



MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

Ramiriquí



# Paisaje Cultural Campesino Boyacense

INFORME FINAL: DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO PARA LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ

EJECUTADO POR:

**FONTUR**   
COLOMBIA



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA



## Contenido

|                                                                                                                                                          |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| INTRODUCCIÓN .....                                                                                                                                       | 12 |
| CAPÍTULO 1 .....                                                                                                                                         | 14 |
| 1.1 Objeto del contrato .....                                                                                                                            | 14 |
| 1.2 Metodología del proyecto.....                                                                                                                        | 14 |
| ETAPA I - Planificación Conjunta.....                                                                                                                    | 14 |
| ETAPA II – Análisis del contexto, identificación de atractivos, elaboración de diagnósticos y planteamiento de lineamientos para la sostenibilidad ..... | 16 |
| ETAPA III – Diseño participativo de producto turístico sostenible.....                                                                                   | 23 |
| ETAPA IV – Componente de marketing del diseño de producto turístico para el destino Provincia de Márquez.....                                            | 31 |
| ETAPA V – Gestión, desarrollo y seguimiento del producto turístico .....                                                                                 | 33 |
| ETAPA VI – Diagramación y entrega de documentos finales.....                                                                                             | 35 |
| CAPITULO 2 .....                                                                                                                                         | 39 |
| 2.1 Inventario turístico municipio Ramiriquí.....                                                                                                        | 39 |
| 2.1.1 Presentación .....                                                                                                                                 | 39 |
| 2.1.2 Metodología .....                                                                                                                                  | 39 |
| 2.1.3 Relación del inventario turístico del municipio de Ramiriquí.....                                                                                  | 40 |
| 2.1.4 Conclusiones .....                                                                                                                                 | 41 |
| 2.2 Definición del perfil del visitante y nichos de mercado del municipio de Ramiriquí.....                                                              | 42 |
| 2.2.1 Metodología .....                                                                                                                                  | 42 |
| 2.2.2 Perfil del Turista que llega al Departamento de Boyacá .....                                                                                       | 43 |
| 2.2.3 Perfil del visitante y turista que frecuenta la Provincia de Márquez .....                                                                         | 44 |
| 2.2.4 Perfil de los turistas que visitan la Provincia de Márquez .....                                                                                   | 50 |
| 2.2.4.1 Resultados de las encuestas aplicadas en el municipio de Ramiriquí – Boyacá .....                                                                | 54 |
| 2.2.5 Perfil del visitante caracterizado en la investigación .....                                                                                       | 60 |
| 2.2.6 Nicho de mercado.....                                                                                                                              | 61 |
| 2.3 Análisis del mercado turístico y de las inversiones del municipio de Ramiriquí.....                                                                  | 65 |
| 2.3.1 Análisis de la demanda actual y potencial.....                                                                                                     | 71 |
| 2.3.2 Análisis de la oferta turística .....                                                                                                              | 73 |
| 2.3.3 Análisis general de la Provincia .....                                                                                                             | 73 |



|                                                                                         |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.3.3.1 Análisis Municipio de Boyacá-Boyacá .....                                       | 77  |
| 2.3.3.2 Análisis Municipio de Ciénega .....                                             | 78  |
| 2.3.3.3 Análisis Municipio de Jenesano .....                                            | 79  |
| 2.3.3.4 Análisis Municipio de Nuevo Colón .....                                         | 80  |
| 2.3.3.5 Análisis Municipio de Ramiriquí .....                                           | 81  |
| 2.3.3.6 Análisis Municipio de Tibaná .....                                              | 82  |
| 2.3.3.7 Análisis Municipio de Úmbita .....                                              | 83  |
| 2.3.3.8 Análisis Municipio de Ventaquemada .....                                        | 84  |
| 2.3.3.9 Análisis Municipio de Viracachá .....                                           | 85  |
| 2.3.4 Análisis de las inversiones públicas y privadas.....                              | 85  |
| 2.3.5 Análisis de la competencia .....                                                  | 88  |
| 2.3.6 Análisis de casos éxito similares a la Provincia de Márquez .....                 | 91  |
| 2.3.6.1 Caso de éxito: turismo rural comunitario en la provincia de Alto Ricaurte. .... | 91  |
| 2.3.7 Análisis de los prestadores de servicios turísticos con RNT activo .....          | 92  |
| 2.4 Aportes para la construcción del producto turístico de la Provincia Márquez .....   | 94  |
| 2.4.1 Generalidades del Departamento de Boyacá.....                                     | 95  |
| 2.4.1.1 El Turismo en Boyacá .....                                                      | 97  |
| 2.4.2 Sobre la Provincia en Boyacá.....                                                 | 98  |
| 2.4.2.1 Provincia Márquez .....                                                         | 99  |
| 2.4.2.2 El turismo en Márquez .....                                                     | 100 |
| 2.4.2.3 Ecosistemas estratégicos en la Provincia Márquez .....                          | 100 |
| 2.4.2.4 Sobre Gobernanza en la Provincia de Márquez .....                               | 101 |
| 2.4.3 Metodología de recolección de la información en el proceso de diagnóstico .....   | 102 |
| 2.4.4 Diagnóstico del Territorio, Municipio de Ramiriquí Provincia Márquez .....        | 103 |
| 2.4.4.1 Localización del municipio .....                                                | 104 |
| 2.4.4.2 Contextualización general del municipio .....                                   | 104 |
| 2.4.4.3 Reseña Histórica.....                                                           | 105 |
| 2.4.4.4 Contexto económico.....                                                         | 106 |
| 2.4.4.5 Contexto social .....                                                           | 107 |
| 2.4.4.6 Contexto cultural .....                                                         | 111 |
| 2.4.4.7 Contexto ambiental .....                                                        | 112 |
| 2.4.4.8 Contexto político .....                                                         | 113 |
| 2.4.4.9 Contexto de seguridad .....                                                     | 115 |





|                                                                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.4.4.10 Modelo de gobernanza .....                                                                                                                                                 | 117 |
| 2.4.4.11 Nivel de seguridad.....                                                                                                                                                    | 122 |
| 2.4.4.12 Población.....                                                                                                                                                             | 123 |
| 2.4.4.13 Priorización de emprendimientos que potencialmente puedan hacer parte de la cadena de valor del turismo en la región .....                                                 | 124 |
| 2.4.4.14 Tendencias de la población por edad, educación e ingresos .....                                                                                                            | 125 |
| 2.4.4.15 Roles de hombres y mujeres en la sociedad .....                                                                                                                            | 126 |
| 2.4.4.16 Población vinculada a la actividad turística .....                                                                                                                         | 127 |
| 2.4.4.17 Mapa de actores del destino .....                                                                                                                                          | 128 |
| 2.4.5 Conclusiones .....                                                                                                                                                            | 131 |
| 2.5 De los diagnósticos al análisis DOFA.....                                                                                                                                       | 133 |
| 2.5.1 Aspectos Metodológicos y conceptuales en el DOFA general de los municipios de la provincia de Márquez.....                                                                    | 134 |
| 2.5.2 DOFA Municipio de Ramiriquí .....                                                                                                                                             | 136 |
| 2.5.3 Análisis de la situación del turismo de la Provincia de Márquez.....                                                                                                          | 137 |
| 2.5.4 Metodología análisis DOFA enfocado en el turismo en la provincia de Márquez.....                                                                                              | 138 |
| 2.5.4.1 Encuesta dirigida a la comunidad del territorio.....                                                                                                                        | 138 |
| 2.5.4.2 Análisis de la encuesta .....                                                                                                                                               | 140 |
| 2.5.4.3 Análisis de las entrevistas .....                                                                                                                                           | 146 |
| 2.5.4.4 Análisis Focus Group .....                                                                                                                                                  | 149 |
| 2.5.5 DOFA aplicado al turismo de la Provincia de Márquez .....                                                                                                                     | 152 |
| 2.5.6 Conclusiones .....                                                                                                                                                            | 160 |
| 2.6 Diagnóstico, evaluación de impactos y lineamientos para la sostenibilidad turística de la Provincia de Márquez.....                                                             | 162 |
| 2.6.1 Evaluación de la sostenibilidad de la provincia de Márquez como destino turístico .....                                                                                       | 162 |
| 2.6.2 Matriz de evaluación de criterios de sostenibilidad de la Provincia de Márquez.....                                                                                           | 166 |
| 2.6.2.1 Análisis de los resultados .....                                                                                                                                            | 180 |
| 2.6.2.2 Necesidades y mejoras para la gestión sostenible del turismo en la Provincia de Márquez.....                                                                                | 181 |
| 2.6.3 Evaluación de impactos ambientales, socioculturales y económicos asociados a las actividades turísticas identificadas de los municipios que conforman la Provincia de Márquez | 184 |
| 2.6.3.1 Metodología .....                                                                                                                                                           | 185 |
| 2.6.3.2 Conceptualización de actividades turísticas .....                                                                                                                           | 187 |
| 2.6.3.3 Identificación de actividades turísticas vs recursos turísticos a intervenir .....                                                                                          | 188 |
| 2.6.3.4 Impactos identificados.....                                                                                                                                                 | 197 |





