en la zona rural de Duitama, correspondiendo al **4%** de la muestra obtenida.

CONCLUSIONES:

Existe una amplia y variada oferta de restaurantes, ubicados la mayoría de ellos en el casco urbano del municipio; teniendo en cuenta la gran afluencia de turistas hacia esa zona del producto turístico, por la cercanía tanto a establecimientos de alojamiento y hospedaje como de los atractivos turísticos culturales, históricos, religiosos y otros que son representativos de la ciudad. De otra

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



parte, se observa la escases de este servicio turístico en la zona rural de Duitama, toda vez que esta localidad tiene dentro de su oferta turística atractivos naturales, ubicados en los alrededores el Municipio, hacia donde se desplazan los turistas para disfrutar de actividades de contacto con la naturaleza y por lo tanto se hace evidente la necesidad de la instalación y funcionamiento de más restaurantes en estos sectores, con el fin de brindar al turista condiciones óptimas que le brinden satisfacción y una percepción de calidad con respecto a la disponibilidad de este tipo de servicios en las zonas de influencia de los atractivos turísticos.

- **Años de Funcionamiento:**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



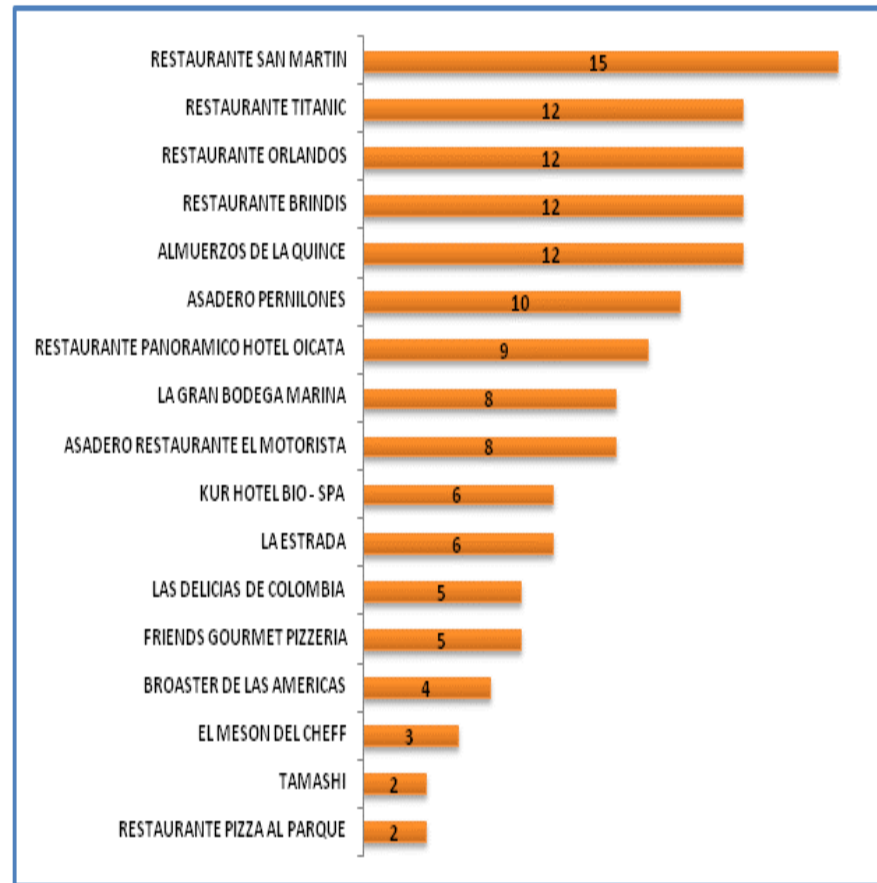


RESULTADOS:

Tabla 18. Años de funcionamiento del Restaurante

ITEM	HOTEL	AÑOS FUNCIONAMIENTO
1	RESTAURANTE SAN MARTIN	15
2	RESTAURANTE TITANIC	12
3	RESTAURANTE ORLANDOS	12
4	RESTAURANTE BRINDIS	12
5	ALMUERZOS DE LA QUINCE	12
6	ASADERO PERNILONES	10
7	RESTAURANTE PANORAMICO HOTEL OICATA	9
8	LA GRAN BODEGA MARINA	8
9	ASADERO RESTAURANTE EL MOTORISTA	8
10	KUR HOTEL BIO - SPA	6
11	LA ESTRADA	6
12	LAS DELICIAS DE COLOMBIA	5
13	FRIENDS GOURMET PIZZERIA	5
14	BROASTER DE LAS AMERICAS	4
15	EL MESON DEL CHEFF	3
16	TAMASHI	2
17	RESTAURANTE PIZZA AL PARQUE	2

Gráfica16. Años de funcionamiento del Restaurante



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De los 26 restaurantes encuestados, 17 indicaron el tiempo de funcionamiento, de los cuales **11** tienen menos de 10 años y **6** tienen un tiempo igual o superior a 10 años. Más del 50% de los restaurantes que participaron en el diligenciamiento de la encuesta, fueron abiertos y se encuentran funcionando en un tiempo inferior a 10 años, lo que indica el aumento de la demanda de estos establecimientos en la última década, evidenciando el desarrollo de la actividad turística de Duitama y con él, la demanda de servicios turísticos como la gastronomía, para satisfacer las necesidades y gustos de los turistas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA

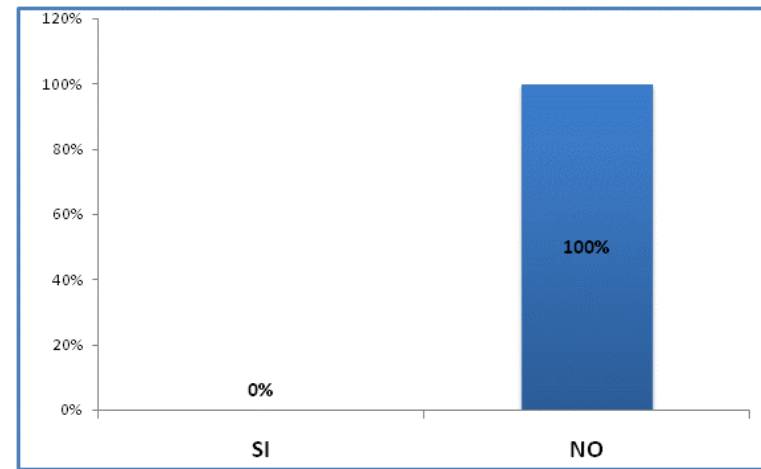


- **El Restaurante está afiliado a alguna organización gremial o asociativa:**

Tabla 19. Afiliación del Restaurante a una organización gremial o asociativa

OPCION	No. Restaurantes	PARTICIPACION
SI	0	0%
NO	26	100%
Cual?	Ninguna	

Grafica 19. Afiliación del Restaurante



ANALISIS E INTERPRETACION:

El 100% de los restaurantes encuestados respondieron que **NO** se encuentran afiliados a ninguna organización gremial o asociativa. Pese que el Municipio de Duitama, tiene una gran oferta de Restaurantes, de acuerdo con la muestra obtenida para el presente estudio, ninguno de los establecimientos encuestados se encuentra afiliado a alguna asociación o agremiación; en la mayoría de los casos se debe a la falta de cultura asociativa y al desconocimiento que existe principalmente en los pequeños y medianos negocios que se dedican a esta actividad, algunos de ellos de manera informal, sobre los beneficios y ventajas que trae para la industria



Gastronómica, afiliarse a este tipo de asociaciones que contribuyen al desarrollo y fortalecimiento del sector, en consecuencia generando un valor agregado y servicio de calidad para quienes demandan del servicio.

Entre los beneficios de asociarse, se encuentra el acceso a medios tecnológicos como páginas web, redes sociales y otros, para difundir y publicitar su negocio; así mismo hacer parte de Convenios y alianzas estratégicas con los demás actores de la cadena productiva de la industria gastronómica, obteniendo descuentos y ventajas comerciales, capacitación y asesorías; además de contar con un vocero ante organismos privados y públicos en busca de defender los intereses de sus asociados.

- ii. **Descripción del Restaurante:** A través de este aspecto, se indagó sobre la capacidad instalada de los Restaurantes dado en número de mesas, así como la capacidad de atención en número de personas, precios promedios y tipos de platos ofrecidos.

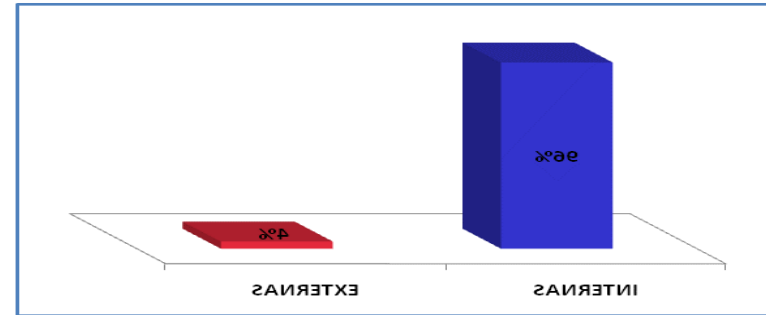
- **Número de Mesas y Capacidad total del Restaurante en número de personas**

RESULTADOS:

Tabla 20. Número de Mesas

UBICACIÓN MESAS	CANT. MESAS	PARTICIPACION	CANT. RESTAURANTES
INTERNAS	704	96%	26
EXTERNAS	27	4%	3
TOTAL MESAS	731	100%	

Gráfica18. Número de Mesas

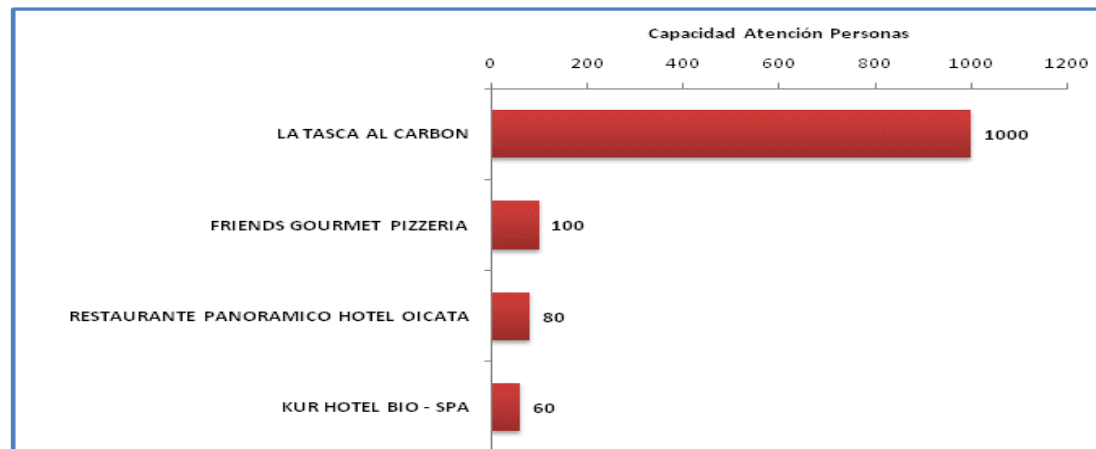


Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

Tabla 21. Capacidad Total del Restaurante

No.	RESTAURANTE	CAPACIDAD TOTAL DEL RESTAURANTE (PERSONAS)	PARTICIPACION
1	LA TASCA AL CARBON	1000	81%
2	FRIENDS GOURMET	100	8%
3	RESTAURANTE PANORAMICO	80	6%
4	KUR HOTEL BIO - SPA	60	5%
	TOTAL CAPACIDAD	1240	100%

Gráfica19. Capacidad Total del Restaurante



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION:

En los 26 restaurantes encuestados existen una disponibilidad total de **731** mesas, distribuidas así: **704** mesas internas y **27** externas, correspondiendo al 96% y 4%, respectivamente.

La totalidad de los establecimientos gastronómicos que participaron en la encuesta, disponen de mesas internas, mientras que solo 3 restaurantes tienen disponibilidad de mesas externas.

Con relación a la capacidad de los restaurantes, solo se obtuvo una muestra de 4 establecimientos de los 26 encuestados, por lo tanto no es suficiente para hacer el análisis comparativo; sin embargo a continuación se suministran los datos arrojados en la aplicación de la encuesta: De acuerdo a los resultados, los 4 restaurantes tienen una capacidad total para atender a **1240** personas. El establecimiento gastronómico con mayor capacidad es **La Tasca al Carbón**, con una capacidad de 1000 personas con disponibilidad de 300 mesas internas, seguido por el **Friends Gourmet Pizzería** con 100 personas y 25 mesas.

CONCLUSIONES:

No obstante, teniendo en cuenta que la muestra es insuficiente para reflejar la capacidad total de atención de personas por parte de los establecimientos gastronómicos, se puede observar que en comparación con la capacidad de alojamiento obtenida en el análisis realizado a los hoteles, cuyo resultado fue 868 personas, los restaurantes tiene la capacidad suficiente para atender la demanda de este servicio por parte de los turistas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

- **Precio promedio y tipos de platos ofrecidos por el Restaurante:**

RESULTADOS:

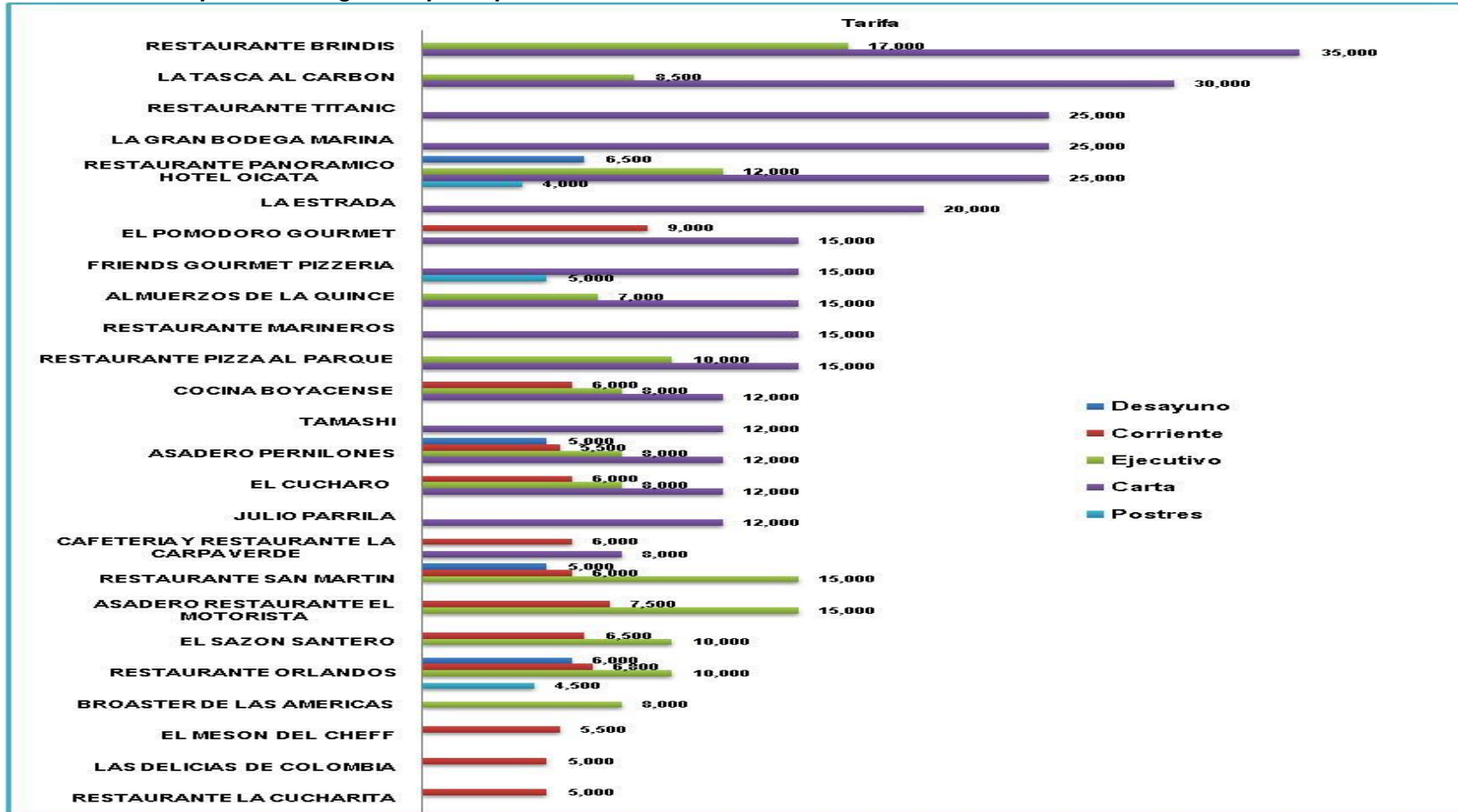
Tabla 22. Precio promedio según el tipo de plato

No.	RESTAURANTE	Precio promedio por tipo de platos (pesos)				
		Desayuno	Corriente	Ejecutivo	Carta	Postres
1	RESTAURANTE BRINDIS	-	-	17,000	35,000	-
2	LA TASCA AL CARBON	-	-	8,500	30,000	-
3	RESTAURANTE TITANIC	-	-	-	25,000	-
4	LA GRAN BODEGA MARINA	-	-	-	25,000	-
5	RESTAURANTE PANORAMICO HOTEL OICATA	6,500	-	12,000	25,000	4,000
6	LA ESTRADA	-	-	-	20,000	-
7	EL POMODORO GOURMET	-	9,000	-	15,000	-
8	FRIENDS GOURMET PIZZERIA	-	-	-	15,000	5,000
9	ALMUERZOS DE LA QUINCE	-	-	7,000	15,000	-
10	RESTAURANTE MARINEROS	-	-	-	15,000	-
11	RESTAURANTE PIZZA AL PARQUE	-	-	10,000	15,000	-
12	COCINA BOYACENSE	-	6,000	8,000	12,000	-
13	TAMASHI	-	-	-	12,000	-
14	ASADERO PERNILONES	5,000	5,500	8,000	12,000	-
15	EL CUCHARO	-	6,000	8,000	12,000	-
16	JULIO PARRILA	-	-	-	12,000	-
17	CAFETERIA Y RESTAURANTE LA CARPA VERDE	-	6,000	-	8,000	-
18	RESTAURANTE SAN MARTIN	5,000	6,000	15,000	-	-
19	ASADERO RESTAURANTE EL MOTORISTA	-	7,500	15,000	-	-
20	EL SAZON SANTERO	-	6,500	10,000	-	-
21	RESTAURANTE ORLANDOS	6,000	6,800	10,000	-	4,500
22	BROASTER DE LAS AMERICAS	-	-	8,000	-	-
23	EL MESON DEL CHEFF	-	5,500	-	-	-
24	LAS DELICIAS DE COLOMBIA	-	5,000	-	-	-
25	RESTAURANTE LA CUCHARITA	-	5,000	-	-	-
	TOTAL	22,500	74,800	136,500	303,000	13,500
	VALOR PROMEDIO PLATO	5,625	6,233	10,500	17,824	4,500

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos



Gráfica20. Precio promedio según el tipo de plato



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Tabla 23. Tipos de Platos ofrecidos por el Restaurante

No.	RESTAURANTE	Platos creados en el Restaurante	Típico de la Zona	Típico Nacional	Internacional	TOTAL PLATOS
1	KUR HOTEL BIO - SPA	X			X	2
2	COCINA BOYACENSE	X				1
3	LA ESTRADA	X	X	X	X	4
4	LAS DELICIAS DE COLOMBIA	X				1
5	RESTAURANTE TITANIC				X	1
6	BROASTER DE LAS AMERICAS	X				1
7	LA GRAN BODEGA MARINA		X			1
8	TAMASHI	X				1
9	ASADERO PERNILONES	X	X	X	X	4
10	EL POMODORO GOURMET	X				1
11	EL CUCHARO	X	X			2
12	FRIENDS GOURMET PIZZERIA	X			X	2
13	RESTAURANTE SAN MARTIN	X	X			2
14	CAFETERIA Y RESTAURANTE LA CARPA VERDE	X				1
15	RESTAURANTE LA CUCHARITA	X				1
16	JULIO PARRILA	X				1
17	EL SAZON SANTERO	X				1
18	ASADERO RESTAURANTE EL MOTORISTA	X	X			2
19	LA TASCA AL CARBON	X		X	X	3
20	RESTAURANTE PANORAMICO HOTEL OICATA	X			X	2
21	EL MESON DEL CHEFF		X			1
22	RESTAURANTE ORLANDOS	X	X			2
23	RESTAURANTE BRINDIS	X				1
24	ALMUERZOS DE LA QUINCE	X				1
25	RESTAURANTE MARINEROS	X				1
26	RESTAURANTE PIZZA AL PARQUE	X				1
	TOTAL RESTAURANTES	23	8	3	7	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a los resultados obtenidos, al ser consultados los restaurantes por los precios según el tipo de plato, fue respondido este aspecto por 25 de los 26 establecimientos que participaron en la encuesta.

Los precios para el **desayuno** oscilan entre \$5.000 y \$6.500. Solo 4 restaurantes ofrecen este plato y el precio promedio es \$5.625.

Para el caso del almuerzo **corriente**; las tarifas se encuentran entre \$5.000 y \$9.000. 12 restaurantes ofrece este tipo de plato y valor promedio es de \$6.233.

Respecto al plato **ejecutivo**, los precios oscilan entre \$7.000 y \$17.000, con un precio promedio de \$10.500; y es ofrecido por 13 establecimientos de gastronomía. En relación con los platos a la **carta**, las tarifas establecidas van desde \$8.000 hasta \$35.000, con un precio promedio de \$17.824. Este es el plato con mayor número de restaurantes que lo incluyen dentro de su menú, representados en la muestra por 17 establecimientos.

De otra parte, los precios de los **postres** oscilan entre \$4.000 y \$5.000, con un precio promedio de \$4.500. Es el plato menos ofrecido por los restaurantes, tan solo 3 de ellos, de acuerdo a la muestra obtenida, lo incluyen dentro del menú. El establecimiento con las tarifas más altas en los platos Ejecutivo y a la Carta, es el **Restaurante Brindis**.

Ninguno de los 26 restaurantes que diligenciaron este aspecto de la encuesta, ofrecen los 5 tipos de platos (Desayuno, Corriente, Ejecutivo, Carta y Postre). En cuanto a los platos ofrecidos por el restaurante, según su origen, es decir creados por el restaurante, típico de la zona, típico nacional o Internacional; de los **26** establecimientos de gastronomía encuestados, 23 afirma que los platos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



incluidos en su menú son **creados en el restaurante**; **8** ofrecen platos **típicos de la zona**; **3** restaurantes presentan dentro de su carta platos **típicos Nacionales** y **7** le brindan a sus clientes platos **Internacionales**.

Solo 2 establecimientos ofrecen los 4 tipos de comidas (Creados en el Restaurante, Típicos de la zona, Típicos Nacionales e Internacionales), que son: Restaurante La Estrada y Asadero Pernilones.

CONCLUSIONES:

La oferta gastronómica incluye todo tipo de platos, que van desde creados por los restaurantes, típicos de la zona, nacionales y comida internacional, lo que le brinda al consumidor y en especial al Turista varias opciones de acuerdo con su gusto y preferencias.

En cuantos a las tarifas establecidas, los precios promedios son accesibles y dependen del servicio y la calidad de los platos ofrecidos.

No obstante lo anterior, se evidencia la escases en la oferta de platos típicos de la región por parte de la mayoría de los establecimientos de gastronomía que hacen parte de la muestra, siendo este un factor fundamental en la promoción de las tradiciones culturales y gastronómicas de la región.

- iii. **Adecuaciones Especiales:** Con el propósito de establecer los procesos con los que cuenta el Restaurante, se consultó sobre aspectos relacionados con la manipulación de alimentos, el manejo adecuado de basuras y residuos sólidos y programas de higiene, entre otros, obteniendo los siguientes resultados:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

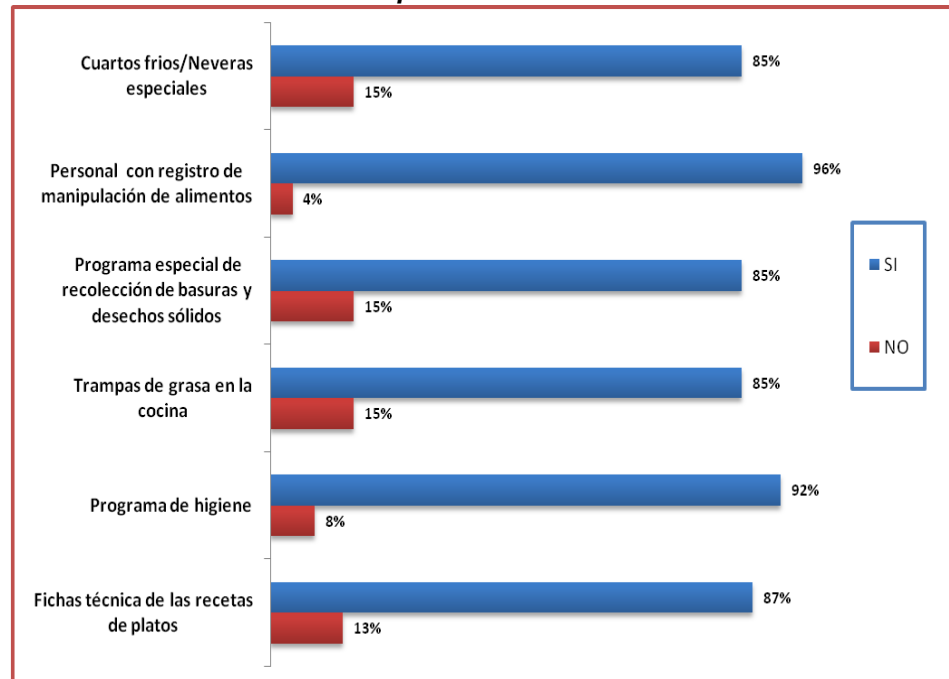
- **Adecuaciones Especiales:**

RESULTADOS:

Tabla 24. Adecuaciones Especiales Restaurantes

DESCRIPCIÓN	OPCION	RESPUESTA	PARTICIPACION
El Restaurante cuenta con cuartos fríos/Neveras especiales	SI	22	85%
	NO	4	15%
El Personal del Restaurante tiene registro de manipulación de alimentos	SI	25	96%
	NO	1	4%
El Restaurante cuenta con programa especial de recolección de basuras y residuos	SI	22	85%
	NO	4	15%
El Restaurante cuenta con trampas de grasa en la cocina	SI	22	85%
	NO	4	15%
El Restaurante cuenta con programa de higiene	SI	24	92%
	NO	2	8%
El Restaurante cuenta con fichas técnicas de las recetas de platos	SI	20	87%
	NO	3	13%

Gráfica21. Adecuaciones Especiales Restaurantes



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos



ANALISIS E INTERPRETACION:

El **85%** de los Restaurantes cuentan dentro de su capacidad instalada con **cuartos fríos/neveras especiales** mientras el **15%** no posee esos equipos. En cuanto a los restaurantes que tienen personal **con registro de manipulación de alimentos**, la mayor parte de los establecimientos cumplen con esta norma representados en la muestra por el **96%**, frente un reducido **4%** que no cuenta el requisito. Así mismo el **85%** de los restaurantes manejan el **programa especial de recolección de basuras y residuos sólidos** y cuentan con **trampas de grasa en la cocina**. De otra parte, el **92%** de los restaurantes tiene implementado el **Programa de higiene** y el **87%** cuentan con **Fichas Técnicas de las Recetas de Platos**.

CONCLUSIONES:

La mayor parte de los Restaurantes encuestados cuentan dentro de su infraestructura con las adecuaciones especiales para su óptimo funcionamiento, en concordancia con la normatividad del sector; lo que significa que tanto su capacidad instalada como el personal empleado cumplen con la mayor parte de reglamentos establecidos para esta clase de actividades, procurando medidas de higiene y sanidad frente a la manipulación y procesamiento de alimentos para la venta.

Se hace necesario llevar a cabo por parte de las autoridades locales, controles en los sitios destinados a la elaboración y venta de alimentos, con el fin de verificar la implementación de procesos para la manipulación y conservaciones de alimentos en condiciones de óptimas de temperatura e higiene, así como el manejo de un programa especial de recolección de basuras y residuos sólidos por parte de los establecimientos que aun no cuentan con las adecuaciones especiales y que por lo tanto no están cumpliendo con la reglamentación vigente.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



iv. **Descripción de Servicios Complementarios:** Con el propósito de identificar los servicios complementarios que ofrecen los restaurantes ubicados la zona de influencia del Producto Turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA, se definieron 14 ítems para que los encuestados suministraran los datos de aquellos que si hacen parte de su equipamiento e infraestructura, así:

RESULTADOS:

Tabla 25. Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante

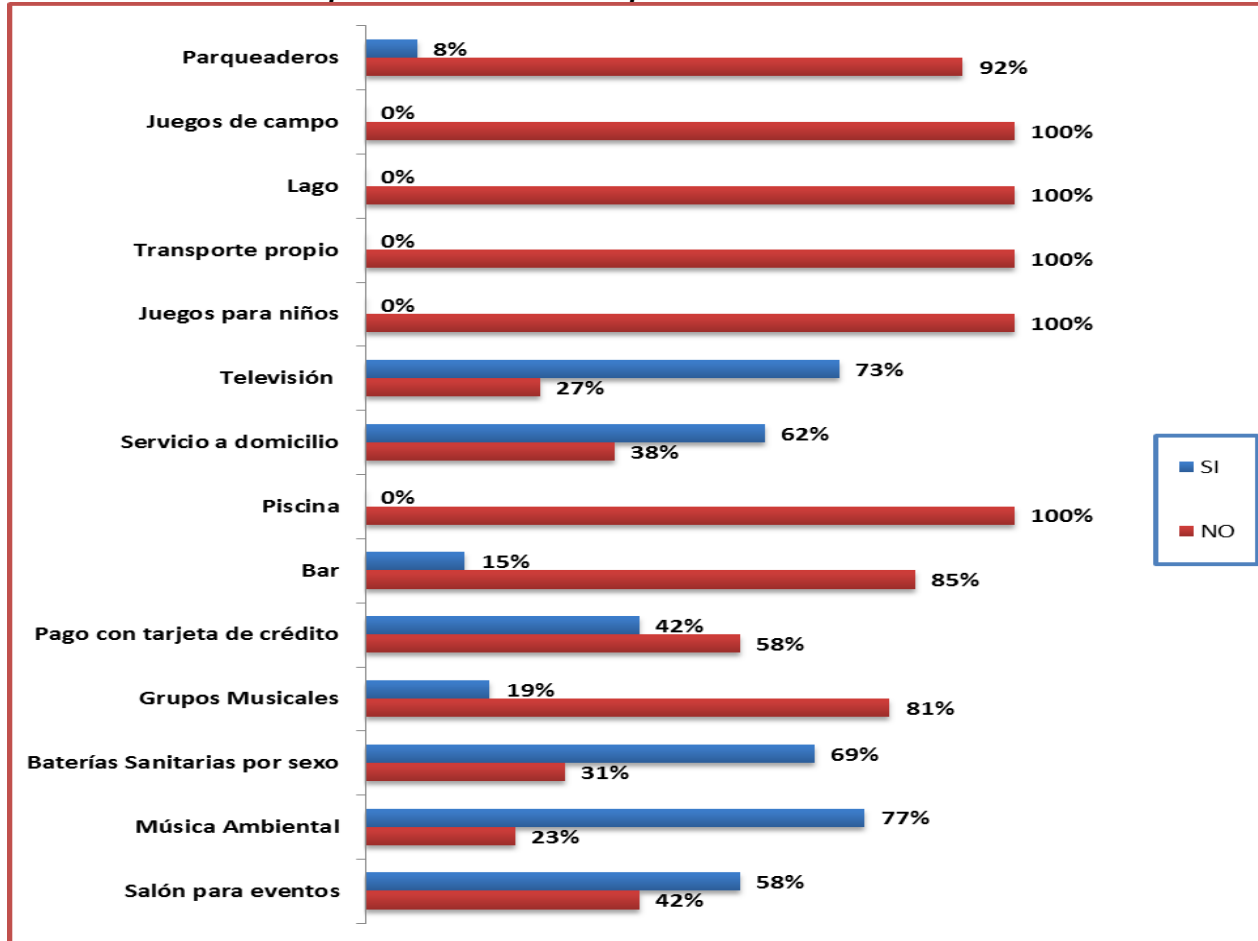
No.	DESCRIPCIÓN SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	OPCION RESPUESTA	No. RESTAURANTES	PARTICIPACION
1	Parqueaderos	SI	7	8%
		NO	24	92%
2	Juegos de campo	SI	0	0%
		NO	26	100%
3	Lago	SI	0	0%
		NO	26	100%
4	Transporte propio	SI	0	0%
		NO	26	100%
5	Juegos para niños	SI	0	0%
		NO	26	100%
6	Televisión	SI	19	73%
		NO	7	27%
7	Servicio a domicilio	SI	16	62%
		NO	10	38%
8	Piscina	SI	0	0%
		NO	26	100%
9	Bar	SI	4	15%
		NO	22	85%
10	Pago con tarjeta de crédito	SI	11	42%
		NO	15	58%
11	Grupos Musicales	SI	5	19%
		NO	21	81%
12	Baterías Sanitarias por sexo	SI	18	69%
		NO	8	31%
13	Música Ambiental	SI	20	77%
		NO	6	23%
14	Salón para eventos	SI	15	58%
		NO	11	42%

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica22. Servicios Complementarios ofrecidos por el Restaurante



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos



ANALISIS E INTERPRETACION:

El 100% de los Restaurantes indican que no ofrecen los servicios complementarios de: **Juegos de Campo, lago, Transporte propio, juegos para niños y piscina**. El **92%** de los establecimientos, no cuentan con **parqueadero**, y el **85%** no tiene **bar**. Así mismo, el **81%** de los restaurantes no ofrece **grupos musicales**.

En cuanto al **pago con Tarjeta de Crédito** el 42% menos de la mitad de los establecimientos encuestados reciben este medio de pago.

De otra parte, los servicios complementarios que **SI** ofrecen los restaurantes del Municipio de Duitama, son: **Música Ambiental** en el **77%** de los establecimientos; **Televisión** en el **73%**; **Baterías Sanitarias por Sexo** en el **69%**; **Servicio a Domicilio** en el **62%** y **Salón de eventos** en el **58%** de los establecimientos de gastronomía.

CONCLUSIONES:

Los restaurantes que conforman la oferta gastronómica del Municipio de Duitama, no poseen en su mayoría, la infraestructura y equipamiento necesarios para ofrecer servicios complementarios al turista, como lo son: Parqueaderos, pagos con tarjeta de crédito entre otros; que son fundamentales a la hora de elegir el sitio por parte de los turistas.

Es de anotar, que sigue evidenciándose los escasos de establecimientos gastronómicos ubicados en la zona rural, con lo cual también es factible ofrecer servicios como juegos de campo, lago, juegos para niños, entre otros; y con ello fortaleciendo la actividad turística en la zona de influencia del producto turístico DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Descripción Personal del Restaurante: Se indago entre los restaurantes el personal contratado para la prestación del servicio de restaurante, definiendo si es de forma permanente o temporal; obteniendo los siguientes resultados:

RESULTADOS:

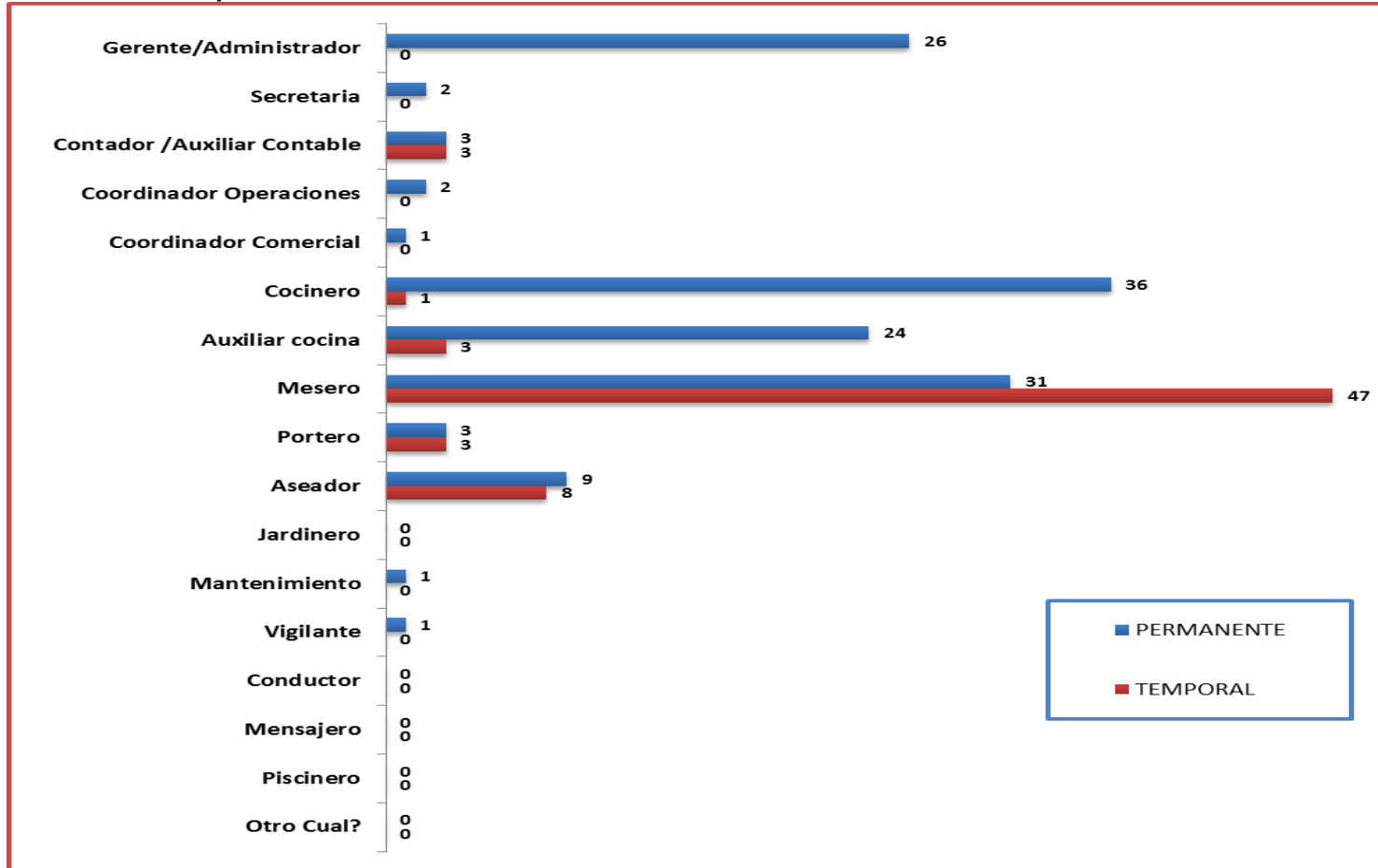
Tabla 26. Descripción Personal Contratado Establecimientos Gastronómicos

CARGO	TIPO DE EMPLEO		TOTAL OCUPACION	RESTAURANTES
	PERMANENTE	TEMPORAL		
Gerente/Administrador	26	0	26	26
Secretaria	2	0	2	2
Contador /Auxiliar Contable	3	3	6	6
Coordinador Operaciones	2	0	2	2
Coordinador Comercial	1	0	1	1
Cocinero	36	1	37	26
Auxiliar de Cocina	24	3	27	20
Mesero	31	47	78	25
Portero	3	3	6	3
Aseador	9	8	17	13
Jardinero	0	0	0	0
Mantenimiento	1	0	1	1
Vigilante	1	0	1	1
Conductor	0	0	0	0
Mensajero	0	0	0	0
Piscinero	0	0	0	0
Otro Cual?	0	0	0	0
TOTAL PERSONAL EMPLEADO	139	65	204	
PARTICIPACION	68%	32%	100%	

Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos



Gráfica 23. Descripción Personal Contratado Establecimientos Gastronómicos



Fuente: Encuesta aplicada Exploración inicial del Estado del Arte de Servicios Turísticos

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo a las respuestas dadas por los establecimientos encuestados, el resultado arrojado es de 204 personas ocupadas, de las cuales el **68%** corresponden a **139 empleos permanentes** y el **32%** que equivale a **65** personas, son **empleos temporales**.

El empleo que ocupa mayor personal en los restaurantes encuestados, es el de **Mesero**, con un total de **78** personas contratadas, 31 permanentemente y 47 de forma temporal, para realizar esta labor en los 25 de los 26 establecimientos que hicieron parte de la muestra; el segundo empleo con mayor índice de ocupación es el de **Cocinero** con un total de **37** empleos demandados en todos los restaurantes, 36 de forma permanente y 1 temporal; seguido por el cargo de **Auxiliar de Cocina** con un total de **27** empleos en 20 restaurantes, 24 de forma permanente y 3 temporales y el empleo de **Gerente/Administrador** con una demanda de 26 profesionales de forma permanente. El cargo de **Aseador** tiene una ocupación de **17** personas, entre 9 contratados de forma permanente y 8 temporales.

Para los empleos de **Contador/Auxiliar Contable** y Portero se contratan **6** personas cada uno, 3 de manera permanente y 3 temporales. De igual forma, para las labores de **Secretaria y Coordinador de Operaciones** se contratan **2** personas para cada uno de forma permanente. Los cargos que tienen menor demanda entre los Restaurantes, **Coordinador Comercial, Mantenimiento y Vigilante**, con una persona empleada por cada uno de los empleos de forma permanente. Los Restaurantes no ocupan personal para las labores **Jardinero, Conductor, Mensajero y Piscinero**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





CONCLUSIONES:

La actividad gastronómica genera aproximadamente 204 empleos directos permanentes y/o temporales; en su mayoría para realizar labores que requieren perfil técnico y operativo, principalmente para desempeñar los cargos de cocinero, auxiliar de cocina y mesero; por lo cual se hace necesario que el sector educativo (SENA, Institutos Técnicos y Universidad) brinden programas para desarrollar las competencias del recurso humano en las áreas de mayor demanda dentro del sector de Restaurantes, que lleven a consolidar el turismo y la gastronomía como un atractivo de Duitama. No obstante lo anterior, también hay una demanda por los perfiles profesionales, para desempeñar cargos relacionados con las áreas administrativas y contables; así como también se refleja que la mayor parte de los empleos son permanentes, lo cual brinda estabilidad al personal contratado.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





- 4. UN INFORME DE ANÁLISIS DEL MERCADO Y ENTREGA DEL PERFIL DEL NICHU DE MERCADO AL CUAL SE DIRIGIRÁ EL PRODUCTO.**

- 5. INFORME CON LOS INDICADORES EXISTENTE DE LA DEMANDA Y DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS EXPLORATORIA REALIZADA EN LA ZONA DE ESTUDIO A GESTORES Y COMERCIALIZADORES.**

- 6. INDICADORES DE LA DEMANDA Y DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



ANALISIS ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO PRODUCTO TURISTICO MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

PRESENTACION:

Con el propósito de conocer las características de la demanda turística de DUITAMA – BOYACA, a través de la identificación del perfil socio-demográfico del turista (Edad, situación laboral, tamaño del grupo de viaje , medios de transportes utilizado en el viaje, tipos y categorías de alojamientos, principales motivos de la estancia, actividades realizadas durante la estadía, etc), grado de satisfacción de los visitantes, preferencias de viaje, decisiones en gastos y otros aspectos determinantes y análisis del nicho de mercado; se aplicó una encuesta dirigida a turistas en el Municipio de Duitama, obteniendo un muestra para el presente análisis de 47 encuestados.

La encuesta aplicada se dividió en dos partes principalmente: la primera que contiene aspectos generales de gustos y hábitos de viaje del Turista y la segunda, orientada a conocer específicamente perfiles y comportamientos de los visitantes que conforman la demanda de este destino turístico, para definir el mercado objetivo hacia quienes se deben dirigir la estrategias de mercado y promoción, así como identificar las oportunidades y amenazas del producto turístico DUITAMA – BOYACA.

Dentro de esta perspectiva, se consultaron los aspectos relacionados con:

- Lugar de procedencia
- Edad

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





- Ocupación u Oficio
- Tiempo de Permanencia
- Frecuencia de viaje
- Motivo de Viaje
- Tipo de Alojamiento
- Época del año destinada a viajar
- Medio de Transporte utilizado
- Tamaño grupo de viaje
- Actividades realizadas durante la estadía
- Nivel de gasto
- Consulta de información y factores previos de elección del destino
- Actividad y/o atractivos del destino
- Nivel de satisfacción del turista

OBJETIVO:

El objetivo de la encuesta es recolectar información que permita el diseño y desarrollo del producto turístico para el Municipio de Duitama, Departamento de Boyacá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por los turistas del Municipio del Municipio de Duitama, mayores de 18 años; la cual fue respondida por un total de 47 personas turistas, que se encontraban de visita el destino turístico DUITAMA..

La aplicación de la Encuesta se efectuó en el mes de agosto de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a los turistas que se encuentran visitando los diferentes atractivos de este destino turístico.

La Encuesta se estructuró en dos partes, la primera conformada por preguntas desde la 1 a la 13 del cuestionario, relacionadas con el análisis de las variables de edad, actividad u ocupación, procedencia entre otros. Y una Segunda parte, a partir de la pregunta 14 a la 30, a través de las cuales se indagó sobre la variables que influyen específicamente en el destino turístico de DUITAMA-BOYACA, entre dichos factores, el medio por los cuales se enteran del destino, motivación del viaje, tipo de transporte, tiempo de permanencia en el destino turístico, frecuencia de visita, aspectos negativos y positivos del destino turístico, etc. Algunas preguntas, requería de una valoración en una escala dada en donde el 1 siempre es el valor mínimo.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS ENCUESTA ESTUDIO DE MERCADO PRODUCTO TURISTICO DUITAMA, BOYACA.

8.1. PRIMERA PARTE: PERFIL CARACTERISTICAS GENERALES DEL TURISTA RECEPTOR

- Procedencia del Turista:

Con el fin de conocer el lugar de procedencia de los turistas que visitan el Municipio de DUITAMA, para determinar la demanda por parte de los locales, nacionales o turistas extranjeros, se consultó este aspecto, obteniendo los siguientes resultados:

TABLA 1. PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA

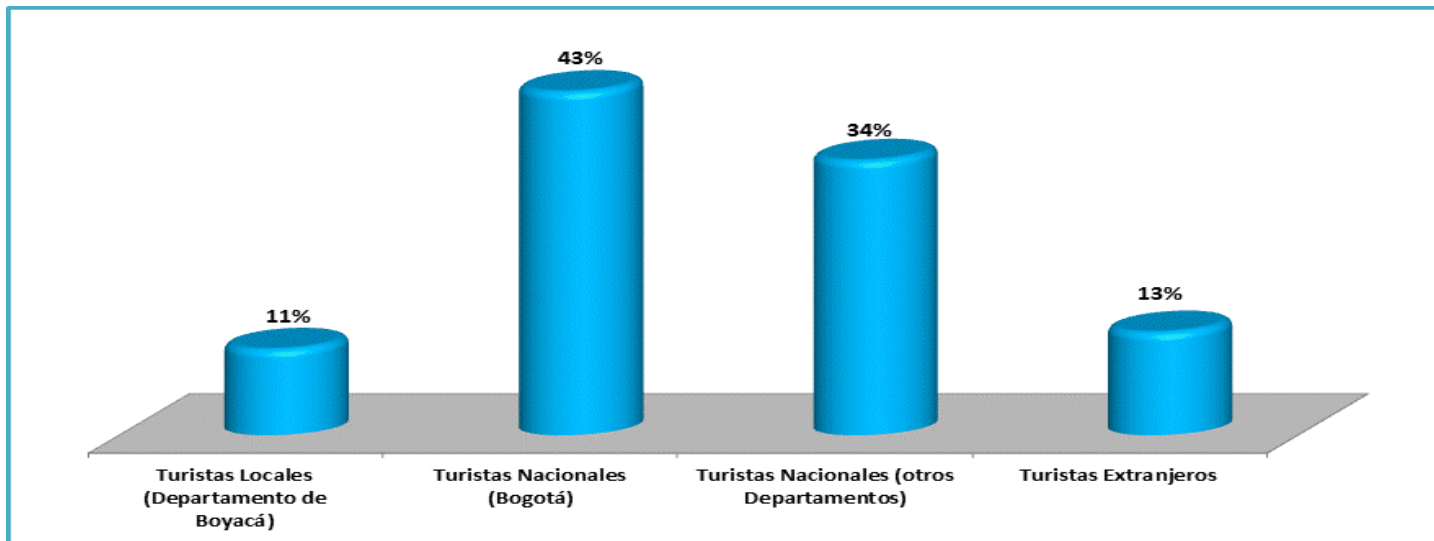
LUGAR DE PROCEDENCIA	RESPUESTAS	TOTAL	PARTICIPACION%
TURISTAS LOCALES (DEPARTAMENTO DE BOYACA)			
Belencito	1	5	11%
Soracá	1		
Ramiriquí	1		
Boyacá	1		
Tunja	1		
TURISTAS NACIONALES PROVENIENTES DE BOGOTA			
BOGOTA	20	20	43%
TURISTAS NACIONALES DE OTROS DEPARTAMENTOS			
<i>LLANOS ORIENTALES</i>			
Puerto López	1	16	34%
<i>SANTANDER</i>			
Bucaramanga	3		
Santander	1		
Barrancabermeja	1		
<i>CUNDINAMARCA</i>			
Guavio Cundinamarca	1		
Cundinamarca	1		
<i>ANTIOQUIA</i>			

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Medellín	1		
ATLANTICO			
Barranquilla	1		
CALDAS			
Manizales	1		
VALLE			
Cali	4		
TOLIMA			
Ibagué	1		
TURISTA EXTRANJEROS			
El Salvador	1	6	13%
México	4		
Paraguay	1		
TOTALES		47	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá



GRAFICA 1. PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

Del total de turistas encuestados, el **43%** tiene como lugar de origen la ciudad de Bogotá, debido al factor de cercanía entre el Distrito Capital y el Departamento de Boyacá, teniendo en cuenta la importante vía terrestre que une estas dos ciudades.

Seguido por un **34%** que corresponde a visitantes cuyos lugares de origen son los diferentes Departamentos o regiones del país, principalmente del Departamento de Santander y Cundinamarca con el mayor número de turistas nacionales, y en menor proporción, se encuentran los visitantes de los Departamentos de Antioquia, Caldas, Valle, Llanos Orientales y Tolima, entre otros. Así mismo, los turistas extranjeros hacen presencia y para la muestra se obtuvo una representación del **13%** de los visitantes encuestados, provenientes de los países de México, El Salvador y Paraguay; lo que evidencia la demanda turística por parte de extranjeros, Por último, se analizó también la demanda por parte de visitantes del mismo Departamento o zona de influencia del producto turístico, encontrando un 11% del total de la muestra encuestada, cuya ciudad de origen corresponden a las poblaciones cercanas a Duitama, como Tunja.

Sobre este aspecto, la encuesta arrojó los siguientes resultados:

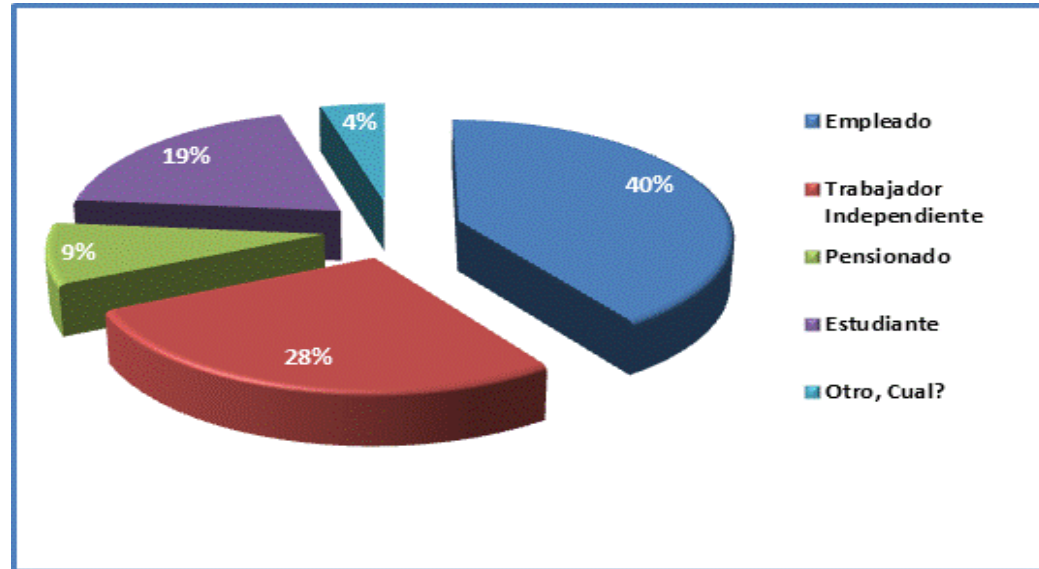
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





TABLA 2. ACTIVIDAD DE LOS TURISTAS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA

ACTIVIDAD	RESPUESTAS	PARTICIPACION%
Empleado	19	40%
Trabajador Independiente	13	28%
Pensionado	4	9%
Estudiante	9	19%
Otro, Cual? Casa, Docente	2	4%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boya

RESULTADOS:

El **40%** de los turistas encuestados indicaron que son **Empleados**, mientras un **28%** son **trabajadores Independientes**, seguido de un **19%** conformado por Estudiantes, el **9%** de la muestra son **pensionados** y un reducido **4%** que manifestaron otra actividad, indicando Hogar y la Docencia.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





La demanda de turistas de Duitama, está conformada en su mayoría por empleados, variable que influye positivamente en el turismo, ya que otorga una mayor capacidad de gasto por parte del visitante, generando una dinámica entre todos los actores de la actividad turística.

De otra parte, se hace evidente cada día un mayor número de trabajadores independientes que se convierten en un segmento importante para captar y fidelizar, ya que están dispuestos a efectuar gastos por concepto de bienes y servicios turísticos en la medida que éstos sean de buena calidad y satisfagan los gustos y necesidades de los visitantes.

Así mismo, los estudiantes, representan también un segmento de gran importancia para el turismo, debido a su motivación de viaje así como gustos y hábitos que son diferentes a los demás segmentos lo que genera una oferta variada de productos y servicios turísticos que garantizan una estadía y viaje que dejen en el estudiante una experiencia de vida.

- **Edad del Turista:**

De acuerdo al rango de edad, los turistas demandan servicios y bienes diferentes, por lo cual se hace necesario conocer el perfil del turista, para orientar el producto turístico hacia los gustos y preferencias del nicho de mercado.

En la aplicación de la encuesta, se agruparon por rangos de edad, arrojando el siguiente resultado:

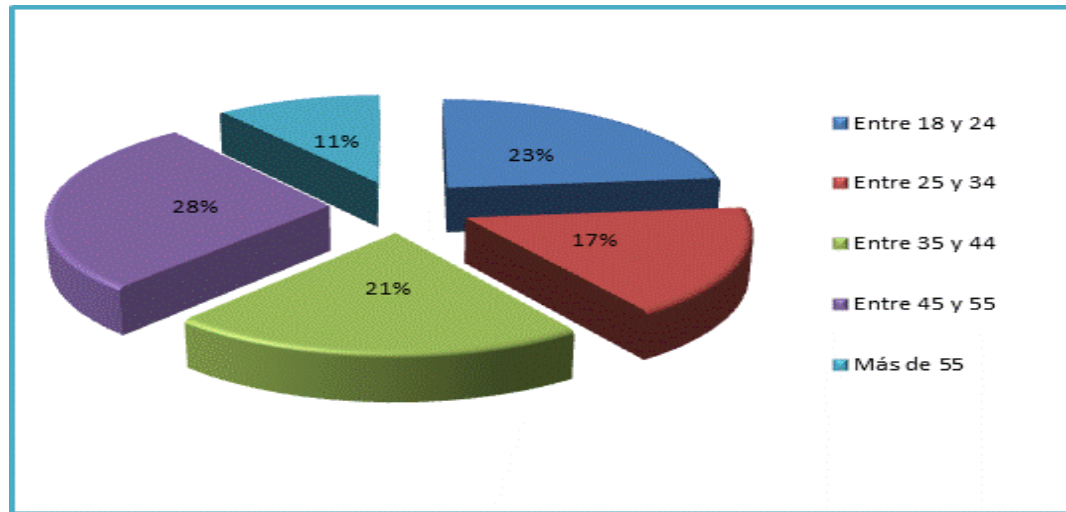
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





TABLA 3. EDAD DE LOS TURISTAS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA GRAFICA 2. EDAD DE LOS TURISTAS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA

ACTIVIDAD	RESPUESTAS	PARTICIPACION%
Entre 18 y 24	11	23%
Entre 25 y 34	8	17%
Entre 35 y 44	10	21%
Entre 45 y 55	13	28%
Más de 55	5	11%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

RESULTADOS:

El 28% de los turistas encuestados, manifestaron estar en el rango entre 45 y 55 años; seguido de un 23% que corresponde al grupo más joven entre 18 y 24 años de edad; al 21% pertenecen los turistas que se encuentran en el rango de edad entre 35 y 44 años.

Por su parte, el 17% es para el rango de 25 y 34 años de edad y un 11% en el cual se encuentran los turistas con más de 55 años de edad.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





CONCLUSIONES:

La demanda de turistas para el Municipio de Duitama, se encuentra conformada por visitantes la mayoría entre las edades de 45 y 55 años, un buen número de jóvenes que se encuentran entre los 18 y 24 años de edad hace parte del segundo grupo, como también la población entre 35 y 44 años de edad. Lo anterior evidencia que Duitama es un destino turístico con atractivos de interés para todos los grupos de edades tanto para jóvenes mayores de 18 años como para las demás personas en edad productiva.

Sin embargo, una menor proporción de la población se encuentra representada por el segmento de personas mayor de 55 años, conformada por turistas que ya alcanzaron su etapa de pensionados, y cuyo deseo es encontrar en los destinos que visitan un lugar de descanso y tranquilidad; por lo cual se hace importante fortalecer el producto turístico DUITAMA – BOYACA, en cuanto al concepto y la percepción de este destino que brinda estos y otros beneficios más que satisfacen las necesidades de la población Adulta Mayor.

- Motivación del Turista para Viajar:

En este aspecto, se indagó sobre la oportunidad que el turista tiene para viajar, la frecuencia con que realiza los viajes, el plan utilizado, el tipo de turismo preferido y la época del año en la que usualmente viaja, con el fin de conocer la disponibilidad para viajar y la motivación en la toma de las decisiones relacionadas con el viaje de turismo.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

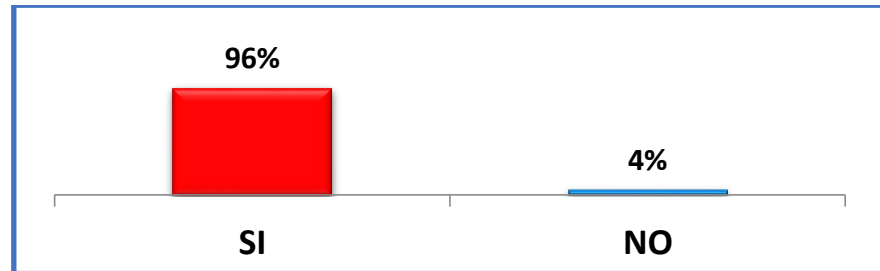


a) Ante la pregunta ¿Tiene la Oportunidad de Viajar?, los turistas encuestados respondieron:

TABLA 4. OPORTUNIDAD DE VIAJE DE LOS TURISTAS

OPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACIÓN %
SI	45	96%
NO	2	4%
TOTAL	47	100%

GRAFICA 4. OPORTUNIDAD DE VIAJE DE LOS TURISTAS



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

RESULTADOS:

El **96%** de los turistas que hicieron parte de la muestra, afirmaron que **SI** tienen oportunidad de viajar frente a un **4%** que respondieron que **NO** cuentan con dicha posibilidad.

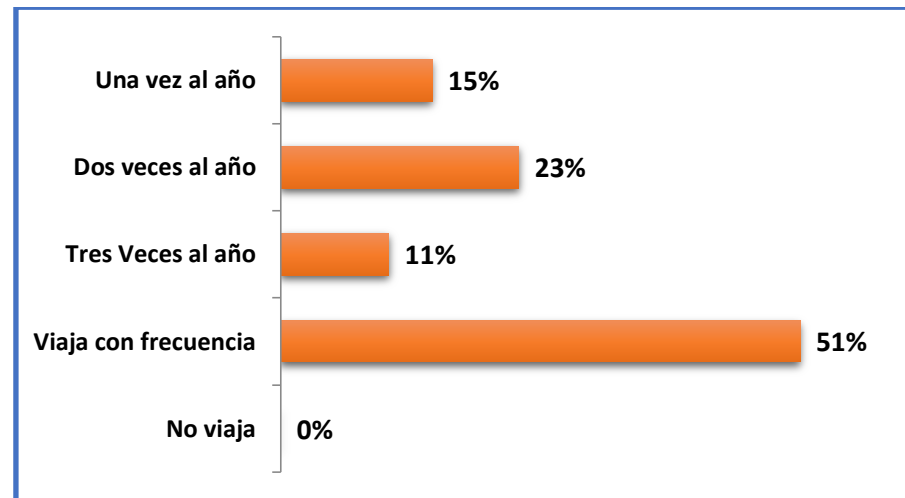
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



b) A la pregunta **¿Con que frecuencia tiene la oportunidad de viajar?**, los turistas respondieron:

TABLA 5. FRECUENCIA DE VIAJE DE LOS TURISTAS

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Una vez al año	7	15%
Dos veces al año	11	23%
Tres Veces al año	5	11%
Viaja con frecuencia	24	51%
No viaja	0	0%
TOTAL	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

RESULTADOS:

El **51%** de los turistas encuestados **Viaja con Frecuencia**, mientras un **23%** lo hace **Dos Veces al año**, seguido por un **15%** que viaja **Una vez al año** y un **11%** cuya frecuencia es de **Tres Veces al año**; ante el enunciado de **No Viaja**, ningún turista señaló esta opción.

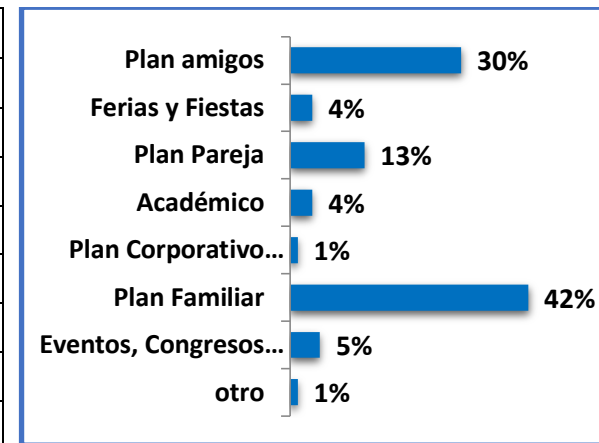


c) A la pregunta ¿Cuándo Viaja por Turismo, qué tipo de Plan realiza (elija dos opciones)?, los turistas respondieron:

TABLA 6. PLAN DE TURISMO DE PREFERENCIA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Plan amigos	23	30%
Ferias y Fiestas	3	4%
Plan Pareja	10	13%
Académico	3	4%
Plan Corporativo (Bienestar Social)	1	1%
Plan Familiar	32	42%
Eventos, Congresos y Convenciones	4	5%
Otro, Cuál? Caminantes	1	1%
TOTALES	77	100%

GRAFICA 6. PLAN DE TURISMO DE PREFERENCIA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

RESULTADOS:

La mayoría de los turistas encuestados, representados en un **42%** afirman escoger el **Plan Familiar** cuando viajan; un **30%** indican que prefieren el **Plan de Amigos**, de otra parte el **13%** elijen el **Plan de Pareja**, mientras que el **5%** de la muestra indica que viaja por **Eventos, Congresos y Convenciones**. Por su parte un **4%** de los turistas que diligenciaron la encuesta, viaja motivado por **Ferias y Fiestas** y otro tanto lo hace en Plan **Académico**. Un reducido **1%** prefiere el **Plan Corporativo (Bienestar Social)** y otro

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



porcentaje similar lo hace en otro tipo de plan, para realizar actividades de Caminata. De acuerdo con los resultados las dos opciones con mayor preferencia seleccionadas por el grupo de turistas encuestados son: **Plan Familiar y Plan de Amigos**. En contraste, las dos alternativas de plan menos elegidas por los turistas, son: **Plan Corporativo (Bienestar Social) y Plan Académico**.

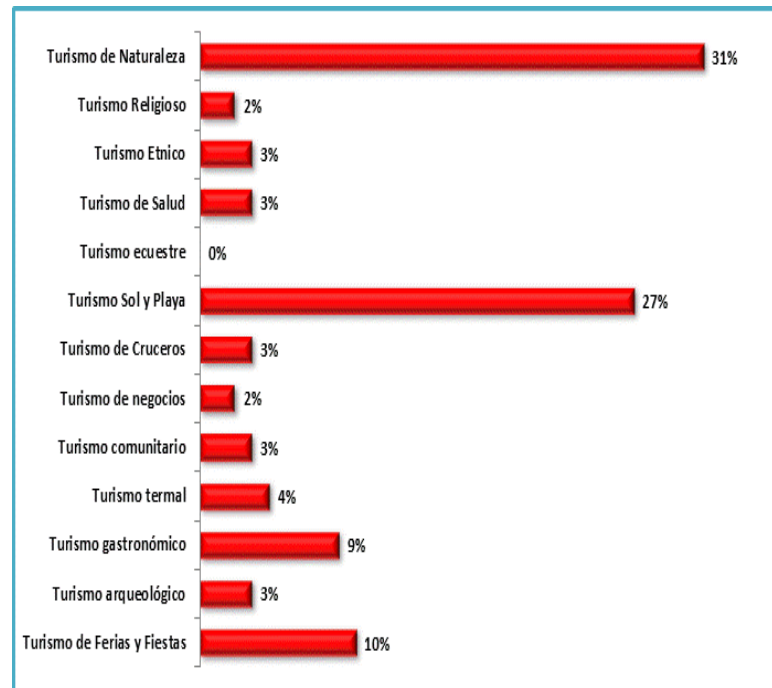
d) A la pregunta ¿Qué tipo de turismo prefiere (elija 2 opciones?), los turistas respondieron:

TABLA 7. TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EL TURISTA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Turismo de Naturaleza	29	31%
Turismo Religioso	2	2%
Turismo Étnico	3	3%
Turismo de Salud	3	3%
Turismo ecuestre	0	0%
Turismo Sol y Playa	25	27%
Turismo de Cruceros	3	3%
Turismo de negocios	2	2%
Turismo comunitario	3	3%
Turismo termal	4	4%
Turismo gastronómico	8	9%
Turismo arqueológico	3	3%
Turismo de Ferias y Fiestas	9	10%
TOTALES	94	100%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 7. TIPO DE TURISMO PREFERIDO POR EL TURISTA



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

De acuerdo con la muestra obtenida, los dos tipos de turismo que los turistas prefieren elegir como motivación principal para viajar, son: **Turismo de Naturaleza**, el cual fue seleccionado por el **31%** de los encuestados y el **Turismo de Sol y Playa**, escogido por el **27%** de los visitantes. De otra parte, el **10%** de los turistas indicó su elección por el **Turismo de Ferias y Fiestas**, seguido por el **9%** que considera el **Turismo Gastronómico**, una buena motivación de viaje. En un menor porcentaje fueron elegidos las siguientes opciones de turismo: con un 4% de la muestra encuestada **Turismo Termal**, con un 3% en cada uno se indicó la preferencia por **Turismo Étnico**, **Turismo de Salud**, **Turismo de Cruceros**, **Turismo Comunitario** y **Turismo Arqueológico**; finalmente con un reducido 2% algunos turistas indicaron como motivación de viaje el **Turismo Religioso** y el **Turismo de Negocios**. Por su parte, el **Turismo Ecuestre** no fue seleccionado por ninguno de los visitantes encuestados.

e) A la pregunta **¿Si le gusta el turismo de naturaleza, por cuál de estos subproductos y segmentos especializados, se inclina más (elija escala de 1-8)?**, los turistas respondieron:

TABLA 8. CLASE DE TURISMO DE NATURALEZA PREFERIDO POR EL TURISTA

NO.	SUBPRODUCTO/SEGMENTO ESPECIALIZADO	VALORACION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
1.	Ecoturismo (Avistamiento de aves, senderos interpretativos)	1	4	14%
		2	0	0%
		3	0	0%
		4	3	11%
		5	0	0%
		6	10	36%
		7	4	14%
		8	7	25%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



2.	Turismo de Aventura (Alternativa del Parapente, rafting, rappel, torrentismo)	1	4	13%
		2	2	7%
		3	2	7%
		4	2	7%
		5	1	3%
		6	4	13%
		7	6	20%
		8	9	30%
3.	Turismo de Aventura -pesca deportiva	1	5	18%
		2	3	11%
		3	5	18%
		4	5	18%
		5	4	14%
		6	2	7%
		7	2	7%
		8	2	7%
4.	Turismo Rural (agroturismo)	1	0	0%
		2	3	11%
		3	4	14%
		4	3	11%
		5	5	18%
		6	3	11%
		7	6	21%
		8	4	14%
5.	Turismo ecuestre	1	6	21%
		2	6	21%
		3	6	21%
		4	3	10%
		5	3	10%
		6	1	3%
		7	3	10%
		8	1	3%
6.	Turismo Cultural	1	1	3%
		2	1	3%
		3	2	7%
		4	4	14%
		5	8	28%
		6	3	10%
		7	6	21%
		8	4	14%
7..	Turismo de Bienestar	1	1	2%
		2	5	17%
		3	5	17%
		4	6	21%
		5	6	21%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

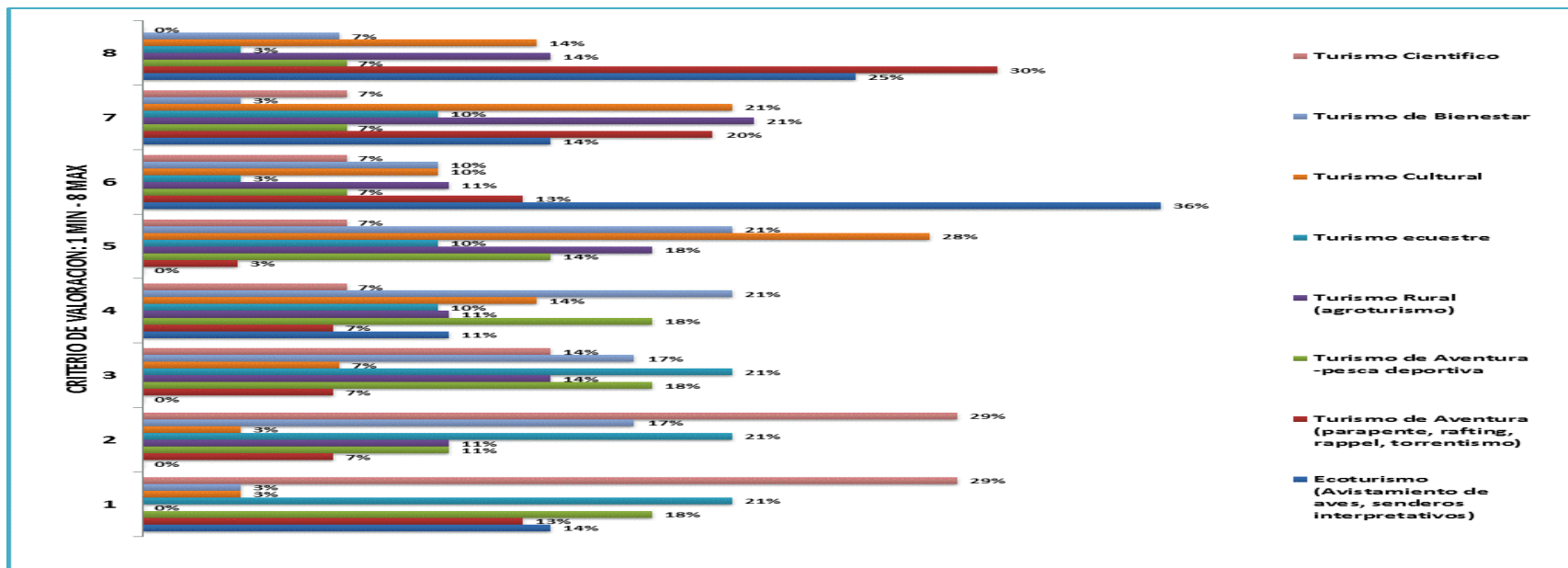




		6	3	10%
		7	1	3%
		8	2	7%
8.	Turismo Científico	1	8	29%
		2	8	29%
		3	4	14%
		4	2	7%
		5	2	7%
		6	2	7%
		7	2	7%
		8	0	0%

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 8. CLASE DE TURISMO DE NATURALEZA PREFERIDO POR EL TURISTA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

Teniendo en cuenta la Escala de valoración del 1 al 8, en donde 1 es el valor mínimo y 8 el valor máximo, los siguientes fueron los resultados obtenidos en la muestra aplicada, para la pregunta qué Subproductos o segmentos especializados del turismo de naturaleza el turista prefiere: Con la valoración máxima de 8, fueron calificados los subproductos de. **Turismo de Aventura (Alternativa del Parapente, rafting, rappel, torrentismo)** con un 30% de la muestra, y el **Ecoturismo (Avistamiento de aves, senderos interpretativos)** con una participación obtenida del 25%.

Mientras que con una calificación de 7, fue valorado los Subproductos de **Turismo Rural (agroturismo)** y **Turismo Cultural** con un 21% de la muestra cada uno, seguido por el **Turismo de Aventura (Alternativa del Parapente, rafting, rappel, torrentismo)**, que también fue valorado con 7 por el 20% de los turistas encuestados.

Con una valoración de 6 en la escala dada, sobresalieron los segmentos de turismo de naturaleza, así: nuevamente seleccionado por los visitantes con un porcentaje de **36%** el **Ecoturismo (Avistamiento de aves, senderos interpretativos)**, seguido por el **Turismo de Aventura (Alternativa del Parapente, rafting, rappel, torrentismo)**, con el **13%** del total de la muestra. Los turistas encuestados le otorgaron una valoración de 5 al **Turismo Cultural** con un 28% y al **Turismo de Bienestar** con un 21% y con la misma participación también fue calificado con **4**, seguido **Turismo de Aventura -pesca deportiva** con un porcentaje de **18%**. Los menos valorados fueron en su orden: con una calificación de 3, se encuentran el **Turismo Ecuestre** con un **21%** y **Turismo de Aventura -pesca deportiva** con un **18%** de la muestra; con una valoración de 2 y 1, fueron seleccionados el **Turismo Científico** con el 29% respectivamente y el **Turismo Ecuestre** con el 21%.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



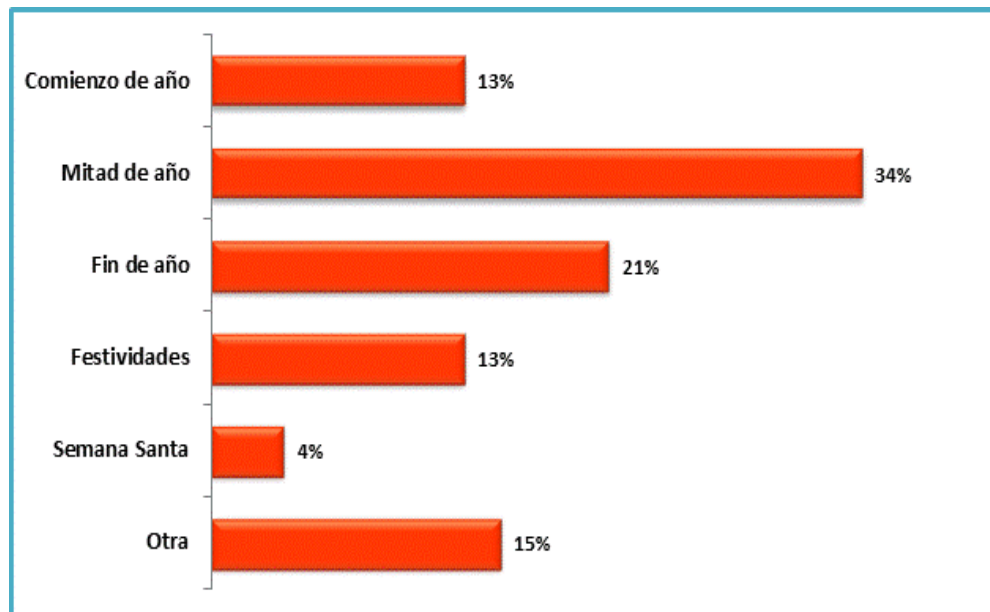


En promedio, los Subproductos o segmentos especializados del turismo de naturaleza hacia los cuales se inclinan los turistas, son: **Turismo de Aventura (Alternativa del Parapente, rafting, rappel, torrentismo) y Ecoturismo (Avistamiento de aves, senderos interpretativos)**; en un segundo orden de preferencia la muestra evidenció que el Turismo **Rural (agroturismo) y Turismo Cultural** también son otras opciones de preferencia por los visitantes. El tipo de turismo con menos preferencia entre los turistas encuestado es el **Turismo Científico**.

f) A la pregunta **¿Si sale a Viajar en qué temporada del año lo hace?**, los turistas respondieron:

TABLA 9. TEMPORADA DEL AÑO QUE VIAJAN LOS TURISTAS

TERMPORADA	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Comienzo de año	7	13%
Mitad de año	18	34%
Fin de año	11	21%
Festividades	7	13%
Semana Santa	2	4%
Otra	8	15%
TOTAL	53	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

De acuerdo con los resultados obtenidos, un **34%** de los turistas prefieren viajar en la temporada de **Mitad de año**, lo que evidencia una disposición de tiempo durante el receso escolar destinado a disfrutar del viaje con motivos turísticos con todos los miembros de la familia. Así mismo, un **21%** de los visitantes indicaron que prefieren la época de **Fin de Año** para viajar, también coincide con el periodo de vacaciones de escolares y la mayor parte de turistas opta por esta época para visitar familiares de otras regiones o para compartir con los miembros del núcleo familiar las vacaciones de final de año. Un importante porcentaje del **15%** manifestó que realiza sus viajes en otras épocas del año, entre ellas en cualquier temporada cuando se presente la oportunidad de un negocio, en temporada baja, en el tiempo que le sea posible dependiendo del trabajo y para algunos no hay una fecha determinada. Esto refleja en algunos casos que no existe una planeación con anterioridad del viaje, sino que se efectúa en el momento que se presente la oportunidad, y en otros casos el factor limitante es el trabajo, y se condiciona especialmente cuando el turista es empleado, al periodo de vacaciones que sea concertado con la entidad empleadora; y para algunos turistas la época que escogen para realizar el viaje es la temporada baja con el propósito de reducir gastos, principalmente por concepto de alojamiento y alimentación. De otra parte, el 13% de los turistas indicaron que otra época para viajar es **comienzo de año** y **festividades** y en una menor proporción el **4%** indicó la **Semana Santa** como temporada para viajar.

CONCLUSIONES:

Existe una muy buena disponibilidad y oportunidad de viaje para la mayoría de los turistas, quienes viajan con frecuencia y en promedio lo hacen dos veces al año, escogiendo el plan familiar como principal opción para realizar el viaje, lo cual representa una demanda potencial de turistas con los miembros de la familia, para ser atraída hacia Duitama, como destino turístico natural y

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA





cultural. Así mismo, como principal tipo de turismo para realizar el viaje se encuentra el Turismo de Naturaleza junto con el turismo de Sol y Playa, lo que refleja una motivación para seleccionar el destino turístico, ventaja comparativa que posee del producto turístico DUITAMA- DEPARTAMENTO DE BOYACA, en materia de recursos y atractivos naturales que le otorga un alto potencial para el desarrollo de este tipo de turismo. Dentro de este tipo de Turismo, los visitantes, optan por los subproductos o segmentos especializados de Turismo de Aventura (Alternativa del Parapente, rafting, rappel, torrentismo) y Ecoturismo (Avistamiento de aves, senderos interpretativos); seguido por el Turismo Rural (agroturismo) y Turismo Cultural, lo cual representa una oportunidad de mercado para la actividad turística del municipio de DUITAMA. En tanto que las temporadas en que los turistas prefieren realizar sus viajes, la de Mitad de año es la más utilizada por la mayoría de los visitantes, aunque también existe una gran parte que prefiere la época de Final de año. Sin embargo, es importante tener en cuenta el segmento de turistas que viajan en cualquier época del año, dependiendo de algunos factores como disponibilidad de tiempo por parte del trabajo o la realización de un evento o negocio o la temporada baja; ya que esta variable indica que el turismo no solo se limita a ciertas temporadas del año, sino que puede ser aprovechada por el destino turístico para mantener un flujo de turistas constante, lo que incide favorablemente en consumo de productos y servicios que hace parte de la oferta turística de DUITAMA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



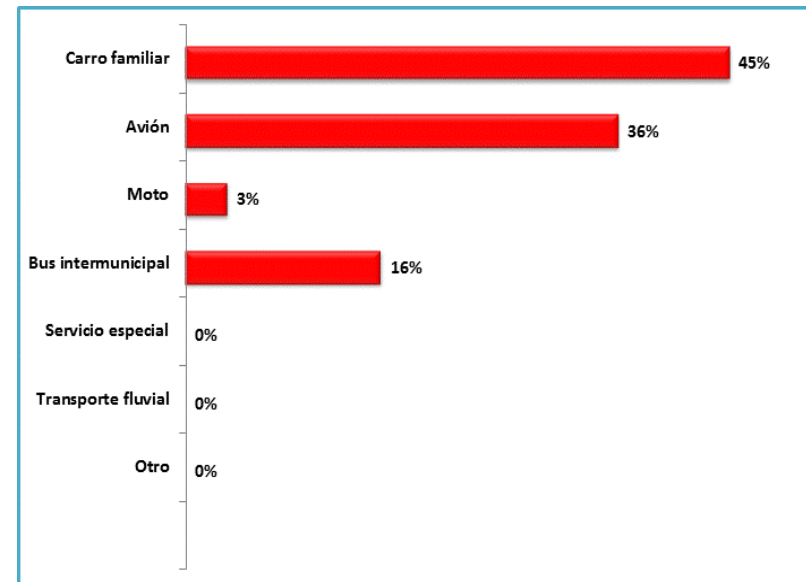


- **Medio de Transporte utilizado:**

A la pregunta **¿Cuándo decide viajar que medio de transporte utiliza (elija dos Opciones)?**, los turistas encuestados respondieron:

TABLA 10. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA VIAJAR

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION%
Carro familiar	39	45%
Avión	31	36%
Moto	3	3%
Bus intermunicipal	14	16%
Servicio especial	0	0%
Transporte fluvial	0	0%
Otro,Cuál?	0	0%
TOTALES	87	100%



GRAFICA 10. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA VIAJAR

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



RESULTADOS:

El medio de transporte más utilizada por los turistas para realizar sus viajes, es **Carro familiar**, con un porcentaje de **45%** del total de la muestra encuestada, como segundo medio transporte se encuentra el **Avión**, con el **36%** de la participación de los visitantes, y el Bus Intermunicipal se constituye en la tercera opción elegida por los encuestados con un **16%**.

En un reducido porcentaje de preferencia del 3% fue señalada la **Motocicleta**, mientras que el **servicio especial** de transporte y el **transporte fluvial** no fueron elegidos por ningún turista.

CONCLUSIONES:

El turista interno, prefiere viajar en el carro familiar, por comodidad y ahorro de gasto, si se tiene en cuenta que realiza el viaje con un grupo mayor de personas, como familia o amigos, así mismo la cercanía de algunos destinos turísticos y la infraestructura vial en carreteras de primer orden que posee el país son factores relevante a la hora de elegir el medio de transporte.

Por otro lado, los turistas optan por el vuelo aéreo, generalmente para destinos muy retirados del sitio de residencia o en algunos casos cuando se viaja solo, con el fin de hacer más eficiente el tiempo disponible de descanso, para el traslado de un lugar a otro.

El medio de transporte como la Motocicleta, aunque no representa mayor seguridad para quienes se transportan en ella, debido al alto índice de accidentalidad en este medio de transporte, es utilizada frecuentemente para distancias cortas entre ciudades cercanas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



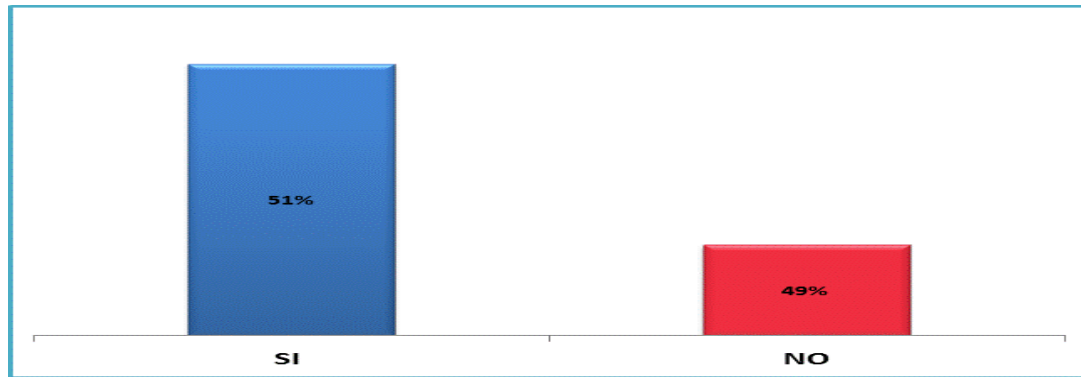
- **Planeación del Viaje e información del destino con anterioridad al viaje:**

Con el fin de establecer algunos hábitos de los turistas con relación a la contratación de paquetes turísticos o la obtención de información con anterioridad a la realización del viaje, a través de Agencias de Viajes, operadores turísticos u otro tipo de medio, se indagó con el turista encuestado sobre estos aspectos, a través de las siguientes preguntas:

a) En la Planeación de su viaje hace algún tipo de reservación con anterioridad para la estancia en el lugar que visita?

TABLA 11. Planeación reservación para estancia

OPCION	RESPUESTA	PARTICIPACION %
SI	24	51%
NO	23	49%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 11. Planeación reservación para estancia

RESULTADOS:

El 51% de los turistas que participaron en la muestras indicaron que si hace la reservación para su estancia, con anticipación del sitio donde van a efectuar la visita, no obstante otro muy importante porcentaje del 49% manifiesta no realizar esta acción dentro del proceso de planeación del viaje.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA

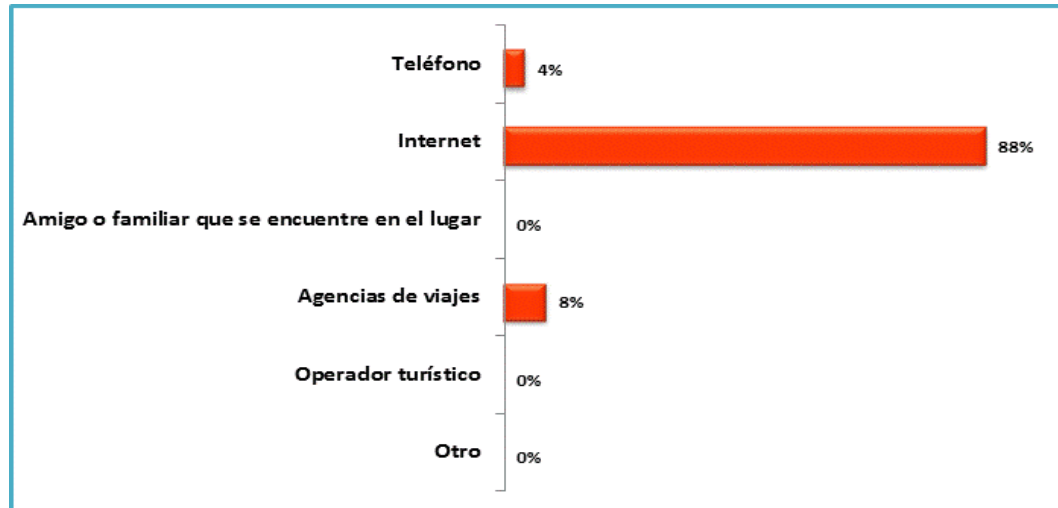




b) Si en la pregunta anterior contestó SI, ¿Cómo hace la reservación?

TABLA 12. Medio utilizado para la reservación

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Teléfono	1	4%
Internet	23	88%
Amigo o familiar que se encuentre en el lugar	0	0%
Agencias de viajes	2	8%
Operador turístico	0	0%
Otro. Cuál?	0	0%
TOTALES	26	100%



RESULTADOS:

Un **88%** de los turistas encuestados realizar la reservación para la estancia en el lugar elegido como destino turístico, a través de **Internet**, mientras que un reducido 8% lo hace por medio de **Agencias de Viaje** y un **4%** utiliza el **teléfono** para prever esta condición para su visita. Otros medios como **Amigo o familiar que se encuentre en el lugar** u **Operador Turístico**, no son utilizados habitualmente por los turistas encuestados.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA

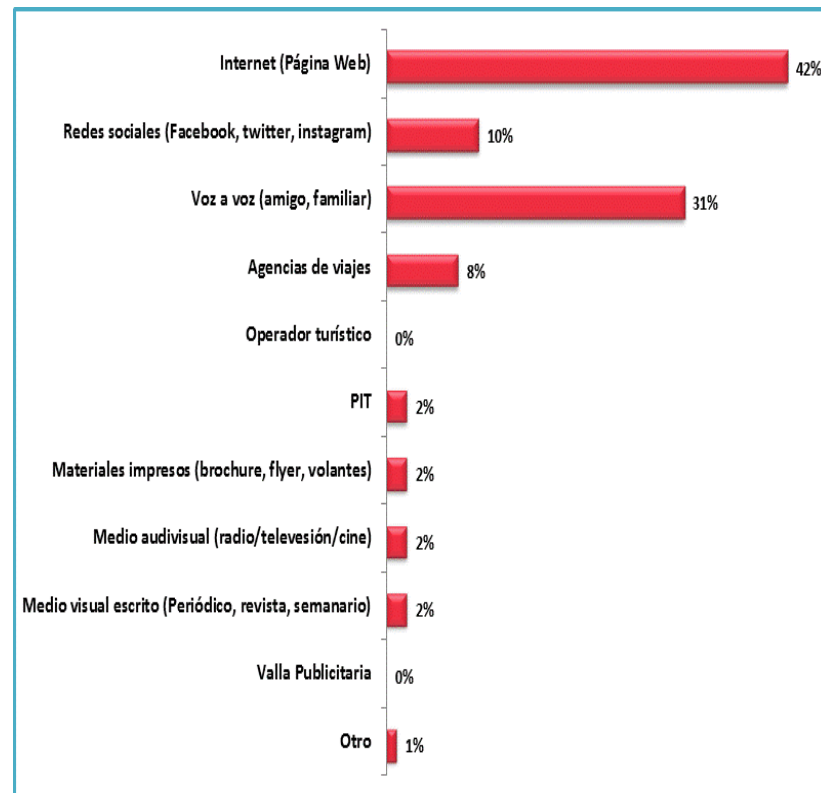


c) De los siguientes canales de distribución, cuál utiliza más para definir el destino turístico que desea visitar (elija dos (2) Opciones)?