|                                                                                                         |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 2.6.3.5 Evaluación de impactos.....                                                                     | 198        |
| 2.6.3.6 Resultados .....                                                                                | 206        |
| 2.6.3.7 Recomendaciones y conclusiones .....                                                            | 207        |
| <b>CAPITULO 3 .....</b>                                                                                 | <b>211</b> |
| 3.1 Conceptualización de producto turístico .....                                                       | 211        |
| 3.2 Análisis del destino: Provincia Márquez.....                                                        | 214        |
| 3.2.1. Delimitación del destino turístico.....                                                          | 216        |
| 3.2.2. Análisis del mercado turístico y las inversiones.....                                            | 217        |
| 3.2.3. Análisis del contexto social, político y económico .....                                         | 218        |
| 3.3. Conceptualización del producto turístico provincia Márquez.....                                    | 218        |
| 3.3.1 Identificación de productos turísticos potenciales.....                                           | 219        |
| 3.4. Identificación de las condiciones necesarias .....                                                 | 230        |
| 3.4.1. Producto Turismo de Naturaleza.....                                                              | 231        |
| 3.4.2 Producto Turismo Cultural Material e Inmaterial .....                                             | 236        |
| 3.4.3 Producto Turismo Cultural Inmaterial .....                                                        | 242        |
| 3.4.4 Producto Turismo Cultural.....                                                                    | 247        |
| 3.5 Mapeo de actores Producto turístico “Paisaje Cultural Campesino” .....                              | 295        |
| 3.5.1 Clasificación de actores por municipios.....                                                      | 299        |
| 3.5.2 Clasificación de actores por nivel de presencia Actores orden nacional.....                       | 301        |
| 3.5.3 Actores de orden regional .....                                                                   | 302        |
| 3.5.4 Actores de orden local.....                                                                       | 302        |
| 3.6 Mapeo de Actores y elementos que intervienen en el producto turístico.....                          | 304        |
| 3.7 Diseño de Rutas Turísticas .....                                                                    | 308        |
| 3.7.1 Presentación .....                                                                                | 308        |
| 3.8 Determinar las necesidades de intervención pública y privada – Provincia Márquez .....              | 309        |
| 3.8.1 Necesidades de intervención subproducto Turismo Cultural – Temática Pueblos .....                 | 310        |
| 3.8.2 Necesidades de intervención subproducto Turismo de Naturaleza – Temática caminos y Senderos ..... | 317        |
| 3.8.3 Necesidades de intervención subproducto Agroturismo– Temática Sabores.....                        | 327        |
| 3.8.4 Necesidades de intervención subproducto turismo gastronómico – Temática Sabores .                 | 332        |
| <b>CAPÍTULO 4 .....</b>                                                                                 | <b>338</b> |
| <b>Presentación .....</b>                                                                               | <b>338</b> |
| 4.1 Diseño de marca del producto turístico de Márquez y sus temáticas.....                              | 338        |
| 4.1.1. La historia que queremos contar .....                                                            | 338        |



|                                                                                                                                  |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.2 Propuestas de marca preliminares .....                                                                                     | 340 |
| 4.1.3 Valores iniciales concertados para el diseño de la marca.....                                                              | 342 |
| 4.1.4. Evolución y ajustes del diseño de la marca .....                                                                          | 344 |
| 4.1.5 Socialización preliminar de la marca .....                                                                                 | 351 |
| 4.2 Manual de uso de la marca.....                                                                                               | 352 |
| 4.3 Plan de mercadeo con estrategias para la comercialización del producto turístico de Márquez y sus experiencias.....          | 363 |
| 4.3.1. Plan de mercadeo producto turístico Paisaje Cultural Campesino Boyacense.....                                             | 363 |
| 4.3.2 Estrategias recomendadas y entidades aliadas .....                                                                         | 364 |
| 4.3.3 Conclusiones y Recomendaciones .....                                                                                       | 377 |
| 4.4 Producción de Material fotográfico y audiovisual para la promoción del producto turístico de Márquez y sus experiencias..... | 377 |
| 4.4.1 Video ruta pueblos .....                                                                                                   | 378 |
| 4.4.2 Video ruta sabores.....                                                                                                    | 379 |
| 4.4.3 Video ruta caminos.....                                                                                                    | 380 |
| 4.4.4 Video sin fin.....                                                                                                         | 381 |
| 4.4.5 Creación del material fotográfico.....                                                                                     | 381 |
| CAPÍTULO 5 .....                                                                                                                 | 385 |
| 5.1 Comité Local para la Gestión del producto Turístico .....                                                                    | 385 |
| 5.2. Plan de gestión de cada subproducto del Paisaje Cultural Campesino Boyacense .....                                          | 387 |
| 5.3. Plan de Acción Producto Turístico.....                                                                                      | 395 |
| 5.4. Validación Plan de Trabajo y Plan de Acción.....                                                                            | 406 |
| Bibliografía .....                                                                                                               | 440 |



## CONTENIDO DE TABLAS

|                                                                                                                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| TABLA 1 EJECUCIÓN - ETAPA I .....                                                                                                                                      | 15  |
| TABLA 2 EJECUCIÓN - ETAPA II .....                                                                                                                                     | 17  |
| TABLA 3 EJECUCIÓN - ETAPA III .....                                                                                                                                    | 23  |
| TABLA 4 EJECUCIÓN - ETAPA IV .....                                                                                                                                     | 31  |
| TABLA 5 EJECUCIÓN - ETAPA V .....                                                                                                                                      | 33  |
| TABLA 6 EJECUCIÓN - ETAPA VI .....                                                                                                                                     | 35  |
| TABLA 7 RECURSOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ .....                                                                                                 | 40  |
| TABLA 8 PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL. BIENES CULTURALES INMUEBLES Y MUEBLES.....                                                                                       | 40  |
| TABLA 9 PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO INMATERIAL .....                                                                                                                | 41  |
| TABLA 10 PATRIMONIO CULTURAL-FESTIVIDADES Y EVENTOS .....                                                                                                              | 41  |
| TABLA 11 SITIOS NATURALES .....                                                                                                                                        | 41  |
| TABLA 12 ORIGEN DE VISITANTES EN EL PIT VENTAQUEMADA - AQUITANIA .....                                                                                                 | 44  |
| TABLA 13 PERFIL DE LOS TURISTAS QUE VISITAN LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ.....                                                                                               | 50  |
| TABLA 14 PERFIL DEL VISITANTE MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ .....                                                                                                             | 61  |
| TABLA 15 SEGMENTO Y NICHOS DE MERCADO TURÍSTICO .....                                                                                                                  | 62  |
| TABLA 16 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....                                                                                                                     | 66  |
| TABLA 17 ENCUESTAS A PST DE LA PROVINCIA.....                                                                                                                          | 69  |
| TABLA 18 TURISTA POTENCIAL DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ.....                                                                                                             | 72  |
| TABLA 19 FACTORES Y RECURSOS PRINCIPALES DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ .....                                                                                              | 75  |
| TABLA 20 ANÁLISIS MUNICIPIO DE BOYACÁ-BOYACÁ.....                                                                                                                      | 77  |
| TABLA 21. ANÁLISIS MUNICIPIO DE CIÉNEGA .....                                                                                                                          | 78  |
| TABLA 22 ANÁLISIS MUNICIPIO DE JENESANO.....                                                                                                                           | 79  |
| TABLA 23 ANÁLISIS MUNICIPIO DE NUEVO COLÓN .....                                                                                                                       | 80  |
| TABLA 24 ANÁLISIS MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ.....                                                                                                                          | 81  |
| TABLA 25 ANÁLISIS MUNICIPIO DE TIBANÁ.....                                                                                                                             | 82  |
| TABLA 26 ANÁLISIS MUNICIPIO DE ÚMBITA .....                                                                                                                            | 83  |
| TABLA 27 ANÁLISIS MUNICIPIO DE VENTAQUEMADA .....                                                                                                                      | 84  |
| TABLA 28 ANÁLISIS MUNICIPIO DE VIRACACHÁ.....                                                                                                                          | 85  |
| TABLA 29 PROYECTOS DE INVERSIÓN DESTACADOS EN LA PROVINCIA .....                                                                                                       | 86  |
| TABLA 30 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....                                                                                                                              | 89  |
| TABLA 31 CASO DE ÉXITO - ALTO RICAURTE .....                                                                                                                           | 91  |
| TABLA 32 PST CON RNT Y OFERTA GEORREFERENCIADA .....                                                                                                                   | 92  |
| TABLA 33 PST CON RNT Y OFERTA GEORREFERENCIADA.....                                                                                                                    | 92  |
| TABLA 34 POBLACIÓN DEPARTAMENTO DE BOYACÁ .....                                                                                                                        | 96  |
| TABLA 35 MUNICIPIOS PROVINCIA DE MÁRQUEZ .....                                                                                                                         | 100 |
| TABLA 36 DISTRITOS REGIONALES DE MANEJO INTEGRADO (DRMI) – PROVINCIA DE MÁRQUEZ.....                                                                                   | 101 |
| TABLA 37 MEDICIÓN DE DESEMPEÑO DE LOS MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ .....                                                                                      | 102 |
| TABLA 38 DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ .....                                                                                                          | 103 |
| TABLA 39 TIEMPO DE TRASLADO, TIPO DE TRANSPORTE, DISTANCIA EN KILÓMETROS DESDE EL MUNICIPIO<br>HACIA LOS MUNICIPIOS VECINOS, MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ, BOYACÁ, 2020..... | 105 |
| TABLA 40 HOGARES, VIVIENDAS Y PERSONAS, MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ, BOYACÁ 2018 .....                                                                                      | 111 |
| TABLA 41 GRUPO DE CAPACIDADES INICIALES .....                                                                                                                          | 118 |
| TABLA 42 RESULTADOS MDM .....                                                                                                                                          | 119 |