TABLA 13. CANAL DE DISTRIBUCION MÁS UTILIZADO

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Internet (Página Web)	39	42%
redes sociales (Facebook, twitter, integral)	9	10%
Voz a voz (amigo, familiar)	29	31%
Agencias de viajes	7	8%
Operador turístico	0	0%
PIT (punto de información turística)	2	2%
Materiales impresos (brochure, flyer, volantes)	2	2%
Medio audiovisual (radio/televisión/cine)	2	2%
Medio visual escrito (Periódico, revista, semanario)	2	2%
Valla Publicitaria	0	0%
Otro Cuál? Familia	1	1%
TOTALES	93	100%

GRAFICA 13. CANAL DE DISTRIBUCION MÁS UTILIZADO



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





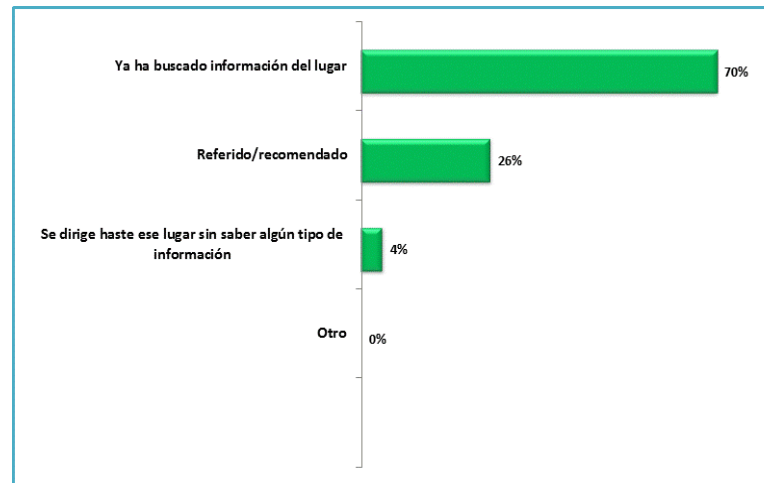
RESULTADOS:

De acuerdo con los resultados arrojados por la encuesta aplicada, el **42%** de los turistas indicaron que el **Internet (Página Web)** es el canal de distribución que usualmente consultan para definir el destino turístico a visita. Por su parte un **31%** de los encuestados manifiestan que deciden sobre el destino turístico a través del **Voz a Voz (amigo, familiar)** que le referencia el sitio a visitar. Un **10%** de los visitantes, lo hace a través de las **Redes Sociales (Facebook, Twitter, Instagram)** y un **8%** toma la decisión asesorándose con **Agencias de Viaje**. Un número menor representado en el **2%** de la muestra obtenida, utiliza respectivamente los **Puntos de Información Turística PIT, Materiales impresos (brochure, flyer, volantes), Medio audiovisual (radio/televisión/cine), Medio visual escrito (Periódico, revista, semanario)** y otro medio como la familia.

d) En el momento de ir a conocer un lugar (atractivo, Pueblo o Ciudad) Usted?

TABLA 14. INFORMACION ACERCA DEL LUGAR A VISITAR

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Ya ha buscado información del lugar	33	70%
Referido/recomendado	12	26%
Se dirige hasta ese lugar sin saber algún tipo de información	2	4%
Otro	0	0%
TOTALES	47%	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 14. INFORMACION ACERCA DEL LUGAR A VISITAR

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

El **70%** de los turistas encuestados antes de ir a visitar el destino turístico **ya ha buscado información del lugar**; un **26%** lo hace a través de **Referidos/recomendado** y tan solo el **4%** **se dirige hasta el lugar sin tener algún tipo de información.**

CONCLUSIONES:

Una gran parte de los Turistas que conforman la demanda interna en el país aún no tienen la cultura turística de hacer reservaciones con anterioridad del viaje para garantizar el alojamiento al sitio donde van a viajar; sin embargo ya existe un muy importante número de turistas que en su proceso de planeación reserva o prevé el sitio donde se hospedarán durante su permanencia en el destino turístico elegido, a través de **Internet** como el medio más usado para llevar a cabo esta acción. No obstante se refleja que no se hace uso de las Agencias de Viaje u Operadores Turísticos existentes para concretar los detalles del viaje, entre ellos el alojamiento. En cuanto al canal de distribución utilizado para obtener información y definir de esta manera el destino turístico, los turistas prefieren el Internet, a través de la consulta de las páginas web relacionadas con los sitios o productos turísticos, factor muy importante teniendo en cuenta que este medio es de amplia divulgación y acceso para todas las personas en cualquier lugar del mundo, por lo cual debe ser aprovechado para la promoción y comercialización del producto y atractivos turísticos de DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA.

De otra parte, el canal de información de **Voz a Voz** (amigos y familiares), que también tiene una alta incidencia en la toma de decisión para elegir el destino turístico, es de gran importancia toda vez que depende de la satisfacción del turista para que este mismo referencie a otros el sitio visitado.

De esta manera la mayoría de los turistas que desean visitar por primera vez un destino turístico ya han buscado información antes de dirigirse al sitio, de antemano ya conocen sobre posibles sitios o atractivos para disfrutar y visitar. En cuanto al material publicitario impreso, audiovisual y visual escrito tiene poca incidencia en la selección del destino turístico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



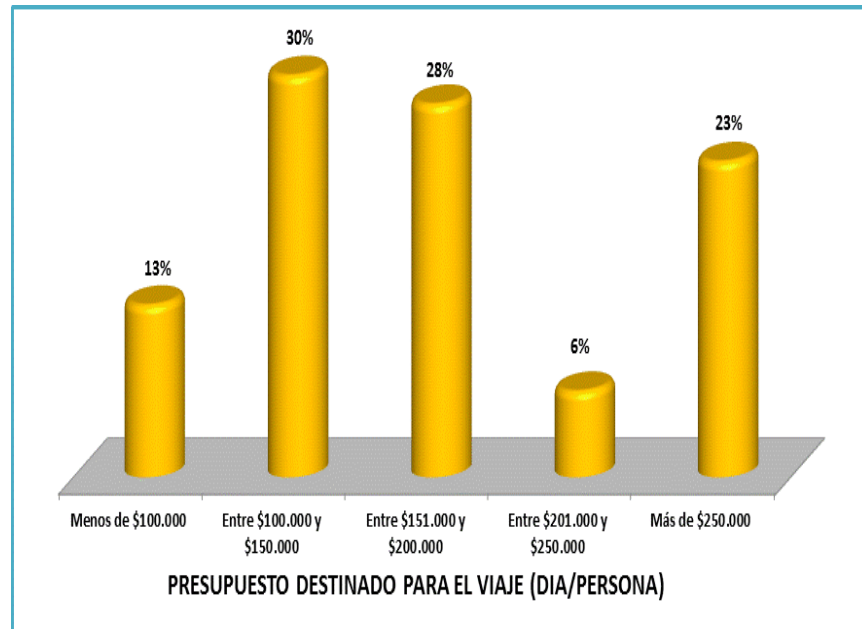
- **Intención de Gasto:**

Se consultó al turista encuestado sobre la intención de gasto, teniendo en cuenta unos rangos de presupuesto por persona al día, obteniendo los siguientes resultados:

A la pregunta **¿Cuál es el presupuesto que destina para un viaje que realiza?, el turista respondió:**

TABLA 15. PRESUPUESTO DESTINADO PARA EL VIAJE

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Menos de \$100.000 el día por persona	6	13%
Entre \$100.000 y \$150.000 el día por persona	14	30%
Entre \$151.000 y \$200.000 el día por persona	13	28%
Entre \$201.000 y \$250.000 el día por persona	3	6%
Más de \$250.000 el día por persona	11	23%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 15. PRESUPUESTO DESTINADO PARA EL VIAJE

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

Respecto al presupuesto que se destina por parte de los turista para el viaje, el **30%** de los encuestados indicó que está dispuesto a gastar entre **\$100.000 y \$150.000** diarios por persona; el **28%** señaló que entre **\$151.000 y \$200.000**, seguido por el **23%** de la muestra quienes establecieron un monto de más de **\$250.000**. De otra parte un **13%** considera que el presupuesto para el viaje debe ser **Menos de \$100.000** y el restante **6%** estima un gasto entre **\$201.000 y \$250.000**.

CONCLUSIONES:

La intención de gasto durante el viaje está entre **\$100.000 y \$150.000**, dentro del cual, el ítem más costoso es el alojamiento; seguido por alimentación, recreación, compra de souvenir y otros servicios; en este sentido la disponibilidad de presupuesto es muy limitada para el turista, debiendo buscar alternativas más económicas como paquetes turísticos que incluyan como mínimo el alojamiento, alimentación y transporte.

Otra de las opciones del visitante, es realizar el viaje en temporada baja con lo cual se reducen los costos y el presupuesto puede ser más amplio para aspectos relacionados con la visitas a atractivos turísticos, entre otros.

Sin embargo, una gran parte de los turistas tienen un mayor capacidad de gasto, lo cual va relacionado directamente con el poder adquisitivo que se posea, con una intención de gasto entre **\$151.000 y \$200.000** y más de **\$250.000**; quienes por lo general buscan calidad tanto de los servicios como de los bienes que se consumas o se adquieran.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



8.1. SEGUNDA PARTE: CONOCIMIENTO DEL DESTINO Y VARIABLES PARA DETERMINAR LA DEMANDA DEL PRODUCTO TURISTICO DUITAMA DEPARTAMENTO DEL BOYACA.

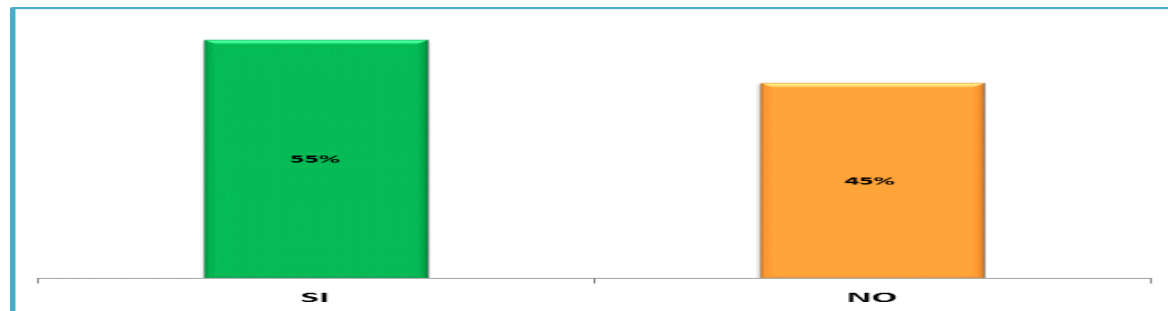
En la segunda parte de la encuesta aplicada se indagó sobre la variables que influyen específicamente en el destino turístico de DUITAMA-BOYACA, entre dichos factores, el medio por los cuales se enteran del destino, motivación del viaje, tipo de transporte, tiempo de permanencia en el destino turístico, frecuencia de visita, aspectos negativos y positivos del destino turístico, etc. Algunas preguntas, requería de una valoración en una escala dada en donde el 1 siempre es el valor mínimo.

- Promoción del Destino Turístico DUITAMA - BOYACA:

a) A la pregunta ¿Conoce el Municipio de Duitama en el Departamento de Boyacá?, el turista respondía:

TABLA 16. CONOCIMIENTO DE DESTINO DUITAMA BOYACA

OPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
SI	26	55%
NO	21	45%
TOTALES	47	100%



GRAFICA 16. CONOCIMIENTO DE DESTINO DUITAMA BOYACA

RESULTADOS:

Frente a la pregunta si Conoce el Municipio de Duitama en el Departamento de Boyacá, el **55%** de los turistas encuestados respondieron afirmativamente, mientras que un muy alto **45%** manifestó no conocer el destino turístico consultado.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

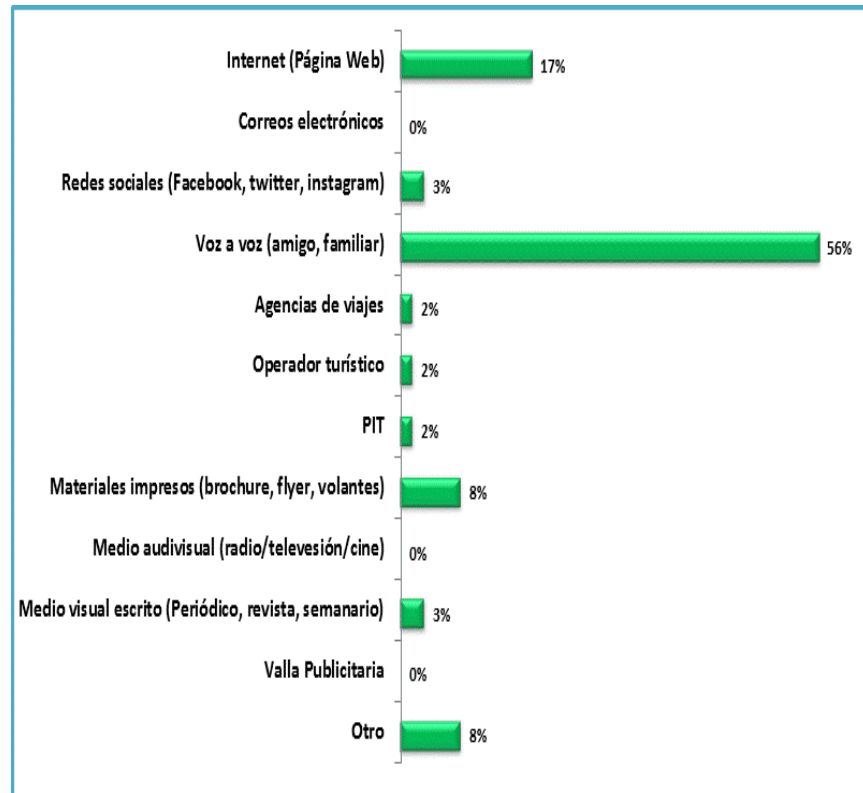




b) A la pregunta ¿A través de que canal de distribución, obtuvo información de Duitama (elija dos (2) opciones?), el turista respondió:

TABLA 17. CANAL UTILIZADO PARA INFORMACION SOBRE DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Internet (Página Web)	11	17%
Correos electrónicos	0	0%
Redes sociales (Facebook, twitter, integral)	2	3%
Voz a voz (amigo, familiar)	35	56%
Agencias de viajes	1	2%
Operador turístico	1	2%
PIT	1	2%
Materiales impresos (brochure, flyer, volantes)	5	8%
Medio audiovisual (radio/televisión/cine)	0	0%
Medio visual escrito (Periódico, revista, semanario)	2	3%
Valla Publicitaria	0	0%
Otro. Cuál? Académico; visita en Corferias Boyacá; trabajo	5	8%
TOTALES	63	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 17. CANAL UTILIZADO PARA INFORMACION SOBRE DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

Los turistas encuestados indicaron en un **56%** que el canal de distribución mediante el cual obtuvieron información sobre DUITAMA, es el **Voz a Voz (amigos, familiar)**, seguido por un **17%** que consultaron **Internet (Página Web)** para conocer más sobre el destino turístico; un **8%** que lo hicieron a través de **Materiales impresos (brochure, flyer, volantes)**, y otros canales de información como Académico, visita en Conferías Boyacá, y por el trabajo. En menor proporción se encuentran: **Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram)** y **Medio visual escrito (Periódico, revista, semanario)**, los cuales fueron consultados por un **3%** de la muestra, respectivamente; seguidos por **Agencias de viajes, Operador turístico y PIT**, que fueron señalados como medio de información por el **2%** de los turista encuestados. Los canales de distribución que no fueron utilizados o no se dispone de información sobre el Destino Turístico, son: **Correos electrónicos, Medio audiovisual (radio/televisión/cine), Valla Publicitaria.**

CONCLUSIONES:

Existe aunque no muy amplio, un conocimiento sobre el destino turístico de DUITAMA- DEPARTAMENTO DE BOYACA, y los canales de distribución que contienen información sobre este municipio son principalmente el Voz a Voz, evidenciando por una parte la experiencia satisfactoria que han tenido los visitantes cuando vienen a Duitama y son ellos quienes se encargan de referenciarlo con amigos, familiares y allegados, convirtiéndose en los mejores y mayores promotores de este destino turístico; de otra parte, las estrategias de marketing y comercialización son mínimas en cuanto a la utilización de medios escritos, audiovisuales y materiales impresos. Sin embargo, es de destacar la utilización del canal de distribución de **internet**, que se convierte en una herramienta tecnología accesible tanto para los actores que hacen parte de la actividad turística del Municipio para que adelantan las estrategias de promoción de los atractivos, servicios y productos que hacen parte de la oferta turística, como de los turistas que cada día hacen mayor uso para consulta y tomas de decisión en la elección del destino que satisfaga las necesidades de descanso, recreación y bienestar del turista.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





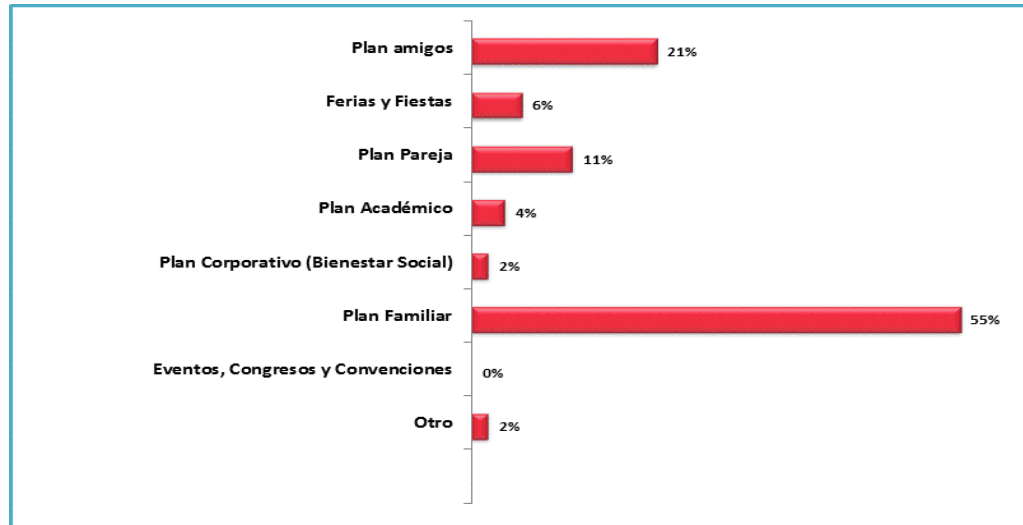
- **Principales hábitos y características de los turistas que visitan Duitama:**

En este aspecto, se analizarán las preferencias, gustos y hábitos de los turistas, en el relación con el tipo de plan escogido que motivó la visita, el transporte utilizado, periodo de permanencia, frecuencia de visita, temporada del año para realizar el viaje, tipo de alojamiento y número de acompañantes en la visita al destino turístico de DUITAMA; por lo cual se obtuvo información del grupo de turistas encuestados a través de las siguientes preguntas:

a) A la pregunta **¿A través de qué Plan ha visitado DUITAMA?**, el turista respondió:

TABLA 18. PLAN ESCOGIDO PARA VISITAR DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Plan amigos	11	21%
Ferias y Fiestas	3	6%
Plan Pareja	6	11%
Plan Académico	2	4%
Plan Corporativo (Bienestar Social)	1	2%
Plan Familiar	29	55%
Eventos, Congresos y Convenciones	0	0%
Otro - Cuál? Plan turismo	1	2%
TOTALES	53	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRÁFICA 18. PLAN ESCOGIDO PARA VISITAR DUITAMA



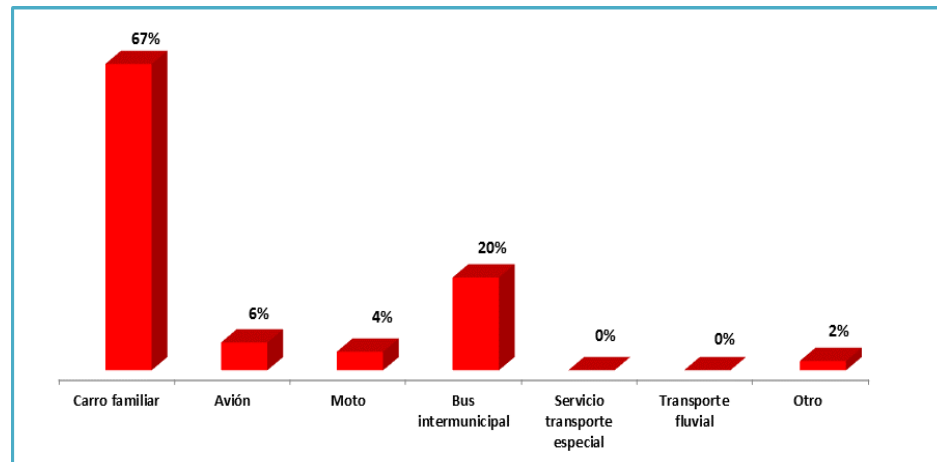
RESULTADOS:

El **55%** de los turistas encuestados, indicaron que el Plan escogido para visitar DUITAMA, es el **Plan Familiar**; mientras que el **21%** señalaron el **Plan Amigos** como el seleccionado para efectuar la visita a ese destino turístico. De otra parte, el **11%** de la muestra obtenida eligieron el **Plan de Pareja**, frente a un **6%** de los turistas que prefieren el Plan de Ferias y Fiestas como motivo para visitar DUITAMA. Otros planes seleccionados son: **Plan Académico** escogido por el **4%** de la muestra encuestada; **Plan Corporativo (Bienestar Social)** y **Otro**, señalando el Plan Turismo, fueron los planes a través de los cuales visitaron Duitama un **2%** los turistas. El único plan que no fue seleccionado por ninguno de los encuestados es el de **Eventos, Congresos y Convenciones**

b) A la pregunta **¿Cuál fue el medio de transporte utilizado por Usted, para llegar a DUITAMA?**, el turista respondió:

TABLA 19. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA LLEGAR A DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Carro familiar	33	67%
Avión	3	6%
Moto	2	4%
Bus intermunicipal	10	20%
Servicio transporte especial	0	0%
Transporte fluvial	0	0%
Otro Cuál? Carro Alquilado	1	2%
TOTALES	49	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 19. MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA LLEGAR A DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



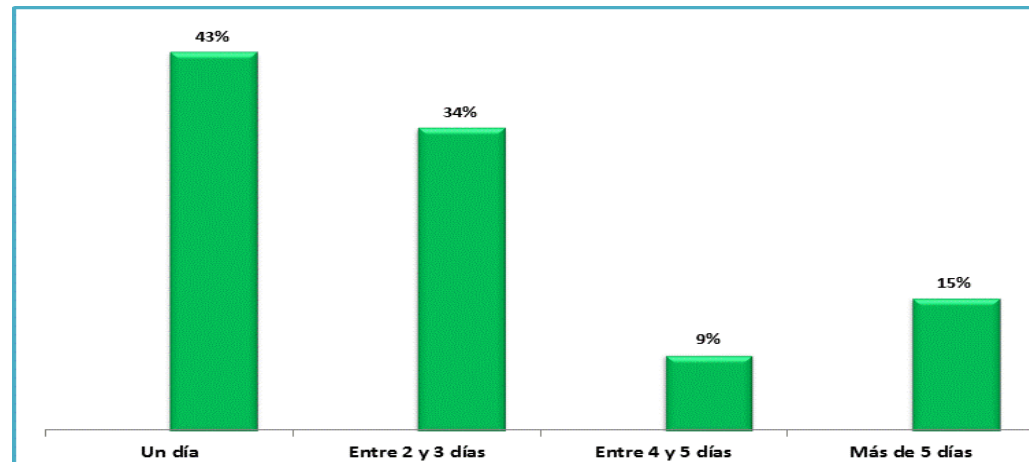
RESULTADOS:

El **67%** de los turistas encuestados utilizaron el **carro familiar** para desplazarse desde su ciudad de origen a Duitama; mientras el **20%** de la muestra obtenida, indicó que el transporte utilizado fue el Bus **Intermunicipal**. Un reducido grupo de turistas, conformado por el **6%** **empleó el Avión** como medio de transporte, durante el trayecto (ciudad origen-Bogotá) y transporte terrestre hasta llegar a Duitama, frente a un **4%** que prefiere la **Motocicleta** para visitar el Municipio de Duitama, y un **2%** que usó otro transporte, como el **carro alquilado**. Los medios de transporte que no fueron utilizados por la muestra, son el **Transporte Especial** y el **Transporte Fluvial**.

c) A la pregunta **¿En su visita al Municipio de Duitama, cuál ha sido el tiempo máximo de permanencia?**, el turista respondió:

TABLA 20. TIEMPO MAXIMO DE PERMANENCIA EN DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
Un día	20	43%
Entre 2 y 3 días	16	34%
Entre 4 y 5 días	4	9%
Más de 5 días	7	15%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 20. TIEMPO MAXIMO DE PERMANENCIA EN DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





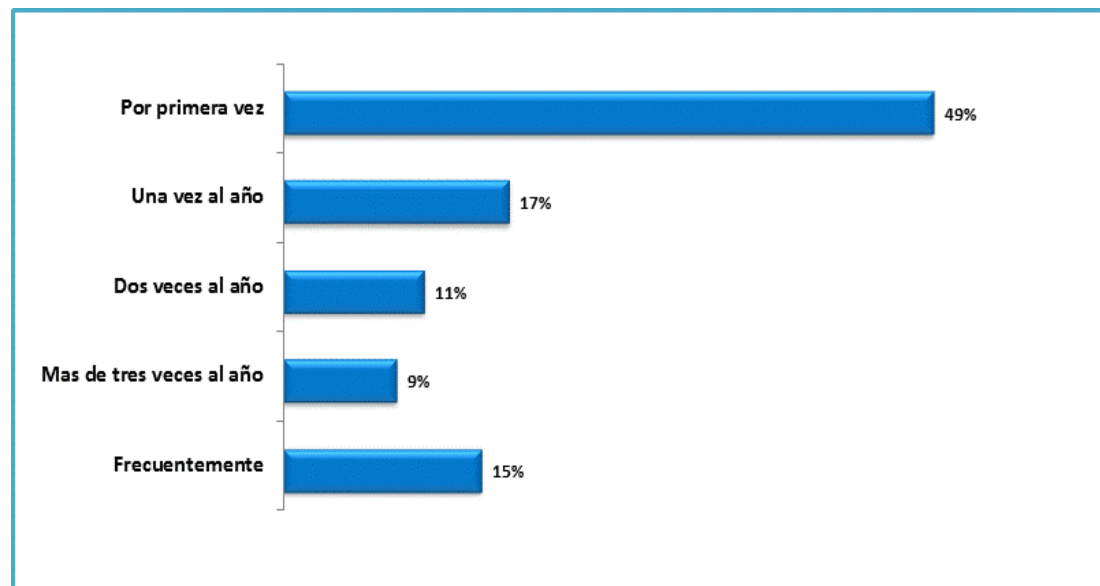
RESULTADOS:

El **43%** de los turistas encuestados indicaron que el tiempo máximo de permanencia en DUITAMA, es **de un (1) día**, seguido del **34%** quienes señalaron un periodo de permanencia entre **2 y 3 días** máximo; mientras el **15%** de la muestra obtenida, afirma haber permanecido por un periodo de más de **5 días** y finalmente el restante **9%** permaneció en un lapso de 4 a **5 días** en el Municipio de Duitama.

d) A la pregunta **¿Cuál es la frecuencia con la que visita Duitama?**, el turista respondió:

TABLA 21. FRECUENCIA DE VISITA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
Por primera vez	23	49%
Una vez al año	8	17%
Dos veces al año	5	11%
Más de tres veces al año	4	9%
Frecuentemente	7	15%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 21. FRECUENCIA DE VISITA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





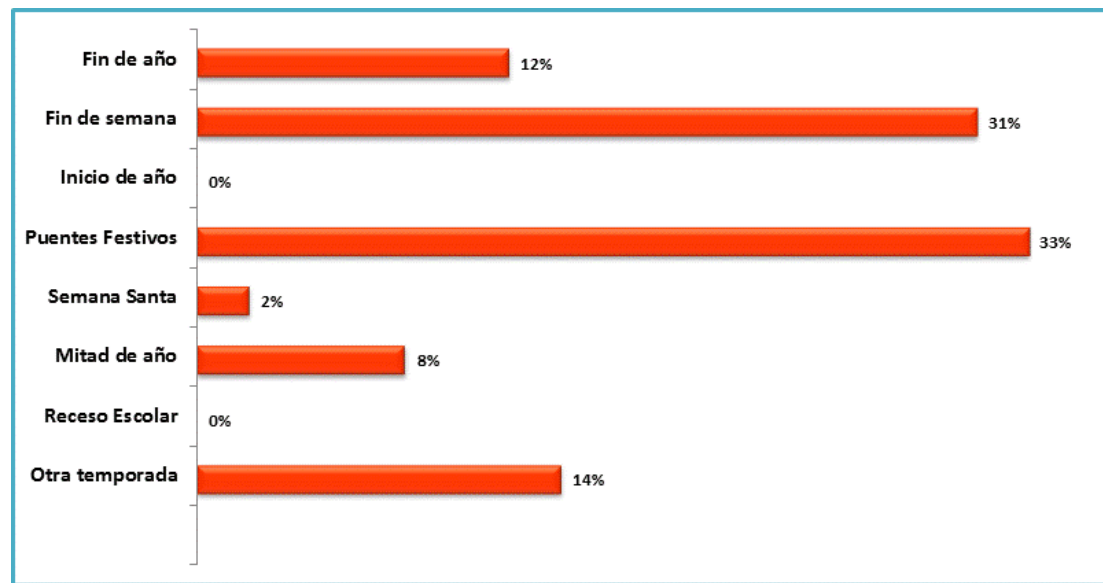
RESULTADOS:

Ante el interrogante de Cuál es la frecuencia con la que visita DUITAMA? Los turistas que diligenciaron la encuesta, respondieron de la siguiente forma: El **49%** de los encuestados, **visita por primera vez** este destino Turístico; mientras que el **17%** lo hace **una vez al año**, seguido de un **15%** que **frecuentemente** viaja a Duitama. Un **11%** visita **dos veces al año** este municipio, y el **9%** restante lo hace **más de tres veces al año**.

e) A la pregunta **¿En qué temporada del año ha visitado Duitama?**, el turista respondió:

TABLA 22. TEMPORADA DEL AÑO VISITA DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Fin de año	6	12%
Fin de semana	15	31%
Inicio de año	0	0%
Puentes Festivos	16	33%
Semana Santa	1	2%
Mitad de año	4	8%
Receso Escolar	0	0%
Otra temporada- Cuál? Cualquier época	7	14%
TOTALES	49	100%



GRAFICA 22. TEMPORADA DEL AÑO VISITA DUITAMA

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





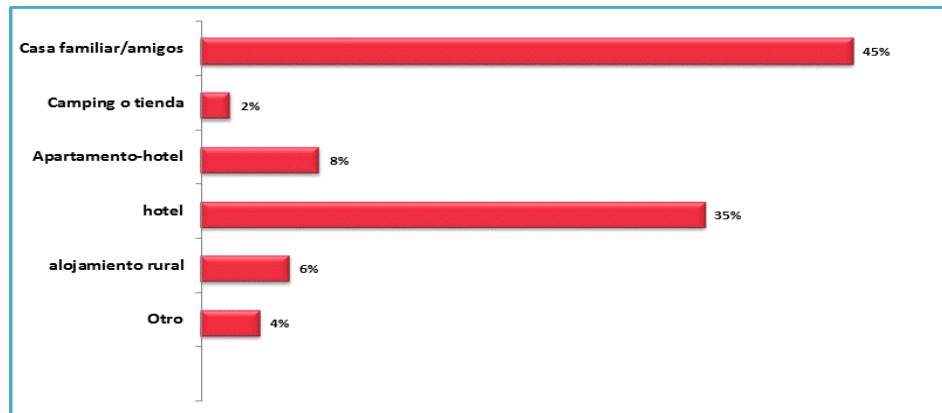
RESULTADOS:

De acuerdo con los resultados obtenidos en la muestra, el **33%** de los turistas encuestados indicaron su preferencia por visitar Duitama en los **Puentes Festivos**, seguido por el **31%** que señala como mejor temporada el **Fin de semana**, mientras que el **14%** manifiesta que realiza la visita a Duitama en otra temporada, sin importar la época. De igual forma el **12%** de los visitantes encuestados, afirmaron que la época en que realizan el viaje a Duitama es en **Fin de Año**, y un **8%** manifiesta que lo hace en **Mitad de Año**, y el restante **2%** realizan la visita a este destino turístico en **Semana Santa**. Las épocas del año que no fueron elegidas por los turistas para visitar Duitama, son **inicio de Año** y **Receso Escolar**.

f) A la pregunta **¿Qué tipo de alojamiento busca, cuando visita Duitama?**, el turista respondió:

TABLA 23. TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO EN LA VISITA A DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Casa familiar/amigos	22	45%
Camping o tienda	1	2%
Apartamento-hotel	4	8%
hotel	17	35%
alojamiento rural	3	6%
Otro - Cuál? No se hospeda	2	4%
TOTALES	49	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 23. TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO EN LA VISITA A DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





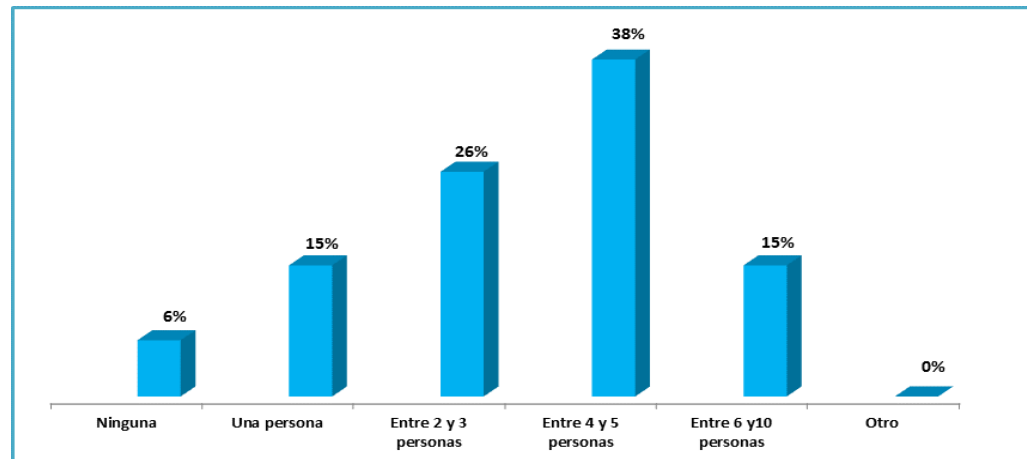
RESULTADOS:

El **45%** de los Turistas encuestados, prefieren buscar alojamiento en la casa de algún familiar o amigos; mientras que el **35%** se aloja en un **Hotel**. Así mismo, el **8%** prefiere hospedarse en un **Apartamento – Hotel**; seguido de un **6%** que busca **alojamiento de tipo rural**; en contraste con un reducido **4%** que no se hospeda en DUITAMA y el restante **2%** que utiliza el Camping o tienda.

g) Ante la consulta: **¿A continuación señale el número de personas que lo acompañan en su visita a DUITAMA?**, se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA 24. PERSONAS QUE CONFORMAN EL GRUPO DE VIAJE

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Ninguna	3	6%
Una persona	7	15%
Entre 2 y 3 personas	12	26%
Entre 4 y 5 personas	18	38%
Entre 6 y10 personas	7	15%
Otro - Cuál?	0	0%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 24. PERSONAS QUE CONFORMAN EL GRUPO DE VIAJE

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

El **38%** de los encuestados indicó que viaja con un grupo conformado entre **4 y 5** personas, mientras que el **12%** señala que lo hace con **2 y 3** personas; el **7%** manifiesta que va acompañado entre **6 y 10** personas y otro tanto afirma que solo viaja con **1** persona.

En contraste el **6%** de los turistas encuestados viaja solo.

CONCLUSIONES:

La demanda turística está motivada principalmente por los planes Familiares y Plan de amigos, así como los Planes de Pareja, que son los de mayor preferencia de los turistas para visitar el destino turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA.

El medio de transporte más utilizado por los turistas para llegar a DUITAMA, es el carro familiar, seguido del transporte público intermunicipal. La accesibilidad al Municipio es adecuada puesto que se cuenta con vías de primer orden interdepartamentales que conectan por una parte con la Capital de Colombia, haciendo más rápido y fácil el acceso factor que influye en la decisión de elegir a DUITAMA como destino turístico por parte de los Bogotanos; de otra parte, se comunica con los Departamentos de Casanare y Santander, generando una afluencia de turistas provenientes de estos Departamentos.

En relación al tiempo máximo de permanencia por parte de los turistas en el Municipio de Duitama, la mayor parte de los visitantes, limita su viaje a 1 día, variable que influye en la ocupación hotelera, toda vez que el turista no pernocta en el destino turístico. Sin embargo, otro importante grupo de turistas amplía su estancia entre 2 y 3 días, y otro número más reducido prefiere permanecer por más de 5 días.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Lo anterior, se debe a la cercanía del destino turístico con ciudades como Bogotá o los mismos municipios del Departamento de Boyacá, cuyas distancias son mínimas y el turista puede retornar a su lugar de origen en el mismo día. No obstante, se debe mejorar y estructurar el destino turístico con el fin de ofrecer condiciones de calidad y bienestar para atraer al turista y ampliar su tiempo de permanencia.

En cuanto a la frecuencia con que el turista visita Duitama, se evidenció un número importante de visitantes que por primera vez llega a conocer este destino turístico; de cuyo impacto positivo durante su estadía, depende su regreso. En promedio, los turistas visitan con una frecuencia mínima de una vez al año el municipio de DUITAMA.

Respecto a la temporada en la que prefieren viajar los turistas a Duitama, los puentes festivos y fines de semana son las dos épocas del año que más visitan este destino turístico, lo que indica que la actividad turística no depende de una sola época en el año, sino que se desarrolla de manera permanente a través de todo el periodo anual.

De otra parte, sobre el aspecto del alojamiento, la mayor parte de los visitantes prefieren hospedarse en casa de un familiar o de un amigo como también en un hotel; la primera opción establece una relación entre el turista y los residentes del Municipio de Duitama, lo que garantiza el retorno mínimo una vez al año a este destino turístico.

Otro tipo de alojamiento que prefieren en una menor proporción con respecto a los dos anteriores, son los Apartamentos – Hotel y el alojamiento rural; que se convierten en opciones ideales para los visitantes, por una parte para aquellos que viajen con un grupo numeroso de personas y deseen menos comodidad en comparación con el servicio del hotel, pero un costo más flexible en

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

Corazón Turístico de Boyacá



proporción con el número de personas a hospedarse, y de otra parte, para quienes quieran tener contacto con la naturaleza y conocer sobre las labores del campo.

Frente al número de personas que acompañan al turista en su viaje, la mayor parte realiza su viaje con 4 a 5 personas, así también es frecuente los grupos conformados por 2 y 3 personas. Esto debido a que un número muy importante de los turistas prefiere viajar en plan de familia.

Así mismo se debe otorgar especial atención a los grupos conformados entre 6 y 10 personas, que aunque corresponden a una proporción menor, para la actividad turística del destino DUITAMA, es importante desarrollar estrategias para la atención y la fidelización de grupos numerosos, que representan en gran medida mayor consumo de bienes y servicios que hacen parte de la oferta turística de este municipio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





- **Actividades y/o atractivos principales del destino de interés para el turista:**

Los aspectos a analizar están relacionados con las actividades o atractivos que son de interés para el turista, así como la intención de gasto entre otros factores, que proporcionan información útil para determinar las debilidades y fortalezas en cuanto los servicios y bienes ofrecidos al turista.

a) Frente al interrogante **¿Qué es lo que más le gusta de DUITAMA?** Escala del 1 al 9 (en donde 1 es el mínimo valor y 9 el máximo); se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA 25. VALORACION ASPECTOS Y/O CARACTERISTICAS DE LOS ATRIBUTOS TURISTICOS DE DUITAMA

No.	DESCRIPCION	CRITERIO VALORACION	RESPUESTAS	PARTICIPACION%
1.	el clima	1	0	0%
		2	3	6%
		3	3	6%
		4	3	6%
		5	6	13%
		6	8	17%
		7	5	11%
		8	9	19%
		9	10	21%
2.	La Naturaleza/Paisajes	1	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



		2	0	0%
		3	3	6%
		4	1	2%
		5	4	9%
		6	7	15%
		7	5	11%
		8	11	23%
		9	16	34%
3.	La Arquitectura	1	8	17%
		2	7	15%
		3	12	26%
		4	4	9%
		5	5	11%
		6	3	6%
		7	2	4%
		8	4	9%
		9	2	4%
4.	Infraestructura turística (Hoteles, restaurantes)	1	13	28%
		2	12	26%
		3	5	11%
		4	7	15%
		5	3	6%
		6	5	11%
		7	1	2%
		8	0	0%
		9	1	2%
5.	La Gastronomía	1	3	6%
		2	2	4%
		3	3	6%
		4	3	6%
		5	5	11%
		6	3	6%
		7	12	26%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





		8	8	17%
		9	8	17%
6.	Los atractivos	1	1	2%
		2	6	13%
		3	3	6%
		4	5	11%
		5	7	15%
		6	7	15%
		7	8	17%
		8	6	13%
		9	4	9%
7.	La Cultura	1	2	4%
		2	6	13%
		3	3	6%
		4	14	30%
		5	6	13%
		6	8	17%
		7	6	13%
		8	1	2%
		9	1	2%
8.	Artesanías	1	2	4%
		2	3	6%
		3	7	15%
		4	6	13%
		5	9	19%
		6	3	6%
		7	7	15%
		8	6	13%
		9	4	9%
9.	Historia	1	19	40%
		2	8	17%
		3	8	17%
		4	4	9%
		5	2	4%
		6	3	6%
		7	1	2%
		8	1	2%
		9	1	2%

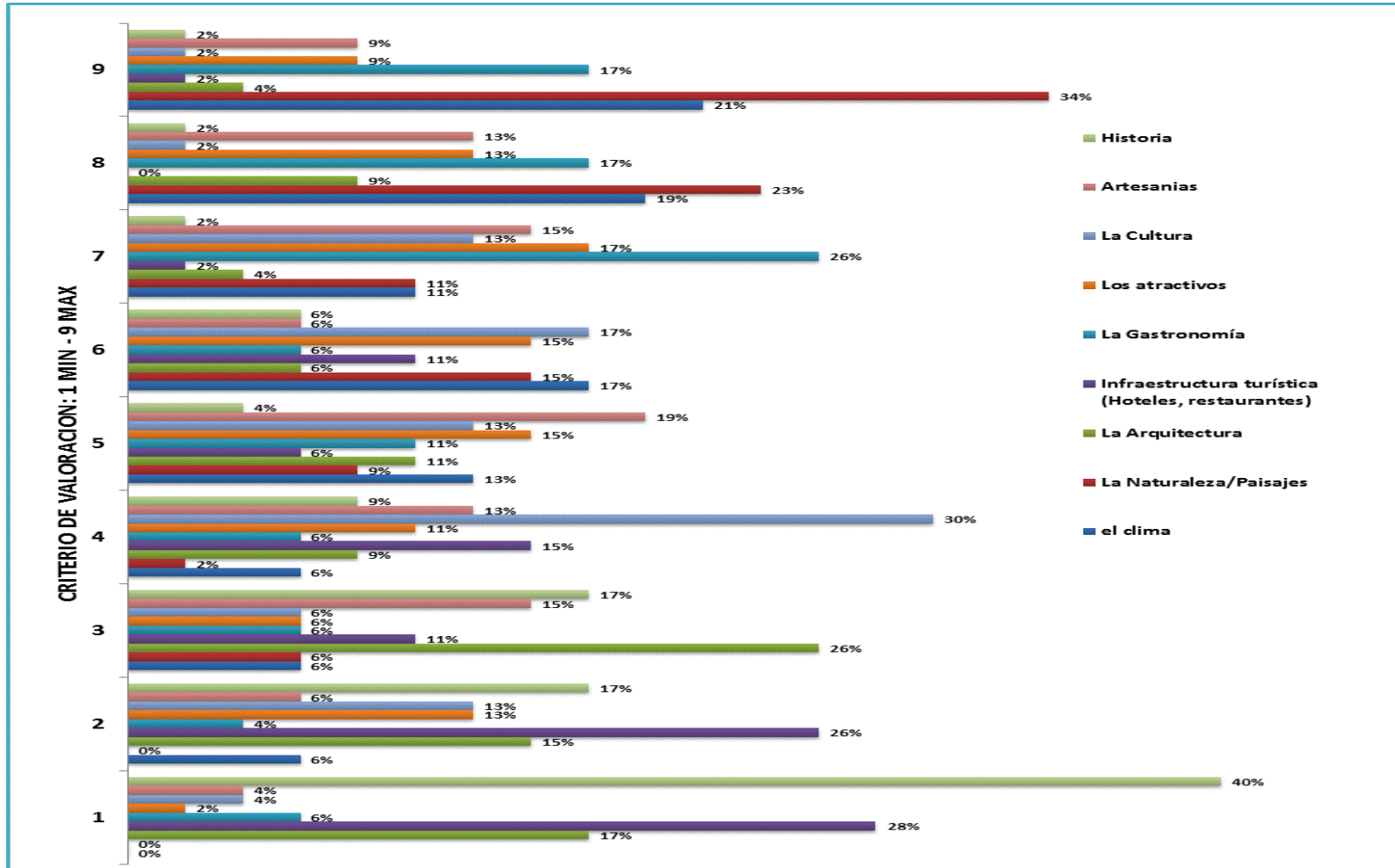
Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





GRAFICA 25. VALORACION ASPECTOS Y/O CARACTERISTICAS DE LOS ATRIBUTOS TURISTICOS DE DUITAMA



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





RESULTADOS:

Teniendo en cuenta que la escala de valoración es de 1 al 9, donde 1 es el valor mínimo y 9 el máximo, se obtuvieron los siguientes resultados con muestra recolectada:

El **34%** de los turistas, otorgó una valoración máxima de **9**, al atractivo de **Naturaleza/Paisajes**; seguido por el **Clima** calificado por el 21% de los encuestados. Con la valoración de **8**, fueron calificados nuevamente con un **23%** y **19%** respectivamente, la **Naturaleza/Paisajes** y el **Clima**.

Por su parte, la **Gastronomía y los Atractivos**, fueron valorados con **7**, por el **26%** y **17%** de los turistas encuestados, respectivamente. En tanto, que la **Cultura y el Clima**, con un 17% de la muestra, fueron valorados con **6**, seguidos de **Los Atractivos** y la **Naturaleza/Paisajes**, con el **15%** de la participación. Así mismo, los Turistas consideran que las **Artesanías** con un 19% y **Los atractivos** con un 15% de la muestra obtenida, sean valorados con **5**.

Con una valoración de **4** fue calificada la **Cultura** con un **30%**, seguido de **Infraestructura turística (Hoteles, restaurantes)** con un **15%** del total de la muestra obtenida. Con un **3**, el 26% del turista valoró **La Arquitectura**, y el 17% considera que es **La Historia**. De igual forma, los principales atractivos que fueron valorados con **2**, son la **Infraestructura turística (Hoteles, restaurantes)** y es **La Historia**, con el **26%** y **17%** respectivamente. Finalmente en el último punto de la Escala de Valoración, se encuentran los atractivos de **La Historia** e **Infraestructura turística (Hoteles, restaurantes)**, con una participación dentro de la muestra de **40%** y **28%**.

De esta manera, se tiene que los atractivos o aspectos que más les gustan a los turistas del Municipio de Duitama son: **Naturaleza/Paisajes** y el **Clima**, seguidos por **Gastronomía y los Atractivos**. Por el contrario, los aspectos que menos les gusta a los turistas son: **La Historia** e **Infraestructura turística (Hoteles, restaurantes)**.

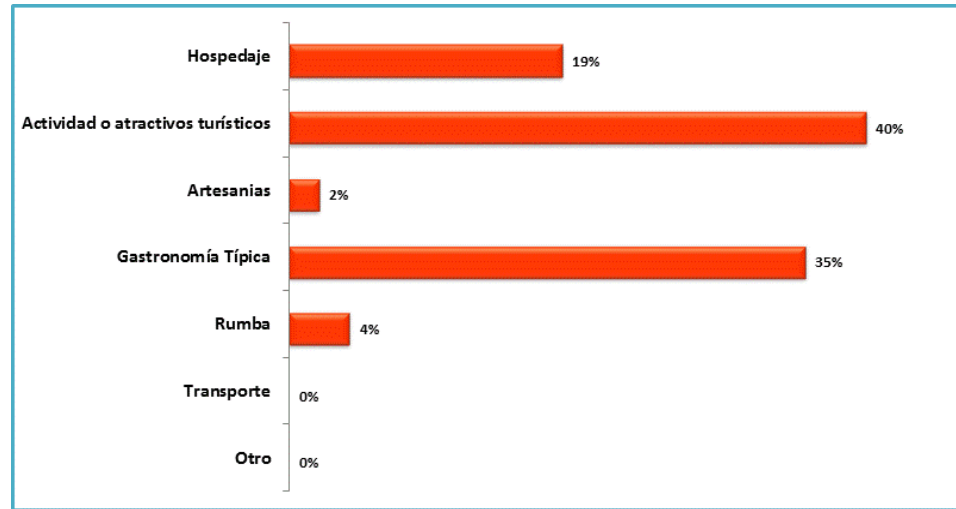
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



b) A la pregunta **¿Cuál es el concepto por el cual Usted está dispuesto a destinar la mayor parte de su presupuesto del viaje?**; se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA 26. INTENCION DE GASTO

DESCRIPCION	PERSONAS	PARTICIPACION %
Hospedaje	9	19%
Actividad o atractivos turísticos	19	40%
Artesanías	1	2%
Gastronomía Típica	17	35%
Rumba	2	4%
Transporte	0	0%
Otro - Cuál?	0	0%
TOTALES	48	100%



GRAFICA 26. INTENCION DE GASTO

RESULTADOS:

Con respecto a la intención de gasto por parte de los turistas del Municipio de Duitama, el **40%** de ellos, está dispuesto a destinar la mayor parte de su presupuesto de viaje, a las **actividades o atractivos turísticos** que ofrece este destino. Por su parte, un **35 %** de la muestra, considera que **la Gastronomía Típica** es un buen motivo para asignar la mayor parte de su presupuesto. En menor proporción se encuentra el ítem de **hospedaje**, para el cual el **19%** considera necesario aportar una buena parte de los recursos disponibles para el viaje. Un reducido número de turistas representado por el **4%** y **2%**, respectivamente, afirman que destinaría la mayor parte de su presupuesto en actividades de **Rumba** y la compra de **Artesanías**.

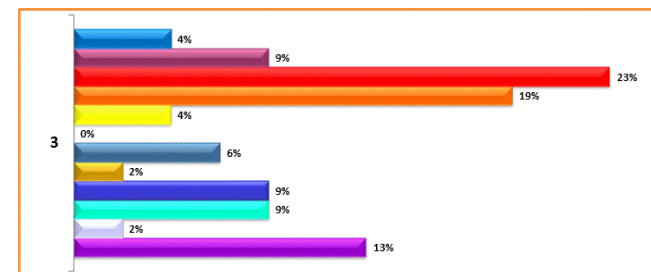
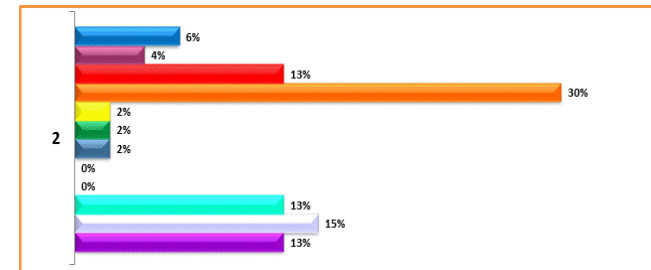
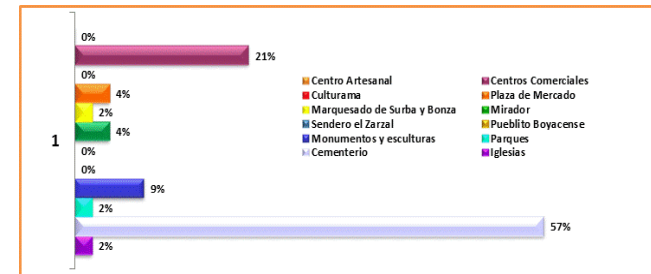
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



c) Frente al interrogante: ¿De los siguientes atractivos turísticos de Duitama, cuál le gusta o le gustaría conocer? En una escala del 1 al 12 donde 1 es el valor mínimo y 12; se obtuvieron los siguientes resultados:

TABLA 27. VALORACION ATRACTIVOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA

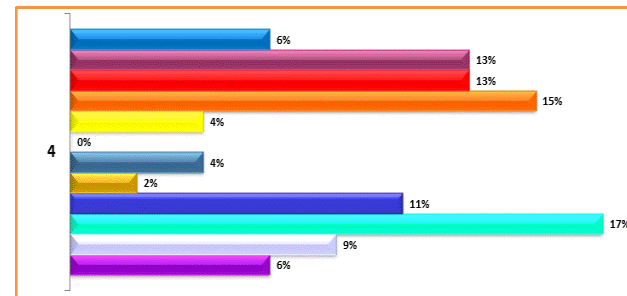
No.	DESCRIPCION	CRITERIO VALORACION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
1.	Iglesias	1	1	2%
		2	6	13%
		3	6	13%
		4	3	6%
		5	5	11%
		6	5	11%
		7	9	19%
		8	4	9%
		9	2	4%
		10	4	9%
		11	1	2%
		12	1	2%
2.	Cementerio	1	27	57%
		2	7	15%
		3	1	2%
		4	4	9%
		5	2	4%
		6	2	4%
		7	1	2%
		8	1	2%
		9	1	2%
		10	0	0%
		11	0	0%
		12	1	2%
3.	Parques	1	1	2%
		2	6	13%
		3	4	9%
		4	8	17%
		5	3	6%
		6	5	11%
		7	4	9%
		8	4	9%
		9	3	6%
		10	2	4%
		11	4	9%
		12	3	6%



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



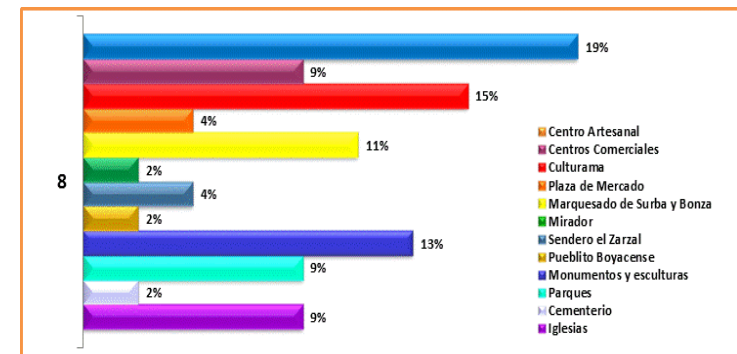
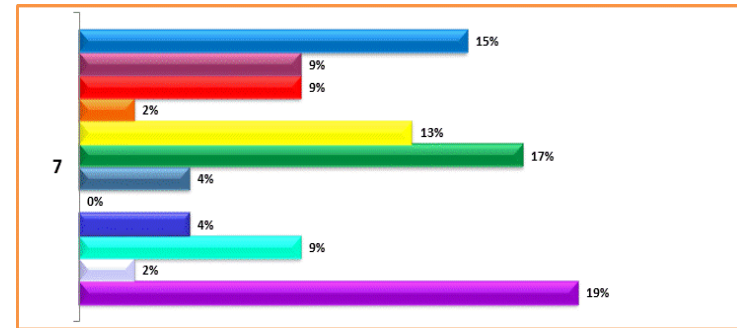
4.	Monumentos y esculturas	1	4	9%
		2	0	0%
		3	4	9%
		4	5	11%
		5	10	21%
		6	5	11%
		7	2	4%
		8	6	13%
		9	2	4%
		10	5	11%
		11	4	9%
		12	0	0%
5.	Pueblito Boyacense	1	0	0%
		2	0	0%
		3	1	2%
		4	1	2%
		5	0	0%
		6	0	0%
		7	0	0%
		8	1	2%
		9	3	6%
		10	6	13%
		11	9	19%
		12	26	55%
6.	Sendero Ecológico la Zarza	1	0	0%
		2	1	2%
		3	3	6%
		4	2	4%



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



		5	1	2%
		6	1	2%
		7	2	4%
		8	2	4%
		9	1	2%
		10	7	15%
		11	15	32%
		12	12	26%
7.	Mirador	1	2	4%
		2	1	2%
		3	0	0%
		4	0	0%
		5	6	13%
		6	2	4%
		7	8	17%
		8	1	2%
		9	11	23%
		10	11	23%
		11	3	6%
		12	2	4%
8.	Marquesado de Surba y Bonza	1	1	2%
		2	1	2%
		3	2	4%
		4	2	4%
		5	3	6%
		6	5	11%
		7	6	13%
		8	5	11%
		9	10	21%
		10	7	15%
		11	4	9%
		12	1	2%

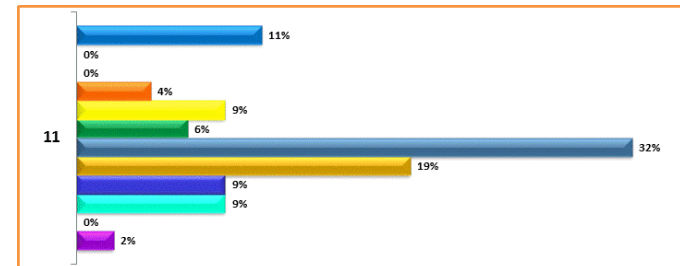
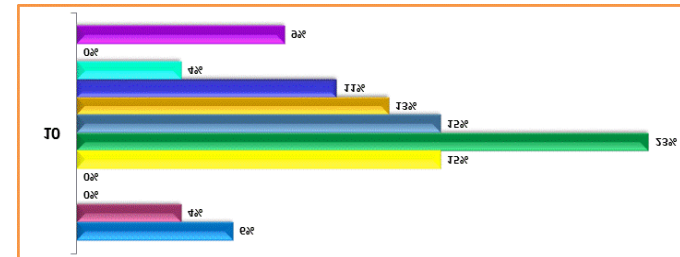
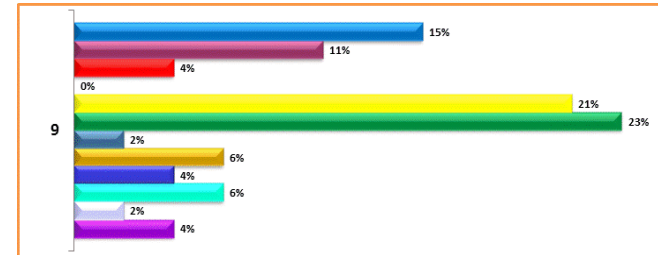


PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





9.	Plaza de Mercado	1	2	4%
		2	14	30%
		3	9	19%
		4	7	15%
		5	5	11%
		6	5	11%
		7	1	2%
		8	2	4%
		9	0	0%
		10	0	0%
		11	2	4%
		12	0	0%
10.	Culturama	1	0	0%
		2	6	13%
		3	11	23%
		4	6	13%
		5	3	6%
		6	8	17%
		7	4	9%
		8	7	15%
		9	2	4%
		10	0	0%
		11	0	0%
		12	0	0%
11.	Centros Comerciales	1	10	21%
		2	2	4%
		3	4	9%
		4	6	13%
		5	6	13%
		6	4	9%
		7	4	9%
		8	4	9%
		9	5	11%
		10	2	4%
		11	0	0%
		12	0	0%

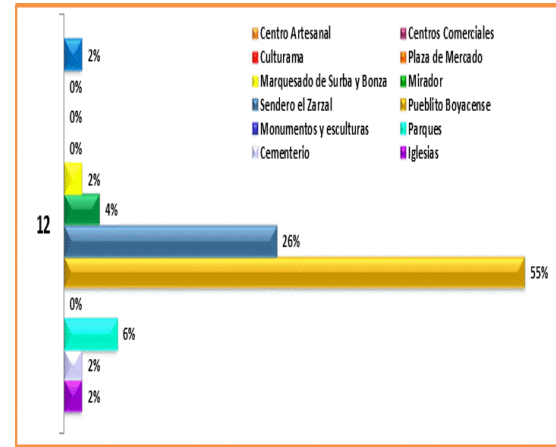


PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





12.	Centro Artesanal	1	0	0%
		2	3	6%
		3	2	4%
		4	3	6%
		5	3	6%
		6	4	9%
		7	7	15%
		8	9	19%
		9	7	15%
		10	3	6%
		11	5	11%
		12	1	2%



RESULTADOS:

Con una valoración máxima de **12**, fueron destacados los atractivos **Pueblito Boyacense** y **Sedero la Zarza**, que obtuvieron el **55%** y **26%** de la muestra recolectada, respectivamente. Seguidamente, los turistas encuestados consideraron que los siguientes atractivos se encuentran en la escala 11 de preferencia, así: **Sendero Ecológico la Zarza** con un porcentaje de 32%, **Pueblito Boyacense** con el 19% de la participación, y **Centro Artesanal** con un 11%. De igual forma, los atractivos del **Mirador (23%)**, **Marquesado de Surba y Bonza (15%)** y **Sendero Ecológico la Zarza (15)** fueron los más destacados con una valoración del **10**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Los visitantes encuestados, también valoraron con **9**, los atractivos **el Mirador (23%)**, y **Marquesado de Surba y Bonza (21%)**. Asignándole una valoración de 8, fueron destacados los atractivos de **Centro Artesanal (19%)**, **Culturama (15%)** y **Monumentos y esculturas (13%)**.

Con una valoración de 7, asignada por los turistas que participaron en la encuesta, se encuentra los atractivos de **Iglesias (19%)**, **Mirador (17%)** y **Centro Artesanal (15%)**.

El atractivo de **Culturama** fue valorado con 6, por el 17% de los turistas encuestados, seguido de **Plaza de Mercado, Marquesado de Surba y Bonza, Monumentos y Esculturas, Parques e Iglesias** los cuales obtuvieron un 11% de la muestra recolectada. Con una valoración de 5, fueron calificados los atractivos **Monumentos y Esculturas** por un **21%** de los encuestados, seguido por **Centros Comerciales** y **Mirador** con el **13%** del total de la muestra. Con una valoración de 4, se destacan los atractivos de **Parques (17%)** y **Plaza de Mercado (15%)**. Así mismo con una valoración de **3**, fueron calificados los atractivos de **Culturama (23%)** y **Plaza de Mercado (19%)**.

En los dos últimos niveles de la escala del 1 al 12, se encuentran con una mayor participación de la muestra los siguientes atractivos: con una valoración de **2**, **Plaza de Mercado (30%)** y **Cementerio (15%)**; y de **1**, se encuentran los atractivos de **Cementerio (57%)** y Centros **Comerciales (21%)**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



CONCLUSIONES:

Los aspectos más valorados por los turistas que visitan DUITAMA, corresponden a la Naturaleza/Paisajes y el Clima, Gastronomía y los Atractivos, la Cultura y las Artesanías; elementos que hacen parte de la oferta turística de esta destino, y que representan el importante potencial de recursos y patrimonio natural y cultural de la región y el principal motivo para la toma de decisión en la elección de Duitama como destino turístico.

De otra parte, los aspectos menos valorados es decir, tienen un menor grado de importancia con relación a los demás, son: La Historia, Infraestructura turística (Hoteles, restaurantes) y La Arquitectura; reflejando con ello, una percepción débil de estos atributos o características que hacen parte esencial de la oferta turística del municipio. Los ítems por los cuales, los turistas están dispuestos a destinar la mayor parte del presupuesto de viaje, son: **actividades o atractivos turísticos, la Gastronomía Típica y el Hospedaje**. Esta intención de gasto, favorece la actividad turística de Duitama, incrementando el consumo de productos y/o servicios por estos conceptos; no obstante se deben implementar acciones de mejoramiento continuo que permitan aumentar la percepción de calidad y satisfacción de los turistas. Sin embargo, en cuanto a los demás conceptos que no se encuentran entre los más importantes por los turistas para asignar parte de los recursos del viaje, estos deben ser objeto de mayor promoción, como es el caso de las Artesanías.

En cuanto a los atractivos que conforman la oferta turística de DUITAMA, que los turistas desean conocer son Pueblito Boyacense, Sendero Ecológico la Zarza, seguidos por el Centro Artesanal, el Mirador, el Marquesado de Surba y Bonza, Culturama y Monumentos y Esculturas. En contraste los de menor interés por parte de los visitantes, son Plaza de Mercado, Cementerio y Centros Comerciales. Lo anterior refleja el interés del turista por conocer tanto los atractivos de naturaleza como aquellos que hacen parte del patrimonio cultural e histórico del destino turístico de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





- **Nivel de Satisfacción del Turista:**

Con el propósito de conocer el nivel de satisfacción del Turista, se indagó sobre las experiencias positivas y negativas durante su estadía en el Municipio de Duitama, así como se pidió la opinión respecto a la percepción sobre el potencial de este destino turístico, y si recomendaría a otros turistas visitar este municipio.

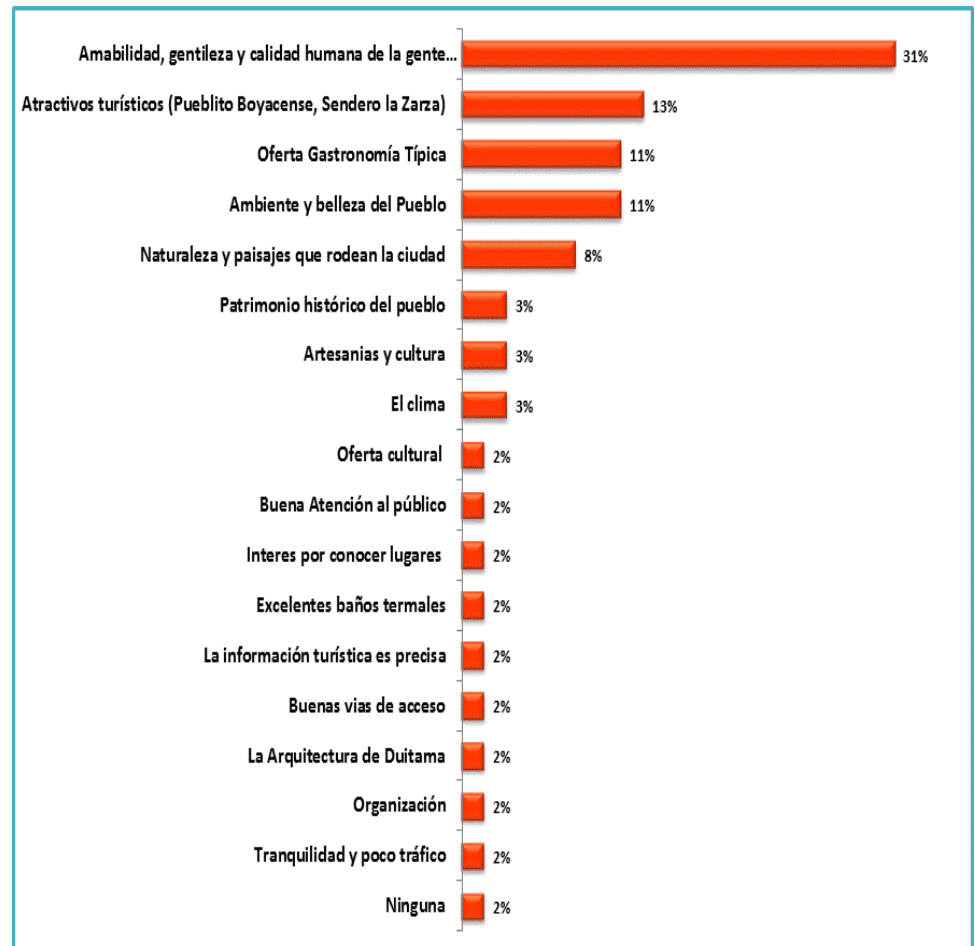
a) Ante la consulta: **Describe una experiencia positiva y otra negativa en su estancia en el municipio de Duitama**, se obtuvieron respuestas abiertas por parte de los turistas encuestados, las cuales fueron agrupadas de acuerdo con la similitud del tema o aspecto referenciado.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



TABLA 28. ASPECTOS POSITIVOS DE LA ESTADIA EN DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
Amabilidad, gentileza y calidad humana de la gente (residentes de DUITAMA)	19	31%
Atractivos turísticos (Pueblito Boyacense, Sendero Ecológico la Zarza)	8	13%
Oferta Gastronomía Típica	7	11%
Ambiente y belleza del Pueblo	7	11%
Naturaleza y paisajes que rodean la ciudad	5	8%
Patrimonio histórico del pueblo	2	3%
Artesanías y cultura	2	3%
El clima	2	3%
Oferta cultural	1	2%
Buena Atención al público	1	2%
Interés por conocer lugares	1	2%
Excelentes baños termales	1	2%
La información turística es precisa	1	2%
Buenas vías de acceso	1	2%
La Arquitectura de Duitama	1	2%
Organización	1	2%
Tranquilidad y poco tráfico	1	2%
Ninguna	1	2%
TOTALES	62	100%



GRAFICA 28. ASPECTOS POSITIVOS DE LA ESTADIA EN DUITAMA



RESULTADOS:

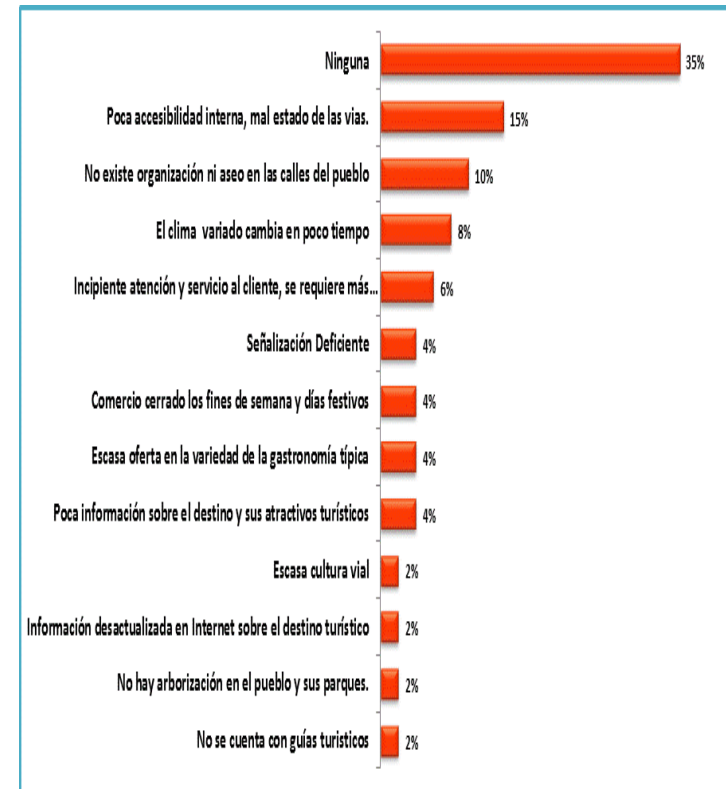
El aspecto positivo destacado por la mayor parte de los turistas encuestados que corresponde al **31%** de la muestra, fue el relacionado con la Amabilidad, **gentileza y calidad humana de la gente (residentes de DUITAMA)**. Otros aspectos positivos percibidos por los turistas durante su estancia en Duitama, son : Atractivos turísticos (Pueblito Boyacense, Sendero Ecológico la Zarza) (**13%**), Oferta Gastronomía Típica (**11%**), Ambiente y belleza del Pueblo (**11%**), Naturaleza y paisajes que rodean la ciudad (**8%**), Patrimonio histórico del pueblo (**3%**), Artesanías y cultura (**3%**) y el Clima (**3%**). Así mismo, con un 2% cada uno, los siguientes aunque en menor proporción fueron señalados como aspectos positivos para visitar el Municipio de Duitama: Oferta cultural, Buena Atención al público, Interés por conocer lugares, Excelentes baños termales, La información turística es precisa, Buenas vías de acceso, La Arquitectura de Duitama, Organización y Tranquilidad y poco tráfico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



TABLA 29. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA ESTADIA EN DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
Ninguna	17	35%
Poca accesibilidad interna, mal estado de las vías.	7	15%
No existe organización ni aseo en las calles del pueblo	5	10%
El clima variado cambia en poco tiempo	4	8%
Incipiente atención y servicio al cliente, se requiere más capacitación	3	6%
Señalización Deficiente	2	4%
Comercio cerrado los fines de semana y días festivos	2	4%
Escasa oferta en la variedad de la gastronomía típica	2	4%
Poca información sobre el destino y sus atractivos turísticos	2	4%
Escasa cultura vial	1	2%
Información desactualizada en Internet sobre el destino turístico	1	2%
No hay arborización en el pueblo y sus parques.	1	2%
No se cuenta con guías turísticos	1	2%
TOTAL	48	100%

**GRAFICA 29. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA ESTADIA EN DUITAMA**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



RESULTADOS:

El **35%** de los turistas encuestados respondió que no tiene ningún aspecto negativo para describir del municipio de Duitama, en contraste con un **15%** de la muestra obtenida, que indica como factor a mejorar la deficiente accesibilidad interna por el mal estado de las vías.

De igual manera, un 10% de la población encuestada afirma No existe organización y no se dan las condiciones de aseo en el destino turístico; un 8% atribuyó el aspecto negativo al clima de la ciudad, por cuanto considera que es variable.

Otros aspectos que inciden negativamente en el nivel de satisfacción del cliente, considerado así por el **6%** de la muestra, es la incipiente atención y servicio al cliente, por parte de las personas que laboran en los establecimientos comerciales, evidenciando que se requiere capacitación para mejorar este factor.

Los demás aspectos descritos como negativo por parte del **2%** de los visitantes del Municipio de Duitama, son; la Señalización deficiente, no apertura por parte del comercio en fines de semana y puentes festivos, escasa oferta en la variedad de la gastronomía típica de la región, poca información de los atractivos y el destinos turístico, escasa cultural vial, información desactualizada en internet sobre el destino, no ha arborización en el municipio y en los parques y no se cuenta con guías turísticos.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

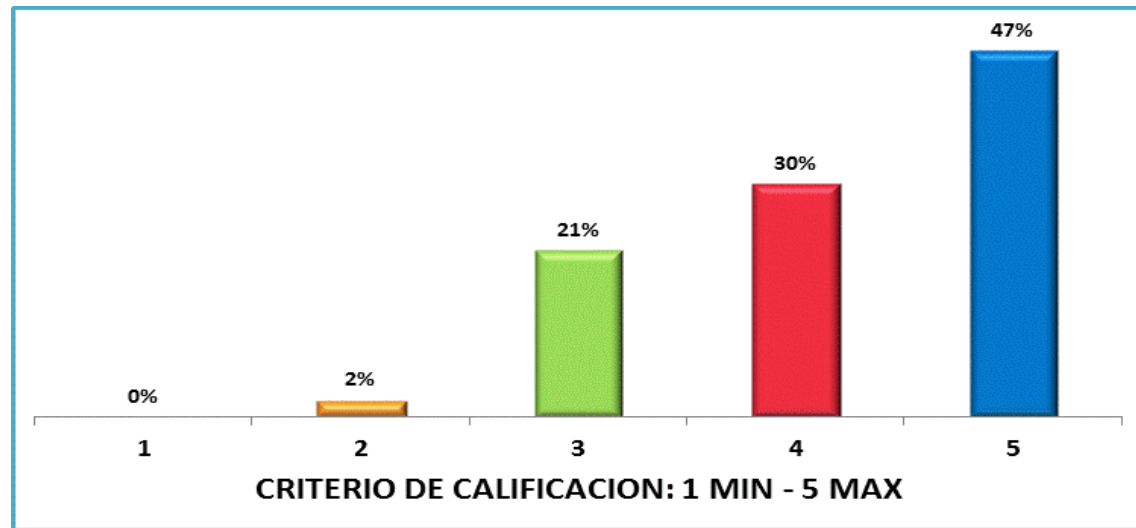




b) Al enunciado: **En una escala de 1 a 5, siendo el 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo, cómo calificaría Usted, el potencial del municipio de Duitama como destino turístico?**, el turista respondió:

TABLA 30. CALIFICACION POTENCIAL DESTINO TURISTICO DUITAMA

CRITERIO DE EVALUACION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
1	0	0%
2	1	2%
3	10	21%
4	14	30%
5	22	47%
TOTALES	47	100%



Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

GRAFICA 30. CALIFICACION POTENCIAL DESTINO TURISTICO DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





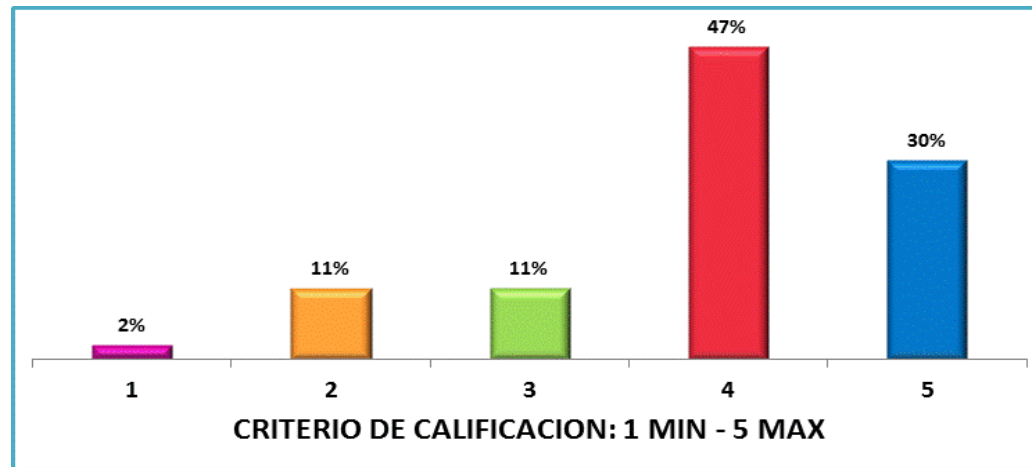
RESULTADOS:

El destino turístico de Duitama, es considerado por el **47%** de la muestra obtenida, como potencial; seguido de un **30%** de los turistas encuestados que otorgaron una calificación de **4**, el **21%** señaló una calificación de 3, reflejando una percepción de un destino que se encuentra en su proceso de estructuración. Finalmente un **2%** de los encuestados le da una calificación de 2, indicando con ello su insatisfacción con el destino y en consecuencia no considera que sea potencialmente turístico. Ninguno de los encuestados le otorgó a este enunciado una calificación de 1.

c) Frente al interrogante: **En una escala de 1 a 5, siendo el 1 el valor mínimo y 5 el valor máximo, cómo calificaría Usted, el servicio de atención al cliente?**, el turista respondió:

TABLA 31. CALIFICACION SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE

CRITERIO DE EVALUACION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
1	1	2%
2	5	11%
3	5	11%
4	22	47%
5	14	30%
TOTALES	47	100%



GRAFICA 31. CALIFICACION SERVICIO DE ATENCION AL CLIENTE

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





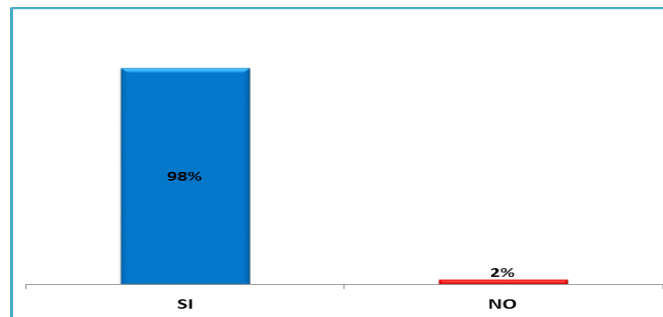
RESULTADOS:

Ante la calificación del aspecto de Servicio de Atención al Cliente, el **30%** de los turistas que participaron en la aplicación de la encuesta, le otorgaron un calificación de 5; mientras que un **47%** de la muestra, lo valoró con **4**; el **11%** consideró este servicio en un nivel de **3** y otro tanto le asignó la calificación de **2**; finalmente un reducido **2%** indica una valoración de **1**.

d) A la pregunta: **¿Usted recomendaría a otras personas conocer el Municipio de Duitama?, Porque?** el turista respondió:

TABLA 32. INTENCION DE RECOMENDACIÓN DUITAMA COMO DESTINO TURISTICO

OPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
SI	46	98%
NO	1	2%
TOTALES	47	100%



GRAFICA 32. INTENCION DE RECOMENDACIÓN DUITAMA COMO DESTINO TURISTICO

Fuente: Encuesta Estudio de Mercado Duitama-Boyacá

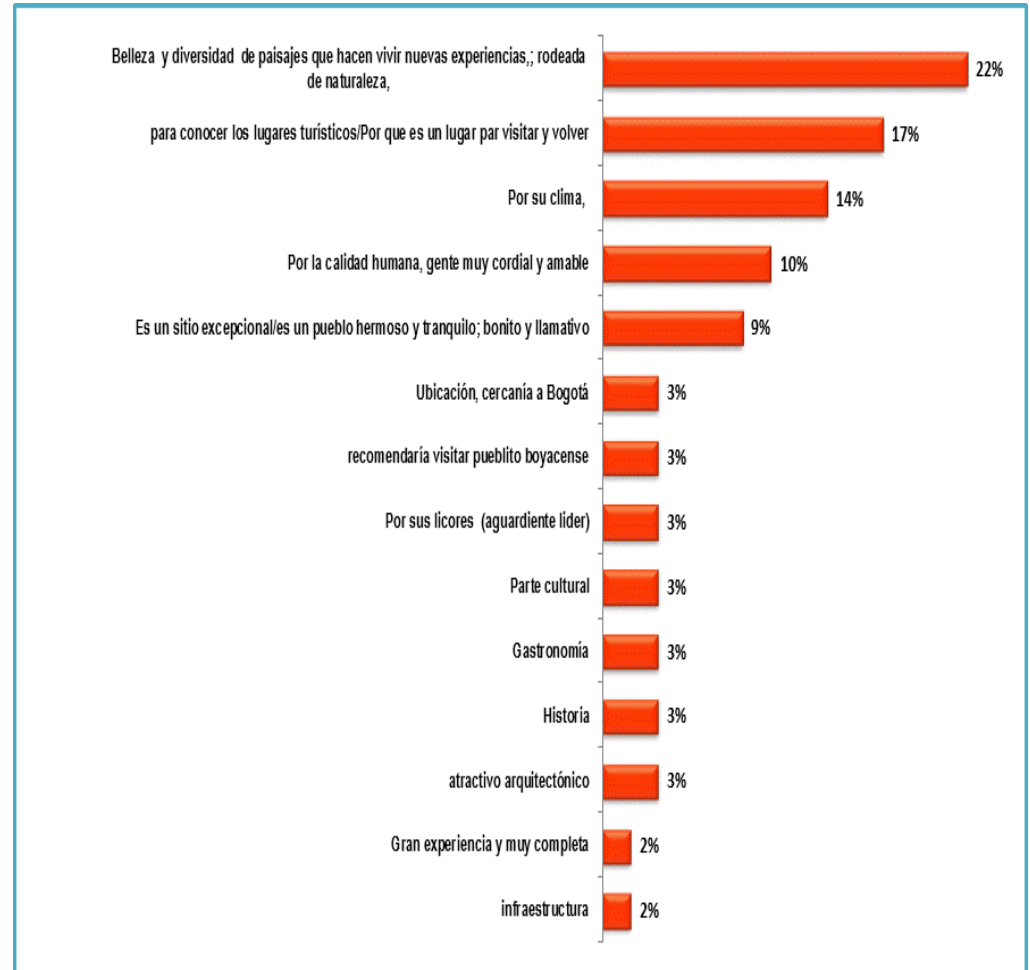
PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





TABLA 33. MOTIVOS POR LOS QUE SI RECOMENDARIA CONOCER DUITAMA

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
Belleza y diversidad de paisajes que hacen vivir nuevas experiencias; rodeada de naturaleza,	13	22%
para conocer los lugares turísticos/Porque es un lugar para visitar y volver	10	17%
Por su clima	8	14%
Por la calidad humana, gente muy cordial y amable	6	10%
Es un sitio excepcional/es un pueblo hermoso y tranquilo; bonito y llamativo	5	9%
Ubicación, cercanía a Bogotá	2	3%
recomendaría visitar pueblito boyacense	2	3%
Por sus licores (aguardiente líder)	2	3%
Parte cultural	2	3%
Gastronomía	2	3%
Historia	2	3%
atractivo arquitectónico	2	3%
Gran experiencia y muy completa	1	2%
Infraestructura	1	2%
TOTALES	58	100%



GRAFICA 33. MOTIVOS POR LOS QUE SI RECOMENDARIA CONOCER DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

Ante el interrogante realizado a los turistas encuestados sobre si recomendaría a otras personas conocer el Municipio de Duitama y por qué? El 98% de la población que participó indicó que **SI**, entre algunas razones del porqué de la respuesta afirmativa tenemos: Belleza y diversidad de paisajes, para conocer los lugares turísticos, por el clima, Por la calidad humana, gente muy cordial y amable, es un pueblo hermoso y tranquilo, Ubicación, cercanía a Bogotá, entre otras. Una sola persona que participó en la aplicación de la encuesta respondió negativamente, y que corresponde al **2%** del total de la muestra. El motivo expuesto según el turista fue dado en razón a que el Municipio de Duitama no posee infraestructura turística.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





e) A la pregunta: **¿Qué sugerencia haría en aras de ofrecer un excelente servicio al momento de visitar un lugar turístico?** el turista respondió:

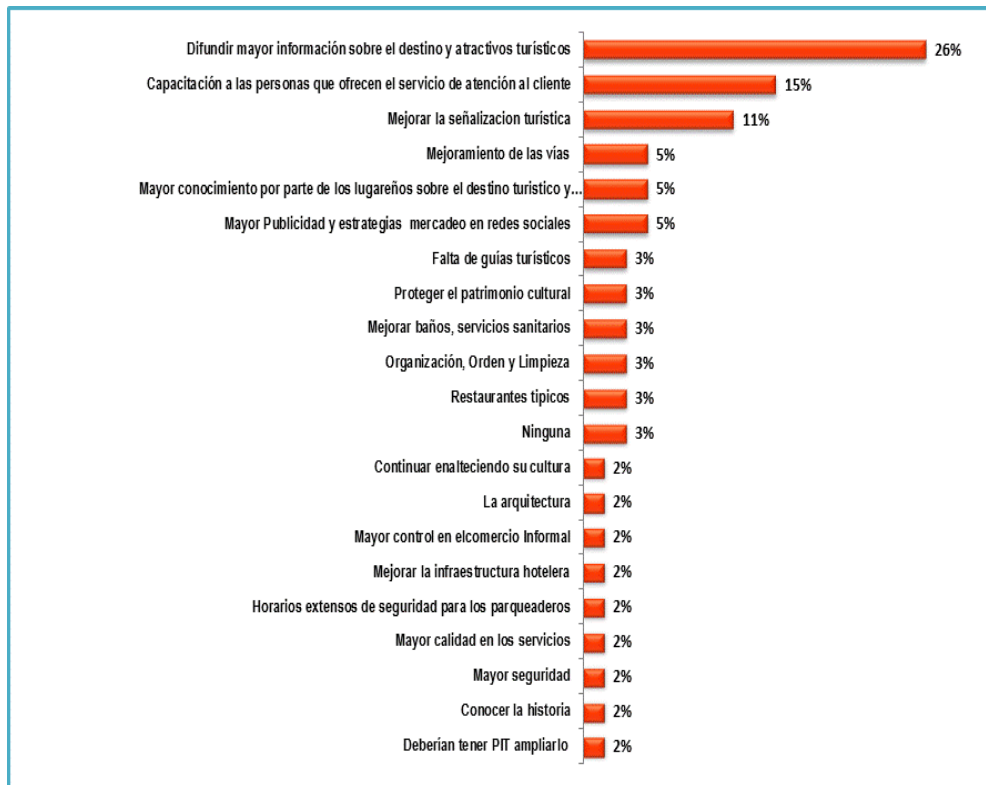
TABLA 34. SUGERENCIAS DEL TURISTA PARA OFRECER UN EXCELENTE SERVICIO

DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION
Difundir mayor información sobre el destino y atractivos turísticos	16	26%
Capacitación a las personas que ofrecen el servicio de atención al cliente	9	15%
Mejorar la señalización turística	7	11%
Mejoramiento de las vías	3	5%
Mayor conocimiento por parte de los lugareños sobre el destino turístico y brinden información	3	5%
Falta de guías turísticos	3	5%
Proteger el patrimonio cultural	2	3%
Mejorar baños, servicios sanitarios	2	3%
Organización, Orden y Limpieza	2	3%
Restaurantes típicos	2	3%
Ninguna	2	3%
Continuar enaltecendo su cultura	2	3%
Mayor Publicidad y estrategias mercadeo en redes sociales	1	2%
La arquitectura	1	2%
Mayor control en el comercio Informal	1	2%
Mejorar la infraestructura hotelera	1	2%
Horarios extensos de seguridad para los parqueaderos	1	2%
Mayor calidad en los servicios	1	2%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Mayor seguridad	1	2%
Conocer la historia	1	2%
Deberían tener PIT ampliarlo	1	2%
TOTALES	62	100%



GRAFICA 34. SUGERENCIAS DEL TURISTA PARA OFRECER UN EXCELENTE SERVICIO

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

Ante la pregunta de qué sugerencia haría para ofrecer un excelente servicio al momento de visitar un lugar turístico, los turistas encuestados respondieron de la siguiente forma:

Las tres principales sugerencias, que fueron reiterativas en varios de los visitantes que participaron en la muestra obtenida, fueron: con un **26%** ***“Difundir mayor información sobre el destino y atractivos turísticos”***, seguido con el **15%** ***“Capacitación a las personas que ofrecen el servicio de atención al cliente”***, y con el **11%** ***“Mejorar la señalización turística”***.

Otros aspectos sugeridos son: Mejoramiento de las vías del interior del Municipio; Mayor conocimiento por parte de los lugareños sobre el destino turístico y brinden información; Falta de guías turísticos; Proteger el patrimonio cultural; Mejorar baños, servicios sanitarios; Organización, Orden y Limpieza, Mayor Publicidad y estrategias mercadeo en redes sociales y Restaurantes típicos, entre otras.

CONCLUSIONES:

El aspecto positivo más importante para los turistas durante su visita a DUITAMA, es la amabilidad y calidez de sus gentes, refiriéndose a los residentes del Municipio; este valor se convierte en una fortaleza para el destino turístico, que contribuye en buena medida a aumentar el nivel de satisfacción del turista.

Otros aspectos positivos que son apreciados por los visitantes, son los relacionados con los atractivos turísticos que conforman la oferta turística del destino, principalmente el Pueblito Boyacense y el Sendero Ecológico la Zarza; así mismo la gastronomía típica

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





se constituye en un factor determinante que motiva a los turistas a visitar Duitama, como también lo son: el Ambiente de tranquilidad y la belleza del pueblo y la Naturaleza y los paisajes que rodean el municipio, como otros factores valorados por los turistas.

De otra parte, en cuanto a los aspectos negativos del municipio de Duitama, se encuentra la deficiente accesibilidad por el mal estado de las vías internas, debido a las obras que se están ejecutando y así como accidentes de tránsito; factores que sumados a la falta de señalización tanto turística como de tránsito, y la escasa cultura vial, evidencian una gran debilidad en el destino turístico.

El otro factor que incide negativamente en la imagen del destino turístico y por ende en el nivel de satisfacción del turista, es el relacionado con la desorganización y las precarias condiciones de aseo tanto de las calles como en general del municipio de Duitama, generando una percepción en el visitante, de suciedad y desorganización. Así mismo, el servicio de atención al turista es incipiente, haciendo necesario que tanto el personal de establecimientos comerciales como de cada uno de los prestadores de servicios turísticos sean capacitados en el tema.

También el aspecto del clima, considerado por algunos turistas como positivo, fue incluido por otros, como negativo, toda vez que cambia con frecuencia, entorpeciendo los planes turísticos previstos por el visitante, sin embargo este factor depende de las condiciones atmosféricas de la región, según la época del año.

Otro factor no menos importante que los anteriores y que influye significativamente de forma negativa en el nivel de satisfacción del turista, es el cierre durante los fines de semana y días festivos, de los establecimientos comerciales, limitando al turista en su deseo de adquirir bienes y servicios necesarios para cubrir sus necesidades básicas durante su estadía en el destino turístico de DUITAMA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Sin embargo, pese a que existen aspectos negativos en el desarrollo de la actividad turística, la mayor parte de los turistas consideran que DUITAMA es un destino potencialmente turístico.