|                                                                                                                              |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| TABLA 43 COMPONENTE DE GESTIÓN .....                                                                                         | 120 |
| TABLA 44 COMPONENTE DE RESULTADOS .....                                                                                      | 121 |
| TABLA 45 PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN POR CURSO DE VIDA SEGÚN MÍAS, MUNICIPIO DE RAMIRÍQUÍ,<br>BOYACÁ 2015 – 2021 – 2023 ..... | 124 |
| TABLA 46 PRESTADORES DE SERVICIO TURÍSTICO FORMALIZADOS 2022. ....                                                           | 127 |
| TABLA 47 RELACIÓN II ENTREGABLE, PROYECTO DE PRODUCTO TURÍSTICO PROVINCIA DE MÁRQUEZ .....                                   | 134 |
| TABLA 48 DOFA MUNICIPIO DE RAMIRÍQUÍ .....                                                                                   | 136 |
| TABLA 49 RECURSOS DE LA PROVINCIA .....                                                                                      | 137 |
| TABLA 50 RELACIÓN DE DIMENSIONES Y VARIABLES DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A COMUNIDAD DEL<br>TERRITORIO.....                      | 139 |
| TABLA 51 DOFA APLICADO AL TURISMO DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ.....                                                            | 153 |
| TABLA 52 VISIÓN INTEGRAL DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ.....                                                         | 156 |
| TABLA 53 CALIFICACIÓN DE LA MAGNITUD E IMPORTANCIA DEL IMPACTO AMBIENTAL POSITIVO .....                                      | 185 |
| TABLA 54 CALIFICACIÓN DE LA MAGNITUD E IMPORTANCIA DEL IMPACTO AMBIENTAL NEGATIVO .....                                      | 186 |
| TABLA 55 RELACIÓN DE ATRACTIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS VS ACTIVIDADES TURÍSTICAS<br>IDENTIFICADAS .....                     | 189 |
| TABLA 56 IMPACTOS IDENTIFICADOS EN EL PROYECTO .....                                                                         | 197 |
| TABLA 57 EVALUACIÓN DE IMPACTOS .....                                                                                        | 198 |
| TABLA 58 VALORACIÓN DE IMPACTOS AMBIENTALES, ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE ECOTURISMO .....                                      | 203 |
| TABLA 59 RESULTADOS DE VALORACIÓN DE IMPACTOS, ACTIVIDADES TURÍSTICAS DE ECOTURISMO .....                                    | 204 |
| TABLA 60 ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS COLUMNAS .....                                                                          | 206 |
| TABLA 61 ANÁLISIS ESTADÍSTICO DE LAS FILAS .....                                                                             | 206 |
| TABLA 62 SITIOS NATURALES .....                                                                                              | 220 |
| TABLA 63 PATRIMONIO MATERIAL .....                                                                                           | 222 |
| TABLA 64 PATRIMONIO INMATERIAL.....                                                                                          | 224 |
| TABLA 65 FESTIVIDADES Y EVENTOS .....                                                                                        | 226 |
| TABLA 66 MATRIZ COMPARACIÓN ENTRE PRODUCTO Y MOTIVACIONES DE VISITA A CADA MUNICIPIO ....                                    | 229 |
| TABLA 67 CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA - GASTRONOMÍA .....                                                                  | 310 |
| TABLA 68 NECESIDADES DE INTERVENCIÓN SUBPRODUCTO TURISMO CULTURAL – CONDICIONES DE<br>INFRAESTRUCTURA.....                   | 311 |
| TABLA 69 NECESIDADES DE INTERVENCIÓN SUBPRODUCTO TURISMO CULTURAL – CONDICIONES DE<br>SERVICIO .....                         | 313 |
| TABLA 70 NECESIDADES DE INTERVENCIÓN SUBPRODUCTO TURISMO NATURALEZA – CONDICIONES DE<br>INFRAESTRUCTURA.....                 | 318 |
| TABLA 71 NECESIDADES DE INTERVENCIÓN SUBPRODUCTO TURISMO NATURALEZA – CONDICIONES DE<br>SERVICIO .....                       | 320 |
| TABLA 72 NECESIDADES DE INTERVENCIÓN SUBPRODUCTO TURISMO NATURALEZA – CONDICIONES DE<br>NORMATIVIDAD.....                    | 324 |
| TABLA 73 GUION VIDEO PUEBLOS .....                                                                                           | 378 |
| TABLA 74 GUION VIDEO SABORES .....                                                                                           | 379 |
| TABLA 75 GUION VIDEO CAMINOS .....                                                                                           | 380 |
| TABLA 76 INTEGRANTES CLG.....                                                                                                | 386 |
| TABLA 77 PLAN DE GESTIÓN Y TRABAJO SUBPRODUCTO PUEBLO .....                                                                  | 390 |
| TABLA 78 PLAN DE GESTIÓN Y TRABAJO SUBPRODUCTO CAMINOS Y SENDEROS .....                                                      | 391 |
| TABLA 79 PLAN DE GESTIÓN Y DE TRABAJO SUBPRODUCTO: AGROTURISMO TEMÁTICA: SABORES .....                                       | 394 |
| TABLA 80 PLAN DE GESTIÓN Y DE TRABAJO SUBPRODUCTO: TURISMO GASTRONÓMICO TEMÁTICA:<br>SABORES .....                           | 394 |



|                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| TABLA 81 PLAN DE ACCIÓN – LÍNEA ESTRATÉGICA IMPLEMENTACIÓN PCCB .....                                  | 400 |
| TABLA 82 LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS .....                                | 402 |
| TABLA 83 LÍNEA ESTRATÉGICA 3: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN.....                                             | 404 |
| TABLA 84 PLAN DE ACCIÓN – LÍNEA ESTRATÉGICA ARTICULACIÓN DE ENTIDADES PÚBLICAS, PRIVADAS Y MIXTAS..... | 405 |
| TABLA 85 INTEGRANTES CLG.....                                                                          | 406 |
| TABLA 86 ASISTENTES A REUNIÓN CLG .....                                                                | 410 |

## CONTENIDO DE GRÁFICOS

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| GRÁFICO 1 PERFIL DEL TURISTA QUE LLEGA AL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ .....                                            | 43 |
| GRÁFICO 2 OCUPACIÓN HOTELERA EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ.....                                                    | 45 |
| GRÁFICO 3 PROYECCIÓN DEMANDA EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ .....                                                   | 46 |
| GRÁFICO 4 TEMPORADA DE MAYOR OCUPACIÓN EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ .....                                         | 46 |
| GRÁFICO 5 ORIGEN DEL TURISTA .....                                                                                | 47 |
| GRÁFICO 6 ORIGEN DEL TURISTA - REGIONES.....                                                                      | 47 |
| GRÁFICO 7 ORIGEN DEL TURISTA - PAÍSES .....                                                                       | 48 |
| GRÁFICO 8 PERFIL DE TURISTA DE LA REGIÓN PARA LA COMUNIDAD .....                                                  | 48 |
| GRÁFICO 9 GRUPO DE VIAJE PREDOMINANTE .....                                                                       | 49 |
| GRÁFICO 10 MEDIO DE TRANSPORTE .....                                                                              | 49 |
| GRÁFICO 11 PERMANENCIA DEL TURISTA.....                                                                           | 50 |
| GRÁFICO 12 MOTIVACIONES IDENTIFICADAS POR LA COMUNIDAD .....                                                      | 52 |
| GRÁFICO 13 MOTIVACIONES IDENTIFICADAS POR LOS PST .....                                                           | 52 |
| GRÁFICO 14 MEDIO POR EL CUAL LOS TURISTAS CONOCEN LA REGIÓN .....                                                 | 54 |
| GRÁFICO 15 PROCEDENCIA DE TURISTAS Y/O VISITANTES .....                                                           | 55 |
| GRÁFICO 16 PROCEDENCIA DE ORIGEN LOCAL .....                                                                      | 55 |
| GRÁFICO 17 PRINCIPALES CIUDADES Y/O DEPARTAMENTOS DE COLOMBIA DESDE DONDE PROVIENEN TURISTAS Y/O VISITANTES ..... | 56 |
| GRÁFICO 18 TURISTAS Y/O VISITANTES DE ORIGEN INTERNACIONAL .....                                                  | 57 |
| GRÁFICO 19 MEDIO DE TRANSPORTE .....                                                                              | 57 |
| GRÁFICO 20 GRUPO DE VIAJE PREDOMINANTE .....                                                                      | 58 |
| GRÁFICO 21 TIEMPO DE PERMANENCIA EN EL MUNICIPIO .....                                                            | 58 |
| GRÁFICO 22 MEDIO POR EL CUAL SE CONOCIÓ DEL MUNICIPIO .....                                                       | 59 |
| GRÁFICO 23 MOTIVOS PARA VISITAR EL MUNICIPIO .....                                                                | 59 |
| GRÁFICO 24 TEMPORADA DEL AÑO QUE PREFIERE PARA VISITAR EL MUNICIPIO .....                                         | 60 |
| GRÁFICO 25 TURISMO RECEPTOR FEBRERO, MARZO Y ABRIL DE 2019 .....                                                  | 64 |
| GRÁFICO 26 ACTIVIDADES DE MOTIVACIÓN .....                                                                        | 64 |
| GRÁFICO 27 BANNER DE INVITACIÓN AL DILIGENCIAMIENTO DE LA ENCUESTA .....                                          | 66 |
| GRÁFICO 28 PERFILES DE TURISTAS .....                                                                             | 70 |
| GRÁFICO 29 EJERCICIO DE PERFILAMIENTO DE TURISTAS .....                                                           | 70 |
| GRÁFICO 30 TALLER DE PERFILAMIENTO DE DEMANDA ACTUAL Y POTENCIAL .....                                            | 71 |
| GRÁFICO 31 DINÁMICA TURISMO EN LA PROVINCIA.....                                                                  | 73 |