En cuanto al Servicio de Atención al Cliente, de acuerdo con la valoración dada, fue considerado por la mayor parte de los turistas como bueno, no obstante otra parte, lo valoró en la escala entre media y mínima de calificación, lo que evidencia una percepción negativa de este aspecto, confirmando que representa un debilidad dentro del proceso de estructuración del destino y productos turísticos.

Como indicador para medir el grado de satisfacción del turista, se comprobó que éste referenciaría el destino turístico DUITAMA, teniendo en cuenta los atractivos representados en su riqueza natural y belleza de paisajes, los atractivos turísticos por conocer, el clima, la calidad y gentileza de las gentes que residen en el municipio, por la tranquilidad y ambiente del pueblo, y la cercanía de Bogotá, serían algunas de las motivaciones para recomendar a otras personas que conozcan este destino turístico.

Por último, los aspectos que consideran los turistas se deben mejorar para poder ofrecer un servicio excelente, están relacionados con la escasa información sobre el destino y atractivos turísticos, las estrategias de promoción y mercadeo para mayor difusión a través de las redes sociales, mejorar la señalización tanto turística como vial, así mismo el empoderamiento de los residentes del municipio de Duitama, para que se conviertan a la vez en guías y promotores del destino turístico.

Así mismo, se sugiere por parte de los visitantes, mejorar la calidad del servicio de atención al cliente y adecuar en condiciones óptimas las vías de acceso al destino turístico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





PERFIL DEL TURISTA Y NICHOS DE MERCADO DE DEMANDA POTENCIAL

De acuerdo con la información obtenida en el presente análisis, se presenta a continuación el perfil del turista según el nicho de mercado que conforman la demanda potencial del destino turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA, hacia quienes deben ir dirigida las estrategias de comercialización y promoción del producto.

NICHOS DE MERCADO 1:	PLAN FAMILIAR	NICHOS DE MERCADO 2:	PLAN AMIGOS
Edad:	18-24, 34-44, 45-55, más de 55	Edad:	18-24, 25-34, 45-55
Origen:	Bogotá, Boyacá, Santander y Cundinamarca	Origen:	Bogotá, Medellín, Valle, Bucaramanga, Manizales
Ocupación:	Estudiante, Empleado, Trabajador Independiente, pensionado	Ocupación:	Estudiante, Empleado, Trabajador Independiente
Organización de Viaje:	Individual	Organización de Viaje:	Individual
Medio de Transporte:	Carro Familiar, bus intermunicipal	Medio de Transporte:	Carro Familiar
Presupuesto promedio (día/persona)	Desde \$100.000 a más de \$250.000	Presupuesto promedio (día/persona)	Desde \$151.000 a más de \$250.000
Destinación principal del gasto:	Atractivos turísticos, Gastronomía y hospedaje	Destinación principal del gasto:	Atractivos turísticos y Gastronomía
Días de Permanencia:	Entre 1 a 3 días	Días de Permanencia:	Entre 1 a 3 días
Número de personas acompañantes:	2 – 5 personas	Número de personas acompañantes:	2 – 10 personas
Temporada:	Fin de Semana y Puentes Festivos	Temporada:	Fin de Semana, Puentes Festivos y Fin de año
Tipo de Alojamiento:	Casa Familiar/Amigo, Hotel	Tipo de Alojamiento:	Casa Familiar/Amigo
Motivación del destino:	Clima, Paisajes, Belleza del destino, amabilidad de la gente, ambiente tranquilo, atractivos y sitios turísticos, Gastronomía, Cultura, cercanía a Bogotá.	Motivación del destino:	Naturaleza, Parte histórica, atractivos y sitios turísticos
Intereses:	Naturaleza/ paisajes , Conocer atractivos turísticos (Pueblito Boyacense, Sendero Ecológico La zarza, Mirador)	Intereses:	Naturaleza/ paisajes, gastronomía y atractivos (Pueblito Boyacense, Sendero Ecológico La zarza)

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



NICHO DE MERCADO 3:	PLAN PAREJA
Edad:	18-24, 25-34, 45-55
Origen:	Bogotá
Ocupación:	Estudiante, Empleado
Organización de Viaje:	Individual
Medio de Transporte:	Carro Familiar, Bus intermunicipal, Moto
Presupuesto promedio (día/persona)	Desde \$100.000 y \$250.000
Destinación principal del gasto:	Atractivos turísticos, Gastronomía, hospedaje
Días de Permanencia:	Entre 1 a 3 días
Número de personas acompañantes:	1 persona
Temporada:	Fin de Semana y Puentes Festivos
Tipo de Alojamiento:	Hotel, Apartamento-Hotel
Motivación del destino:	Cercanía a Bogotá, Belleza del destino, atractivos y sitios turísticos, Amabilidad y calidez de la gente
Intereses:	Gastronomía, atractivos turísticos (Pueblito Boyacense, Sendero Ecológico La zarza, parques)

Para efectos del análisis básico del mercado, se tomó una muestra aleatoria (47), encuestas a turistas, ya que en cada atractivo no se encuentra documentado el número de turistas que lo visitan, (excepto sendero ecológico la Zarza), ni está determinada la época de visita de los mismos. Se determinó que Las encuestas a turistas fuesen de todas las edades, géneros y en sitios turísticos, de los cuales se tomo información suficiente sobre gustos, necesidades y expectativas sobre el destino turístico, resultado que ya estaba

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





confirmado y respaldado en los resultados de las demás encuestas realizadas a los actores turísticos de Duitama. Las entrevistas fueron realizadas a muchos visitantes, que fueron por primera vez en el destino turístico, la encuesta abordo todos los aspectos a tener en cuenta para realizar un análisis serio y completo del mercado del destino turístico, ya que los datos suministrados por el PIT no arrojaban ciudades de origen en aquellos turistas nacionales.

Siendo una encuesta bastante extensa, las personas que la aplicaron tomaron el tiempo suficiente con cada uno de los turistas para que las respuestas fueran lo más exactas a la realidad del sector Duitama.

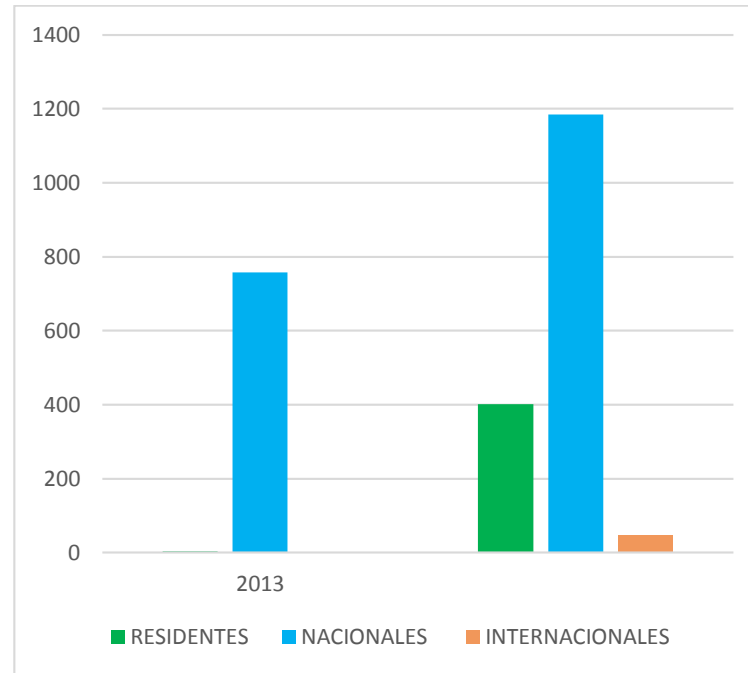


PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





NUMERO DE TURISTAS QUE VISITARON DUITAMA ENTRE EL AÑO 2013-2014		
SEGÚN LA PROCEDENCIA		
AÑO	2013	2014
RESIDENTES	4	402
NACIONALES	758	1185
INTERNACIONALES	0	46
Total	762	1633
DIFERENCIA	871	
% VARIACION	53%	



Fuente: PIT- Punto Información Turística de Duitama

ANALISIS E INTERPRETACION

Teniendo en cuenta el cuadro anterior, podemos evidenciar que el nivel de visitas de turistas a la Ciudad de Duitama es en aumento, por lo que es importante que la ciudad se fortalezca con procesos de alistamiento y promoción, como destino turístico con una oferta debidamente consolidada y con unos precios competitivos que permitan fidelizar los turistas que están llegando y acceder a los demás turistas que les gusta el turismo de naturaleza y cultura y aún no han visitado la ciudad.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





9. INFORME DE ANÁLISIS DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y SOCIO CULTURAL DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS IDENTIFICADOS.

ANALISIS ENCUESTA FICHA No.6: ASPECTOS DE AMBIENTALES, ECONOMICOS Y SOCIAL PRODUCTOR TURISTICO MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

PRESENTACION:

El presente documento contiene el análisis de la información obtenida mediante la aplicación de la Encuesta FICHA No.6 ASPECTOS AMBIENTALES, ECONOMICOS Y SOCIAL, a un grupo de 30 personas, conformado por los diferentes actores de la actividad turística en el municipio de Duitama, entre prestadores de servicios y operadores turísticos.

La encuesta fue diligenciada por cinco (5) grupos integrados por 6 personas cada uno, quienes identificaron aspectos por una parte los aspectos positivos y negativos con relación al impacto ambiental y buenas prácticas, y de otra parte, con respecto a impacto económico y social, aportaron sus conceptos y percepciones sobre la repercusión que tiene el producto turístico DUITAMA, sobre las actividades desarrolladas por los habitantes y su calidad de vida.

OBJETIVO:

Identificar y evaluar los aspectos ambientales, económicos y sociales con respecto al diseño y desarrollo del producto turístico del Municipio de DUITAMA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por representantes de los diferentes actores que intervienen en actividad turística del Municipio de Duitama, la cual fue diligenciada por 5 grupos conformado por 6 personas cada uno, quienes asistieron a la convocatoria realizada por la Alcaldía de Duitama, Boyacá.

La aplicación de la Encuesta se efectuó el día 25 de mayo de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio; y que hacen parte de las actividades turísticas de la zona, como prestadores de servicios, alojamiento, Agencias de viaje, operadores turísticos, artesanos, entre otros.

La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información sobre prestadores de servicios turísticos registrados por la Alcaldía de Duitama.

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

9.1. ASPECTOS AMBIENTALES:

La Encuesta se estructuró sobre seis (6) factores a evaluar, para lo cual se solicitó a los encuestados responder SI este aspecto se encuentra implementado o NO en el producto turístico de DUITAMA, y a la vez describiera de qué forma se desarrolla; obteniendo los siguientes resultados:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



TABLA 1. EVALUACION ASPECTOS AMBIENTALES PRODUCTO TURISTICO DUITAMA

ASPECTO AMBIENTAL A EVALUAR	OPCION	DESCRIPCION	RESPUESTAS	PARTICIPACION %
Aplicación de Buenas Prácticas	SI	Se aplica únicamente en el sedero la zarza, las otra no se monitorean.	5	83%
		Aunque existen, no se cumplen al 100%		
		Se han aplicado planes de manejo ambiental en las zonas		
NO	No existe	1	17%	
Correcta disposición de residuos sólidos	SI	Aplica en el sendero ecológico la Zarza	3	50%
		Aunque existen, no se cumplen al 100%		
NO	No hay centro de reciclaje	3	50%	
Aplicación sistemas de reciclaje	SI	En el sendero de la Zarza	1	17%
	NO	No hay	5	83%
Protección Fauna	SI	Solo en el Sendero Ecológico la Zarza, por ser un área monitoreada	5	83%
		Plan Manejo Ambiental		
		Acogidos a la normatividad de la SINAP y la ley ECOTURISMO		
NO		1	17%	

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA - BOYACA

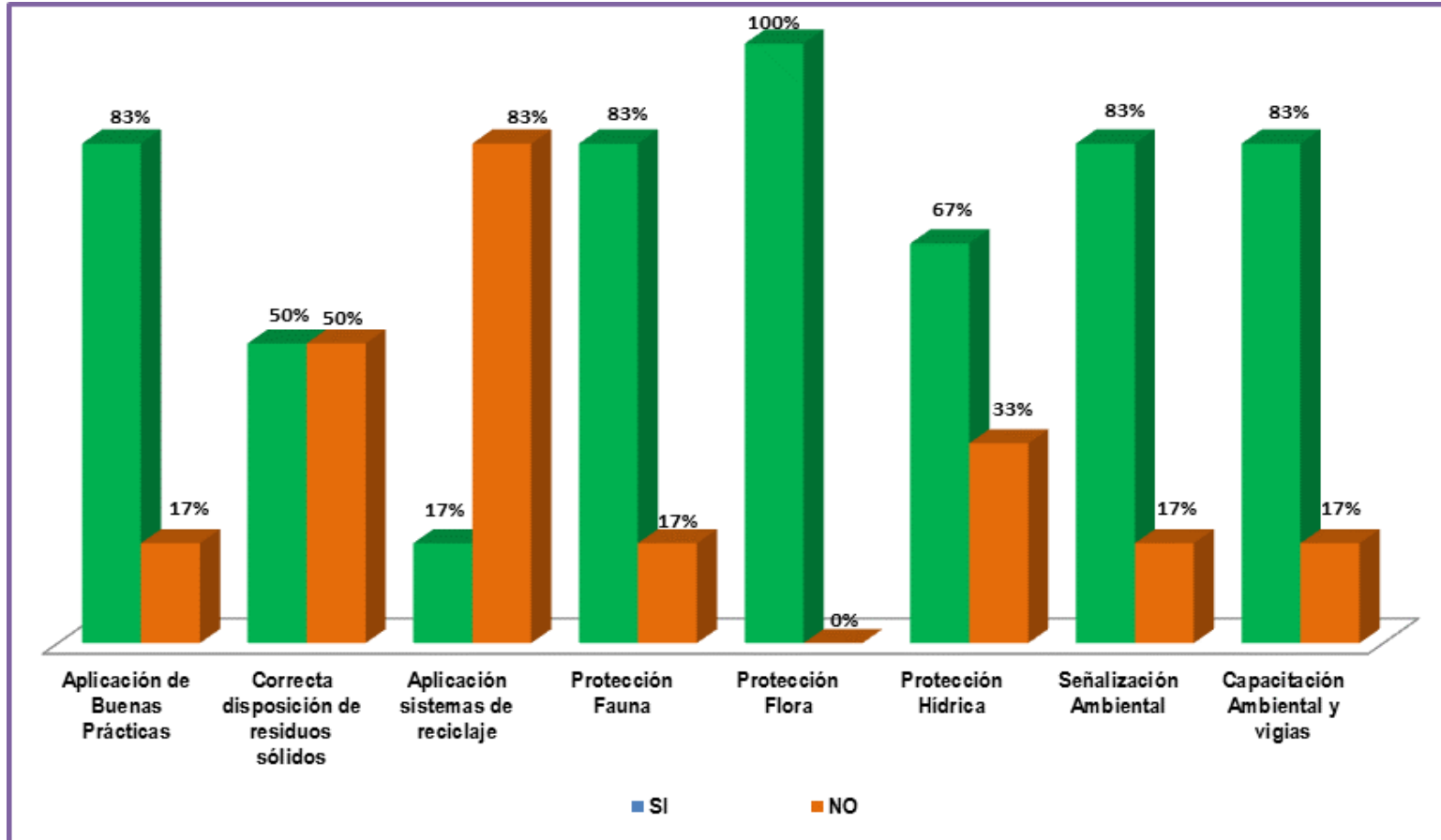
Protección Flora	SI	Solo en áreas monitoreadas	6	100%
		Plan de Manejo Ambiental		
		Mientras se está con el guía se protege, en diferentes tiempos no siempre		
	Acogidos a la normatividad y Ley de Ecoturismo			
NO		0	0%	
Protección Hídrica	SI	Solo en áreas monitoreadas	4	67%
		Planes de manejo nacimiento del Rio Surba		
NO	No está claro el POT	2	33%	
Señalización Ambiental	SI	Aplica en el sendero ecológico la Zarza	5	83%
		Capacitaciones buenas prácticas del Turismo		
NO		1	17%	
Capacitación Ambiental y vigías	SI	Únicamente capacitaciones ambientalistas	5	83%
		Cuando es guiado si		
		Red de Vigías		
NO		1	17%	

Fuente: Encuesta Ficha No.6 Aspectos Ambientales, Económicos y sociales Producto Turístico DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



GRAFICA 1. EVALUACION ASPECTOS AMBIENTALES PRODUCTO TURISTICO DUITAMA



Fuente: Encuesta Ficha No.6 Aspectos Ambientales, Económicos y sociales Producto Turístico DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RESULTADOS:

A la consulta si existe la **Aplicación de Buenas Prácticas**, el **83%** de los encuestados respondió que **SI**; No obstante manifestaron algunos, que estas prácticas se aplican únicamente en el Sendero Ecológico la Zarza, mientras que los demás atractivos naturales turísticos no son monitoreados; igualmente aseguran que si existen pero no se cumplen al 100% y otros que contestaron positivamente, opinan que si se han aplicado planes de manejo ambientales en las zonas donde se desarrollan o llevan a cabo las actividades turísticas. En contraposición, el **17%** de la muestra, contestaron que **NO** existen estas buenas prácticas.

Respecto al interrogante si se cuenta con una **correcta disposición de residuos sólidos**, el **50%** de los grupos que diligenciaron la encuesta, respondió que **SI**, mientras el otro **50%** indica que **NO**. Dentro de los aspectos positivos resaltados, se encuentra que este manejo de residuos sólidos se aplica en el Sendero Ecológico la Zarza, no obstante consideran que aunque si existe esta práctica no se cumple al 100%; en contraste el aspecto negativo descrito indica que no hay centro de reciclaje en el área de influencia del producto turístico.

Ante el aspecto de la **Aplicación de sistemas de reciclaje**, solo un grupo que corresponde al **17%** de la muestra obtenida, afirma que si existe en el Sendero Ecológico la Zarza; sin embargo un altísimo porcentaje representado en el **83%** de los encuestados, afirma que no hay sistemas de reciclaje.

A la pregunta si existe medidas de **Protección de la Fauna**, los encuestados respondieron de la siguiente forma: un **83%** manifiesta que **SI** existen acciones que propenda por la protección de la Fauna, pero que solo se dan en el Sendero Ecológico la Zarza, por ser un área monitoreada; igualmente afirman que existe el Plan de Manejo Ambiental y que se acogen a la normatividad de la SINAP y la Ley de ECOTURISMO. De otra parte, el **17%** de la muestra obtenida, contesto que **NO** se ejecutan medidas para la protección de la Fauna.

De igual forma, se indagó sobre la **Protección de la Flora**, en este aspecto un rotundo **100%** de la muestra encuestada respondió que **SI** se toman medidas al respecto, aunque algunos de los que respondieron positivamente, indican que esto solo se da en área monitoreada; mientras que otros grupos encuestados afirman que existen el Plan de Manejo Ambiental y que se toman las medidas

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





en concordancia con la normatividad y la ley de Ecoturismo, y de otra parte, señalan que mientras los turistas estén bajo la supervisión de la Guía turística, se lleva a cabo la protección, lo cual no se da en forma permanente.

También se indagó sobre la **Protección hídrica**, obteniendo los siguientes resultados: el **67%** de los encuestados, contestaron que **SI** se protege las fuentes hídricas de la zona de influencia del producto turístico; algunos de los grupos manifestaron que estas acciones solo se llevan a cabo en las áreas monitoreadas, otros opinan que se implementan Planes de manejo en el nacimiento del Río Surba; mientras que el **33%**, señala que **NO** e indican que estas acciones no están claras en el POT del municipio de DUITAMA.

En cuanto a la **Señalización Ambiental**, el **83%** de los encuestados afirman que **SI** existe, especialmente se aplica en el sendero ecológico la Zarza y además se desarrollan actividades de capacitación de buenas prácticas de turismo. En contraste el **17%** de la muestra obtenida, indica que **NO** hay señalización ambiental.

El último aspecto evaluado es la **capacitación ambiental y vigías**, ante lo cual el **83%** de los encuestados respondieron que **SI** se encuentra implementado este aspecto, aunque señalan que únicamente se realizan capacitaciones ambientalistas, o en algunos casos los turistas reciben capacitación cuando el recorrido es guiado; así mismo manifiestan que se cuenta con la Red de Vigías. De otra parte, el **17%** contestó negativamente sobre este aspecto.

CONCLUSIONES:

Debido al importante patrimonio de recursos naturales conformado por ecosistemas y biodiversidad que hacen parte de algunos atractivos turísticos del municipio de Duitama, es fundamental evaluar y analizar el impacto que tiene sobre éstos la actividad turística que se viene desarrollando en la estructuración y consolidación del producto turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA.

En este sentido, aspectos como **Aplicación de Buenas Prácticas, Protección de la Fauna, Protección de la Flora, Señalización Ambiental, capacitación ambiental y vigías** fueron los más destacado en forma positiva; sin embargo de acuerdo con la

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





percepción de los actores turísticos, estas acciones solo se limitan al Sendero ecológico la Zarza y en algunos casos únicamente se cumplen por parte del turista, cuando está acompañado por un guía.

Lo anterior, evidencia que aunque si se encuentran implementados algunos planes y prácticas para mitigar el impacto negativo que pueda generar la actividad humana en el desarrollo del turismo en los atractivos especialmente aquellos que por su riqueza natural son de interés para locales y visitantes; se hace necesario diseñar y ejecutar planes de preservación de la flora, fauna y todos los recursos naturales que componen los ecosistemas y la biodiversidad existente en la zona de influencia del producto turístico; así como el manejo de los residuos sólidos y sistemas de reciclaje, estos dos últimos aspectos son los más críticos, por su ausencia o deficiencia en los sitios de interés turístico con vocación natural.

El desarrollo turístico sostenible de los atractivos que conforman la oferta turística de Duitama, debe ir directamente relacionado con una adecuada planificación y puesta en marcha de acciones que eviten la degradación de los recursos naturales; acompañada de una cultura amigable con el medio ambiente, a través de capacitaciones y campañas de sensibilización orientadas a actores de la cadena turística, residentes y visitantes, con el fin de generar un sentido de apropiación hacia los recursos que hacen parte del patrimonio natural de la región y minimicen el impacto negativo ambiental y ecológico.

9.2. ASPECTOS ECONOMICOS:

Con el propósito de conocer la percepción de los actores del sector del turismo en Duitama, se les solicitó consignaran o describieran de que forma la actividad turística está impactando económicamente a la comunidad de la zona de influencia del producto turístico DUITAMA – DEPARTAMENTO DE BOYACA; obteniendo los siguientes resultados:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





TABLA 2. ANALISIS ASPECTOS ECONOMICOS PRODUCTO TURISTICO DUITAMA

No.	DESCRIPCION
1.	Favorabilidad para el mejoramiento económico del destino
2.	Genera empleos, genera ingresos, desarrollo local, movimiento de la economía
3.	Se ha dinamizado, gracias a las Agencias operadoras pues se han generado empleos directos e indirectos, referentes al turismo (guías, locales, tiendas , en general, hospedaje, alimentación)
4.	Genera ingresos al Municipio

Fuente: Encuesta Ficha No.6 Aspectos Ambientales, Económicos y sociales Producto Turístico DUITAMA

CONCLUSIONES:

La percepción de los actores del sector turístico de Duitama, es positiva en relación al impacto económico que el desarrollo de esta actividad genera en la dinámica del municipio.

La Actividad turística de Duitama se ha constituido en un gran dinamizador de la oferta de empleo, por una parte, con la apertura e inicio de empresas dentro del mismo sector turístico, como agencias de viajes, operadores turísticos, guías; y de otra también se activa el sector comercial, hotelero, de restaurantes y otros servicios y productos, que son demandados por el turista. De acuerdo con las cifras arrojadas en el análisis realizado al sector de servicios turísticos, en los últimos 10 años, se han abierto y puesto en

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





funcionamiento entre el 50% y 70% de los establecimientos tanto de alojamiento como de restaurantes, lo que incide directamente en la generación de empleos permanentes y temporales, con perfiles del nivel operativo, técnico y profesional.

El consumo por parte de los turistas de servicios y/o bienes de la región, evidencian los beneficios del turismo para la región. Este desarrollo local, estimula también la inversión tanto nacional como extranjera en el sector con el fin de ampliar y/o mejorar los servicios turísticos ofertados.

Sin embargo, y toda vez que actualmente se encuentra en estructuración el producto turístico DUITAMA – DPTO DE BOYACA, se hace necesario diseñar estrategias y planes con el fin de estimular la actividad turística, como por ejemplo es la exoneración de la carga impositiva a las empresas inversionistas y del sector turístico, y garantizar una rentabilidad para todos los agentes a través de actividades económicas viables a largo plazo e ingresos para el municipio que se reinviertan en el mantenimiento y preservación del patrimonio histórico, cultural y natural que conforman los atractivos turísticos de Duitama, en accesibilidad y otras sectores que inciden el desarrollo del turismo y sus sostenibilidad; y en consecuencia mejore el nivel de vida de los habitantes de la zona influencia del producto turístico.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ASPECTO SOCIAL:

El impacto social generado por la actividad turística en DUITAMA, es percibido por los actores de este sector, de la siguiente forma:

TABLA 3. ANALISIS ASPECTO SOCIAL PRODUCTO TURISTICO DUITAMA

No.	DESCRIPCION
1.	Impacto de la comunidad
2.	Desarrollo Social
3.	Mejoramiento del nivel de vida de las comunidades
4.	Se ha implementado en los PITS la sensibilización a la comunidad en general por medio de programas de educación ambiental y protección.
5.	Generando empleo y reactivando la economía municipal

Fuente: Encuesta Ficha No.6 Aspectos Ambientales, Económicos y sociales Producto Turístico DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





CONCLUSIONES:

La actividad turística es percibida de forma positiva por los actores del turismo, quienes describen entre sus beneficios la generación de empleo, y la cultura turística y de educación ambiental que se ha implementado a través de los PITS.

El turismo como agente de desarrollo, propicia condiciones de dinámica social y económica, entre ellas la generación de empleo que para el sector específico la demanda es cada día de perfiles más calificados, que permita un fortalecimiento en la formación del recurso humano local y por ende la competitividad turística del Municipio de DUITAMA.

Otro factor que incide en el impacto social generado por el turismo, es el intercambio cultural, que para el caso, se constituye en un patrimonio intangible de tradiciones y costumbres, así como también de labores como las artesanías de la región, y que para su preservación se requiere de la intervención del sector gubernamental, con políticas que minimicen el riesgo de pérdida de la cultura y las tradiciones de Duitama y del Departamento de Boyacá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS ENCUESTA FICHA No.14 FICHA DE VALIDACION PRODUCTO TURISTICO DEL MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

9. PRESENTACION:

El presente documento contiene el análisis de la información obtenida mediante la aplicación de la Encuesta FICHA No.14 FICHA DE VALIDACION, a un grupo de 50 personas, integrado por representantes de los diferentes actores de la actividad turística en el municipio de Duitama, entre ellos alojamientos, Agencias de viajes y operadores turísticos, artesanos, comerciantes independientes, folcloristas y escuelas de danzas, prestadores de servicios de los atractivos turísticos, transportadores, estudiantes y funcionarios de la Secretaría de Turismo Municipal.

La encuesta fue dividida en dos aspectos, y diligenciada por grupos integrados entre 6 y 7 personas promedio, con el propósito de identificar los productos turísticos del Municipio de Duitama y los atractivos representativos afines a estos productos; y evaluar la coherencia de los mismo, en los aspectos relacionados con la adecuación técnica del producto, definición de tiempos , circuitos y rutas, definición de servicios complementarios y potencial comercial del producto.

10. OBJETIVO:

Evaluar el nivel de pertinencia de los productos de turísticos de Duitama y sus atractivos.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



11. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por representantes de los diferentes actores que intervienen en actividad turística del Municipio de Duitama; la cual fue diligenciada por grupos conformados entre 6 y 7 personas, quienes asistieron a la convocatoria realizada por la Alcaldía de Duitama, Boyacá.

La aplicación de la Encuesta se efectuó el día 25 de mayo de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio; y que hacen parte de las actividades turísticas de la zona, como alojamientos, Agencias de viajes y operadores turísticos, artesanos, comerciantes independientes, folcloristas y escuelas de danzas, prestadores de servicios de los atractivos turísticos, transportadores, estudiantes y funcionarios de la Secretaría de Turismo Municipal.

La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información sobre prestadores de servicios turísticos registrados por la Alcaldía de Duitama.

12. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS FICHA No.14 VALIDACION DEL PRODUCTO TURISTICO DE DUITAMA

Para poder realizar la evaluación del aspecto de coherencia del producto turístico de Duitama, los asistentes al taller definieron en una primera fase, los dos principales productos turísticos del Municipio, teniendo en cuenta los recursos y atractivos turísticos potenciales que posee.

Con base en lo anterior, se identificaron los siguientes productos turísticos:

- ***DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA***

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





- DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE

En la segunda fase de desarrollo de la encuesta, los participantes identificaron los atractivos afines a cada uno de los productos turísticos definidos; con el fin de evaluar por una parte, el nivel de pertinencia de los mismos; de acuerdo a los siguientes criterios de calificación en los aspectos relacionados con la adecuación técnica del producto, definición de tiempos, circuitos y rutas y definición de servicios complementarios:

5	4	3	2	1
Muy Coherente	Coherente	Coherencia	Poco Coherente	No tiene Coherencia

Y de otra parte, el potencial comercial de cada uno de los productos turísticos definidos, según los siguientes criterios:

5	4	3	2	1
Muy Comercial	Comercial	Potencial	Poco Comercial	Difícil Comercialización

A continuación se presentan los resultados obtenidos a través de la aplicación de la encuesta, de cada uno de los productos turísticos definidos para el Municipio de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





12.1. PRODUCTO TURISTICO No.1. DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA

12.1.1. Atractivos turísticos afines con el Producto Turístico: Los atractivos turísticos representativos y afines al

12.1.2. Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA, identificados por cada uno de los grupos encuestados, fueron los siguientes:

Tabla 1. Atractivos Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA

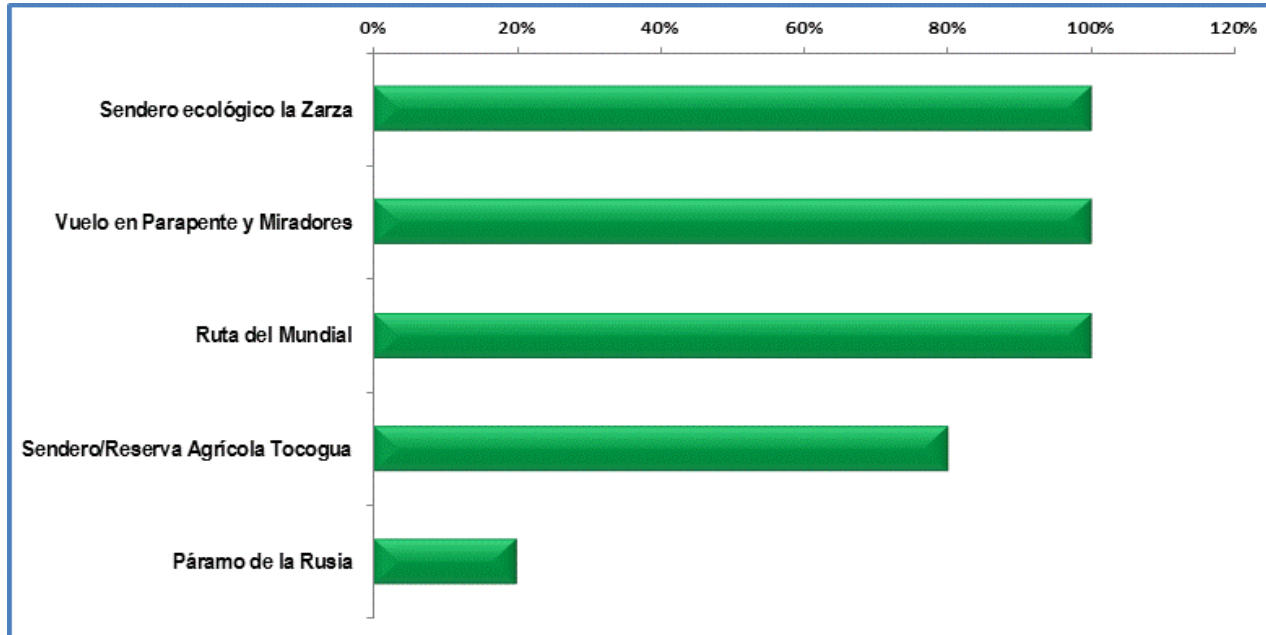
No.	ATRACTIVOS TURISTICOS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
1.	Sendero ecológico la Zarza	5	100%
2.	Vuelo en Parapente y Miradores	5	100%
3.	Ruta del Mundial	5	100%
4.	Sendero/Reserva Agrícola Tocogua	4	80%
5.	Páramo de la Rusia	1	20%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 1. Atractivos Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA



Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Los grupos encuestados, identificaron como atractivos turísticos representativos y afines al Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA, los siguientes:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





El **100%** de los encuestados señalaron como atractivos turísticos afines: **el Sendero Ecológico la Zarza, Vuelo en Parapente y Miradores y Ruta del Mundial.**

Cuatro de los Cinco grupos participantes que corresponde al **80%** de la muestra, reconocieron el **Sendero y/o Reserva Agrícola Tocogua** como otro atractivo turístico dentro del Producto de Naturaleza de Duitama.

Como un quinto atractivo, elegido por uno de los grupos que representa el **20%**, consideran el **Páramo de la Rusia**, como representativo dentro de los recursos de naturaleza que posee el Municipio de Duitama.

CONCLUSIONES:

Los actores de la actividad turística de Duitama, concuerdan en reconocer y valorar el patrimonio natural y ecológico con el que cuenta este destino, atributos que se convierten en una ventaja competitiva que refleja el gran potencial ecoturístico de la región, para desarrollar el producto **DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA.**

No obstante, el desarrollo sostenible de este producto turístico, depende de las medidas que sean implementadas para la conservación de los ecosistemas y biodiversidad de los atractivos turísticos, así como la puesta en marcha de planes de mitigación de impacto ambiental y ecológico por la intervención del ser humano, además las campañas de educación y sensibilización ambiental tanto para visitantes como residentes para fomentar el respeto por la naturaleza mediante prácticas amigables.

12.1.3. Nivel de Coherencia del Producto Turístico: Con el fin de analizar el nivel de pertinencia del producto turístico identificado y sus atractivos, fueron evaluadas las variables relacionadas con la Adecuación técnica del producto turístico, definición de tiempos, circuitos y rutas, definición de los servicios complementarios de transporte, alojamiento,

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



alimentación, guianza, operación local, seguridad, asistencia en salud y la opción de compras de artesanías y recordatorios; obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 2. Nivel de Coherencia del Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA

No.	DESCRIPCION VARIABLE	CRITERIO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
1.1.	Adecuación técnica del producto turístico	5	1	20%
		4	3	60%
		3	1	20%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.2.	Definición de tiempos, circuitos y rutas	5	2	40%
		4	2	40%
		3	0	0%
		2	1	20%
		1	0	0%
1.3.	Definición del servicio complementario de transporte	5	1	20%
		4	2	40%
		3	1	20%
		2	1	20%
		1	0	0%
1.4.	Definición del servicio complementario de alojamiento	5	3	60%
		4	2	40%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.5.	Definición del servicio complementario de alimentación	5	3	60%
		4	2	40%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.6.	Definición del servicio complementario de guianza	5	2	40%
		4	3	60%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.7.	Definición del servicio complementario de operación local	5	1	20%
		4	1	20%
		3	3	60%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.8.	Definición del servicio complementario de seguridad	5	5	100%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



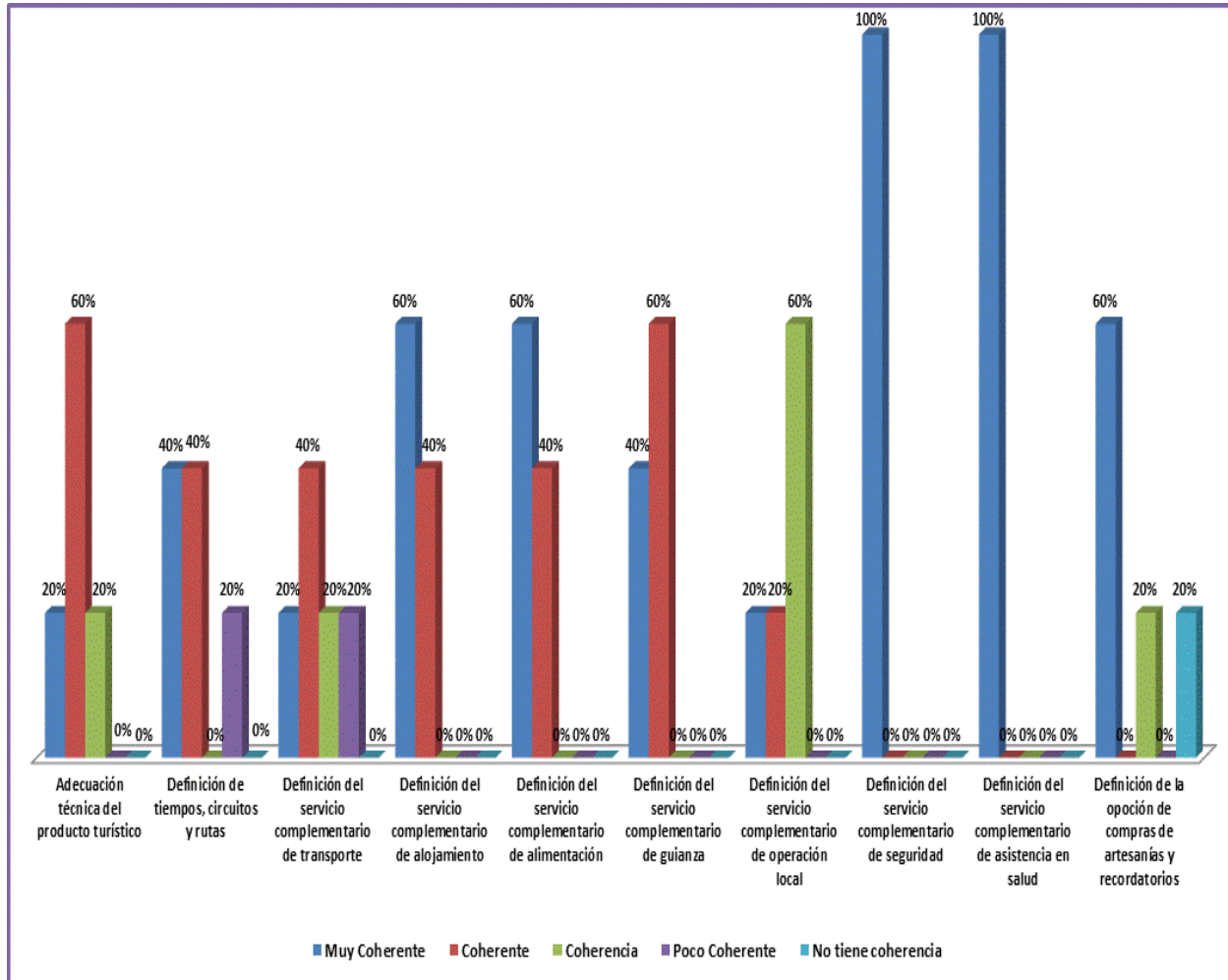
1.9.	Definición del servicio complementario de asistencia en salud	5	5	100%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.10.	Definición de la opción de compras de artesanías y recordatorios	5	3	60%
		4	0	0%
		3	1	20%
		2	0	0%
		1	1	20%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 2. Nivel de Coherencia del Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

La evaluación realizada al nivel de coherencia del producto y los atractivos turísticos, en relación con las variables de adecuación técnica, definición de tiempos, y definición de servicios complementarios, arrojaron los siguientes resultados:

Ante el aspecto **“Adecuación técnica del Producto Turístico”**, el **60%** de los grupos encuestados, la definieron como **Coherente**; mientras un **20%** considera que **Muy Coherente** y otro tanto, que tiene **Coherencia**.

Respecto a la variable de **“Definición de tiempos, circuitos y rutas”**, fue evaluada por el **40%** como **Muy Coherente**, y otro **40%** indica que es **Coherente**, frente a un **20%** que señala que es **Poco Coherente** con el producto y atractivos turísticos.

En cuanto a la **“Definición del Servicio complementario de transporte”**, fue calificado por un **40%** como **Coherente**, un **20%** indica que es **Muy Coherente**, otro **20%** afirma que tiene **Coherencia**, y el restante **20%** considera que tiene **poca Coherencia**.

En relación al aspecto de **“Definición del servicio complementario de alojamiento”**, el **60%** de los encuestados, señala que es **Muy Coherente**, seguido de un **40%** que lo califica como **Coherente**.

De igual forma, ante la variable de **“Definición del Servicio complementario de alimentación”** fue calificado por el **60%** de los grupos encuestados como **Muy coherente**, mientras el **40%** indica que es **Coherente**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Frente al aspecto de “**Definición del servicio complementario de guianza**” el **60%** de los encuestados, considera que es **Coherente** y el **40%** que es **Muy Coherente**.

Referente a la variable “**Definición del servicio complementario de operación local**”, un **60%** de la muestra encuestada, señaló que tiene **Coherencia**, un **20%** afirma que es **Muy Coherente** y el otro **20%** que es **Coherente**.

La evaluación del aspecto “**Definición del servicio complementario de seguridad**”, dio como resultado que el **100%** de los encuestados señalaron que es **Muy Coherente**.

Así mismo, la “**Definición del servicio complementario de asistencia en salud**”, fue calificada por el **100%** como **Muy coherente**.

Por último, la “**Definición de la Opción de Compras de artesanías y recordatorios**”, fue considerada como **Muy coherente** por el **60%** de los encuestados, mientras que el **20%** señala que tiene **Coherencia** en contraste con otro **20%** que afirma que **No tiene Coherencia**.

CONCLUSIONES:

El producto turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA tiene un importante nivel de coherencia con respecto a las variables de Adecuación Técnica, definición de tiempos, circuitos y rutas, y de los servicios complementarios de alojamiento, alimentación, de guianza, Operación local, de seguridad, asistencia en salud, y con relación a la Definición de la opción de compras y recordatorios.

En un menor nivel, pero siendo coherente con el producto turístico se encuentra la Definición del Servicio complementario de transporte.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Lo anterior, incide significativamente en el diseño y desarrollo del producto turístico de Naturaleza, coherente con los recursos naturales que posee y por ende su vocación ecoturística; buscando la integración de los atractivos con los servicios complementarios y recursos humanos, físicos y económicos que contribuyan a fortalecer la imagen y calidad del producto y sus atractivos turísticos.

- **Observaciones y Sugerencias:** En este punto, se solicitó a los grupos participantes, realizar las observaciones y sugerencias con respecto a la coherencia del producto turístico, así como otros elementos que considerarían importantes agregar o modificar.

A continuación se relacionan las diferentes observaciones y sugerencias hechas por los encuestados, las cuales fueron agrupadas por la similitud del tema:

Tabla 3. Observaciones y/o sugerencias Coherencia del Producto Turístico

No.	TEMA	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIA
1.	INCLUSION DE OTROS ATRACTIVOS Y/O ACTIVIDADES	Incluir dentro del Producto Turístico, los siguientes atractivos y/o actividades: Páramo de la Rusia, Biosalud, Spa Zero Stress y Otros
		El producto se podría ofrecer por tres (3) días, incluyendo zonas de ecosistema de páramos (Reserva de sociedad civil día adición)
		El páramo de la Rusia, en la zona de la Sociedad Civil, debería incluirse pues además que es pertinente, es posible y es espectacular

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



No.	TEMA	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIA
2.	OPERADORES Y GUIAS TURISTICOS	Deficiencia en operadores turísticos y guías certificados
3.	MEJORAMIENTO ATRACTIVO TURISTICO RUTA MUNDIAL	Definir tipo de transporte en Ruta del Mundial, para la seguridad de los visitantes debe crearse un sendero.
4.	SENDEROS ECOLOGICOS	Manejo de guiones interpretativos en los senderos ecológicos
		Inclusión de Artesanías a través del recorrido
		Agregar al paquete la Zarza, Deporte Don Gil

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

12.1.4. Potencial Comercial del Producto Turístico: Sobre este aspecto, los grupos conformados para realizar la Validación del Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA; evaluaron el aspecto relacionado con el potencial comercial; obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 4. Potencial Comercial del Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA

2.	POTENCIAL COMERCIAL DEL PRODUCTO	CRITERIO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
----	----------------------------------	----------	------------	---------------

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





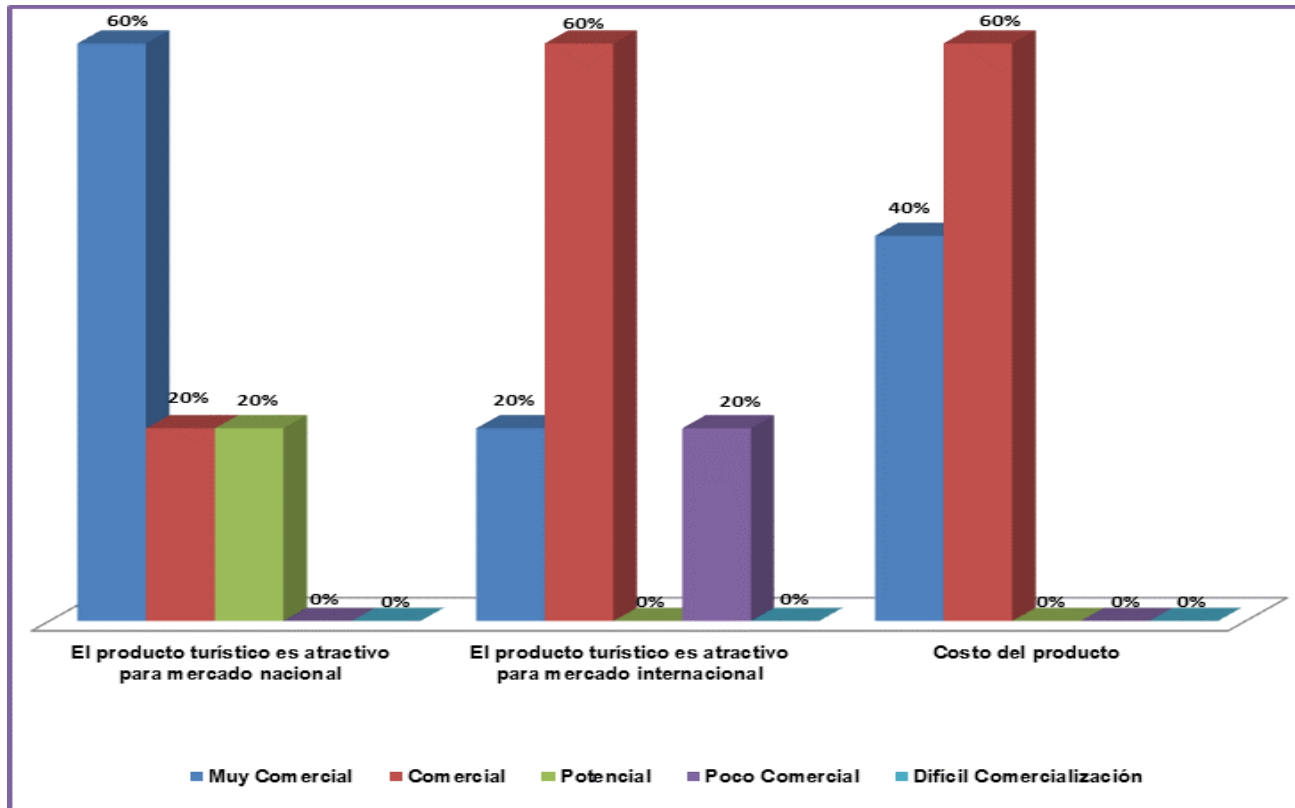
TURISTICO				
2.1.	El producto turístico es atractivo para mercado nacional	5	3	60%
		4	1	20%
		3	1	20%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.2.	El producto turístico es atractivo para mercado internacional	5	1	20%
		4	3	60%
		3	0	0%
		2	1	20%
		1	0	0%
2.3.	Costo del producto	5	2	40%
		4	3	60%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

Gráfica 3. Potencial Comercial del Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

En relación a la evaluación del aspecto comercial del Producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA, los siguientes fueron los resultados obtenidos en la encuesta aplicada:

Sobre el interrogante si **“El producto turístico es atractivo para el mercado nacional”**, el **60%** de los grupos encuestados, indicó que es **Muy Comercial**, mientras un **20%** considera que es **Comercial** y otro **20%** que es **Potencial**.