|                                                                                                                          |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| GRÁFICO 32 MUNICIPIOS CON MAYOR DINÁMICA TURÍSTICA .....                                                                 | 74  |
| GRÁFICO 33 ENCUESTA A PST DE ALOJAMIENTO .....                                                                           | 93  |
| GRÁFICO 34 ENCUESTA A PST SOBRE IMPLEMENTACIÓN DE NTS TS .....                                                           | 93  |
| GRÁFICO 35 ENCUESTA A PST DE AGENCIAS DE VIAJES .....                                                                    | 94  |
| GRÁFICO 36 IMPLEMENTACIÓN DE NTS TS POR PARTE DE LAS AGENCIAS DE VIAJES .....                                            | 94  |
| GRÁFICO 37 GENERALIDADES DEL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ .....                                                                | 95  |
| GRÁFICO 38 SECTOR ECONÓMICO .....                                                                                        | 106 |
| GRÁFICO 39 POBLACIÓN DESAGREGADA POR GÉNERO .....                                                                        | 107 |
| GRÁFICO 40 POBLACIÓN DESAGREGADA POR ÁREA .....                                                                          | 108 |
| GRÁFICO 41 ASEGURAMIENTO .....                                                                                           | 109 |
| GRÁFICO 42 DESAGREGACIÓN DE COBERTURAS EN EDUCACIÓN .....                                                                | 109 |
| GRÁFICO 43 COBERTURA DE ENERGÍA ELÉCTRICA RURAL .....                                                                    | 109 |
| GRÁFICO 44 COBERTURA DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO (CENSO) .....                                                         | 110 |
| GRÁFICO 45 COBERTURA DE ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO (REC) .....                                                           | 111 |
| GRÁFICO 46 ESTRUCTURA DE LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO .....                                                            | 114 |
| GRÁFICO 47 AMENAZA POR FENÓMENOS HIDROMETEOROLÓGICOS .....                                                               | 122 |
| GRÁFICO 48 EVENTOS DE DESASTRES 2010-2017 .....                                                                          | 122 |
| GRÁFICO 49 PERSONAS SECUESTRADAS .....                                                                                   | 123 |
| GRÁFICO 50 PERSONAS DESPLAZADAS .....                                                                                    | 123 |
| GRÁFICO 51 PIRÁMIDE POBLACIONAL .....                                                                                    | 125 |
| GRÁFICO 52 ESQUEMA MAPA DE ACTORES .....                                                                                 | 129 |
| GRÁFICO 53 MAPA DE ACTORES DPTM .....                                                                                    | 129 |
| GRÁFICO 54 RELACIÓN CON LA PROVINCIA MÁRQUEZ .....                                                                       | 141 |
| GRÁFICO 55 OCUPACIÓN O ACTIVIDAD .....                                                                                   | 141 |
| GRÁFICO 56 DINÁMICA DEL TURISMO EN LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ .....                                                         | 142 |
| GRÁFICO 57 MUNICIPIOS DE LA PROVINCIA MÁRQUEZ CON MAYOR DESARROLLO EN EL TURISMO DURANTE<br>LOS ÚLTIMOS CINCO AÑOS ..... | 142 |
| GRÁFICO 58 PRINCIPALES ACTIVIDADES REALIZADAS EN LA PROVINCIA .....                                                      | 143 |
| GRÁFICO 59 ASPECTOS DISTINTIVOS DE MÁRQUEZ .....                                                                         | 144 |
| GRÁFICO 60 PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA VISITAR LA PROVINCIA MÁRQUEZ .....                                                  | 144 |
| GRÁFICO 61 ACTIVIDAD POTENCIAL PARA EL TURISMO QUE NO SE HA DESARROLLADO EN LA PROVINCIA<br>MÁRQUEZ .....                | 145 |
| GRÁFICO 62 . CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PROVINCIA MÁRQUEZ .....                                                | 145 |
| GRÁFICO 63 CRITERIO GESTIÓN SOSTENIBLE .....                                                                             | 164 |
| GRÁFICO 64 CRITERIO SOSTENIBILIDAD SOCIO ECONÓMICA .....                                                                 | 164 |
| GRÁFICO 65 CRITERIO SOSTENIBILIDAD CULTURAL .....                                                                        | 165 |
| GRÁFICO 66 CRITERIOS SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL .....                                                                      | 165 |
| GRÁFICO 67 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ .....                          | 166 |
| GRÁFICO 68 FASES DEL PRODUCTO TURÍSTICO .....                                                                            | 211 |
| GRÁFICO 69 ANÁLISIS DEL DESTINO .....                                                                                    | 214 |
| GRÁFICO 70 FASES DEL PRODUCTO TURÍSTICO .....                                                                            | 215 |
| GRÁFICO 71 MAPA PROVINCIA MÁRQUEZ .....                                                                                  | 216 |
| GRÁFICO 72 CONCEPTUALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO .....                                                                | 218 |
| GRÁFICO 73 PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS POTENCIALES PROVINCIA MÁRQUEZ .....                                                  | 228 |
| GRÁFICO 74 ACTIVIDADES DE MOTIVACIÓN SITUR – PIT VENTAQUEMADA .....                                                      | 230 |
| GRÁFICO 75 MATRIZ DE PRODUCTO TURISMO DE NATURALEZA .....                                                                | 235 |
| GRÁFICO 76 MATRIZ DE PRODUCTO TURISMO CULTURA .....                                                                      | 241 |



|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| GRÁFICO 77 MATRIZ DE PRODUCTO AGROTURISMO .....                                    | 246 |
| GRÁFICO 78 MATRIZ DE PRODUCTO TURISMO GASTRONÓMICO .....                           | 248 |
| GRÁFICO 79 MAPA DE ACTORES .....                                                   | 298 |
| GRÁFICO 80 CLASIFICACIÓN DE ACTORES POR MUNICIPIOS .....                           | 299 |
| GRÁFICO 81 ACTORES ORDEN NACIONAL .....                                            | 301 |
| GRÁFICO 82 ACTORES DE ORDEN REGIONAL .....                                         | 302 |
| GRÁFICO 83 ACTORES DE ORDEN LOCAL .....                                            | 303 |
| GRÁFICO 84 PROPUESTA DE MARCA NO 1.....                                            | 341 |
| GRÁFICO 85 PROPUESTA DE MARCA NO 2.....                                            | 341 |
| GRÁFICO 86 PROPUESTA DE MARCA NO 3.....                                            | 342 |
| GRÁFICO 87 CRITERIOS EJE PRODUCTO TURÍSTICO METODOLOGÍA DESARROLLO TURÍSTICO ..... | 388 |
| GRÁFICO 88 INTEGRANTES SUBCOMITÉS.....                                             | 413 |





## INTRODUCCIÓN

El proyecto de Diseño del Producto Turístico de la Provincia de Márquez en el departamento de Boyacá surge gracias a la articulación de los municipios de Boyacá-Boyacá, Ciénega, Jenesano, Nuevo Colón, Ramiriquí, Úmbita, Ventaquemada, Tibaná y Viracachá, quienes aceptaron la invitación que desde el consejo provincial de turismo de Márquez se hizo para presentar y gestionar ante FONTUR.

En el año 2021, luego de realizar el proceso de formulación y gestión del proyecto, el Viceministerio de Turismo y FONTUR consideran viable el proyecto y mediante licitación pública es adjudicado mediante proceso FNTCE-069-2022 a la Unión Temporal Boyacá FC, conformada por la Fundaculta y Cultiva Territorio SAS.

Esta ha sido una iniciativa que nace desde los actores del turismo del territorio, experiencia desde la cual el equipo consultor construye y valida una propuesta metodológica de Diseño de Producto Turístico con Enfoque Territorial. Desde esta perspectiva, el diseño de producto turístico es un proceso participativo y de ciencia comunitaria para el turismo, ya que se basa en el conocimiento empírico que tienen las comunidades locales sobre su territorio con el propósito de concertar y construir estrategias que permitan valorarlo, protegerlo y dinamizarlo desde el turismo

Como resultado, ha nacido la Provincia de Márquez como el “Paisaje Cultural Campesino Boyacense” una estrategia en donde el turismo es un proceso de gestión en el paisaje cultural de la provincia de Márquez que permita encadenar productores, prestadores de servicios turísticos y visitantes. Mediante esta estrategia se busca dinamizar la economía, poner en valor el patrimonio y cuidar del territorio para el bienestar de sus habitantes y de las nuevas generaciones.

Este documento presenta los resultados de cada uno de los compromisos adquiridos en el contrato, los cuales se han agrupado en cinco capítulos. El primero, relacionado con los aspectos metodológicos, el segundo con la identificación de atractivos, análisis del contexto y lineamientos para la sostenibilidad turística de la Provincia de Márquez, el tercero sobre el diseño participativo del producto turístico de la provincia de Márquez, el cuarto sobre el componente de marketing y diseño de la marca para el producto turístico de Márquez y finalmente se aborda en el quinto capítulo las estrategias de gestión.



MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

# Capítulo 1

## METODOLOGÍA PARA EL DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE MÁRQUEZ



EJECUTADO POR:

**FONTUR**  
COLOMBIA



Fundaculta



CultivaTerritorio  
S.A.S.



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUOVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA



## CAPÍTULO 1

Con el propósito de dar alcance y cumplimiento a las obligaciones contractuales establecidas en el proceso FNTCE-069-2022, la Unión temporal Boyacá FC, propone y ejecuta la siguiente metodología para el diseño del producto turístico de Márquez:

### 1.1 Objeto del contrato

DISEÑAR EL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ EN EL DEPARTAMENTO DE BOYACÁ

Municipios considerados para el desarrollo de las actividades del contrato son:

Boyacá-Boyacá, Ciénega, Jenesano, Nuevo Colón, Ramiriquí, Úmbita, Ventaquemada, Tibaná y Viracachá.

### 1.2 Metodología del proyecto

Para tener una idea del proceso de elaboración, en términos de tiempo y cumplir con el objetivo del contrato dentro de los municipios considerados para el desarrollo de las actividades del mismo, se estableció el desarrollo metodológico, el cual se especifica en seis (6) etapas agrupando los entregables señalados en el contrato FNTCE-069-2022, de la siguiente manera:

ETAPA I – Planificación Conjunta (entregable 1)

ETAPA II – Análisis del Contexto, Identificación de Atractivos, Elaboración de Diagnósticos y Planteamiento de Lineamientos para la Sostenibilidad (entregables 2 y 3)

ETAPA III – Diseño Participativo de Producto Turístico Sostenible (entregables 4 y 5)

ETAPA IV – Componente de Marketing del Diseño de Producto Turístico para el Destino Provincia de Márquez (entregable 6)

ETAPA V – Gestión, Desarrollo y Seguimiento del Producto Turístico (entregable 7)

ETAPA VI – Diagramación y Entrega de Documentos Finales (entregable 7 y 8)

#### *ETAPA I - Planificación Conjunta*

Durante esta etapa se elaboran y presentan los productos iniciales que representan la hoja de ruta para la ejecución del contrato. Se realiza la reunión de inicio y se presentan para su respectiva aprobación los cronogramas general y específico del proyecto, así como su metodología.




*Tabla 1 Ejecución - Etapa I*

| <b>OBLIGACIONES</b>                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>DESARROLLO<br/>METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o<br>recursos)                                                                                            | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1 Reunión<br>de Inicio,<br>Cronograma<br>y<br>Metodología | 2.1.1. Participar de manera presencial o virtual, según lo estipulen las partes, en la reunión de inicio con el Comité de Seguimiento, el cual estará integrado por: el contratista, la supervisión del contrato, un representante del municipio de Ramiriquí y un delegado del área misional del Fondo Nacional de Turismo FONTUR, con el propósito de coordinar la ejecución de las actividades del contrato. | Mediante enlace virtual se realizará la participación por parte del Representante Legal de la Unión Temporal UT Boyacá FC y el director de proyecto, a reunión de inicio convocada por la supervisión del contrato, como comité de seguimiento, para la socialización de la metodología, cronograma, obligaciones y productos contractuales, levantamiento de los registros correspondientes y posterior elaboración de actas. | Herramientas para reunión virtual y equipos de oficina.<br><br>Equipo de trabajo del proyecto.<br><br>Comité de seguimiento del contrato. | Lista de asistencia.<br><br>Acta o informe de la reunión inicial.                                                                                      |
|                                                             | 2.1.2. Elaborar y entregar un cronograma general donde se indique el tiempo de ejecución de las obligaciones contractuales, y un cronograma específico donde se                                                                                                                                                                                                                                                 | Elaboración del cronograma general del proyecto.<br><br>Elaboración del cronograma específico del proyecto.<br><br>Presentación de cronograma en la                                                                                                                                                                                                                                                                            | Herramientas ofimáticas.<br><br>Equipo de trabajo del proyecto.                                                                           | Un (1) documento que contenga el cronograma general donde indique tiempo ejecución obligaciones y cronograma específico de las actividades a realizar. |





| OBLIGACIONES |                                                                                                                                                                                                 | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                | INSUMOS<br>(Materiales y/o<br>recursos)                         | ENTREGABLES                                  |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
|              | discriminen las actividades que se van a realizar para dar cumplimiento al objeto y alcance contractual.                                                                                        | reunión de inicio del contrato.<br><br>Aprobación de los productos presentados para la ejecución del objeto contractual                                                                                                                                                                                                               |                                                                 |                                              |
|              | 2.1.3. Elaborar y entregar una metodología donde se especifiquen los medios, procedimientos, actividades, materiales y recursos más adecuados para el desarrollo de obligaciones contractuales. | Documentación de las obligaciones, actividades procedimientos, materiales, recursos y entregables<br><br>Presentación y entrega de la metodología propuesta en la reunión de inicio del contrato<br><br>Aprobación por parte del comité presentados en la reunión de inicio de los productos para la ejecución del objeto contractual | Herramientas ofimáticas.<br><br>Equipo de trabajo del proyecto. | Un (1) documento que contenga la metodología |

***ETAPA II – Análisis del contexto, identificación de atractivos, elaboración de diagnósticos y planteamiento de lineamientos para la sostenibilidad***

Durante esta etapa se realiza el análisis de información del contexto de los nueve municipios que hacen parte del proyecto, así como, los datos relacionados al comportamiento de la actividad turística y la evaluación de criterios de sostenibilidad e impactos generados, aspectos claves para la contextualización del diseño de producto turístico de la Provincia de Márquez.


*Tabla 2 Ejecución - Etapa II*

| <b>OBLIGACIONES</b>                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>DESARROLLO METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios y procedimiento)                                                                                                                                                                                                              | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o recursos)                                                                                                                                                                                                                         | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                        |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.2. Actualizar y/o Crear los Inventarios Turísticos Atractivos y Recursos de los Municipios Que Conforman la Zona de Estudio | 2.2.1. Actualizar y/o crear los inventarios turísticos de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con las fichas metodológicas del MinCIT                                                                                                                   | Aplicar y diligenciar la ficha metodológica de inventarios turísticos establecida por el MinCIT para identificar atractivos y recursos turísticos de cada uno de los 9 municipios mediante trabajo de campo realizado por el equipo contratista                                      | Documentos de consulta (inventarios turísticos)<br><br>Ficha metodológica del MinCIT<br><br>Trabajo de campo teniendo en cuenta el conocimiento de las comunidades locales y el equipo contratista<br><br>Herramientas ofimáticas<br>Equipo de trabajo del proyecto | Un (1) documento por cada municipio que contenga los inventarios de recursos y atractivos, conforme a las fichas metodológicas del MinCIT |
| 2.3. Analizar el Mercado Turístico y las Inversiones                                                                          | 2.3.1. Elaborar un diagnóstico que contemple las siguientes variables por municipio:<br><br>Análisis de la demanda actual y potencial<br>· Análisis de la oferta turística<br>· Análisis de las inversiones públicas y privadas<br>· Análisis de la competencia | Recopilación de información de fuentes primarias y secundarias relacionados a la demanda actual y potencial, oferta turística, inversiones públicas y privadas, competencia, casos éxito similares a la Provincia de Márquez y prestadores de servicios turísticos con RNT activo de | Fuentes de información secundaria aportadas por entes territoriales, instituciones educativas y de base comunitaria<br><br>Reportes de SITUR Boyacá y/o publicaciones de estadísticas                                                                               | Un (1) documento diagnóstico del mercado turístico y las inversiones de los 9 municipios que hacen parte de la Provincia de Márquez       |



| <b>OBLIGACIONES</b>                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>DESARROLLO METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                           | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o recursos)                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Análisis de casos éxito similares a la Provincia de Márquez</li> <li>Análisis de los prestadores de servicios turísticos con RNT activo</li> </ul>                                                                                      | <p>la Provincia de Márquez mediante investigación y trabajo en campo, taller de validación con metodologías participativas y sistematización de la información.</p> <p>Organización y logística necesaria para la realización del taller de validación de acuerdo con las condiciones exigidas en el contrato</p> | <p>de turismo regionales y nacionales</p> <p>Bibliografía existente sobre competitividad turística departamental y nacional</p> <p>Espacio de encuentro (virtual y/o presencial)</p> <p>Convocatoria participación de talleres</p> <p>Equipos audiovisuales, papelería y material de apoyo</p> |                                                                                                                                                                                                                  |
| 2.4. Realizar el Diagnóstico y Análisis del Contexto Económico, Social, Cultural, Ambiental, Político y de Seguridad de Cada Uno del Destino y Atractivos Turísticos | 2.4.1. Elaborar el diagnóstico del contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad de cada uno de los municipios y atractivos turísticos que hacen parte de la Provincia de Márquez. Dentro de este es fundamental analizar las siguientes variables: | <p>Diseño y estructuración de instrumentos para la recopilación, sistematización y análisis de la información por municipio en la que se logre integrar las siguientes variables:</p> <p>Modelo de Gobernanza, nivel de seguridad, población, estructura demográfica, priorización de emprendimientos</p>         | <p>Un instrumento de recopilación y sistematización de información</p> <p>Documentos y publicaciones existentes sobre los municipios pertenecientes a la Provincia Márquez.</p> <p>Herramientas ofimáticas.</p>                                                                                | Un (1) documento diagnóstico por cada municipio con el contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad de los municipios y atractivos turísticos que comprenden la Provincia de Márquez |



| OBLIGACIONES |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades,<br>medios y<br>procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos) | ENTREGABLES |
|--------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|-------------|
|              | a. Modelo de Gobernanza<br>b. Nivel de seguridad<br>c. Población<br>d. Estructura demográfica<br>e. Priorización de emprendimientos que potencialmente puedan hacer parte de la cadena de valor de turismo en la región<br>f. Tendencias de la población por edad, educación e ingresos<br>g. Roles de hombres y mujeres en la sociedad<br>h. Población vinculada a la actividad turística<br>i. Mapa de actores del destino (disposición y articulación de los diferentes actores y grupos de interés al sector turístico).<br>j. Análisis de los elementos turísticos asociados a los componentes de institucionalidad, tecnologías de la información y comunicación, formación/captación, ordenamiento territorial y medio ambiental. | que potencialmente puedan hacer parte de la cadena de valor de turismo en la región, tendencias de la población por edad, educación e ingresos, roles de hombres y mujeres en la sociedad, población vinculada a la actividad turística, mapa de actores del destino (disposición y articulación de los diferentes actores y grupos de interés al sector turístico), análisis de los elementos turísticos asociados a los componentes de institucionalidad, tecnologías de la información y comunicación, formación/captación, ordenamiento territorial y medio ambiental.<br><br>Sistematización de información recopilada mediante infografía que permita consolidar e interpretar el diagnóstico por cada municipio | Equipo de trabajo.                      |             |





| <b>OBLIGACIONES</b>                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>DESARROLLO<br/>METODOLÓGICO</b><br>(Actividades,<br>medios y<br>procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.5. Definir el Perfil del Turista y Visitante y Nicho de Mercado         | 2.5.1. Elaborar un diagnóstico con la determinación de nicho de mercado y perfil del turista y visitante de cada uno de los municipios, para lo cual es importante tener en cuenta y analizar las tendencias del mercado e información relevante sobre el turista y los visitantes que constituyen el mercado objetivo. | Análisis de fuentes secundarias respecto a las tendencias del mercado, sobre turistas y visitantes que constituyen el mercado objetivo                                                                                                                                                                                           | Estadísticas del Viceministerio de turismo y SITUR Boyacá<br>Estudios de mercado del sector turístico regionales y departamentales<br><br>Estudios de Procolombia sobre perfiles de producto, perfiles de turistas por países y tendencias del mercado<br><br>Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo | Un (1) documento con la definición del perfil del turista, visitante y nicho de mercado de cada municipio |
| 2.6. Elaborar un Análisis DOFA Basado en el Resultado de los Diagnósticos | 2.6.1 Realizar el análisis DOFA de los municipios basado en el resultado de los diagnósticos de los numerales 2.2.1, 2.3.1, 2.4.1 y 2.5.1                                                                                                                                                                               | Diseño y estructuración de instrumentos para la recopilación, sistematización y análisis de la información por municipio en la que se logre integrar el resultado de los diagnósticos de los numerales 2.2.1, 2.3.1, 2.4.1 y 2.5.1<br><br>Sistematización de información recopilada mediante infografía que permita consolidar e | Análisis síntesis de:<br>2.2.1 Resultados de fichas metodológicas del MinCIT,<br>2.3.1 Diagnóstico y variables de hasta nueve (9) municipios<br><br>Diagnóstico Social (economía, ambiente, político ...) de provincia                                                                                         | Un (1) documento análisis DOFA                                                                            |



| OBLIGACIONES                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                    | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades,<br>medios y<br>procedimiento)                                                                                                                                                                                                          | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                                                                                                                                                                                                                | ENTREGABLES                                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                    | interpretar el diagnóstico DOFA                                                                                                                                                                                                                                                    | <p>Márquez, 2.4.1 Diagnóstico y análisis del contexto, 2.5.1 Análisis de resultados sobre nicho de mercado y perfil de turista y visitante de la Provincia de Márquez.</p> <p>Un instrumento de recopilación y sistematización de información</p> <p>Herramientas ofimáticas</p> <p>Equipo de trabajo del proyecto</p> |                                                                                                                                                              |
| 2.7 Evaluar la sostenibilidad en todos los ámbitos de los elementos que compondrán el o los productos turísticos | 2.7.1. Realizar la evaluación de las condiciones actuales de los elementos que compondrán el o los productos turísticos, la sostenibilidad en todos los ámbitos con el fin de identificar las necesidades y mejoras a implementar. | <p>Diseñar y aplicar instrumento de evaluación de sostenibilidad dirigido al destino de forma integral</p> <p>A partir de los resultados de evaluación, se establecerán y sistematizarán las necesidades y mejoras a implementar que integra los aspectos de la sostenibilidad</p> | <p>Un instrumento de evaluación</p> <p>Herramientas ofimáticas</p> <p>Equipo de trabajo del proyecto</p>                                                                                                                                                                                                               | Un (1) documento diagnóstico que identifique las necesidades y mejoras a implementar, que contenga una evaluación de la sostenibilidad en todos los ámbitos. |
| 2.8 Elaborar matriz de                                                                                           | 2.8.1. Elaborar matriz de                                                                                                                                                                                                          | Establecer y evaluar los impactos                                                                                                                                                                                                                                                  | Instrumento de evaluación de                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Una (1) matriz de evaluación de                                                                                                                              |



| <b>OBLIGACIONES</b>                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>DESARROLLO METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o recursos)                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                                                                    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| evaluación de impactos ambientales, socioculturales y económicos asociados a las actividades turísticas | evaluación de impactos ambientales, socioculturales y económicos asociados a las actividades turísticas identificadas vs los recursos a intervenir en los 9 municipios                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ambientales, sociales y económicos relacionados a la actividad turística de los municipios de la Provincia de Márquez, haciendo uso de metodologías y/o combinación metodológica en un instrumento que integre los aspectos señalados anteriormente                                                                                                                                                                                                           | impactos ambientales, sociales y económicos de la actividad turística<br><br>Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del Proyecto                                                                                                                                                                                        | impactos ambientales, sociales y económicos asociados a las actividades turísticas identificadas de los municipios que conforman la Provincia.                                        |
| 2.9 Determinar los lineamientos de la sostenibilidad para la Provincia de Márquez                       | 2.9.1 Determinar los lineamientos de sostenibilidad para la Provincia de Márquez con base en los resultados de las actividades de los numerales 2.7.1 y 2.8.1, los cuales deben incluir:<br>a. recomendaciones de sostenibilidad para empresarios turísticos de la provincia.<br>b. recomendaciones de la sostenibilidad para los municipios de la provincia.<br>c. lineamientos generales para el turismo sostenible.<br>d. gestión sostenible del turismo en la Provincia. | A partir del análisis del documento de identificación de necesidades y mejoras a implementar según evaluación de sostenibilidad y de la matriz de evaluación de impactos, se establecerán y sistematizarán las recomendaciones y lineamientos mediante metodología analítica y propositiva para la implementación de criterios de sostenibilidad en la Provincia de Márquez, que incluya: recomendaciones de sostenibilidad para empresarios turísticos de la | 2.7.1 Documento de identificación de necesidades y mejoras a implementar según evaluación de sostenibilidad<br><br>2.8.1 Matriz de evaluación de impactos<br><br>Guía de buenas prácticas de turismo de naturaleza<br><br>Criterios tenidos en cuenta en la Norma Técnica Sectorial NTS TS 001-1 Destino Turístico-Área Turística | Un (1) documento que contenga los lineamientos de sostenibilidad para la Provincia de Márquez y recomendaciones para la incorporación de criterios de sostenibilidad en la Provincia. |



| OBLIGACIONES |                                                                                                                                               | DESARROLLO METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                   | INSUMOS<br>(Materiales y/o recursos)                          | ENTREGABLES |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------|
|              | e. Referente del desarrollo de la sostenibilidad.<br>f. recomendaciones para la incorporación de criterios de sostenibilidad en la provincia. | provincia;<br>recomendaciones de la sostenibilidad para los municipios de la provincia;<br>lineamientos generales para el turismo sostenible; gestión sostenible del turismo en la Provincia; referente del desarrollo de la sostenibilidad; recomendaciones para la incorporación de criterios de sostenibilidad en la provincia. | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del Proyecto |             |

### ***ETAPA III – Diseño participativo de producto turístico sostenible***

Durante esta etapa se desarrolla de manera participativa la conceptualización y validación del diseño de producto turístico de la Provincia de Márquez y se establecen las herramientas necesarias para una adecuada operación de forma segura y sostenible.