En cuanto a que si **“El producto turístico es atractivo para mercado internacional”**, el **60%** de los encuestados, manifiesta que es **Comercial**; un **20%** señala que es **Muy Comercial**; y otro **20%** afirma que es **Poco Comercial**.

Respecto al **“Costo del producto”** un 60% indica que es **Comercial**; mientras que el **40%** considera que es **Muy Comercial**.

CONCLUSIONES:

De acuerdo con lo resultados extraídos de la encuesta aplicada, el producto turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA es potencialmente comercial, teniendo en cuenta que se puede comercializar a nivel nacional e internacional; y el costo del mismo, se encuentra acorde con los precios para este tipo de productos en mercado turístico.

Es fundamental implementar estrategias para la promoción y comercialización del producto turístico y sus atractivos, soportados en una investigación de mercados orientada a mejorar y hacer más eficiente el producto turístico, identificando gustos, preferencias y cambios en las tendencias del turista con respecto al turismo de naturaleza, que busque la calidad del producto y por ende la satisfacción del turista.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





- **Observaciones y sugerencias:** De igual forma, los grupos participantes en la aplicación de la encuesta, fueron cuestionados respecto al potencial comercial del producto turístico, sobre que otros elementos consideran importantes agregar o modificar.

Al respecto, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Tabla 5. Observaciones y/o sugerencias Potencial Comercial del Producto Turístico

No.	TEMA	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIA
1.	PROMOCION Y MERCADEO	Mejorar estrategias de comercialización del producto turístico.
		Interacción del turista con la comunidad
		Campañas Publicitarias
		Definición del mercado objetivo
2.	SERVICIO DE GUIANZA	Se debe tener en cuenta el traductor par el mercado internacional
		preparar en idiomas a los guías

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

12.1.5. Preguntas sobre la intención de Comercialización del producto Turístico: Se diseñó un pequeño cuestionario dirigido únicamente a los comercializadores, con el fin de conocer su intención de comercializar el producto turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA; arrojando los siguientes resultados:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Tabla 6. Intención de Comercialización del producto Turístico

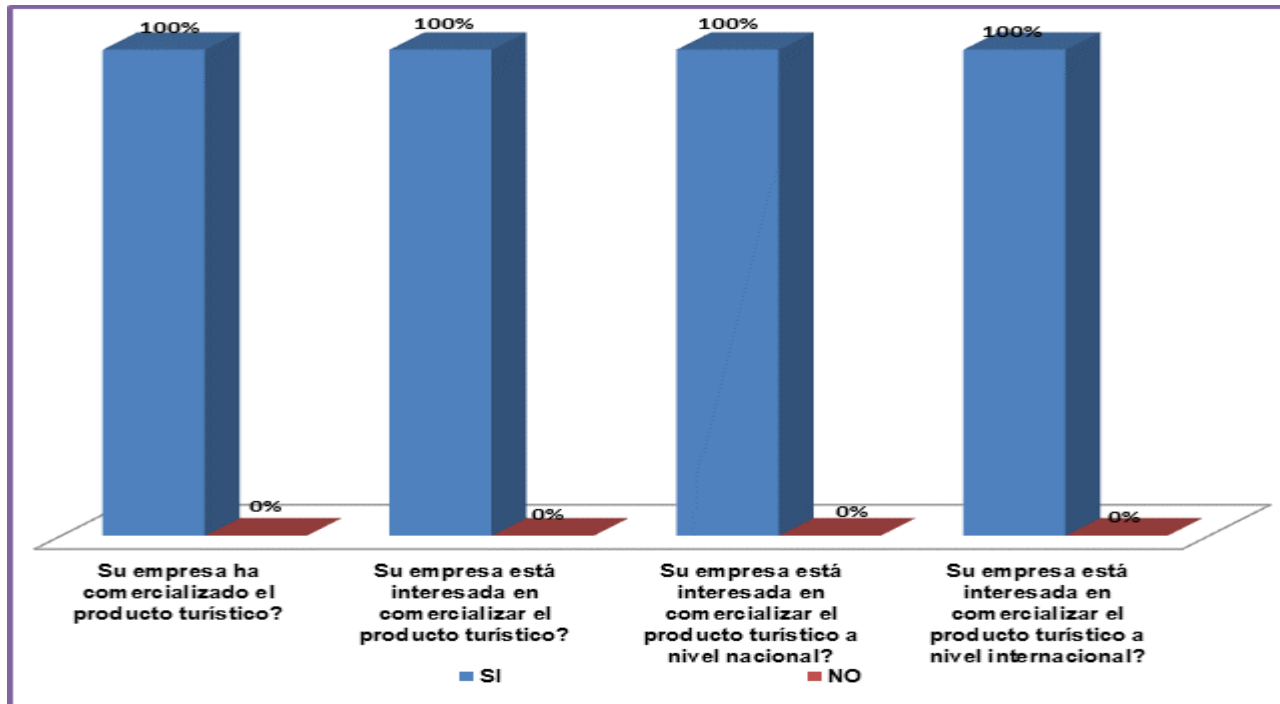
3.	PREGUNAS UNICAMENTE PARA COMERCIALIZADORES	CRITERIO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
3.1.	Su empresa ha comercializado el producto turístico?	SI	2	100%
		NO	0	0%
3.2.	Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico?	SI	2	100%
		NO	0	0%
3.3.	Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel nacional?	SI	2	100%
		NO	0	0%
3.4.	Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel internacional?	SI	2	100%
		NO	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 4. Intención de Comercialización del producto Turístico



Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Los resultados obtenidos de las preguntas dirigidas a identificar la intención de comercialización del producto Turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA; fueron los siguientes:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Respecto al interrogante **¿Su empresa ha comercializado el producto turístico?**, el **100%** de los comercializadores participantes en la aplicación de la encuesta, respondieron que **SI**.

Ante la pregunta **¿Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico?**, el total de comercializadores afirmaron que **SI**.

En relación al cuestionamiento si **¿Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel nacional?**, de igual forma, todos los comercializadores asistentes manifestaron que **SI**.

Por último, al interrogante **¿Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel internacional?**, la respuesta del **100%** de la muestra obtenida, fue **SI**.

CONCLUSIONES:

De acuerdo con los resultados obtenidos, se observa la intención de comercialización del producto turístico DUITAMA BOYACA: CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA, tanto a nivel nacional como internacional, para lo cual se hace necesario la implementación de políticas por parte del sector público, Municipio-Departamento-Ministerio que brinden a los comercializadores, información sobre posibles segmentos de mercado con base en estudios de mercado, así como apoyo en cuanto al diseño de planes de marketing para la promoción y mercadeo del producto, y el acceso a herramientas tecnológicas que le permitan dar a conocer el producto y sus atractivos turísticos para incrementar la demanda turística.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



12.2.PRODUCTO TURISTICO No.2. DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE.

12.2.1.Atractivos turísticos afines con el Producto Turístico: Los atractivos turísticos representativos y afines al Producto Turístico REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE, identificados por cada uno de los grupos encuestados, fueron los siguientes:

Tabla 7. Atractivos Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE

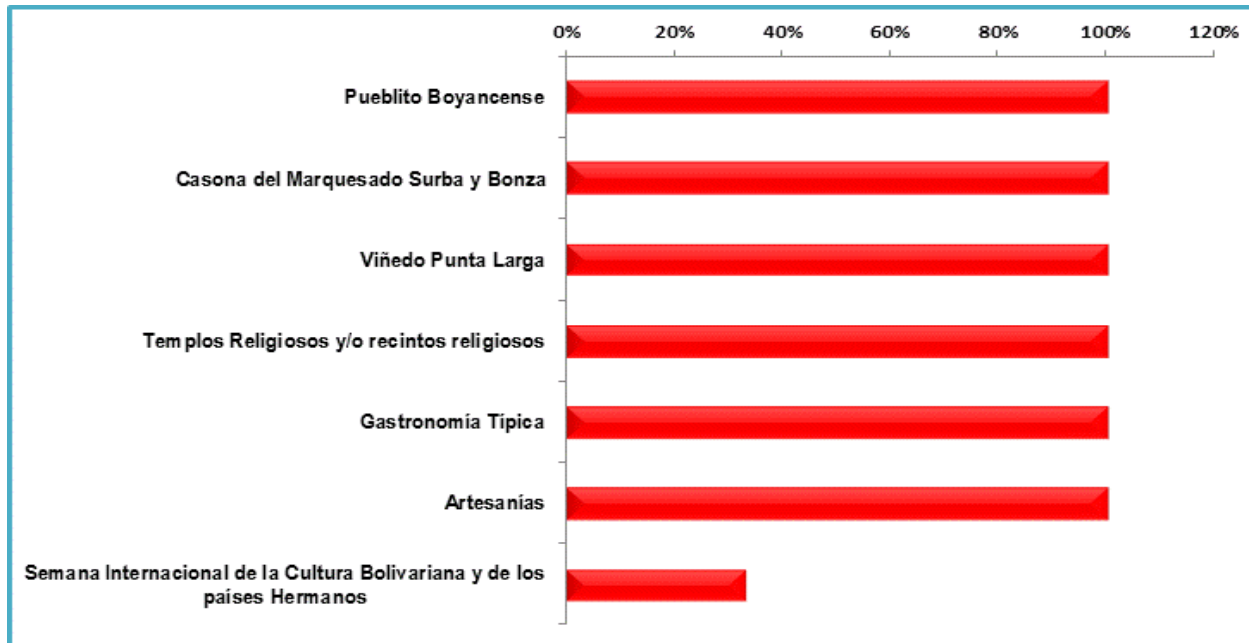
No.	ATRATIVOS TURISTICOS	RESPUESTAS	PORCENTAJE
1.	Pueblito Boyacense	6	100%
2.	Casona del Marquesado Surba y Bonza	6	100%
3.	Viñedo Punta Larga	6	100%
4.	Templos Religiosos y/o recintos	6	100%
5.	Gastronomía Típica	6	100%
6.	Artesanías	6	100%
7.	Semana Internacional de la Cultura Bolivariana y de los países Hermanos	2	33%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 5. Atractivos Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE



Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Los grupos encuestados, identificaron como atractivos turísticos representativos y afines al Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE, los siguientes:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





El **100%** de los encuestados señalaron como atractivos turísticos afines: **Pueblito Boyacense, Casona del Marquesado Surba y Bonza, Viñedo Punta Larga, Templos Religiosos y/o recintos religiosos, Gastronomía Típica y Artesanías.**

Dos de los Seis grupos participantes que corresponde al **33%** de la muestra, reconocieron **la Semana Internacional de la Cultura Bolivariana y de los países Hermanos** como otro atractivo turístico dentro del Producto de Cultura y tradición de Duitama.

CONCLUSIONES:

El Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE, cuenta con siete (7) atractivos, representativos de los diferentes aspectos culturales de la región, como lo es la arquitectura colonial e historia ancestral, así como manifestaciones artísticas, religiosas, artesanales y de gastronomía, entre otros, que reflejan la tradición boyacense.

Lo anterior, pone de manifiesto las ventajas comparativas que posee DUITAMA como producto turístico, debido a la gran diversidad y riqueza cultural con la que cuenta, convirtiéndolo en un destino potencial para el turismo cultural, lo cual promueve el desarrollo local a través de la dinámica de las cadenas productivas que se conforman alrededor de las diferentes manifestaciones culturales y de tradición, así como los atractivos turísticos que hacen parte del patrimonio e identidad del municipio y de la región.

12.2.2. Nivel de Coherencia del Producto Turístico: Con el fin de analizar el nivel de pertinencia del producto turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE y sus atractivos, fueron evaluadas las variables relacionadas con la Adecuación técnica del producto turístico, definición de tiempos, circuitos y rutas, definición

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



de los servicios complementarios de transporte, alojamiento, alimentación, guianza, operación local, seguridad, asistencia en salud y la opción de compras de artesanías y recordatorios; obteniendo los siguientes resultados:

Tabla 8. Nivel de Coherencia del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE

No.	DESCRIPCION VARIABLE	CRITERIO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
1.1.	Adecuación técnica del producto turístico	5	4	67%
		4	2	33%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.2.	Definición de tiempos, circuitos y rutas	5	4	67%
		4	1	17%
		3	1	17%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.3.	Definición del servicio complementario de transporte	5	4	67%
		4	2	33%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.4.	Definición del servicio complementario de alojamiento	5	5	83%
		4	0	0%
		3	1	17%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.5.	Definición del servicio complementario de alimentación	5	4	67%
		4	2	33%
		3	0	0%
		2	0	0%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



		1	0	0%
1.6.	Definición del servicio complementario de guianza	5	3	50%
		4	1	17%
		3	2	33%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.7.	Definición del servicio complementario de operación local	5	3	50%
		4	3	50%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%

1.8.	Definición del servicio complementario de seguridad	5	5	83%
		4	1	17%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.9.	Definición del servicio complementario de asistencia en salud	5	6	100%
		4	0	0%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%
1.10.	Definición de la opción de compras de artesanías y recordatorios	5	4	67%
		4	2	33%
		3	0	0%
		2	0	0%
		1	0	0%

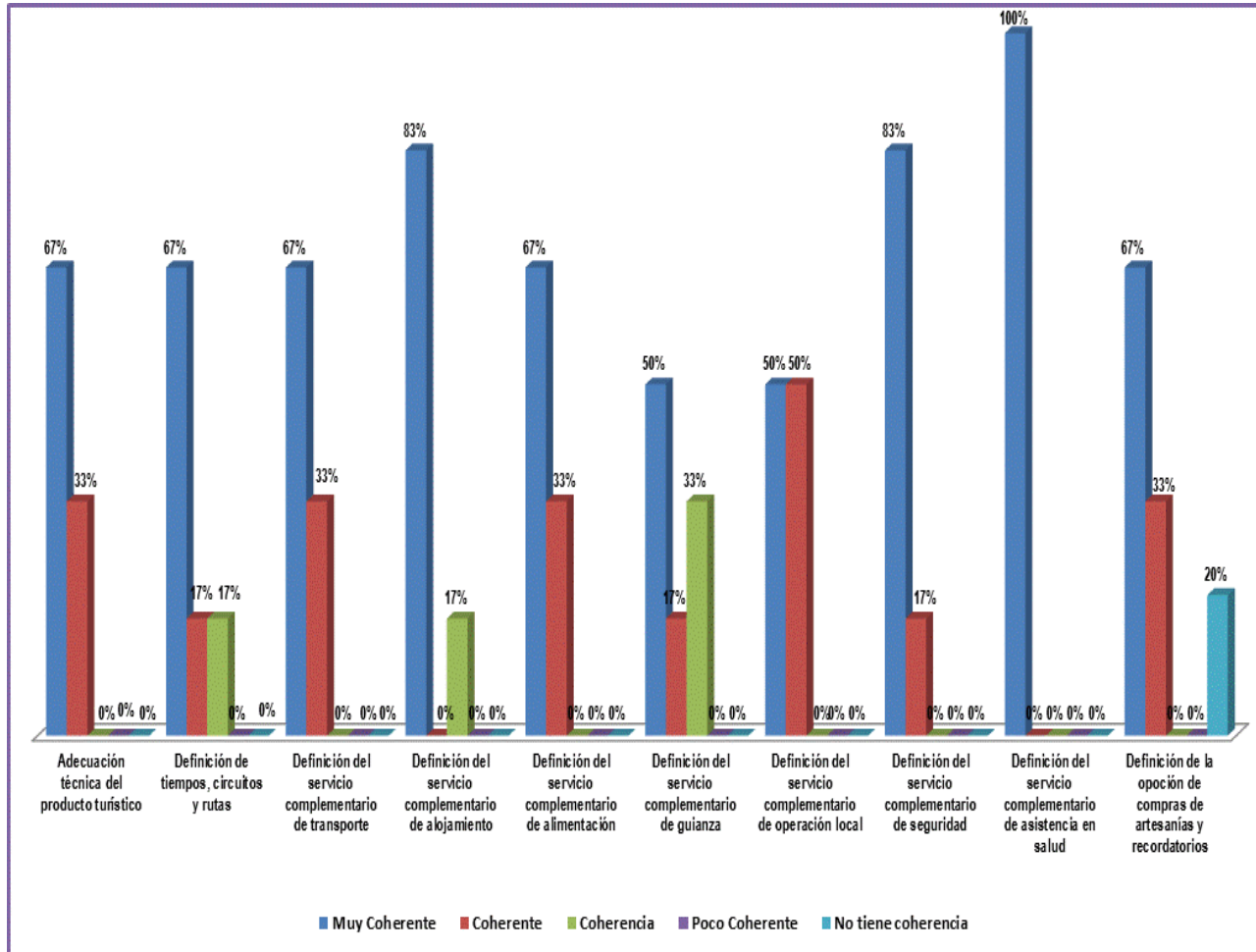
Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica 6. Nivel de Coherencia del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE



Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

La evaluación realizada al nivel de coherencia del producto DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE y los atractivos turísticos, en relación con las variables de adecuación técnica, definición de tiempos, y definición de servicios complementarios, arrojaron los siguientes resultados:

Ante el aspecto **“Adecuación técnica del Producto Turístico”**, el **67%** de los grupos encuestados, la definieron como **Muy Coherente**; seguido de un **33%** que lo considera como **Coherente**.

Respecto a la variable de **“Definición de tiempos, circuitos y rutas”**, fue evaluada por el **67%** como **Muy Coherente**, un **17%** indica que es **Coherente**, y otro tanto señala que tiene **Coherencia** con el producto y atractivos turísticos.

En cuanto a la **“Definición del Servicio complementario de transporte”**, fue calificado por un **67%** como **Muy Coherente** y un **33%** restante indica que es **Coherente**.

En relación al aspecto de **“Definición del servicio complementario de alojamiento”**, el **83%** de los encuestados, señala que es **Muy Coherente**, y el **17%** indica que tiene **Coherencia**.

De igual forma, ante la variable de **“Definición del Servicio complementario de alimentación”** fue calificado por el **67%** de los grupos encuestados como **Muy coherente**, mientras el **33%** indica que es **Coherente**.

Frente al aspecto de **“Definición del servicio complementario de guianza”** el **50%** de los encuestados, considera que es **Muy Coherente**, un **17%** que es **Coherente** y el **33%** restante, afirma que tiene **Coherencia**.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Referente a la variable **“Definición del servicio complementario de operación local”**, un **50%** de la muestra encuestada, señaló que es **Muy Coherente**, mientras el otro **50%** afirma que es **Coherente**.

La evaluación del aspecto **“Definición del servicio complementario de seguridad”**, dio como resultado que el **83%** de los encuestados señalaran que es **Muy Coherente** frente a un **17%** que indica que es **Coherente**.

En el caso del aspecto de **“Definición del servicio complementario de asistencia en salud”**, fue calificada por el **100%** como **Muy coherente**.

Por último, la **“Definición de la Opción de Compras de artesanías y recordatorios”**, fue considerada como **Muy coherente** por el **67%** de los encuestados, mientras que el **33%** señala que es **Coherente**.

CONCLUSIONES:

El producto turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE tiene un alto nivel de coherencia con respecto a las variables de Adecuación Técnica, definición de tiempos, circuitos y rutas, y de los servicios complementarios de transporte, alojamiento, alimentación, de guianza, Operación local, de seguridad, asistencia en salud, y con relación a la Definición de la opción de compras y recordatorios.

El nivel de pertinencia evidenciado en el anterior análisis, incide significativamente en el desarrollo del producto turístico, que está acorde con la oferta real de atractivos culturales con los que cuenta el Municipio de DUITAMA, facilitando una mejor articulación con los recursos, equipamientos y servicios complementarios disponibles y aquellos que se deban mejorar para incrementar la demanda turística y brindar un producto turístico de calidad.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





- **Observaciones y Sugerencias:** En este punto, se solicitó a los grupos participantes, realizar las observaciones y sugerencias con respecto a la coherencia del producto turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE, así como otros elementos que considerarían importantes agregar o modificar.

A continuación se relacionan las diferentes observaciones y sugerencias hechas por los encuestados, las cuales fueron agrupadas por la similitud del tema:

Tabla 9. Observaciones y/o sugerencias Coherencia del Producto Turístico

No.	TEMA	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIA
1.	INCLUSION DE OTROS ATRACTIVOS Y/O ACTIVIDADES	Tener en cuenta un SPA y JACUZZI , Piscina olímpica y velódromo
		Tiempo más prolongado en las actividades a realizar .
		Visita a culturama
2.	OPERADORES Y GUIAS TURISTICOS	Se necesita guías especializados
		Capacitación en Bilingüismo
		Hacer el estudio pertinente para que sea incluyente la parte de operadores está un poco débil
3.	POLITICAS PARA LA PROMOCION, MERCADEO	Incluir recordatorios como obsequios a los turistas.
		Vincular y articular a los diferentes entes relacionados con el turismo para la promoción del producto

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





		Descentralización de lugares, aumentar la cadena de valor.
4.	ARTESANIAS	Establecer talleres artesanales demostrativos Implementación de talleres interpretativos en aspectos artesanales, hacer experiencia vivencial. Montaje de guiones especializados. construcción de ruta de artesanos
5.	GASTRONOMIA	Fortalecer ruta gastronómica

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

12.2.3. Potencial Comercial del Producto Turístico: Sobre este aspecto, los grupos conformados para realizar la Validación del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE; evaluaron el aspecto relacionado con el potencial comercial; obteniendo los siguientes resultados:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Tabla 10. Potencial Comercial del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE

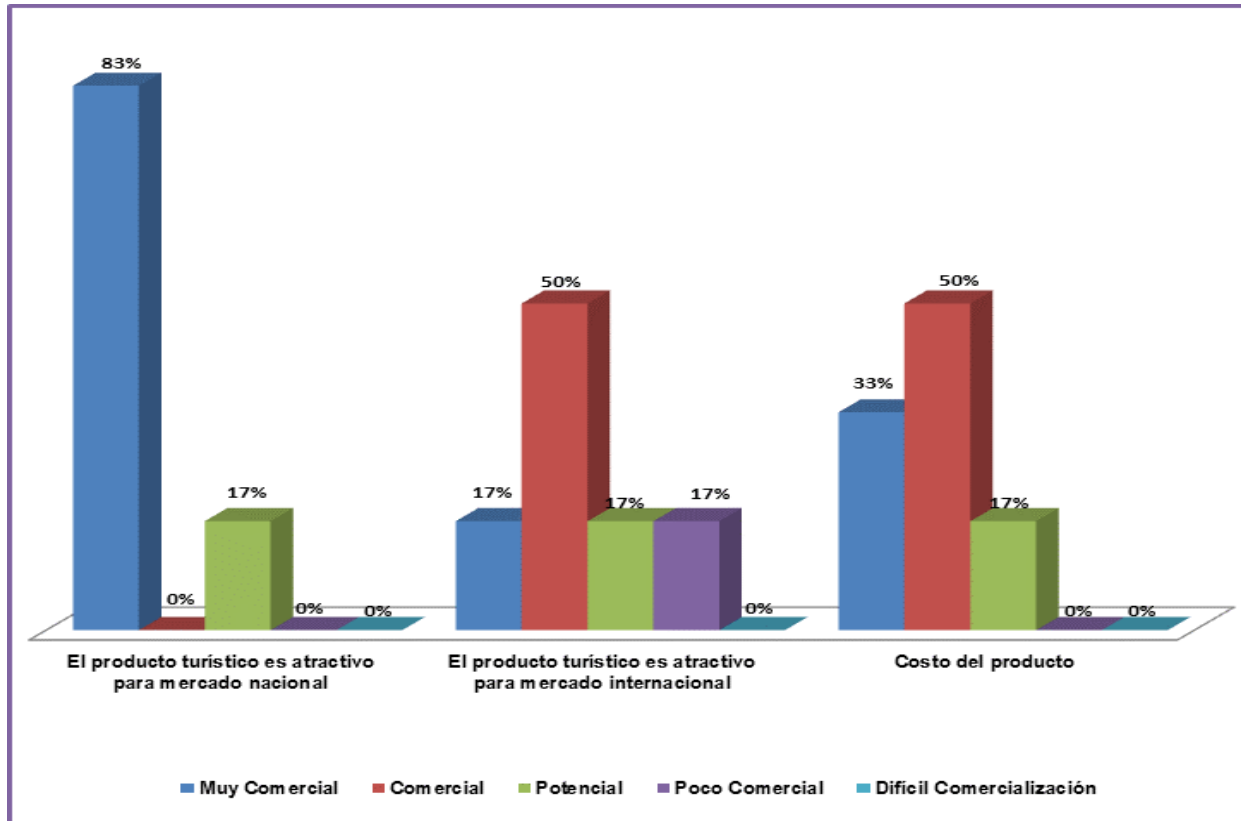
2.	POTENCIAL COMERCIAL DEL PRODUCTO TURISTICO	CRITERIO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
2.1.	El producto turístico es atractivo para mercado nacional	5	5	83%
		4	0	0%
		3	1	17%
		2	0	0%
		1	0	0%
2.2.	El producto turístico es atractivo para mercado internacional	5	1	17%
		4	3	50%
		3	1	17%
		2	1	17%
		1	0	0%
2.3.	Costo del producto	5	2	33%
		4	3	50%
		3	1	17%
		2	0	0%
		1	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 7. Potencial Comercial del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE



Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

En relación a la evaluación del aspecto comercial del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE, los siguientes fueron los resultados obtenidos en la encuesta aplicada:

Sobre el interrogante si “**El producto turístico es atractivo para el mercado nacional**”, el **83%** de los grupos encuestados, indicó que es **Muy Comercial**, mientras un **17%** considera que es **Potencial**.

En cuanto a que si “**El producto turístico es atractivo para mercado internacional**”, el **50%** de los encuestados, manifiesta que es **Comercial**; un **17%** señala que es **Muy Comercial**; otro **17%** afirma que es **Potencial** y el restante **17%** considera que es **Poco Comercial**.

Respecto al “**Costo del producto**” un **50%** indica que es **Comercial**; mientras que el **33%** considera que es **Muy Comercial** y el restante **17%** afirma que es **Potencial**.

CONCLUSIONES:

De acuerdo con los resultados arrojados por la muestra obtenida, en el aspecto de Validación del Producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE; este producto es potencialmente comercial tanto para el mercado nacional como internacional; aspecto se debe reforzar con el estudio y diseño de políticas de promoción y comercialización que permitan promover la imagen del producto y sus atractivos para aumentar la demanda turística logrando atraer nuevos segmentos de mercado. Estas estrategias que deben ir unidas al

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



mejoramiento de la calidad del producto, con servicios complementarios, equipamiento y recursos más eficientes que permitan la consolidación y desarrollo sostenible del mismo como un destino cultural.

- **Observaciones y sugerencias:** De igual forma, los grupos participantes en la aplicación de la encuesta, fueron cuestionados respecto al potencial comercial del producto turístico, sobre que otros elementos consideran importantes agregar o modificar.

Al respecto, se obtuvieron las siguientes respuestas:

Tabla 11. Observaciones y/o sugerencias Potencial Comercial del Producto Turístico

No.	TEMA	OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIA
1.	PROMOCION Y MERCADEO	Diseñar un excelente plan de marketing y mercadeo para promocionar y posicionar el producto turístico inicialmente a nivel nacional e internacional.
		Comercialización y alianzas estratégicas con las agencias de viajes mayoristas Fortalecer Artesanías/Gastronomía / música Boyacense
2.	SERVICIO DE GUIANZA	Se debe tener en cuenta el traductor par el mercado internacional
3.	POLITICAS PUBLICAS	Se debe dar continuidad a las políticas públicas con respecto al turismo.

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





12.2.4. Preguntas sobre la intención de Comercialización del producto Turístico: Se diseñó un pequeño cuestionario dirigido únicamente a los comercializadores, con el fin de conocer su intención de comercializar el producto turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE; arrojando los siguientes resultados:

Tabla 12. Intención de Comercialización del producto Turístico

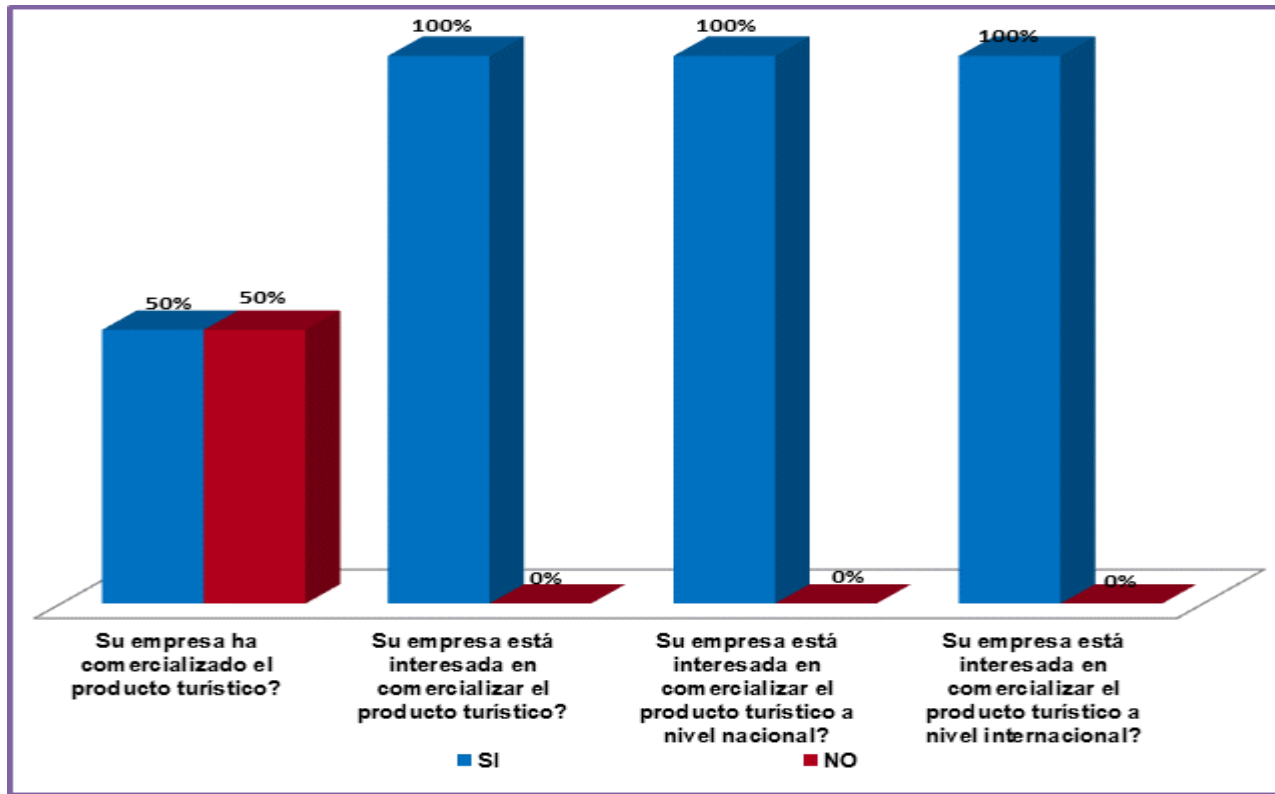
3.	PREGUNAS UNICAMENTE PARA COMERCIALIZADORES	CRITERIO	RESPUESTAS	PARTICIPACION
3.1.	Su empresa ha comercializado el producto turístico?	SI	2	100%
		NO	0	0%
3.2.	Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico?	SI	2	100%
		NO	0	0%
3.3.	Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel nacional?	SI	2	100%
		NO	0	0%
3.4.	Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel internacional?	SI	2	100%
		NO	0	0%

Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 8. Intención de Comercialización del producto Turístico



Fuente: Encuesta Ficha No.4 Validación Producto y Atractivos Turísticos DUITAMA

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Los resultados obtenidos de las preguntas dirigidas a identificar la intención de comercialización del producto Turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE; fueron los siguientes:

Respecto al interrogante **¿Su empresa ha comercializado el producto turístico?**, el **50%** de los comercializadores participantes en la aplicación de la encuesta, respondieron que **SI** y el otro **50%** manifestaron que **NO**.

Ante la pregunta **¿Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico?**, el total de comercializadores afirmaron que **SI**.

En relación al cuestionamiento si **¿Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel nacional?**, de igual forma, todos los comercializadores asistentes manifestaron que **SI**.

Por último, al interrogante **¿Su empresa está interesada en comercializar el producto turístico a nivel internacional?**, la respuesta del **100%** de la muestra obtenida, fue **SI**.

CONCLUSIONES:

Los resultados obtenidos, reflejan el interés de los comercializadores por promover y comercializar el producto turístico DUITAMA ANCESTRAL: REMANSO DE CULTURA Y TRADICION BOYACENSE; lo cual debe ir acompañado por la implementación de políticas públicas de mercadeo y promoción turística que integren los actores del sector, y a la comunidad, con el fin de crear cultura turística y la apropiación del patrimonio cultural, que generen la consolidación del producto turístico tanto en el mercado nacional como internacional.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



10. UN DOCUMENTO DE CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

A. GENERALIDADES CIUDAD DE DUITAMA

a. MAPA DIVISION POLITICA DE BOYACA



PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





b. BANDERA Y ESCUDO DEL MUNICIPIO DE DUITAMA



FICHA TECNICA MUNICIPIO DE DUITAMA

Extensión total: 269 km²

Coordenadas: 5 °49" Norte 73° 02 " Oeste

Temperatura media: 14°C

Población: 110.911 habitantes (DANE 2005)

Gentilicio: Duitamenses

Altura: 2530 m.s.n.m.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



c. HIMNO DEL MUNICIPIO DE DUITAMA -DEPARTAMENTO DE BOYACA

Himno Oficial de Duitama: Adoptado por Acuerdo del Concejo Municipal número 012 del 4 de julio de 2000.

Letra: Fernando Soto Aparicio. **Música:** Luis Martín Mancipe Briceño

CORO

Tierra florida de Duitama
Donde la patria es fruto y paz
Tierra que cree, tierra que clama,
En ti palpita con su llama,
El corazón de Boyacá.

I ESTROFA

Suelo fértil de trigo y manzanas
En que vale la pena cantar
En un coro de voces hermanas:
Libertad, Libertad, Libertad!.

II ESTROFA

El futuro te brinda un camino
Y sembrando tus campos de fe,
Dice al mundo cuál es tu destino:
Florecer, florecer, florecer!.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





4. CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO.

Con Base en la caracterización de los atractivos y servicios turísticos identificados, y los talleres realizados con los empresarios turísticos del territorio, se considera que lo más representativo del inventario turístico del destino, y los cuales deben ser tenidos en cuenta al momento de estructurar el producto turístico que se ofertará en el mercado nacional e internacional, son:

1. Pueblito Boyacense
2. Casona del Marquesado de Surba y Bonza
3. Plaza de Mercado
4. Templos Religiosos- cementerio
5. Monumentos y esculturas
6. Parque Los Libertadores
7. Ruta Del mundial
8. Sendero Ecológico la Zarza
9. Gastronomía tradicional Boyacense.

A partir de la selección de los elementos y servicios turísticos, en trabajo técnico desarrollado por los consultores del proyecto con los empresarios turísticos de la zona, se priorizó, mediante la metodología de “pareto de priorización”, la estructuración de dos productos turísticos, uno enfocado en la historia y la cultura y otro en la naturaleza y el paisaje. Los atractivos de estos productos en algunos caso se pueden combinar e integrar, estableciendo productos de Naturaleza, paisaje, historia y cultura.

Con base en la priorización de los asistentes, se identifica que el atractivo más representativo es el elemento cultural enmarcado en la arquitectura y la historia: pueblito Boyacense y la casona del marquesado de Surba y Bonza y el elemento de naturaleza con el sendero de la Zarza, por su paisajismo y biodiversidad de flora y fauna.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



La metodología determina que estos serán los atractivos ancla o principales del paquete, y serán los referentes para los procesos de comercialización y promoción. Los demás atractivos en su orden de priorización, serán elementos complementarios. Se agregan servicios indispensables como el transporte, la alimentación y la artesanía. Un elemento importante es lograr que los turistas tengan la oportunidad de interactuar con los grupos musicales y de baile, lo cual convertirá cada momento en una experiencia inolvidable para el turista, y le agregará mayor valor al atractivo cultural.

La ciudad, en términos generales, tiene diversidad de parques, iglesias, paisajes, miradores, monumentos, centros logísticos de vehículos de carga, centro de abastos de mercado; y en su periferia cuenta con avenidas y carreteras intermunicipales adornadas por hermosos paisajes y arquitectura de la zona. Estos elementos o atractivos, no han sido formateados para ser incluidos en una oferta de producto turístico; pero cuentan con el potencial para ser agregados a un portafolio e itinerario de turistas y visitantes.

4.1. DISEÑO DEL PRODUCTO TURISTICO

Con base en el diseño de las cuatro rutas o paquetes turísticos y la oferta de atractivos y servicios que fueron caracterizados se define el producto turístico

Inicialmente se ha determinado un producto con las siguientes características:

4.1.1. Ruta turística:

4.1.2. Programación del Producto: tres (3) días, dos (2) noches.

4.1.3. Perfil del producto turístico

El producto turístico tiene un oferta de valor basada en la cultura y la naturaleza, que se enmarca en la tradición histórica del territorio, la ascendencia conquistadora de la región Tundama, la artesanía maravillosa de las tejedoras de macramé, la gastronomía típica de la región, la arquitectura de los pueblos y los templos religiosos, que la conforman tanto como la naturaleza y el paisaje que puede disfrutar el turista.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



Es importante resaltar que el producto tiene su mayor fuerza en tres elementos:

- La arquitectura
- La historia de la conquista
- La naturaleza, sus paisajes y clima.
- La Artesanía, con las emblemáticas tejedoras de macramé.
- La gastronomía tradicional con las famosas fritangas, y sopas a base de maíz, las frutas como la mora, un inmenso menú que encanta y atrae al turista.

4.1.4. Nombre del producto Turístico

Se realizó el siguiente ejercicio de composición del nombre del producto:

- a. Se integran los nombres.
- b. Se eliminan palabras comunes.
- c. Se eligen palabras clave que identifiquen al territorio.
- d. Se construye el nombre del producto.

4.2. DESCRIPCION DE PRODUCTOS DISEÑADOS

4.2.1. PRODUCTO DE CULTURA E HISTORIA

A. **NOMBRE:** **DUITAMA ANCESTRAL... remanso de cultura y tradición Boyacense**

B. **DESCRIPCIÓN:** Experiencia vivencial donde el turista tiene la oportunidad de conocer la historia y las tradiciones de la ciudad de Duitama, disfrutando de su maravilloso paisaje, la delicia de su gastronomía y la magia de la cultura boyacense. Es un plan de tres días, dos noches.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



4.2.2. PRODUCTO DE NATURALEZA Y PÁISAJE

A. NOMBRE: **DUITAMA BOYACA... Conexión plena con la naturaleza**

B. **DESCRIPCION:** La experiencia turística consiste en un recorrido por los sitios más representativos de Duitama enmarcados por la naturaleza. Se inicia con la bienvenida del turista en la Plaza de los Libertadores, donde se hará el desayuno típico, luego se realizara el recorrido por la ruta del mundial, se llevara al turista a deleitarse con un almuerzo típico Boyacense y en las horas de la tarde se realizara un vuelo en Alternativa del Parapente. Al día siguiente se realizara el recorrido del sendero ecológico la zarza y se visitará la zona de reserva agrícola de Tocogua. Plan de tres días dos noches.

4.3. CONCEPTOS SOBRE LOS PRODUCTOS DISEÑADOS

De acuerdo a las sesiones de trabajo de campo y talleres con los empresarios del sector turístico de la ciudad de Duitama, se establecen las siguientes consideraciones y conceptos sobre los productos y rutas diseñadas:

4.3.1. CONCEPTOS TECNICOS

1. La oferta de atractivos y servicios identificados, caracterizados y seleccionados para integrar los productos del destino; cumple con los parámetros básicos y generales que exige un turista nacional.
2. En los servicios de alojamiento y restauración (alimentación), es necesario ajustar algunas especificaciones técnicas de cada uno, según normas y requisitos. En especial el nivel de implementación de habilidades gerenciales y de gestión integral, que les permita mejorar en los procesos administrativos, operativos, comerciales y financieros. En el servicio de

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



restaurantes es importante revisar la presentación y cantidad de los alimentos que integran cada plato. También se hace necesario mejorar la capacidad técnica y de servicio al cliente de las personas que atienden a los turistas, fortaleciendo el concepto de “historia, cultura y tradición” del destino; con lo cual se logra que el turista conozca y entienda de mejor manera la importancia de estos elementos en el destino turístico.

3. Es importante realizar un trabajo estratégico en el proceso de Asociatividad y fortalecimiento de la cadena productiva turística.
4. Se recomienda el establecimiento de un sistema que permita informar y entregar datos estadísticos de la dinámica turística del destino; esto permitirá evaluar aspectos relacionados con la pertinencia y coherencia de los productos, atractivos y servicios ofertados, y de manera táctica, detectar el nivel de crecimiento del número de turistas y visitantes y su concepto de satisfacción sobre los productos turísticos.

4.3.2. CONCEPTOS COMERCIALES

1. El destino turístico “Duitama” tiene un buen nivel de reconocimiento en el mercado departamental; pero es necesario implementar un plan de promoción y marketing a nivel nacional.
2. Se debe establecer un plan especial de posicionamiento de la marca del destino.
3. El destino tiene potencial para lograr un desarrollo comercial a nivel nacional; pero se hace necesario construir alianzas estratégicas comerciales con operadores, agencias y mayoristas nacionales, que lo integren a sus portafolios y lo comercialicen en todo el territorio colombiano.

En conclusión, el Destino turístico de Duitama, y su producto turístico, está basado en la Naturaleza, la historia y la cultura, tres elementos que se enmarcan en la tendencia de los productos y atractivos de otros destinos, los cuales han tenido un gran crecimiento, como lo son: 1. QUINDÍO; Cultura cafetera, paisaje, parques temáticos y arquitectura de pueblos. 2. SANTANDER: Cultura Santandereana, parque PANACHI y su exuberante paisaje del cañón del Chicamocha y cultura ancestral de la etnia Guane. 3. NARIÑO: Tumaco: “Tres tesoros por descubrir”, un producto turístico basado en la riqueza de la cultura negra del pacífico, su gastronomía, música y bailes, y la belleza de sus playas del morro y Bocagrande. Además en Nariño encontramos el corredor

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





turístico Ipiales - las Lajas, que se basa en el santuario, el paisaje, la arquitectura, la cultura de los pueblos con ancestros indígenas, y la magnífica gastronomía.

Teniendo en cuenta lo anterior, Duitama, cuenta con los elementos suficientes para competir con estos destinos, tiene una cultura étnica para contar, una historia basada en la gesta libertadora, una gastronomía rica en variedad y sabor, y en especial un paisaje único que cautiva. Es importante resaltar que Duitama tiene el "Pueblito Boyacense", único en Colombia, por su condición de ser un sitio donde existe una verdad de vida y dinámica de un pueblo, a diferencia de otros del país que son una puesta en escena; pero que no tiene habitantes verdaderos.

5. VALIDACION Y ACEPTACION DEL PRODUCTO TURISTICO

Con el fin de identificar el nivel de coherencia y pertinencia del producto turístico diseñado, en el marco de la “Cultura, naturaleza y ancestralidad”, se llevó a cabo una sesión de trabajo con los representantes de entidades, empresas y comunidad en general, vinculada a la actividad turística del municipio de Duitama.

Para validar el diseño del producto turístico, se utilizó un instrumento de consulta, donde los asistentes calificaban los aspectos relacionados con el nombre del producto, la frase inspiradora o promesa de valor, la estructura técnica, financiera y el perfil comercial del producto.