*Tabla 3 Ejecución - Etapa III*

| OBLIGACIONES                                                         |                                                                                                                                 | DESARROLLO METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios y procedimiento)                                                                                              | INSUMOS<br>(Materiales y/o recursos)                                                      | ENTREGABLES                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.10 Describir detalladamente los productos turísticos identificados | 2.10.1. Realizar la conceptualización del producto turístico, teniendo en cuenta resultados de las actividades descritas en los | Tomando como insumo los resultados de la etapa II (identificación de atractivos turísticos, prestadores de servicios turísticos, planta turística y servicios | Convocatoria a talleres<br><br>Papelería y material de apoyo<br><br>Equipos audiovisuales | Un (1) Documento con la conceptualización del producto turístico y evidencias de los talleres de validación y apropiación |





| OBLIGACIONES                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                 | ENTREGABLES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                     | numerales 2.2.1<br>al 2.9.1.                                                                                                                                                                                                                                                                               | complementarios,<br>superestructura y<br>grupos de interés;<br>estudio y grupos<br>objetivo de mercado<br>y perfil de visitantes,<br>además de la<br>evaluación de<br>sostenibilidad e<br>impactos asociados a<br>la actividad<br>turística), mediante<br>talleres<br>participativos de<br>cartografía social,<br>reconocimiento y<br>validación con el<br>equipo de trabajo y<br>grupos de interés en<br>focus group se<br>logrará:<br><br>Identificar y<br>describir los<br>productos turísticos<br>resaltando sus<br>características<br>tangibles e<br>intangibles con<br>propuesta conceptual<br>de los mismos en<br>función de temáticas,<br>enmarcando las<br>potencialidades y<br>ventajas<br>comparativas del<br>destino, además de<br>identificar el<br>producto turístico<br>principal, los<br>complementarios,<br>productos y<br>subproductos,<br>objetivo, imagen,<br>prestadores de | Visitas de<br>campo                                     | (integrando los<br>resultados 2.10.1<br>y 2.10.2).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                                                                                     | 2.10.2. Realizar<br>talleres de<br>validación y<br>apropiación con<br>la comunidad en<br>la<br>conceptualización<br>del producto<br>turístico que se<br>desarrollará.                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Espacios de<br>encuentro<br>(virtual y/o<br>presencial) | Un (1)<br>Documento de<br>recomendaciones<br>para los<br>productos<br>identificados en<br>temas de<br>planificación<br>turística,<br>alistamiento de la<br>oferta, calidad<br>turística,<br>infraestructura<br>turística y<br>atractivos que<br>integren los<br>lineamientos de<br>sostenibilidad y<br>de<br>conceptualización<br>(integrando los<br>resultados 2.9.1,<br>2.10.1 y 2.10.2) |
| 2.11 Definir y<br>elaborar mapeo<br>de los elementos<br>que conforman<br>el o los<br>productos(s)<br>turístico(s)<br>priorizado(s). | 2.11.1. Realizar<br>la identificación<br>y mapeo de los<br>actores y<br>elementos que<br>intervienen y que<br>conforman los<br>productos<br>identificados:<br>recursos<br>turísticos,<br>atractivos<br>turísticos, planta<br>turística,<br>infraestructura,<br>recurso humano<br>(guías, entre<br>otros) y |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Equipo de<br>trabajo                                    | Un (1)<br>documento que<br>contenga la<br>identificación y<br>mapeo de los<br>actores y<br>elementos que<br>intervienen y<br>conforman los<br>productos<br>identificados                                                                                                                                                                                                                   |



| OBLIGACIONES                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                              | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                                                                                         | ENTREGABLES                                                                                                                                                                                                                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                            | actividades<br>complementarias<br>.                                                                                                                                                                                                                                          | servicios<br>susceptibles por el<br>público objetivo.<br><br>Establecer las<br>recomendaciones<br>para cada producto<br>identificado en temas<br>de planificación<br>turística,<br>alistamiento de la<br>oferta, calidad<br>turística,<br>infraestructura<br>turística y atractivos<br>según lo obtenido en<br>los lineamientos de<br>sostenibilidad y<br>conceptualización<br>del producto<br>Organización y<br>logística necesaria<br>para la realización<br>del taller de acuerdo<br>con las condiciones<br>exigidas en el<br>contrato |                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2.12 Validar la<br>propuesta inicial<br>con autoridades,<br>empresarios,<br>comercializadores<br>y otros actores<br>de los<br>municipios que<br>componen los<br>productos<br>identificados | 2.12.1. Realizar<br>4 talleres de<br>validación de los<br>productos<br>turísticos<br>identificados,<br>que se llevarán a<br>cabo de la<br>siguiente<br>manera:<br>a. Dos (2)<br>talleres con los<br>actores del<br>turismo de la<br>provincia<br>(autoridades<br>turísticas, | Realizar<br>convocatoria dirigida<br>al Consejo<br>Provincial de<br>Turismo de Márquez<br>para asistir a las<br>jornadas de<br>validación del diseño<br>de producto turístico<br><br>Realizar dos (2)<br>talleres de<br>socialización de los<br>resultados del<br>proceso de diseño de<br>producto turístico de<br>la provincia de                                                                                                                                                                                                        | Convocatoria<br>a talleres<br><br>Papelería y<br>material de<br>apoyo<br><br>Equipos<br>audiovisuales<br><br>Visitas de<br>campo<br><br>Espacios de<br>encuentro<br>(virtual y/o<br>presencial) | Un (1) informe<br>de los cuatro<br>talleres de<br>validación para<br>los productos<br>turísticos<br>identificados, con<br>sus respectivos<br>soportes, a través<br>de actas, registros<br>fotográficos,<br>listas de<br>asistencia, entre<br>otros. |



| OBLIGACIONES                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                       | ENTREGABLES                                                                                                                                                            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                           | <p>empresarios del sector, entidades de apoyo, entre otros) y dos (2) talleres con posibles comercializadores y otros actores relacionados.</p> <p>b. Durante los talleres se realizan algunas entrevistas a agencias de viaje y/o DMC's (Agencias Turísticas Integradoras Locales) que sean clave para la comercialización y distribución de la provincia.</p> | <p>Márquez con el Consejo de Turismo</p> <p>Realizar dos (2) talleres de socialización de los resultados del proceso de diseño de producto turístico de la provincia de Márquez con posibles comercializadores y operadores locales, en los cuales se realizarán entrevistas que permitan tener insumos clave para la promoción y comercialización y de la oferta</p> <p>Organización y logística necesaria para la realización de los talleres de socialización de acuerdo con las condiciones exigidas en el contrato</p> | Equipo de trabajo                                                                                                             |                                                                                                                                                                        |
| 2.13. Identificar y diseñar rutas turísticas de los subproductos identificados donde se puedan realizar las actividades propias de cada una de las tipologías de turismo. | 2.13.1. Identificar las rutas por subproductos identificados con base en la información obtenida de la ejecución de las actividades previas                                                                                                                                                                                                                     | Diseño y diagramación de rutas por subproductos identificados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <p>Diagnósticos y documentos de los entregables 2.2.1, 2.3.1, 2.5.1, 2.7.1, 2.10.2, 2.11.1</p> <p>Herramientas ofimáticas</p> | Un (1) portafolio de las rutas turísticas identificadas que contenga la diagramación de las mismas con los atractivos, operadores, actividades y servicios disponibles |



| OBLIGACIONES |                                                                                                               | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                 | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ENTREGABLES                                                                                                                                                                  |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | 2.13.2. Validar en campo las rutas identificadas.                                                             | Visitas de validación a las rutas identificadas con equipo técnico y actores de las rutas identificadas                                                                                                                                                                                                                                                | Equipo de trabajo<br><br>Logística para la validación de rutas<br><br>Registro fotográfico<br><br>Registro audiovisual<br><br>Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                              |
|              | 2.13.3. Diseñar un portafolio de las rutas turísticas identificadas.                                          | Diseño y entrega del portafolio de las rutas identificadas                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                              |
|              | 2.14. Diseñar y graficar los productos turísticos, identificando en ello los atractivos turísticos relevantes | 2.14.1. Diseñar y graficar los productos turísticos identificados con todos sus componentes evaluados y valorizados, teniendo en cuenta el resultado que arrojen los talleres de validación; allí se deben delimitar las rutas turísticas, que consolide las potencialidades de la Provincia Márquez y que contengan la diagramación de las mismas con | Diseñar y graficar los productos turísticos identificados con todos sus componentes evaluados y valorizados, teniendo en cuenta el resultado que arrojen los talleres de validación; allí se deben delimitar las rutas turísticas, que consolide las potencialidades de la Provincia Márquez y que contengan la diagramación de las mismas con los atractivos, operadores, actividades y servicios disponibles. |                                                                                                                                                                              |
|              |                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Un (1) documento que contenga el gráfico por cada producto turístico identificado, con todos sus componentes evaluados y valorizados y, delimitación de las rutas turísticas |





| OBLIGACIONES                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                              | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                              | ENTREGABLES                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                       | los atractivos, operadores, actividades y servicios disponibles.                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                         |
| 2.15. Determinar las necesidades de intervención pública y privada e identificar las fuentes de financiación para los proyectos de intervención para la implementación de los productos identificados | 2.15.1. Determinar las necesidades de intervención pública y privada como propuesta de mejoramiento e identificación de las fuentes de financiación para los proyectos de intervención para la implementación de los productos identificados | Identificadas las necesidades de intervención y mejoramiento, establecer las acciones público privadas que deben realizarse para el mejoramiento e intervención que permitan la puesta en funcionamiento con calidad y sostenibilidad de los productos identificados; así mismo, identificar las fuentes de financiación que permitan apalancar dichas acciones o proyectos. | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del proyecto                                                                        | Un (1) documento con la determinación de las necesidades de intervención pública y privada como propuesta de mejoramiento e identificación de las fuentes de financiación para los proyectos propuestos |
| 2.16. Diseñar los guiones temáticos sugeridos para la operación de la Provincia                                                                                                                       | 2.16.1. Producir y diseñar los guiones temáticos sugeridos para la operación de la Provincia.                                                                                                                                                | A partir de las temáticas relacionadas a los atractivos y actividades de la oferta turística identificada, diseñar guiones de manera participante para ser integrados en el diseño de producto                                                                                                                                                                               | Documentos y/o fuentes que relacionan aspectos culturales, históricos, entre otros del patrimonio que pueda integrarse al diseño del | Un (1) documento con el diseño de los guiones temáticos sugeridos para la operación de la Provincia                                                                                                     |