En términos generales los encuestados, que son personas representantes de la gobernación, artesanos, hoteles, agencias, artistas y casas de la cultura, consideran que el producto turístico “Duitama ancestral”, ha sido técnicamente definido, está bien estructurada su secuencia, recorridos, tiempos, precios; y obedece al perfil de la cultura de la zona, que centra sus atractivos en la naturaleza, la gastronomía, la artesanía, la música, la arquitectura y en especial la cultura Tundama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





6. EMPAQUETAMIENTO DEL PRODUCTO:

6.1. **Diseño de los paquetes turísticos:**

- Diseño de rutas y nombre
- Establecimiento de los tours o planes
- Elaboración de guiones,
- Análisis de tiempos y movimientos
- Costeo

6.2. **Estructura técnica y financiera del paquete**

Una vez priorizados los atractivos y servicios, definido el nombre y la frase inspiradora, se procede a estructurar la secuencia del paquete, determinando costos variables (por persona) y transversales (grupal que se puede diferir), intermediación de operadores y agencias mayoristas, impuestos, tiempos y rangos de valor comercial por número de personas. Los precios de los servicios se evalúan en unos formatos desarrollados durante el taller.

El paquete turístico debe diferirse en varios turistas, para mitigar el impacto económico de los costos transversales. Al realizar esta operación, se identificó que el paquete puede comercializarse con los siguientes valores: ANEXO PORTAFOLIO.

Se determina que el paquete tiene viabilidad económica para el mercado nacional, siempre y cuando se comercialice en grupo de Siete personas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





11. UN PORTAFOLIO QUE INCLUYA EL DISEÑO DE DOS (2) PRODUCTOS TURISTICOS UNO DE CULTURA Y OTRO DE NATURALEZA.
12. DOS (2) RUTAS O RECORRIDOS TURÍSTICOS A PARTIR DE TUNJA Y PAIPA.
13. EL DISEÑO DE GUIONES PARA APOYAR LOS RECORRIDOS.

RUTA No. 1:

DUITAMA ANCESTRAL.....Sumérgase en la cultura TUNDAMA la libertad, y viva una experiencia única e inolvidable.

PLAN: 3 días 2 noches

DESCRIPCION

Día 01.- Saliendo de Bogotá a la madrugada con destino a Duitama, por la ruta a Tunja, capital de Boyacá. Durante el trayecto observamos la cordillera oriental y atravesamos los paisajes verdes, encontrando el gran MONUMENTO A BOLIVAR, monumento al libertador, Simón Bolívar sustentados por cinco mujeres que representan los países libertados, la llama de la libertad, y el emblemático, PUENTE DE BOYACÁ, donde se libró la batalla del mismo nombre y se dictó la independencia de Colombia del yugo Español. Cruzado por el rio Teatinos, junto al puente, varios monumentos: plaza de banderas, monumento a Francisco de Paula Santander. Tunja nos recibe y nos da la Bienvenida, desde ahí empezamos a sentir la pujanza de los lanceros.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





A continuación en un restaurante típico tomaremos el desayuno, para luego desplazarnos a la Ciudad de Duitama, debemos continuar a Paipa, pasamos por el PANTANO DE VARGAS, donde observaremos la escultura del maestro Rodrigo Arenas Betancur, que muestra la imponencia de los 14 lanceros y la valentía del coronel Juan José Rondón, en la batalla que determinaría la victoria del ejército patriota. Para llegar a la escultura, deberán subir 36 escalones que representan los años que cumplió el libertador un día antes de la incursión militar. Seguimos nuestro camino y 15 km después: Bienvenidos a Duitama, que significa en chibcha: “a mí el tributo” es la capital de la provincia de Tundama, también llamada como “la perla de Boyacá” y “capital cívica”.

Llegando directamente al Hotel seleccionado y a la hora indicada, iniciamos conociendo el PUEBLITO BOYACENSE, paseamos por un lugar fantástico donde encontraremos las réplicas de los siete pueblitos Boyacenses pertenecientes a: Villa de Leyva, Monguí, el Cocuy, Tensa, Tibasosa, Ráquira y Sáchica, *“Vive una experiencia inolvidable y disfruta de los 7 tesoros culturales que reviven la arquitectura colonial e hispánica y tradicional Boyacense”*. Este escenario nos recrea los balcones, faroles, colores y calles empedradas. Aquí almorzamos un plato típico y hacemos un recorrido, luego Traslado al hotel, Cena y descanso.

Día 2: Luego de tomar nuestro desayuno en el hotel, nos dirigimos a la CASONA DEL MARQUESADO DE SURBA Y BONZA, construida en el año 1530, aquí disfrutamos de una ventana cultural, de época de campaña libertadora, casona con jardines, columnas, balcones, piletas de agua y escenarios que evocan historia, allí también encontramos un sendero para llegar a un mirador, desde donde se contempla la naturaleza en su esplendor, paisaje de valles y colinas. *“Imagina ser el héroe de la campaña libertadora en la joya arquitectónica de Surba y Bonza en donde se planeó la estrategia y el triunfo de la batalla del Pantano de Vargas.”*

De regreso almorzamos en LA PLAZA DE MERCADO, donde degustamos de la gastronomía típica. Al terminar hacemos un city tour por la ciudad, reconocimiento de la historia ancestral de la cultura Tundama, arquitectura Religiosa, como la CATEDRAL SAN LORENZO, y el PARQUE CEMENTERIO, *“Maravilloso recorrido por la historia arquitectónica de la*

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





región, acompañados por el color y las formas del arte religioso.” CULTURAMA Instituto de Cultura y Bellas artes, costumbres. Visita monumentos y bustos históricos, MOLINO TUNDAMA, y escenarios deportivos. Traslado al hotel, Cena FOLCLOR BOYACENSE con dos canelazos.

Día 3: Desayunamos en el hotel para salir a visitar EL MUSEO DE ARTE RELIGIOSO Y MUEBLES DE PUNTA LARGA. Visita al Viñedo del Marqués de Punta larga, el primer *Cru* tropical, desde hace 33 años, donde degustando un vino con la tabla de quesos.

“Una excelente vía, nos lleva hacia el nororiente de Duitama, hasta punta larga y sus mágicos trabajos coloniales en madera. Desde allí el sendero como una invitación al etéreo, nos lleva al viñedo, un idílico mirador de la ecología y paisaje allí sus vinos nos hacen degustar el sabor de la libertad.” regresamos a vivir un experiencia de TRABAJO ARTESANAL (taller de macramé) recorrido de eventos comerciales y compras artesanales. Almuerzo típico boyacense con narración histórica. Tiempo libre para compra de artículos-souvenirs. A la hora indicada, salimos de regreso rumbo a Bogotá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Ruta No. 2:

DUITAMA LO NATURAL.... Conexión plena con la naturaleza... colores, olores, sabores, sensaciones y sonidos fascinantes.

PLAN: 3 días 2 noches

DESCRIPCION

Día 01.- Salimos de Bogotá a la madrugada con destino a Duitama, por la ruta a Tunja, capital de Boyacá. Durante el trayecto podremos observar la cordillera oriental y atravesando los paisajes verdes, encontraremos el gran MONUMENTO A BOLIVAR, monumento al libertador, Simón Bolívar sustentados por cinco mujeres que representan los países libertados, la llama de la libertad, y el emblemático, PUENTE DE BOYACÁ, donde se libró la batalla del mismo nombre y se dictó la independencia de Colombia del yugo Español. Cruzado por el rio Teatinos, junto al puente, varios monumentos: plaza de banderas, monumento a Francisco de Paula Santander. Tunja nos recibe y nos da la Bienvenida, desde ahí empezaremos a sentir la pujanza de los lanceros.

A continuación en un restaurante típico tomamos el desayuno, para luego desplazarnos a la Ciudad de Duitama, debemos continuar a Paipa, pasamos por el PANTANO DE VARGAS, donde observaremos la escultura del maestro Rodrigo Arenas Betancur, que muestra la imponencia de los 14 lanceros y la valentía del coronel Juan José Rondón, en la batalla que determinaría la victoria del ejército patriota. Para llegar a la escultura, deberán subir 36 escalones que representan los años que cumplió el libertador un día antes de la incursión militar. Seguimos nuestro camino y 15 km después.... Bienvenidos a Duitama, que significa en chibcha: “a mí el tributo” es la capital de la provincia de Tundama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Llegamos directamente al Hotel seleccionado y a la hora indicada, iniciamos conociendo el PUEBLITO BOYACENSE, donde almorzaremos un plato típico y haremos un recorrido, allí encontraremos las réplicas de los siete pueblitos Boyacenses pertenecientes a: Villa de Leyva, Monguí, el Cocuy, Tensa, Tibasosa, Ráquira y Sáchica. Este escenario nos recrea los balcones, faroles, colores y calles empedradas. Traslado al hotel, Cena y descanso.

Día 2: Se inicia el día con la bienvenida del turista en la Plaza de los Libertadores, donde se hará el desayuno típico, luego se realiza el recorrido por la RUTA DEL MUNDIAL, a través del medio de transporte Bicicleta, se encuentra en la vereda La Pradera a una altura de 2800 msnm, después se lleva al turista a deleitarse con un almuerzo típico Boyacense y en las horas de la tarde se realiza un VUELO EN ALTERNATIVA DEL PARAPENTE, en Santa Rosa de Viterbo, donde vamos a experimentar las corrientes de aire, los vientos del valle y avistamos aves. Este receptivo debe ser operado por una agencia, con instructores certificados por la Aerocivil y fedeaéreos. Traslado al hotel, Cena y descanso.

Día 3: Bien temprano Desayunaremos en el hotel para luego salir con las recomendaciones necesarias a realizar caminata guiada del SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA, son caminos de tradición indígena, y vías de herradura de aproximadamente 5.8 km. Declarada área protegida, allí apreciaremos bosques nativos y variedad de fauna y flora. *“Sendero eco turístico de leyendas, ideal para intercambiar el ruido de la ciudad por los cantos de aves endémicas. Un lugar para apreciar cascadas, frailejones y tener la oportunidad de apreciar la dificultad de los caminos transitados por nuestros antepasados”.*

Almuerzo típico en la vereda la Trinidad y se visitará la zona de RESERVA AGRÍCOLA DE TOCOGUA. Tiempo libre para compra de artículos-souvenirs. A la hora indicada, salimos de regreso rumbo a Bogotá.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RUTA No.3:

BOYACA DE PUENTE.... Un puente a la historia, que lo llevara hasta DUITAMA Corazón Turístico de Boyacá.

PLAN: 3 días 2 noches

DESCRIPCION

Día 01.- Salimos de Bogotá a la madrugada con destino a Tunja, capital de Boyacá. Durante el trayecto observamos la cordillera oriental y atravesando los paisajes verdes, encontramos el gran MONUMENTO A BOLIVAR, monumento al libertador, Simón Bolívar sustentados por cinco mujeres que representan los países libertados, la llama de la libertad, y el emblemático, PUENTE DE BOYACÁ, donde se libró la batalla del mismo nombre y se dictó la independencia de Colombia del yugo Español. Cruzado por el rio Teatinos, junto al puente, varios monumentos: plaza de banderas, monumento a Francisco de Paula Santander.

Tunja nos recibe y nos da la Bienvenida, desde ahí empezamos a sentir la pujanza de los lanceros. Luego realizamos un recorrido por el centro Histórico de Tunja, donde contemplamos LA PLAZA DE BOLIVAR, que exhibe como atractivo principal, la estatua del libertador, montado en su caballo palomo, alrededor se encuentra, la gobernación de Boyacá, la casa de la cultura, el colegio de Boyacá (fundado por Francisco de Paula Santander), la casa del fundador Gonzalo Suarez Rendón y la Catedral Basílica Metropolitana de Tunja, donde reposan los restos del fundador. También el que fuera el Balcón más grande de Suramérica. Visita la plaza Real. Desayuno.

Luego Visitamos el CENTRO RELIGIOSO, iniciando recorrido con el Templo y convento Santo Domingo, reconocida como la capilla Sixtina de América, se caracteriza por sus naves y capillas al estilo barroco americano, seguido del

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





templo San Ignacio, lugar utilizado como centro de conciertos; el templo de Santa Clara, La Real, reconocido como el primer convento de Monjas en Colombia. El Convento San Agustín, es un claustro de estilo renacentista; y la capilla de San Laureano, construida en 1566, primera ermita erigida en Tunja, sobresalen retablos talados y decorados en hojilla de oro, allí reposan los restos mortales de hombres fusilados en el paredón de los mártires. Aquí almorzamos en un restaurante típico.

A continuación nos desplazamos a la Ciudad de Paipa, pasando por el PANTANO DE VARGAS, donde observaremos la escultura del maestro Rodrigo Arenas Betancur, que muestra la imponencia de los 14 lanceros y la valentía del coronel Juan José Rondón, en la batalla que determinaría la victoria del ejército patriota. Para llegar a la escultura, deberán subir 36 escalones que representan los años que cumplió el libertador un día antes de la incursión militar.

Llegando a Paipa realizamos nuestro check in, en hotel seleccionado, Cena y descanso.

Día 2: Se inicia el día con la bienvenida del turista al Municipio de PAIPA, “Capital Turística de Boyacá”, luego de degustar el desayuno, nos dirigimos en la búsqueda del bienestar y la relajación corporal, visitamos el COMPLEJO TERMAL, donde viven una de las tres experiencias de bienestar: (parque acuático, spa termal o centro de hidroterapia); disfrutan de circuitos termales dirigidos terapéuticos y no terapéuticos, donde se combinan procedimientos relajantes a base de agua y lodos, buscando nuevas sensaciones y renovación corporal. Almuerzo en el restaurante.

Terminada la experiencia purificante, Visitamos la HACIENDA EL SALITRE, casona construida en 1720 al estilo colonial, donde se hospedó el general Simón Bolívar, allí apreciamos una capilla del siglo XVII, con espacios arquitectónicos donde sentirán como si el tiempo nunca hubiese pasado. Los atenderán personas vestidas a la usanza de la época colonial. Degustaremos un buen café o canelazo. Terminada la visita, nos trasladamos al hotel, para realizar check out. Recorreremos 15 km hasta llegar a Duitama y realizamos check in en hotel seleccionado. Bienvenidos a Duitama, que significa en chibcha: “a mí el tributo” es la capital de la provincia de Tundama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





Día 3: A la mañana siguiente, luego del desayuno en hotel, nos vamos al PUEBLITO BOYACENSE, donde hacemos un recorrido, allí encontramos las réplicas de los siete pueblitos Boyacenses pertenecientes a: Villa de Leyva, Monguí, el Cocuy, Tensa, Tibasosa, Ráquira y Sáchica. Este escenario nos recrea los balcones, faroles, colores y calles empedradas. Nos dirigimos a la CASONA DEL MARQUESADO DE SURBA Y BONZA, construida en 1530, aquí disfrutamos de una ventana cultural, de época de campaña libertadora, casona con jardines, columnas, balcones, piletas de agua y escenarios que evocan historia, allí también disfrutamos de un atractivo natural, un sendero para llegar a un mirador, desde donde se contempla la naturaleza en su esplendor, paisaje de valles y colinas. TOMAREMOS UN TINTO LIBERTADOR.

De regreso almorzamos en LA PLAZA DE MERCADO, donde degustamos de la gastronomía típica. Al terminar el check out en el hotel, hacemos un city tour por la ciudad solo registro fotográfico, reconocimiento de la historia ancestral de la cultura Tundama, arquitectura Religiosa, como la CATEDRAL SAN LORENZO, y el PARQUE CEMENTERIO, CULTURAMA Instituto de Cultura y Bellas artes, costumbres. Visita monumentos y bustos históricos, MOLINO TUNDAMA, y escenarios deportivos. Regreso a Bogotá, Tiempo libre para compra de artículos-souvenirs.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RUTA No. 4:

A DUITAMA DESCANSO Y BIENESTAR..... Una Ruta Relajante, que te conquistará.

PLAN: 3 días 2 noches

DESCRIPCION

Día 01.- Salimos de Bogotá a la madrugada por la ruta a Tunja, capital de Boyacá. Durante el trayecto observamos la cordillera oriental y atravesando los paisajes verdes, encontramos el gran MONUMENTO A BOLIVAR, y el PUENTE DE BOYACÁ, donde realizamos una observación panorámica. En este lugar degustamos un sabroso desayuno.

Luego de un tiempo de travesía, pasamos por el PANTANO DE VARGAS, donde observamos la escultura del maestro Rodrigo Arenas Betancur, que muestra la imponencia de los 14 lanceros y la valentía del coronel Juan José Rondón, en la batalla que determinaría la victoria del ejercito patriota. Para llegar a la escultura, deberán subir 36 escalones que representan los años que cumplió el libertador un día antes de la incursión militar. Llegando a Paipa, a la hora indicada, nos vamos al LAGO SOCHAGOTA, donde recorreremos un bello paisaje Andino, y disfrutamos de una caminata ecológica alrededor de la periferia de la laguna sobre el malecón. Disfrutar de una actividad acuática como un paseo en bote de pedal. Almorzamos en restaurante típico. Check in hotel seleccionado. Al terminar haremos un city tour por la ciudad (solo registro fotográfico), reconocimiento de la historia ancestral de la cultura, arquitectura Religiosa. Tiempo libre para compra de artesanías-souvenirs Traslado al hotel, Cena y descanso.

Día 2: Luego del desayuno en hotel, a la hora indicada, vamos en la búsqueda del bienestar y la relajación corporal, visitando el COMPLEJO TERMAL, donde pueden vivir una de las tres experiencias de bienestar: (parque acuático, spa termal o centro de hidroterapia); disfrutando de circuitos termales dirigidos terapéuticos y no terapéuticos, donde se

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





combinan procedimientos relajantes a base de agua y lodos, buscando nuevas sensaciones y renovación corporal. Almuerzo, traslado al hotel, check out y salida a la Ciudad de Duitama. Una vez lleguemos a Duitama, realizamos Check in en Hotel seleccionado, cena y descanso.

Día 3: Bien temprano desayunamos en el hotel para luego salir con las recomendaciones necesarias a realizar caminata guiada del SENDERO ECOLÓGICO LA ZARZA, son caminos de tradición indígena, y vías de herradura de aproximadamente 5.8 km. Declarada área protegida, allí apreciamos bosques nativos y variedad de fauna y flora. Almuerzo típico en la vereda la Trinidad. Luego iniciamos recorrido por el PUEBLITO BOYACENSE, donde almorzamos un plato típico y hacemos un recorrido, allí encontramos las réplicas de los siete pueblitos Boyacenses pertenecientes a: Villa de Leyva, Monguí, el Cocuy, Tensa, Tibasosa, Ráquira y Sáchica. Este escenario nos recrea los balcones, faroles, colores y calles empedradas. Terminada la visita, check out en hotel y salimos de regreso rumbo a Bogotá.

EL PLAN DE LA RUTA INCLUYE:

- ✓ Transporte terrestre desde Bogotá.
- ✓ Alojamiento 2 noches en hotel de su preferencia en Paipa y Duitama, según la ruta.
- ✓ Tarjeta de asistencia médica
- ✓ Alimentación completa
- ✓ Guianza
- ✓ Desplazamientos
- ✓ entradas a los atractivos

EL PLAN DE LA RUTA NO INCLUYE:

- ✓ Propinas
- ✓ Llamadas
- ✓ Otros no especificados en el plan

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





RECEPTIVOS:

1. **PAIPA:** Dos horas de recorrido BARCO LA LIBERTAD sobre el lago Sotagocha, si lo que quieres es contemplación en medio de la naturaleza acuática.
2. **PAIPA:** entrada al PARQUE MANOA, si lo que quieres es vivir la historia con aventura, allí podremos experimentar la cultura muisca entrando al laberinto más grande de Colombia y romper con la rutina, divirtiéndose con las atracciones mecánicas.
3. **SANTA ROSA DE VITERBO:** Vuelo en Alternativa del Parapente, si lo que quieres es deporte de aventura y emociones con altura!!!

7. RECOMENDACIONES PARA TODAS LAS RUTAS

Duitama, Ubicada a 45 km de Tunja y 15 km de Paipa y Altura: 2530 msnm, temperatura de 14°C.

Paipa, ubicada a 40 km de Tunja, con una altura: 2527 msnm, y temperatura de 15 °C.

Tunja, Ubicada a 130 km de Bogotá, y 45 km de Duitama y Altura: 2820 msnm, temperatura de 14°C.

- Llevar siempre bloqueador solar.
- En lo posible llevar consigo una cámara fotográfica.
- Ropa abrigadora, zapatos cómodos para caminar y para actividades de agua termal, se recomienda llevar lo necesario para el disfrute de esa actividad.
- Para actividades de aventura. sudadera, tenis y cachucha.
- no se debe haber ingerido bebidas alcohólicas, ni portar joyas.
- prestar la debida atención a las indicaciones de seguridad emitida por el guía acompañante.
- Vivir todas las experiencias con conciencia de sostenibilidad, responsabilidad social y respeto por la naturaleza y las culturas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



8. MANIFESTACION LEGAL

El Departamento de Boyacá, la Oficina de Turismo de Duitama y Las Agencias de viajes y turismo y operadoras, están comprometidos con el cumplimiento del artículo 16 de la Ley 679 del 2001, rechazan y advierten al turista que la explotación y el abuso sexual a menores de edad en el país, son sancionados penal y administrativamente conforme a las leyes vigentes.

**EN COLOMBIA, NO PERMITIMOS LA EXPLOTACION SEXUAL DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES.
HASTA 33 AÑOS DE CARCEL
DENUNCIA LA LINEA 018000112440
PROGRAMA TURISMO RESPONSABLE DEL GOBIERNO DE COLOMBIA**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





14. EL DISEÑO DE CUATRO (4) PIEZAS PUBLICITARIAS Y PUBLICIDAD ALTERNATIVA BTL.

ANALISIS ENCUESTA FICHA No.1 MARKETING IDENTITARIO DEL MUNICIPIO DE DUITAMA, DEPARTAMENTO DE BOYACA

PRESENTACION:

El presente documento contiene el análisis de la información obtenida en la aplicación de la Encuesta FICHA MARKETING IDENTITARIO, a un grupo de personas, conformada por los diferentes actores de la actividad turística en el municipio de Duitama, representantes de las Agencias de Viaje, operadores turísticos, alojamientos, Ejército Nacional, Artesanos y de la Secretaría de Industria, Comercio y Turismo Municipal.

La encuesta que fue diligenciada por nueve grupos de personas, se orientó a la identificación de las características o atributos más representativos del Municipio de DUITAMA, relacionados con su vocación turística con el fin de definir el marketing identitario dentro del diseño y desarrollo del productor turístico de DUITAMA.

OBJETIVO:

Identificar con los asistentes a la sesión de trabajo, cuales son los elementos clave que se deben tener en cuenta al momento de definir y diseñar el MARKETING IDENTITARIO, para DUITAMA- BOYACA.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION:

La encuesta fue diseñada para ser aplicada y respondida por representantes de los principales actores que intervienen en actividad turística del Municipio de Duitama, la cual fue diligenciada por (9) nueve grupos de cuatro personas, que asistieron a la convocatoria realizada por la Alcaldía de Duitama, Boyacá.

La aplicación de la Encuesta se efectuó el día 25 de mayo de 2015 en el municipio de Duitama, utilizando el método de entrevista directa a un grupo de personas con domicilio en el mismo municipio; y que hacen parte de las actividades turísticas de la zona, como prestadores de servicios, alojamiento, Agencias de viaje, operadores turísticos, artesanos, el Ejército Nacional y funcionarios de la Secretaría de Industria y Comercio y Turismo del Municipio.

La muestra obtenida para la recolección de datos, fue seleccionada con base en la información sobre prestadores de servicios turísticos registrados por la Alcaldía de Duitama, y que fueron participantes de los talleres.

PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS FICHA No.1 MARKETING IDENTITARIO EL MUNICIPIO DE DUITAMA, BOYACA.

A través de cuatro preguntas en la Encuesta aplicada, se obtuvieron los diferentes conceptos y percepciones de las personas participantes, en relación a los atractivos o elementos más representativos de Duitama, los colores que caracterizan esta región como también los rasgos que describen la gente, la cultura, la tradición o la historia del municipio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

Corazón Turístico de Boyacá



Para poder realizar un análisis a este aspecto, se agruparon las diferentes respuestas por afinidad con respecto al tipo de turismo o atractivos comunes, así:

- Atractivos y/o elementos Culturales y/o históricos
- Atractivos y/o elementos de Naturaleza
- Atractivos y/o elementos Salud y bienestar
- Atractivos y/o elementos Religiosos
- Artesanías
- Ferias, Fiestas y eventos
- Gastronomía
- Otros

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





15.1. ATRACTIVOS O ELEMENTOS TURISTICOS REPRESENTATIVOS DEL MUNICIPIO DE DUITAMA

A la pregunta *¿Cuáles con los cinco productos, atractivos o elementos turísticos, que Usted considera representan a DUITAMA?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1. Atractivos o elementos turísticos representativos del municipio de Duitama

1.	TIPO DE ATRACTIVO	RESPUESTA	Total	Participación
1.1.	Atractivos y/o elementos Culturales y/o históricos	Pueblito Boyacense	6	12%
		La Casona del Marquesado Surba y Bonza	1	2%
		Centro Regional Artesanal	1	2%
1.2.	Atractivos y/o elementos de Naturaleza	Sendero ecológico La Zarza	5	10%
		Páramo de la Rusia	2	4%
		Páramo Pan de Azúcar	1	2%
		Frutas	5	10%
		Senderos y flora	1	2%
		Lagunas Encantadas	1	2%
		Ecológicos	1	2%
		Naturales	1	2%
1.3.	Atractivos y/o elementos Salud y bienestar	Ciclismo	1	2%
		Deporte	1	2%
		Ruta del mundial	1	2%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



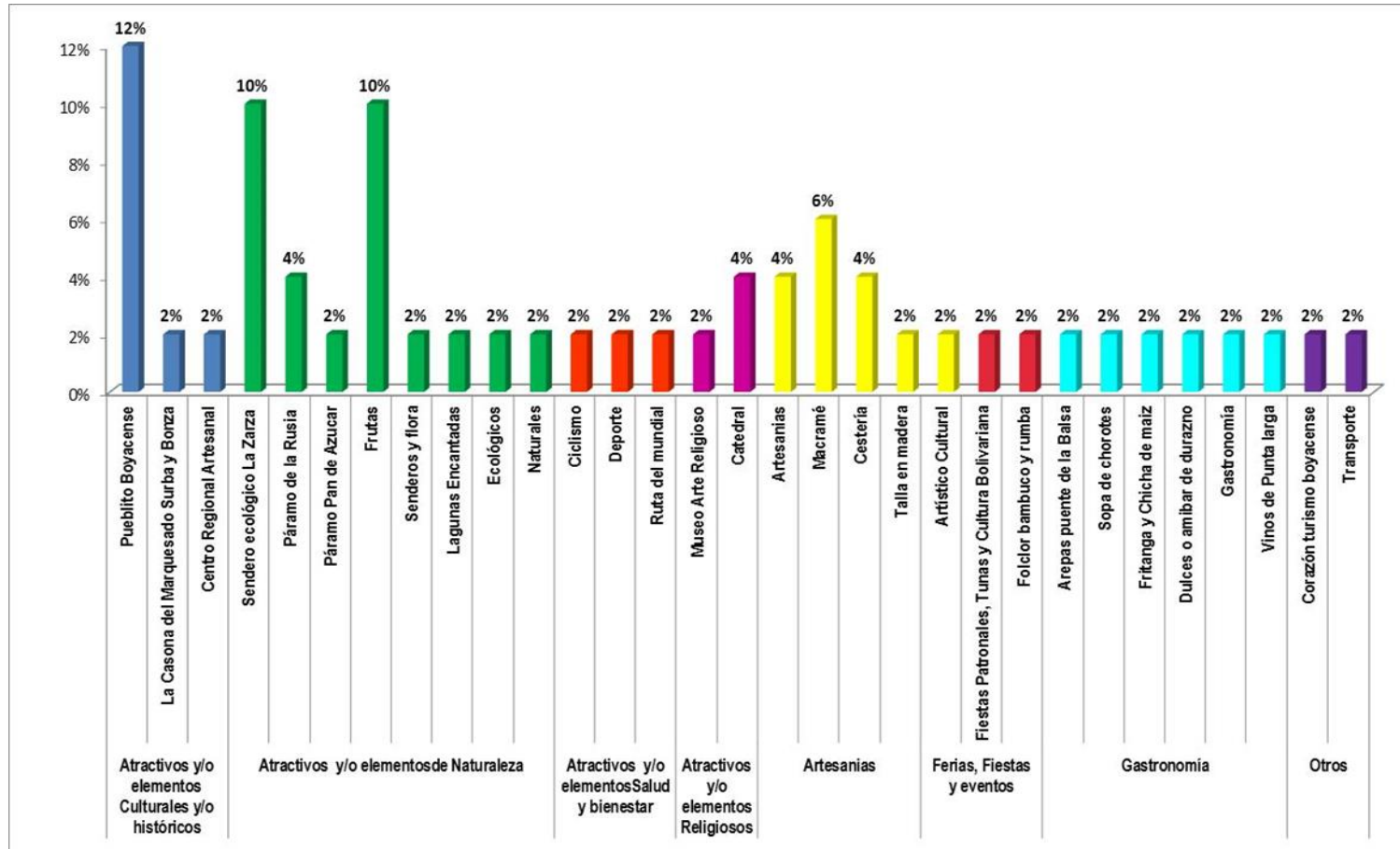
1.4.	Atractivos y/o elementos Religiosos	Museo Arte Religioso	1	2%
		Catedral	2	4%
1.5.	Artesanías	Artesanías	2	4%
		Macramé	3	6%
		Cestería	2	4%
		Talla en madera	1	2%
1.6.	Ferias, Fiestas y eventos	Artístico Cultural	1	2%
		Fiestas Patronales, Tunas y Cultura Bolivariana	1	2%
		Folclor bambuco y rumba	1	2%
1.7.	Gastronomía	Arepas puente de la Balsa	1	2%
		Sopa de chorotes	1	2%
		Fritanga y Chicha de maíz	1	2%
		Dulces o almíbar de durazno	1	2%
		Gastronomía	1	2%
		Vinos de Punta larga	1	2%
1.8.	Otros	Corazón turismo boyacense	1	2%
		Transporte	1	2%

Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica 1. Atractivos o elementos turísticos representativos del municipio de Duitama



Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Una vez agrupadas las respuestas por la afinidad con el tipo de turismo o atractivo, se obtuvieron los siguientes resultados:

La muestra encuestada considera como importantes tres atractivos que corresponde a elementos culturales o históricos de Duitama, así; **Pueblito Boyacense**, con un **12%**, la **Casona de Marquesado Surba y Bonza** un **2%** y el **Centro Regional Artesanal** con un **2%**. El grupo de Atractivos y/o elementos culturales y/o históricos obtuvo un porcentaje de 16% del total de las respuestas.

De igual forma, también definieron los elementos o recursos naturales, como principales atractivos del Municipio de Duitama, los cuales obtuvieron la siguiente participación: **Sendero ecológico la Zarza**, con un **10%** de favorabilidad, seguido por **Frutas** también con el **10%**, **Páramo de la Rusia** con un **4%**, y los demás atractivos o elementos obtuvieron un **2%** cada uno, **Páramo Pan de Azúcar**, **Senderos y Flora**, **Lagunas Encantadas**, **Ecológicos y Naturales**. En total, los resultados para los Atractivos o elementos naturales fue de 34% de preferencia.

Por su parte, dentro de los Atractivos y/o elementos de Salud y Bienestar, fueron mencionados los siguientes con un **2%** de porcentaje de participación cada uno, para un total de 6% del grupo; así: **Ciclismo**, **Deporte y Ruta del Mundial**.

Así mismo, los atractivos y/o elementos de carácter religioso fueron mencionados como importantes para el Municipio de Duitama, de la siguiente manera: **Museo Arte Religioso** con un **2%** y la **Catedral** con un **4%**; para un total del grupo del 6%.

En cuanto a las Artesanías, de acuerdo con los resultados de la encuesta, este elemento también es considerado como significativo, citando algunas representaciones de esta actividad, así: **Artesanías** en general con un **4%**, **Macramé** con un **6%**, **Cestería** con el **4%** y **Talla en madera** con un **2%**; obteniendo este grupo un 16% del total de las respuestas.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



Los elementos relacionados con manifestaciones artísticas como el baile y eventos culturales, también fueron considerados como representativos del Municipio de Duitama, los cuales fueron agrupados como Ferias, Fiestas y Eventos; siendo mencionados los siguientes: **Artístico Cultural** con un 2%, **Fiestas Patronales, Tunas y Cultura Bolivariana** un 2% y **Folclor, Bambuco y Rumba** con un 2%; En total este grupo obtuvo un 6% de la participación.

Otro de los atractivos identificados como importantes para esa localidad, fue la **Gastronomía**, mencionando los siguientes elementos con un porcentaje de participación de cada uno de **2%: Arepas Puente de la Balsa, Sopa de Chorotes, Fritanga y Chicha de maíz, Dulces o almíbar de durazno, vinos de Punta Larga y Gastronomía** en General. Este grupo obtuvo un 12% de las respuestas dadas.

Por último, se citaron algunos conceptos o aspectos, que son considerados igualmente representativas del municipio de Duitama, así: **Corazón turismo Boyacense** con un 2% y **Transporte** con un 2%, para un total de 4%.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



CONCLUSIONES:

Los elementos o atractivos considerados como representativos del Municipio de Duitama, son:

- Cultural - Pueblito Boyacense
- Naturaleza - Sendero ecológico la Zarza
- Naturaleza - Frutas
- Artesanías - Macramé
- Gastronomía (fue incluido este aspecto dentro de los 5 atractivos o elementos representativos de Duitama, por el total de participación dentro de la muestra obtenida).

Es de resaltar, que los elementos de mayor recordación y que son percibidos como representativos del municipio de Duitama, son los relacionados con los recursos naturales existentes en esa localidad, toda vez que poseen una riqueza representada en ecosistemas y biodiversidad de flora y fauna, considerados algunos de los sitios como santuarios o refugios para especies silvestres propias de la región.

Como elemento cultural considerado el de mayor representatividad de Duitama, fue seleccionado el atractivo **PUEBLITO BOYACENSE**, su arquitectura y elementos paisajísticos, así como los demás componentes que conforman este atractivo reflejan las características de la cultura típica del Departamento de Boyacá.

Los elementos de Artesanías y Gastronomía, son otra expresión de representación de la cultura de los pueblos de Boyacá, por lo cual también son definidos como atractivos importantes que representan a la población de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

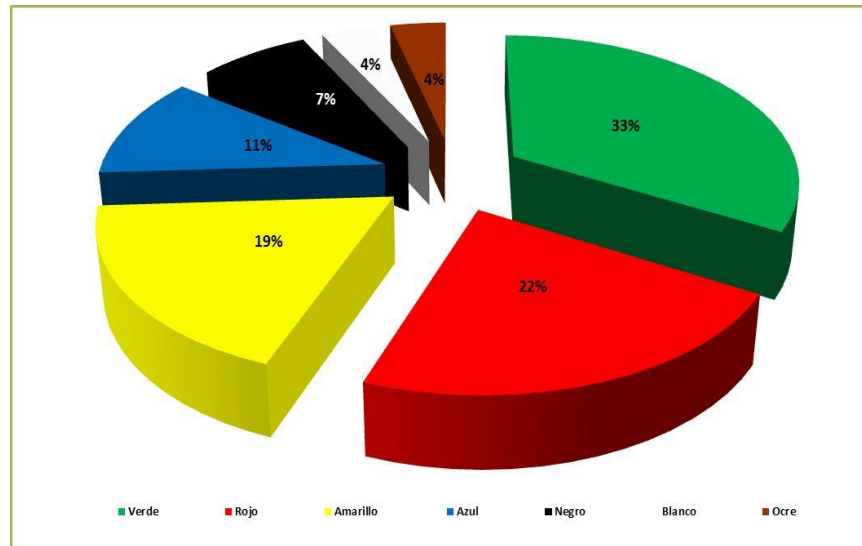


15.2. COLORES REPRESENTATIVOS DE DUITAMA

A la pregunta *¿Cuáles son los colores que deben representar a DUITAMA?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 2. Colores representativos del municipio de Duitama

2	Cuáles son los colores que deben representar A DUITAMA	Total	Participación
2.1.	Verde	9	33%
2.4.	Rojo	6	22%
2.2.	Amarillo	5	19%
2.6.	Azul	3	11%
2.7.	Negro	2	7%
2.3.	Blanco	1	4%
2.5.	Ocre	1	4%



Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

Gráfica 2. Colores representativos del municipio de Duitama



ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS:

Los resultados obtenidos a la pregunta ¿Cuáles son los colores representativos que deben representar a DUITAMA? Fueron los siguientes: el **33%** de la población encuestada, definió el **Verde** como color representativo, seguido de un **22%** quienes seleccionaron el color **Rojo**, un **19%** indicaron el color **Amarillo**, el 11% de las respuestas estableció el color **Azul**, el **7%** coincidió con el color **Negro**, el **4%** optaron por el color **blanco** y el restante **4%** definió el color **ocre** como el representativo de esa población.

CONCLUSIONES:

Los tres colores identificados de mayor representatividad del Municipio de Duitama, son:

- Verde
- Rojo
- Amarillo

Los anteriores Colores están relacionados con los elementos de naturaleza que son apreciados por los residentes del Municipio de Duitama, como son el paisaje, montañas, bosques, la madurez de las frutas de la región y sus flores.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



15.3. FRASES QUE DESCRIBEN LA GENTE, LA CULTURA, LA TRADICIÓN O LA CULTURA DE DUITAMA

Ante la actividad *¿Construya, con un máximo de DOS palabras, tres frases que Usted considera, describen lo que es la gente, la cultura, la tradición o la historia de DUITAMA?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 3. Frases que describen la Gente, la cultura, la tradición o la Cultura de Duitama.

ASPECTO	RESPUESTA	CANTIDAD	PARTICIPACION
VALORES, CULTURA CIUDADANA	Tierra Noble	1	4%
	Honesta y trabajadora	1	4%
	Ciudad culta y emprendedora	1	4%
	Paz y Tranquilidad	1	4%
	Amable	1	4%
	Respetuosa	1	4%
	Solidaria	1	4%
	Entrañable y bonita	1	4%
	Gente Trabajadora	1	4%
	Inculcar valores, la paz	1	4%
	Educación excelentes profesionales	1	4%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA



NATURALEZA	Naturaleza y tradición	1	4%
	Naturalmente viva	1	4%
	Rica y Extensa	1	4%
TRADICION E HISTORIA	Histórica y Cívica	1	4%
	Ancestral y aguerrida	1	4%
	Raíces Autóctonas	1	4%
	Estrategia de Libertad	1	4%
	Tundama Garrido	1	4%
	Nudos Mágicos	1	4%
	Resistencia y fortaleza	1	4%
VOCACION DE LA REGION	Aventura y artesanía	1	4%
	Corazón de Aventura	1	4%
	Tradición Artística	1	4%
	Gastronomía	1	4%
	Agricultura y Gastronomía	1	4%
	Ganadería	1	4%
RESPUESTAS TOTALES		27	100%

Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS Y CONCLUSIONES:

Con el propósito de poder hacer un análisis comparativo de las respuestas dadas, las mismas fueron agrupadas por aspectos relacionados con los Valores y la cultura ciudadana, la Naturaleza, Tradición e historia y vocación de la región.

De acuerdo a los siguientes parámetros, las personas encuestadas destacaron valores de la población como la nobleza, honestidad, tranquilidad, amabilidad, respeto, solidaridad, laboriosidad, cultura y emprendimiento, entre otros.

Así mismo relacionaron la descripción de cultura, la tradición o la historia de Duitama con las riquezas naturales que posee esta región, resaltando su variedad, la vida y la intensidad que la conforman.

Por su parte, su patrimonio histórico es un elemento muy importante en la definición de imagen y descripción del Municipio de Duitama, evidenciado en el orgullo por sus orígenes muisca, principalmente por la valentía y arrojo del Cacique Tundama, figura fundamental en la historia de la región.

De igual forma, la vocación de la población, inicialmente agrícola y de ganadería, complementada con gastronomía y artesanías, hacen parte también de la descripción del Municipio de Duitama.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





15.4. ELEMENTOS O FIGURAS QUE REPRESENTEN A DUITAMA

Ante el interrogante *¿Si Usted tuviera que dibujar un cuadro para representar lo que es DUITAMA, cuáles serían los tres elementos o figuras que incluiría en el cuadro?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 4. Elementos o figuras que representen a Duitama.

4.	Si Usted tuviera que dibujar un cuadro para representar lo que es DUITAMA, cuáles serían los tres elementos o figuras que incluiría en el cuadro?	CANTIDAD	PARTICIPACION
4.1.	Naturaleza - Montañas - agua - paramo - frailejón - Paisaje - Cedro	8	31%
4.2.	Frutas - paisaje frutales - árboles frutales	5	19%
4.3.	Cacique Tundama	3	12%
4.4.	Ciclismo - Deporte	2	8%
4.5.	Artística - Música y Danzas	2	8%
4.6.	Artesanías	1	4%
4.7.	Ganado	1	4%
4.8.	Pueblito Boyacense	1	4%
4.9	Catedral	1	4%
4.10	Gente (Campesino, niño, anciano)	1	4%
4.11	Color	1	4%
	TOTAL RESPUESTAS	26	100%

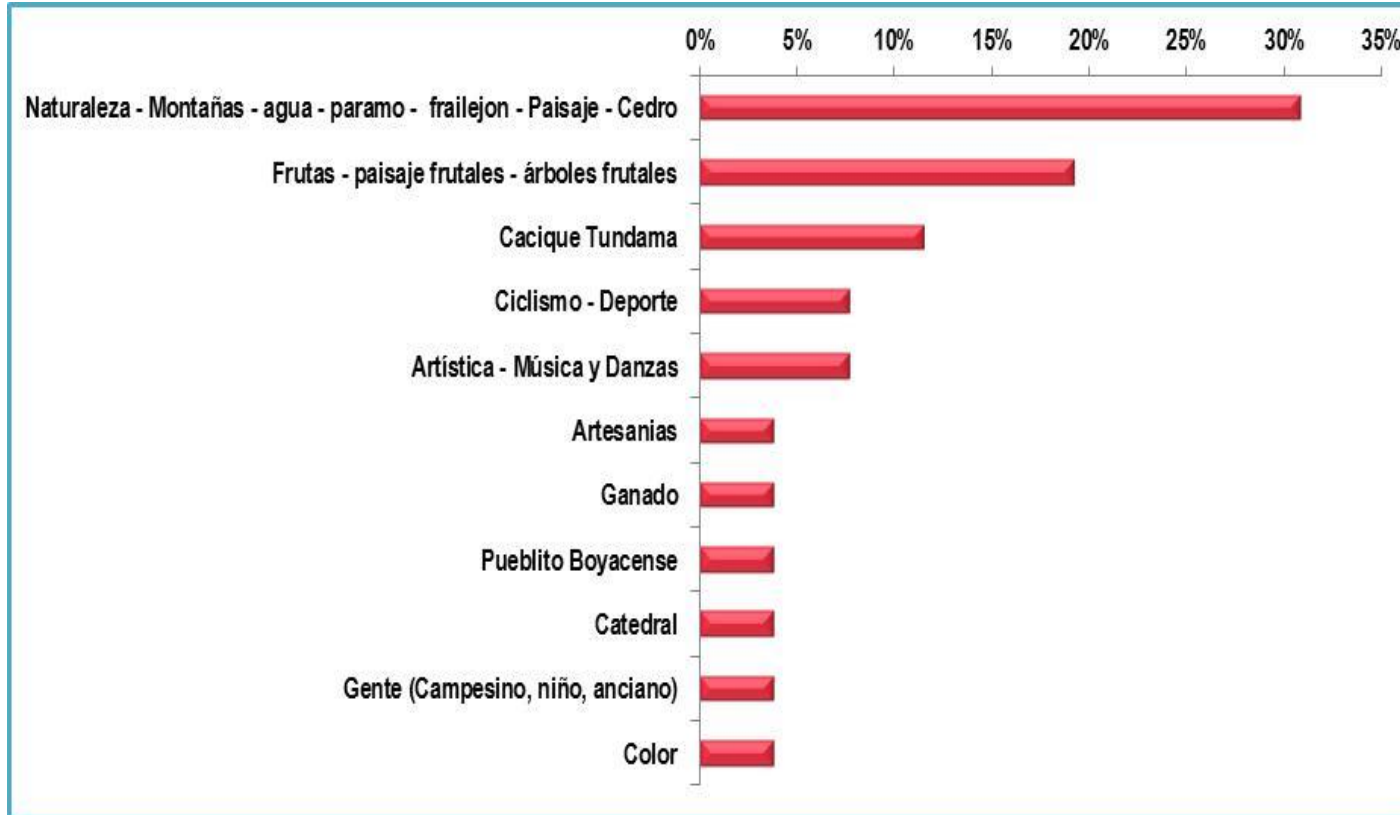
Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Gráfica3. Elementos o figuras que representen a Duitama.



Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION:

Teniendo en cuenta los elementos citados, éstos fueron agrupados de acuerdo a su similitud, arrojando los siguientes resultados.

El **31%** de las personas encuestadas, consideraron entre los tres elementos a tener en cuenta para incluir en un dibujo representativo de Duitama, los elementos relacionados con **Naturaleza - Montañas - agua - paramo - frailejón - Paisaje – Cedro.**

El **19%** de los encuestados, indicaron **Frutas - paisaje frutales - árboles frutales**; un **12%** considera que el **Cacique Tundama** sería la figura a incluir en el cuadro; mientras que un **8%** propuso y otro tanto, las actividades **artísticas, música y danzas.**

Con un **2%** para cada uno, fueron mencionados los siguientes elementos: **Artesanías, Ganado, Pueblito Boyacense, Catedral, Gente (Campesino, niño, anciano) y Color.**

CONCLUSIONES:

Los tres elementos a incluir en un cuadro para representar al Municipio de Duitama son:

1. Naturaleza - Montañas - agua - páramo - frailejón - Paisaje – Cedro
2. Frutas - paisaje frutales - árboles frutales
3. Cacique Tundama

Lo anterior, refleja el elemento predominante de naturaleza existente en el Municipio de Duitama, el cual es percibido por sus habitantes como una característica esencial y representativa de esta población; de igual forma las frutas hacen parte de la actividad agrícola de la región. Completando los tres elementos, se encuentra la historia del origen de la región, cuya figura representativa del Cacique Tundama, es muestra de honor y valentía.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



15.5. CARACTERISTICAS Y VOCACION DE DUITAMA

A la pregunta *¿Cuáles serían sus respuestas a las siguientes preguntas?*, se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 5. Características y vocación de Duitama

5.	Cuáles serían sus respuestas a las siguientes preguntas?	CANTIDAD	PARTICIPACION	
5.1.	A qué huele DUITAMA?	Naturaleza - Aromas Silvestres	4	40%
		Frutas - Manzanas y Duraznos	3	30%
		Gastronomía	1	10%
		Paz y tranquilidad - armónica y tranquila	1	10%
		Tierra mojada y estufa de leña	1	10%
5.2.	Cómo suena DUITAMA?	Música - Tuna y Bambuco - Torbellino y Bambuco	4	40%
		Motores - Transporte	2	20%
		Armoniosa y tranquila	2	20%
		Dinámica	1	10%
		Viento chocando con la montaña	1	10%
5.3.	A qué sabe DUITAMA?	Frutas Frescas	4	44%
		Dulce - Dulce de frutas	3	33%
		Habitantes	1	11%
		Trigo y ciruelas	1	11%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

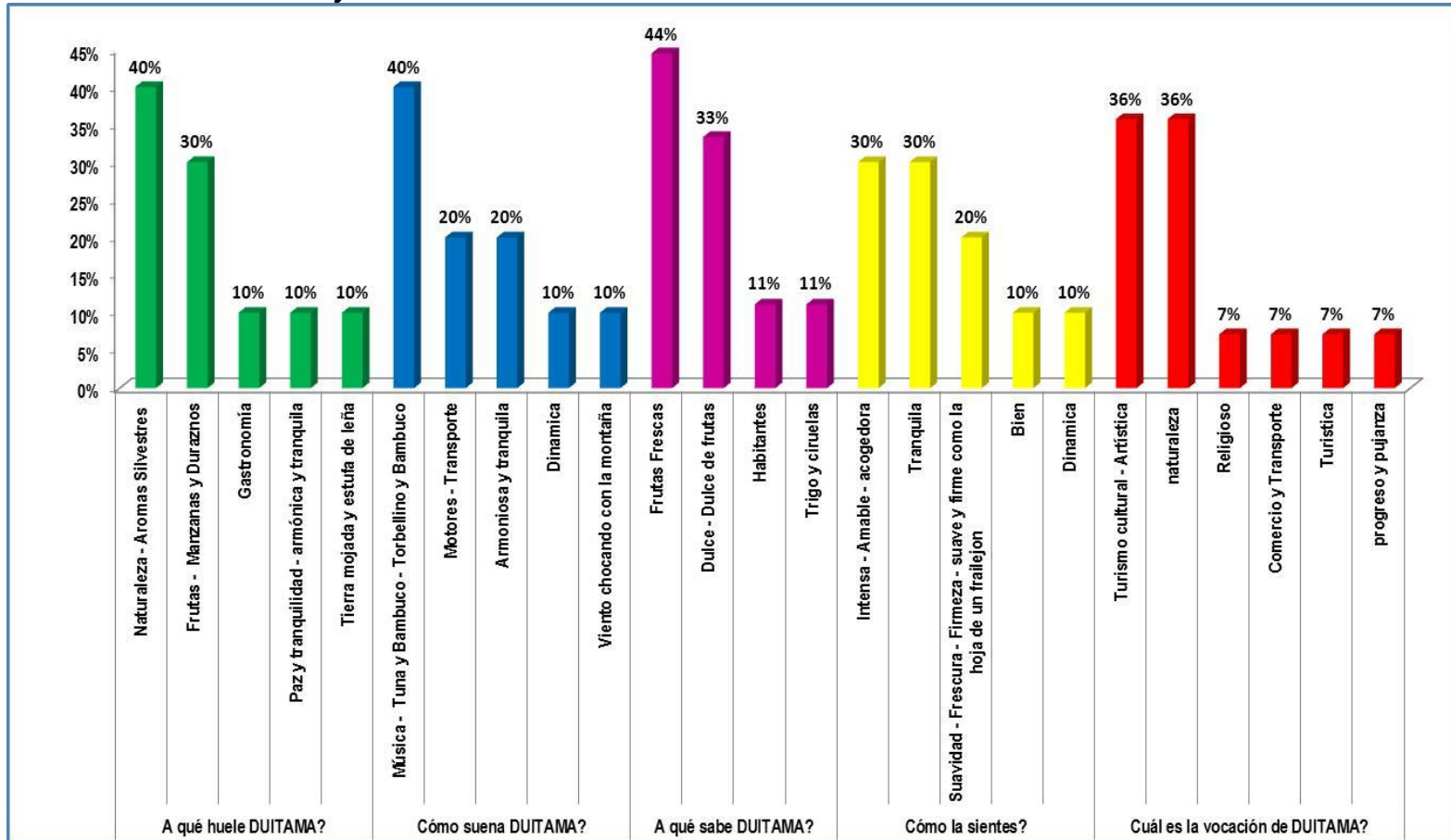


5.4.	Cómo la sientes?	Intensa - Amable - acogedora	3	30%
		Tranquila	3	30%
		Suavidad - Frescura - Firmeza - suave y firme como la hoja de un frailejón	2	20%
		Bien	1	10%
		Dinámica	1	10%
5.5.	Cuál es la vocación de DUITAMA?	Turismo cultural - Artística	5	36%
		naturaleza	5	36%
		Religioso	1	7%
		Comercio y Transporte	1	7%
		Turística	1	7%
		progreso y pujanza	1	7%

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Gráfica4. Características y vocación de Duitama.



Fuente: Encuesta Ficha Marketing Identitario Municipio de Duitama

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





ANÁLISIS E INTERPRETACION:

De acuerdo con las respuestas dadas, fueron agrupadas por su similitud para poder hacer el análisis comparativo y determinar las de mayor relevancia en los aspectos evaluados.

Ante el interrogante **¿A qué huele DUITAMA?**, el **40%** de los encuestados, respondió *“Naturaleza”* y *“Aromas silvestres”*; el **30%** lo relacionó con *“Frutas”* y con *“Manzanas y Duraznos”*; mientras que el **10%** consideró que a *“Gastronomía”*, otro **10%** a *“Paz y tranquilidad”* y *“Armónica y tranquila”* y el restante **10%** a *“Tierra mojada y estufa de leña”*.

A la pregunta **¿Cómo suena DUITAMA?**, el **40%** respondió *“Música”*, *“Tuna y Bambuco”* y *“Torbellino y Bambuco”*, el **20%** considera que suena a *“Motores”* y *“Transporte”*; otro **20%** considera que suena *“Armoniosa y Tranquila”*; mientras un **10%** considera que *“Dinámica”* y el restante **10%** define el sonido como *“Viento chocando con la montaña”*.

En cuanto **¿A qué sabe DUITAMA?**, el **44%** de la población encuestada contestó a *“Frutas Frescas”*; el **33%** identifica esa sensación con *“Dulce”* y *“Dulce de Frutas”*; el **11%** considera que *“Habitantes”*, y el otro **11%** afirma que a *“Trigo y Ciruelas”*.

Respecto al interrogante **Cómo la sientes?**, el **30%** manifestó que *“Intensa”*, *“Amable”* y *“Acogedora”*; otro **30%** afirmó que *“Tranquila”*; un **20%** respondió *“Suavidad, fresca y firmeza”* y *“Suave y firme como la hoja de un frailejón”*; el **10%** contestó *“Bien”* y el **10%** restante lo definió como *“Dinámica”*.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



De otra parte, ante el interrogante de **Cuál es la vocación de DUITAMA?**, el **36%** considera que es el “*Turismo Cultural*” así como las manifestaciones “*artísticas*”; otro **36%** señala que “*Naturaleza*”; el **7%** indica que “*Religioso*”; otro **7%** respondió “*Comercio y Transporte*”; otro tanto, afirma que “*Turística*” y el **7%** restante relaciona la vocación con el “*el progreso y la pujanza*”.

CONCLUSIONES:

Los elementos más representativos de cada uno de los aspectos evaluados fueron los siguientes:

- A qué huele DUITAMA?: Naturaleza - Aromas Silvestres
- Cómo suena DUITAMA?: Música - Tuna y Bambuco - Torbellino y Bambuco
- A qué sabe DUITAMA?: Frutas Frescas
- Cómo la sientes?: Intensa - Amable – acogedora y Tranquila
- Cuál es la vocación de DUITAMA?: Turismo cultural – Artística y naturaleza

CONCLUSIONES GENERALES:

Los elementos que identifican al Municipio de Duitama, se encuentran directamente relacionados con la Naturaleza, los paisajes que la rodean, las montañas, los bosques nativos, la flora y fauna silvestre; como también las frutas, que hace parte de la actividad agrícola de la población.

Se debe resaltar la percepción de armonía, amabilidad y tranquilidad que tienen los residentes respecto al Municipio de Duitama. Así mismo, identifican las manifestaciones artísticas y culturales como la danza y la música como parte de la Imagen de Duitama.

los colores prioritarios en su orden: azul, verde, rojo y amarillo. En base a ello, se construye la frase o slogan inspiradora que ayude a fortalecer el potencial turístico de la región, a partir del cual se genera el contenido y diseño de las piezas publicitarias.

En cuanto a la Vocación del Municipio, los residentes de Duitama están de acuerdo en identificarla como Cultural y de Naturaleza, teniendo los atractivos y elementos que actualmente hacen parte de la oferta turística de esa población.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



PRESENTACION DE LAS PIEZAS PUBLICITARIAS



SLOGAN Y MARCA



POSTER

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

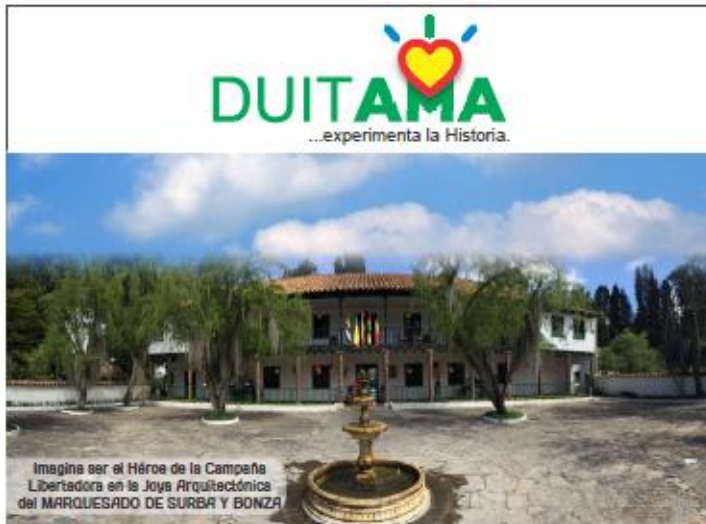


Corazón Turístico de Boyacá

DUITAMA



VALLA



TE ESCRIBO DESDE LA TIERRA DEL CACIQUE TUNDAMA





POSTAL

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Corazón Turístico de Boyacá



Esta pieza promocional es más efectiva que los volantes ya que contiene un mejor material y diseño que no se desecha fácilmente, se convierte en un souvenir que no solo deja un ingreso para sustentabilidad económica, sino que es un potente elemento de posicionamiento del territorio, pues mundialmente se usa para promocionar los atractivos que son iconos de cada territorio; el ideal es que se vendan en paquete que contenga las imágenes de los principales atractivos e iconos turísticos, recomendando las siguientes: imagen de Tundama, Casona del Marquesado de Surba y Bonza, Catedral, Pueblito Boyacense, un mix del Sendero de la Zarza, un mix de la Plaza de Mercado, imagen del Cementerio, la Sopa de Chorotes y una textura de Macramé. En las postales si bien es importante su vistosidad, se hace más necesario la fidelidad al atractivo que muestra.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





PUBLICIDAD BTL: INDIVIDUALES PARA RESTAURANTES O IMAGEN EN PLATOS.



El uso de las piezas BTL es una forma de generar recordación en un nicho bastante específico de acuerdo a la experiencia, con la característica diferencial de valerse de elementos y/o acciones cotidianas. La experiencia gastronómica es nuestro objetivo, y el elemento de carácter cotidiano es un plato. La excusa **SOPA DE CHOROTES Premio Nacional de Cocinas Tradicionales**, la cual al ser consumida devela que se trata de una receta única, excepcional y galardonada cuyo corazón y raíces se gestan en DUITAMA, CORAZÓN TURÍSTICO DE BOYACA. **La utilización de las piezas se realizaría en todos los restaurantes** del área de influencia del proyecto desde los "de

En campaña de promoción nacional, se recomienda usarlo en lugares que logren hacer pensar en alimentarse y antoje a probar, (mesas donde se estén dando talleres de capacitación, mesitas de los aviones, espaldares de sillas del transporte público, etc.). La pieza gráfica, afianza un producto único diferenciado, que corresponde en lo identitario a una respuesta en lo experiencial por que mueve los sentidos.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





CAPITULO PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PRODUCTO EN SUS ÁMBITOS ECONÓMICOS, SOCIAL Y AMBIENTAL

1. DESARROLLO SOSTENIBLE DEL PRODUCTO TURISTICO DUITAMA

El fortalecimiento, desarrollo y sostenibilidad económica, social y ambiental de un producto turístico se garantiza en la medida en que el territorio y los integrantes de la cadena turística del destino, establezcan programas, acciones y actividades permanentes para viabilizar el mantenimiento y prospectiva del producto turístico. Para lograr esto es necesario que se implementen de manera sistemática acciones orientadas y perfiladas en los siguientes componentes:

a. Sostenibilidad Económica del producto turístico:

La Sostenibilidad económica se entiende como la posibilidad de lograr que el producto en su estructura de inversiones, costos y gastos de creación, sea coherente con el precio asignado al producto y pagado por el cliente – turista. De otra parte es indispensable que los responsables del producto turístico, identifiquen y establezcan un precio del producto alineado con respecto al mercado y la competencia.

Con base en lo anterior, y en el entendido de brindar sostenibilidad al producto, que se apliquen las siguientes actividades:

- i. Definir los costos variables de los insumos, servicios y productos que integran el producto turístico.
- ii. Definir los costos y gasto transversales del producto turístico.
- iii. Negociar con prestadores y facilitadores de servicios y productos tarifas de empaquetamiento de producto turístico.
- iv. Establecer márgenes de intermediación de operadores, agencias y mayoristas
- v. Determinar la carga de impuestos y trámites de legalización del producto turístico.
- vi. Revisar y comparar el precio final con los rangos de precio del mercado turístico nacional.
- vii. Ajustar el precio de venta al comparativo del mercado.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



La sostenibilidad económica, también implica que la demanda del producto cuente con un flujo promedio que garantice una venta regular y esto permita al empresario sostener el producto en el mercado, y a su vez dar sostenibilidad a su empresa. Este margen de venta regular o mínima, se logra, si el destino y la cadena turística del territorio, diseñan y aplican estrategias y tácticas de promoción y comercialización del producto turístico.

b. Sostenibilidad Social del producto turístico

La sostenibilidad social del producto se enmarca en dos elementos clave, el primero enfocado en la integración de la población al desarrollo del producto en lo relacionado con la generación de empleo y el desempeño laboral y el segundo elemento integrado a la cultura ciudadana turística. La generación de empleo, es un componente directamente relacionado con el crecimiento del producto, en relación a que el turismo es un generador importante de puestos de trabajo, tanto en empleo directo como indirecto. Con base en los requerimientos para dar sostenibilidad a este componente, es importante que los actores de la cadena turística del territorio establezcan un sistema de capacitación, entrenamiento y formación especial, con el fin de garantizar que la población se pueda vincular efectivamente al desarrollo turístico del territorio y del producto.

En lo pertinente a la cultura ciudadana turística, y en el entendido de que el producto está basado principalmente en la cultura, la historia y la tradición del territorio, es necesario que se apliquen acciones de concientización, familiarización y socialización de lo que espera el turista en la actitud y sentido de hospitalidad de la población que vive en el destino. El turista debe encontrar un espacio socialmente amigable para disfrutarlo, y esto se logra con la implementación de un plan especial de “cultura Ciudadana turística”.

c. Sostenibilidad Ambiental del producto turístico

La sostenibilidad ambiental del producto turístico, se basa principalmente en la sustentabilidad del medio en el cual se desarrolla el producto, y en la mitigación o eliminación de acciones o actividades que puedan generar impactos negativos en temas como, contaminación auditiva, visual, hídrica, aérea, erosión, afectación de ecosistemas, espacios naturales y agresión al sistema de vida y cotidianidad de una población en un territorio.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





Con base en lo anterior, los agentes, empresarios, entidades y sistema social en general, deben establecer un protocolo de sostenibilidad ambiental, que proteja todo el territorio, y evite la degradación de los espacios naturales, la pérdida de identidad socio-cultural y la integralidad de la ancestralidad del destino turístico.

Se recomienda implementar en las empresas las normas sectoriales de sostenibilidad ambiental, en especial la NTC-002, (Se refiere a la Norma técnica Sectorial de Sostenibilidad Ambiental) y las demás que regulan la cadena turística. La norma se puede contemplar desde dos puntos de vista: El primero enmarcado en la obligatoriedad, en razón a que será requisito implementarla para que la empresa turística pueda renovar su RNT- Registro Nacional de Turismo. Y también en el compromiso social y ambiental de la empresa para contribuir a la disminución de los impactos negativos ambientales que puede generar su actividad turística. Esto debe convertirse en una cultura empresarial, de los empleados y usuarios de los productos y servicios turísticos.

RECOMENDACIONES

Duitama, es un territorio con riqueza natural y cultural, donde se puede construir producto turístico, con lo que existe al momento, siempre y cuando haya un compromiso tanto público como privado de implementar una a una las recomendaciones para obtener los resultados visionados con los actores de la actividad turística durante el trabajo de alrededor de seis meses de reconocimiento, escucha, indagación, validación y construcción del producto.

El producto turístico “DUITAMA, CORAZÓN TURÍSTICO DE BOYACÁ”, lograra ser sustentable, competitivo e icónico para el territorio si y solo si, se realiza un trabajo de articulación, acompañamiento, seguimiento y mejoramiento continuo:

“Crear – Implementar – Corregir”

“Innovar – Probar – Validar”

Para lograr esta meta es necesario contar con el esfuerzo, dedicación, articulación y participación de todos los actores involucrados en la cadena (operadores, hoteleros, guías, prestadores, transportes, restaurantes, artesanos, comunidad local.) y quienes conjuntamente puedan implementar las recomendaciones que a continuación emitimos:

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





LAS RECOMENDACIONES QUE SE EMITEN, VAN DIRIGIDAS AL SECTOR PUBLICO Y AL SECTOR PRIVADO Y SON ACCIONES QUE DEBERAN ADALANTAR CADA UNO, DE MANERA RESPONSABLE, PERTINENTE, CONDUCENTE Y EFICACES, PUES NINGUN PROCESO DE DESARROLLO PUEDE ALCANZAR SUS OBJETIVOS SIN LA INTERACCION PUBLICO - PRIVADA. LAS ACCIONES DEBERAN SER IMPLEMENTADAS ESTRATEGICAMENTE PARA GARANTIZAR LA PERMANENCIA DE LOS PROCESOS, SU ARTICULACION Y EJECUCION EN EL TIEMPO, YA QUE EN DESARROLLO TURISTICO, EL TIEMPO Y LA FIDELIZACION DE PROYECTOS SON LOS QUE PERMITIRAN ALCANZAR EL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS.

- A. RECOMENDACIONES SECTOR PUBLICO E INSTITUCIONAL
- B. RECOMENDACIONES SECTOR PRIVADO, CADENA DE VALOR

A. ACCIONES PÚBLICAS

A los entes públicos se confía el marco legal, Las estructuras organizativas, Las Dotaciones, Los Servicios Públicos y los proyectos tendientes a generar competitividad y promoción del producto turístico diferenciado: "DUI TAMA, CORAZÓN TURÍSTICO DE BOYACÁ ", como apuesta de desarrollo socioeconómico para la ciudad:

Así, en una planificación estratégica se recomienda:

1. **CONSTRUCCION DE LA POLITICA PÚBLICA DE TURISMO:** Se hace necesario de manera primordial establecer, construir e implementar la Política Pública de Turismo Municipal, esto con el fin de tener las herramientas necesarias para poder desarrollar de manera competitiva y sostenible los productos turísticos con la vocación del territorio que para la ciudad de Duitama es de *naturaleza y cultura*.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





2. **CONFORMACION DE CONSEJOS Y COMITES (estructura organizativa):** activar y/o dinamizar el Concejo Municipal de Turismo y los Comités Municipales de seguridad turística, esto está enmarcado en la ley 1558 de 2012 artículos 10 y 11. En otras palabras, crear estructuras organizativas que permitan conservar la vocación turística del territorio, y garantizar la continuidad y desarrollo de procesos y proyectos, haciendo del producto turístico una propuesta de desarrollo sostenible (en sus tres ejes: ambiental, social y económico), competitivo y diferenciado. Otros **COMITÉS DE GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL**, que serán escenarios efectivos, con funciones de fiscalización y veedores de la aplicación a los de a política pública, funciones de apoyo e integración. Ejemplo claro es que en cada restaurante, se inserte en el menú, por lo menos un plato típico de la región Tundama, entre otros ejemplos. Importante la articulación con la **COMISIÓN REGIONAL DE COMPETITIVIDAD**, que ayude a focalizar los recursos y esfuerzos, a partir de la creación de subcomisiones entre ellas de turismo que congreguen los Municipios.
3. **CONFORMACIÓN DEL CLÚSTER TURISTICO**, que en la actualidad, es una herramienta que beneficia a los empresarios que a través de iniciativas privadas, gestionen proyectos que eleven la competitividad de la región. Este modelo clúster: ESTADO-ACADEMIA-EMPRESA, debe ser incluyente, con plan de acción a largo y corto plazo y con estrategias innovadoras que apliquen al sector, en el mejoramiento, y la promoción turística.
4. **DOTACIONES Y MEJORAMIENTOS:**
Las dotaciones básicas necesarias para el desarrollo turístico, que consideramos se requieren implementar con prioridad son:

a. La señalización Turística:

La señalización turística tanto urbana como rural y la de atractivos TURISTICOS esencialmente la enfocada al producto pero también la de los atractivos complementarios.

Los lugares más necesitados de señalización turística en este momento son: las calles peatonales, el cementerio, la plaza de mercado, las iglesias, las esculturas, los parques y los monumentos. En especial la escultura que ofrece reconocimiento a la tejedora, que aunque tiene placa, carece de señalización, sobre la ruta o la calle en la que se encuentra ubicada.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





También es necesaria esta señalización turística además de los puntos de acceso, en lugares de interés para el visitante como: los miradores, la casona del marquesado de Surba y Bonza, el molino, culturama, y los estacionales como el mirador de la ruta del mundial, elegidos para el desarrollo del Producto Turístico, entre otros. Siendo que es importante, buscar conectar la ciudad con otros Municipios con el objetivo de ampliar la oferta turística, es importante señalar las rutas que en el diagnóstico generaron actividades diferentes, como el Alternativa del Parapente en Santa Rosa de Viterbo, y el viñedo marques de punta larga.

Esta señalización deberá cumplir con la normatividad requerida, indicar especialmente: distancias (km), altura sobre el nivel del mar, peligros, cuidados ambientales, atractivos relevantes, acciones a propio riesgo de protección, de reserva, etc.; debe ser una señalización turística vial y peatonal y de información de atractivos.

b. Manejo y Disposición de Residuos sólidos:

Cuando se piensa desarrollar turismo competitivo lo primero que debe hacer un municipio o Departamento es **EMBELLECER Y CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE**; las basuras son el elemento que más causa detrimento y desorden, al impacto visual y a la percepción positiva de un lugar.

Por tanto se recomienda, además de implementar y colocar todos los recipientes necesarios para disposición de basura en los lugares de afluencia turística, según las normas ambientales, también se requiere con urgencia que los entes públicos realicen **campañas de educación y sensibilización ambiental, junto con las de manejo de basuras y buenas prácticas**, donde se enseñe tanto a visitantes como a lugareños la necesidad e importancia de mantener el municipio, los atractivos turísticos y sus alrededores; lo anterior de la mano de un plan municipal de manejo y disposición final de basuras; pues hasta hoy solo se visualiza el esfuerzo que realizan los prestadores por recolectarla pero al no existir una adecuada recolección y una disposición final, éstas, son arrojadas en playas, y rondas de caños y ríos y parajes, afectando el ornato y promoviendo la contaminación visual y ambiental de los municipios. Es urgente, trabajar articuladamente y de manera interinstitucional: alcaldía, policía cívica, policía de turismo, secretaria de medio ambiente, secretaria de gobierno, control físico, y la comunidad local, por la concientización del cuidado de los recursos naturales, agua y bosque, ya que fue evidente como la comunidad y los turistas, utilizan un atractivo natural: el río, donde

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





realizan actividades de paseo de olla, ejerciendo practicas no ambientales como: lavado de carros, fogatas, utilizando arboles como hornos-fogones y arrojando basuras de recipientes desechables.

En el caso, del mirador la Zarza, sucede que aunque tienen una amplia variedad de especies vegetales, estás deben estar debidamente caracterizadas biológicamente, en este punto es necesario el apoyo de la autoridad ambiental y de la academia.

c. Adecuaciones estructurales para el acceso de visitantes:

En el Sendero Ecológico la Zarza, aunque se evidencia, por parte de la alcaldía y estudiantes de colegios aledaños, el esfuerzo por mantener la vía de acceso y la ruta de los senderos, se hace necesario un mayor esfuerzo económico, las rutas a los miradores requieren, mejoramiento y adecuaciones turísticas, también mejorar el entorno circundante, actualmente hay mucho desorden como: arrojamiento de basuras, contaminación del agua, que da un impacto visual muy negativo para el turista.

Respecto a la ruta del mundial, siendo un atractivo estacional muy importante, no está señalizada ni georeferenciada.

Se evidencian excesos o abusos de utilización de espacios turísticos, ejemplo fue la plaza principal donde se encuentra la iglesia, se encontraban buses de transporte especial en el interior de la plazoleta. Esto ejerce sobre el turista un dominio sobre espacios que lo que deben mostrar es tranquilidad porque son áreas peatonales. Contrario a ello, lo que ejerce es presión e intranquilidad. Aquí debe haber más cultura ciudadana, apoyo y colaboración de las instituciones como la iglesia, la alcaldía y de la misma policía que aplique el código de policía.

d. Ornato y embellecimiento de los lugares estratégicos para visitantes

Dentro de la Ciudad de Duitama, en especial en los atractivos de algunos parques, se observa un descuido generalizado de la infraestructura, si bien se encuentran dotadas de mobiliarios y dotaciones como sillas, iluminación, áreas de jardinería, etc. El Plan de manejo de basuras, en los espacios para descanso de turistas entre otros, escasea. En el tema de jardinería, se evidencian la ausencia del control y manejo de malezas y podas.

En este punto es muy importante crear un concepto que potencialice el mirador y la ruta del mundial, en términos de colores, jardines, ornato y tema frutícola, y mercado campesino.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





e. Infraestructura Turística:

Un territorio que no priorice la infraestructura para el turismo, no visiona su desarrollo.

- ✓ **Adecuaciones de vías y/o caminos**, (aunque el Departamento y el Municipio han realizado importante inversión en malla vial), aun se requiere más, especialmente en el mejoramiento para las vías peatonales, y andenes, debemos recordar que la tendencia, es acercar al visitante a un turismo tranquilo y de ciudad lenta, es decir que tenga oportunidad de caminar incluso el área urbana y centro de la ciudad, lastimosamente, la ciudad tiene algunos andenes sin definir y en otras partes no se encuentra apto, sin medidas reglamentarias que lo convierte en peligro dado que algunos tramos deben pasar por vías. La invitación es a la recuperación y adecuación del espacio público. Las vías de acceso al atractivo, dependen de la ubicación del atractivo, es decir pueden ser terciarias, los ubicados en área rural o vías del área urbana de Duitama, para los atractivos ubicados en la zona céntrica y alrededores.
- ✓ **Adecuación y mejoramiento de las Plazas de Mercado:** es importante resaltar que Duitama, tiene una plaza de mercado que en la actualidad está preparada para recibir turistas, contrario a lo que sucede con otros Municipios de Boyacá. Deben privilegiar el gobernante del departamento y los municipios, porque hoy por hoy estos lugares se han convertido en uno de los principales atractivos turísticos; beneficiando dentro de ellas especialmente el área gastronómica, porque las plazas son una riqueza cultural ya que en ella se lee nuestra potencia Agroalimentaria. Se debe gestionar con la administración un mecanismo y formato de visita, para empaquetarlo, de tal forma que el turista, no tenga inconveniente en registrar fotográficamente dicho atractivo.
- ✓ **Adecuación y mejoramiento de los Cementerios:** es donde el turista siempre que llega a un lugar conoce el territorio de manera social, cultural, histórica y antropológicamente. Los cementerios son por excelencia el lugar de la memoria de un pueblo. Es de anotar que es un atractivo que ya se encuentra preparado, se sugiere que se formatee y tenga un alistamiento básico, para que tengan una persona que pueda ser el párroco tengan un librito de bienvenida y cultura religiosa dirigida a los turistas, ya que tiene bastante historia, y es uno de los más bonitos de Boyacá, mucho potencial.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





- ✓ **Creación e implementación de Parques y/o Plazoletas Folclóricas:** estos son espacios que privilegian las expresiones culturales del territorio (criollos, etnias) estimulando a los artistas a la decoración pública con sus danzas, música, cuentos, y canto; así será más agradable y tendrá sentido para los turistas hacer los recorridos urbanos.
- ✓ **Adecuación del Centro Artesanal o Plaza de Artesanos:** los artesanos y microempresarios son en sí mismos, un atractivo y un baluarte para cualquier territorio con vocación turística, es precisamente este grupo social el que menos capacidad económica posee y por tanto no pueden desarrollar su actividad en forma contundente por lo que se hace necesario apoyarlos desde las iniciativas públicas, es de celebrar que la administración local, haya creado un espacio para que puedan exponer sus productos, también es importante que otras entidades como la cámara de comercio siga implementando programas de mejoramiento continuo de sus productos e incentivando a que sus elaboraciones sean acordes con la vocación e identidad turística departamental.
- ✓ **El tema artesanal** más que por la compra en sí, se debe estimular para memorizar el territorio y por dinamizar la cadena de aquellos prestadores de servicios que no están vinculados directamente pero que encuentran en el turismo una manera de desarrollar su actividad tales como: artesanos, los comercializadores de souvenirs y demás. Este tema de artesanías y souvenirs debe ser vigilada para que haya pertinencia y moralidad turística, quiere decir que cada cosa que se venda: sean llaveros, pisa papeles, esferos, separadores de libros, productos de frutas en conserva, comestibles, artesanías indígenas, campesinas, collares, bolsos, elementos elaborados con reciclaje, Tejidos, marquería, maderas, cestería, entre otros. deben tener una pertinencia con el territorio, quiere decir que deben guardar la moralidad turística.... Que todos sus diseños sean elementos del territorio.
- ✓ **Construcción de Miradores:** hoy el turista **experisumidor**, busca emociones que lo impacten..... y sin duda alguna lo que se percibe por los ojos marca esa sensación, por tanto el privilegio que tiene la Ciudad con su belleza paisajística y las enormes montañas y cañones, debe aprovecharse al máximo, pues no habrá un solo visitante que no desee acceder a cumbres elevadas para nutrirse de la belleza natural, son por tanto, los miradores, los espacios que posibilitan este impacto y vale la pena invertir en ellos para fortalecer la oferta turística Municipal; los miradores deben pensarse con

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





infraestructura liviana, estacionales, segura, dotados de telescopio y decorados con ornamentación natural y cultural artística propia del territorio para ser Coherentes o dicho de otra manera: **guardar la Moralidad Turística.**

5. SERVICIOS PUBLICOS ESCENCIALES:

Dentro de los servicios públicos necesarios; lo más urgente que requiere el territorio para la básica y adecuada atención al turista, es:

- **Unidades Sanitarias Públicas:** no existen baterías de baño en los lugares de los atractivos turístico; por tanto se requieren unidades sanitarias portátiles como dotación en parques, miradores, junto con un plan de manejo de estos residuos.
- **Fortalecimiento del Servicio de Salud:** El tema de salud es prioritario, con un servicio adecuado para las necesidades de un territorio que recibirá turistas en forma ascendente, para mejorar el tema con unidades móviles de emergencia o ambulancias y poder estar más cerca de los lugares de afluencia especialmente para atender a los turistas que van a sitios empaquetados como santa rosa de Viterbo.
- **Servicio de Comunicaciones:** depende también de la iniciativa pública promover convenios para ofrecer seguridad, implementando la red de seguridad turística. Es de vital necesidad que las administraciones locales inviertan en **sistemas de comunicación** o radio ayudas que permitan fácil comunicación entre Ejercito, Cruz Roja; Defensa civil, policía de turismo, y la hotelería y restaurantes y receptivos.
- **Fortalecimiento del Servicio de Seguridad Publica:** debe ser un tema interinstitucional pues hoy en día existen dos personas (policiales) encargadas de turismo, pero para desarrollar una actividad turística responsable se requiere que haya mayor presencia de autoridad pública (Policía, ejercito, control físico, secretaria de medio ambiente, autoridad ambiental etc.) tanto en terminales de transportes, realizar patrullaje continuo, visitas y rondas a lugares de los atractivos, o donde se desarrolle la actividad turística en los diferentes atractivos. esto hace que se proteja tanto a prestadores y se transmita seguridad a los turistas. Un territorio sin seguridad es un lugar que no cuenta con un Desarrollo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



Responsable. El servicio de seguridad turística no solamente es la autoridad, también se puede implementar **los vigías de turismo**, con los colegios en los últimos grados quienes se capacitan en primeros auxilios, rescatismo, socorrismo etc.

- **Reglamentación en uso y manejo de rondas de caños y ríos.** importante y urgente que se documente e implemente.

6. FORMACION PARA LA COMPETITIVIDAD TURISTICA:

Si bien, es cierto que la competitividad Turística se analiza desde cuatro dimensiones:

* Entorno Favorable * Políticas y condiciones Favorables * Infraestructura

* Recursos naturales y Culturales, Y que las recomendaciones emitidas hasta ahora son directamente vinculantes para un desarrollo competitivo del destino, también es cierto que se deben priorizar en algunos campos para no anquilosar el desarrollo del Producto Turístico, hasta la implementación total de las acciones recomendadas. Por tanto se hace necesario realizar un **programa de formación, capacitación y certificación**, para los actores de la cadena de valor turística ya que lo que más hace competitivo un producto o servicio es su calidad y precio, de tal manera que con un excelente programa de formación continua se logrará que los prestadores mejoren el nivel y calidad de sus servicios

- ✓ Implementación de las Normas Técnicas Sectoriales
- ✓ Alistamiento de destino y encadenamiento Productivo
- ✓ Cultura Turística y Atención al Cliente
- ✓ Certificación Turística
- ✓ Marketing, Promisión y Tics para el turismo
- ✓ Planificación y Direccionamiento estratégico empresarial
- ✓ Bilingüismo Turístico

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



7. PLAN DE MARKETING Y PROMOCION TURISTICA NACIONAL, REGIONAL, DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL

Es imposible hablar de posicionamiento del territorio y/o su producto turístico si no se cuenta con un plan de mercadeo y promoción adecuado, porque no se vende lo que no se ofrece, y esa oferta requiere tener altos estándares de emoción convicción y persuasión que logren grabar en la memoria colectiva un destino atractivo, deseado y posible de visitar. El Departamento y los municipios deben propender por desarrollar proyectos que permitan una promoción masiva, contundente del territorio.

Ese plan puede realizarse en etapas acordes al alistamiento del territorio y debe contener como mínimo:

- ❖ Creación de Marca Turística
- ❖ Estrategias de desarrollo local
- ❖ Estrategias de Promoción y comercialización
- ❖ Plan de medios y publicidad BTL
- ❖ Análisis de mercados y nichos objeto
- ❖ Marketing mix
- ❖ Campañas de posicionamiento

Para la promoción se deben establecer acciones con los actores del sector como:

- ❖ Famtrips
- ❖ Fampress o presstrip
- ❖ Workshops
- ❖ Misiones Comerciales
- ❖ Realización de ferias y eventos de promoción turística en diversos espacios nacionales y regionales e internacionales.
- ❖ Participación en Ruedas de negocios, entre otros.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA



La urgencia de un plan de promoción se sustenta en el hecho de que a través de este diseño de producto, la identidad turística del Municipio, se implemente, carecer de identidad mostraba a la ciudad de Duitama muy frágil, porque no se tiene una identidad cultural del producto turístico, no se respira territorio, falta fortalecimiento visual, auditivo y sensorial, por ello la promoción se debe recomendar con material de recordación, mensajes en el avión, en los buses, vallas a la entrada del municipio, mensajes en aeropuertos, cines, revistas, restaurantes, hoteles, hacer concurso de murales para promocionar el destino turístico y especialmente el producto de Naturaleza y Cultura.

B. ACCIONES PRIVADAS

Está en manos de los actores privados, la dinamización del Sector Turístico y el garantizar la continuidad de los procesos de construcción y desarrollo de la actividad; un sector organizado, bien articulado y empoderado, logrará que las administraciones públicas respondan a sus necesidades y requerimientos y de esta manera no atomicen recursos ni realicen acciones no planificadas. Para alcanzar este propósito se hace necesario atender las recomendaciones que son líneas de acción garantes de este logro:

1. CONFORMACION DE LA CADENA DE VALOR

La cadena de valor es una forma de organización del sector turístico que articula los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico hasta el regreso a su lugar de residencia.

Es importante que en esa cadena de valor no falte un solo actor, porque la ausencia de un eslabón haría que fuese menos competitivo el producto.

En turismo, la cadena está formada por **actores Públicos y Privados**, los primeros son quienes garantizan el marco legal, las estructuras organizativas, las dotaciones públicas, los servicios públicos, los programas para la competitividad y el posicionamiento

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





territorial, entre ellos, tenemos **los entes territoriales y la institucionalidad de apoyo** y los segundos son empresarios o gestores que garantizan la prestación de los servicios en condiciones de calidad y correspondencia al visitante.

LOS CREATIVOS + OPERADORES Y COMERCIALIZADORES + GUIAS + TRANSPORTADORES + ALOJAMIENTOS + GASTRONOMIA + ATRACTIVOS Y ACTIVIDADES T + SOUVENIR (SHOPPING TURISTICO) + ASISTENCIALIDAD.



Fuente: plan de negocio de turismo de naturaleza, 2013.

Estos 8 eslabones de la cadena la podemos unir en cuatro grupos así:

1. **DISEÑO Y VENTA+**
2. **TRANSPORTACION +**
3. **ESTANCIA +**
4. **OFERTA DE SERVICIOS QUE MOTIVAN EL VIAJE.**

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





2. CONFORMACION DEL LABORATORIO U OBSERVATORIO TURISTICO

Debe estar conformado por al menos un representante de cada eslabón y actores del sector público y la institucionalidad de apoyo (academia, fuerzas militares, ONG, organismos de socorro etc.) Tendrá como objetivo dinamizar la actividad turística del Municipio, analizando, probando, corrigiendo las diferentes actividades en la implementación del producto turístico, de tal manera que no se atomicen esfuerzos y se implementen las iniciativas acordadas en los diferentes eslabones de la cadena productiva, esto a fin de mantener un producto turístico sostenible, competitivo, atractivo, estratégico que satisfaga las necesidades del turista y que sea rentable para el Municipio y los prestadores del servicio; todo esto enmarcado en la política pública Municipal, departamental y nacional. Es responsabilidad de este organismo mantener la armonía del sector, revisar y hacer acuerdos de precios, valorar la calidad de los servicios, innovar, dinamizar, informar, motivar a la competencia leal y la unidad del sector y ser enlace con la administración y la cadena de valor, el concejo de turismo y el comité de seguridad turística entre otras; se debe **propiciar Laboratorio de precios, Laboratorio de actividades turísticas, estrategias de mercadeo etc.**

3. ELABORACION DEL MANUAL DE GESTION DEL TURISTA Y /O VISITANTE

Este manual debe contener el paso a paso de la actividad que se realiza con el turista desde el momento que se le recibe, es un manual para el operador y debe ir acompañado de un folleto para inducción al turista, el cual se anexa al producto, para que las agencias de viajes u operadores turísticos, al momento de la comercialización lo entreguen dentro de la cotización; este folleto de gestión del visitante va desde la interpretación del territorio, hasta las buenas prácticas ambientales y comportamientos que debe observar en cada lugar; el compromiso que debe firmar al ingreso al territorio y las sanciones que acarrea la inobservancia de las mismas, también debe contener la información del río y caños y la sensibilización para protegerlo y conservarlo; debe contener la prohibición del turismo sexual ESNNA; las recomendaciones generales, los teléfonos de emergencia y una página para acceder al PQRS (PREGUNTAS, QUEJAS, RECLAMOS, SUGERENCIAS).

- **Las recomendaciones al turista:** deben estar respaldadas por las organizaciones e instituciones responsables como: la Gobernación, la Alcaldía, la Policía de Turismo, el Ejército, el Consejo departamental de Turismo, Migración Colombia etc. etc. Un documento que el turista lea y se sienta comprometido a realizar cada una de las recomendaciones y abstenerse de realizar aquellas que están prohibidas, debe plasmarse en un resumen muy específico el tema de la ubicación a nivel del mar, cuales

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA





son los hechos históricos, creación del departamento, economía, símbolos, que comunidades indígenas existen en el lugar, que lenguas se hablan, donde están ubicadas, que elaboran esas comunidades indígenas, etc. todo turista debe tener esa información.

- **Debe haber un slogan o una sensibilización ambiental como campaña permanente** para minimizar el uso de elementos de alta contaminación que se utilizan en la atención al turista como: minimizar el uso de desechables, sensibilizar en el uso responsable de las rondas y ríos, senderos, reservas naturales, entre otras
- **El manual** Para todos los operadores turísticos debe ser una guía desde cuando reciben al turista, el saludo, donde este, el paso a paso de que deben hacer; una vez reciban las maletas, que hacen, que les dicen cuando llegan, luego donde los van a alojar o donde se van a dirigir, deben introducir al turista en una charla que les permita conocer cómo va desarrollarse su actividad durante el tiempo que van a permanecer en la región Tundama; debe establecer los puntos mínimos obligatorios que los operadores turísticos deben atender o llevar al turista. Ej.: todo turista se le debe hacer un recorrido a: el Sendero Ecológico la Zarza, Pueblito Boyacense, el cementerio, la casona del marquesado de Surba y Bonza, la plaza de mercado, el centro artesanal, el PIT, para la interpretación del territorio, etc. este formato implica un paso a paso que se elabora técnicamente y contiene los guiones que el operador turístico o guía debe decir al visitante.

4. ACUERDO DE USO, MANEJO Y PROTECCION DE CUENCAS HIDROGRAFICAS Y SUS RONDAS.

Los prestadores de servicios liderados por el comité de seguridad turística, deben hacer un convenio o acuerdo de estricto cumplimiento del uso responsable de las Rondas de cuencas hidrográficas, reservas naturales, cuáles son las malas y buenas prácticas, establecer un formato de trabajo en el cual todos hablen un mismo lenguaje, plasmando los requerimientos mínimos que debe tener cada prestador de servicio (**capacidad de carga, uso racional y compartido, Contenedores de residuos, unidad sanitaria, estufa adecuada, elementos de limpieza biodegradables, no realización de fogatas junto a los árboles etc.**); en sostenibilidad ambiental deben **evitar las actividades ruidosas** que afectan no solo la tranquilidad de otros turistas sino que **con la contaminación auditiva afecten las especies de fauna**, por tanto se debe guardar con celo el silencio, que invite a la descontaminación sensorial; el operador de playas debe propender por **el Control en el consumo de alcohol** pues en todas y cada una de las actividades se debe cuidar la actividad para que sea reconocida como "turismo de clase mundial" este trabajo

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA-BOYACA





puede ser acompañado por el MinCIT, FONTUR, la cámara de comercio de Duitama, y la alcaldía, quien ya tiene adelantado el tema pero debe estar respaldado por la institucionalidad y por el consejo departamental de turismo y los comités de seguridad turística para que sea aplicable de obligatorio cumplimiento para todos los prestadores de servicios.

5. ADOPCION DE ELEMENTOS DE IDENTIDAD CORPORATIVA TERRITORIAL

Esta acción se recomienda como parte del embellecimiento y atractivo del servicio turístico y consiste en acordar desde las dotaciones de los operadores (elementos básicos y cromática) hasta la implementación de suvenires con la imagen corporativa para que sean estos mensajeros de territorio a donde quiera que puedan llegar (llaveros, camisetas, cachuchas, bolsos, manillas, stikers, poster, postales, adhesivos, vallas, etc.) para alcanzar este objetivo se debe institucionalizar, que se costeen y se empaqueten y así garantizar su distribución.

6. CAMPAÑAS DE POSICIONAMIENTO DE DESTINO

Estas serán de iniciativa privada y debe ser compromiso de cada uno de los eslabones, implementarla ej.: sensibilización del destino Región Tundama: **"DUITAMA, CORAZÓN TURÍSTICO DE BOYACÁ"**. Los hoteles, restaurantes, transportadores, guías, operadores, en los eventos y actividades, artesanos, etc. deben activar en el mismo tiempo un bombardeo informativo del tema acordado, así también para las buenas prácticas, para la promoción artística. Cultural, gastronómica, artesanal, etc.

LAS ANTERIORES RECOMENDACIONES SON UN COMPENDIO DE ACCIONES ELABORADAS ESTRATÉGICAMENTE PARA LOGRAR EL DESARROLLO Y POSICIONAMIENTO DEL TERRITORIO Y HACIENDO QUE EL PRODUCTO TURÍSTICO **"DUITAMA, CORAZÓN TURÍSTICO DE BOYACÁ"** ALCANCE LOS ESTANDARES DE COMPETITIVIDAD REQUERIDOS PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE DEMANDA DEL SECTOR TURÍSTICO MUNICIPAL Y DEPARTAMENTAL.

NADA ES IMPOSIBLE TODO ES VIABLE, SOLO SE NECESITA DECISIÓN, TESÓN, PASIÓN Y EMPODERAMIENTO. ÉXITOS Y GRANDES AUGÚRIOS.

PRODUCTO TURISTICO DUITAMA- BOYACA