| OBLIGACIONES                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                             | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                 | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                                                                                                 | ENTREGABLES                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | producto<br>turístico<br><br>Herramientas<br>ofimáticas<br><br>Equipo de<br>trabajo del<br>Proyecto                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                               |
| 2.17. Elaborar un manual de operaciones y protocolos de servicios para los recorridos | 2.17.1. Elaborar un manual de operaciones y protocolos de servicios para los recorridos. El propósito es estandarizar la operación de los recorridos de las rutas diseñadas, y que esto sirva como herramienta para la implementación de los recorridos desde las administraciones locales. | A partir de la definición de rutas (2.13.1), se establecerán los protocolos de operación teniendo en cuenta las condiciones mínimas para la prestación de servicios de calidad y de forma sostenible; además del contexto y capacidad operacional del territorio y sus actores.                        | Herramientas<br>ofimáticas<br><br>Equipo de<br>trabajo del<br>Proyecto<br><br>Guía de<br>buenas<br>prácticas<br>para<br>prestadores<br>de servicios<br>turísticos de<br>turismo de<br>naturaleza        | Un (1) manual de operaciones y protocolos de servicios para los recorridos                                                                                                                                    |
| 2.18. Realizar dos (2) talleres de apropiación de los productos identificados         | 2.18.1. Realizar dos (2) talleres de apropiación de los productos turísticos identificados con los actores de la Provincia, dando lineamientos para su comercialización a partir del diseño de paquetes turísticos.                                                                         | Convocatoria y realización de dos (2) talleres dirigidos a los miembros del Consejo Provincial de Turismo y actores relacionados a la actividad turística (grupos de interés); con el propósito de diseñar paquetes turísticos relacionados a las temáticas y conceptualización del producto turístico | Convocatoria<br>participación<br>de talleres<br><br>Espacio de<br>encuentro<br>(virtual y/o<br>presencial)<br><br>Equipo de<br>trabajo del<br>proyecto<br><br>Equipos<br>audiovisuales<br>, papelería y | Un (1) documento que contenga los resultados de dos (2) talleres de apropiación de los productos identificados, con sus respectivos soportes a través de actas, registros fotográficos y listas de asistencia |



| OBLIGACIONES                                                     |                                                                                                                                                         | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                               | INSUMOS<br>(Materiales<br>y/o recursos)                              | ENTREGABLES                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                  |                                                                                                                                                         | <p>de la provincia, para su apropiación y dinamización.</p> <p>En el marco de estos talleres, se socializarán los insumos que hasta este componente se han logrado en la conceptualización de producto turístico.</p> <p>Organización y logística necesaria para la realización del taller de apropiación de acuerdo con las condiciones exigidas en el contrato</p> | material de apoyo                                                    |                                                                                                                                         |
| 2.19. Diseñar un manual que contenga las medidas de bioseguridad | 2.19.1. Diseñar un (1) manual de bioseguridad que contemple estrategias post pandemia para la implementación de los productos turísticos identificados. | Identificación de las medidas de bioseguridad que deban implementarse en la Provincia de Márquez de acuerdo a la normatividad departamental y nacional, así como las estrategias post pandemia y de contextos del territorio, que permitan diseñar un manual de bioseguridad                                                                                         | <p>Herramientas ofimáticas</p> <p>Equipo de trabajo del proyecto</p> | Un (1) manual de bioseguridad, que contemple estrategias post pandemia para la implementación de los productos turísticos identificados |

#### **ETAPA IV – Componente de marketing del diseño de producto turístico para el destino Provincia de Márquez**

Esta etapa comprende el desarrollo metodológico del componente de marketing donde se establecen actividades respecto al diseño de imagen de la marca de manera participativa y la producción de material audiovisual y fotográfico que será un insumo necesario para la promoción del producto turístico de la Provincia de Márquez.

Tabla 4 Ejecución - Etapa IV

| <b>OBLIGACIONES</b>                                                        |                                                                                                                                               | <b>DESARROLLO METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o recursos)                                                                                                                                                                         | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.20. Diseñar la imagen de marca de los productos turísticos identificados | 2.20.1. Diseñar la imagen de marca de los productos a partir de la realización de un (1) taller con actores turísticos relevantes de la zona. | Convocatoria y realización de un (1) taller con miembros del Consejo Provincial de Turismo de Márquez para identificar conceptos y elementos inspiradores y relevantes relacionados con su temática como insumo para la creación de la imagen de marca de los productos turísticos identificados<br><br>Organización y logística necesaria para la realización del taller de acuerdo con las condiciones exigidas en el contrato<br><br>Diseño de la imagen de marca de los productos turísticos establecidos | Convocatoria participación de taller<br><br>Espacio de encuentro (virtual y/o presencial) para realizar el taller<br><br>Equipos audiovisuales, papelería y material de apoyo<br><br>Equipo de trabajo del proyecto | Un (1) documento que contenga los resultados del taller de construcción participativa de la Marca de la Provincia, con sus soportes, a través de actas, registros fotográficos, listas de asistencia, entre otros<br><br>Un (1) documento, Imagen diseñada de cada producto turístico identificado, prototipos, construcción de la imagen, objetivos de comunicación, diseño y selección de prototipos de la imagen del producto turístico. |



| <b>OBLIGACIONES</b>                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                   | <b>DESARROLLO<br/>METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                               | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o<br>recursos)                 | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.21. Elaborar el manual de imagen corporativa                                                                                                    | 2.21.1. Elaborar el manual de imagen corporativa que incorpore el diseño de las piezas publicitarias y/o publicidad alternativa BTL, presentación de campaña.                                                     | Elaborar el manual de imagen corporativa incluyendo modelos para aplicaciones web, merchandising desde el diseño de modelos de piezas publicitarias                                                                                                                                                                          | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del proyecto  | Un (1) documento que contenga el manual de imagen corporativa,                                                           |
| 2.22. Elaborar video por cada ruta turística definida.                                                                                            | 2.22.1. Elaborar un (1) video por cada ruta turística con sus respectivas fotografías en alta resolución.                                                                                                         | Producción y realización de material audiovisual y fotográfico de alta calidad que logre comunicar las temáticas y rutas a las rutas que conforman el diseño de producto turístico de la Provincia                                                                                                                           | Equipamiento audiovisual<br><br>Equipo de trabajo del proyecto | Un (1) video por cada ruta turística con sus respectivas fotografías en alta resolución,                                 |
|                                                                                                                                                   | 2.22.2. Elaborar un (1) video sin fin, donde se involucren todas las rutas turísticas definidas en los productos turísticos identificados.                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Programas de postproducción                                    | Un (1) video sin fin, donde se involucren todas las rutas turísticas definidas en los productos turísticos identificados |
| 2.23. Plantear y definir un plan de mercadeo que contenga estrategias de comercialización por cada uno de los productos turísticos identificados. | 2.23.1. Plantear, definir y presentar un (1) plan de mercadeo para cada uno de los productos turísticos identificados, que contenga estrategias de comercialización para los prestadores de servicios turísticos. | Plantear y definir el plan de mercadeo para cada uno de los productos turísticos identificados con estrategias de comercialización para los prestadores de servicios turísticos; este plan integra a las instituciones aliadas que aportan en la gestión y fortalecimiento del producto turístico de la Provincia de Márquez | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del proyecto  | Un (1) plan de mercadeo con énfasis en comercialización y ventas para cada uno de los productos turísticos identificados |




**ETAPA V – Gestión, desarrollo y seguimiento del producto turístico**

Durante esta etapa se establecen una serie de actividades que permiten una adecuada gestión, desarrollo y seguimiento por parte de las entidades territoriales y actores relacionados al producto turístico diseñado en el marco del proyecto.

Tabla 5 Ejecución - Etapa V

| <b>OBLIGACIONES</b>                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>DESARROLLO<br/>METODOLÓGICO<br/>(Actividades, medios y<br/>procedimiento)</b>                                                                  | <b>INSUMOS<br/>(Materiales<br/>y/o recursos)</b>                                                                                                                                     | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.24.<br>Conformar un comité local para la gestión y desarrollo de los productos turísticos identificados                                   | 2.24.1.<br>Gestionar y conformar un comité local para la gestión y desarrollo de los productos turísticos identificados de la Provincia Márquez, sus integrantes deben ser actores públicos y privados de los municipios que conforman la Provincia de Márquez. | Concertar en reunión de Consejo Provincial de Turismo de Márquez compromisos para la gestión y seguimiento del producto turístico de la provincia | Espacio de encuentro (virtual y/o presencial) para la sesión de consejo provincial<br><br>Equipos audiovisuales, papelería y material de apoyo<br><br>Equipo de trabajo del proyecto | Acta de reunión en la que el Consejo Provincial de Turismo de Márquez establece los compromisos para la gestión y seguimiento del producto turístico de la Provincia |
| 2.25.<br>Construir documento de gestión donde se incluya plan de trabajo para la puesta en marcha de los productos turísticos identificados | 2.25.1. Crear un (1) documento de gestión, plan de trabajo, con el objetivo de establecer la puesta en marcha de los productos turísticos identificados.                                                                                                        | Elaborar documento plan de trabajo que establezca las actividades necesarias para la puesta en marcha del producto turístico identificado         | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del proyecto                                                                                                                        | Un (1) documento de gestión y un plan de trabajo, con el objetivo de establecer la puesta en marcha de los productos turísticos identificados                        |
| 2.26. Generar un cronograma de seguimiento y plan de                                                                                        | 2.26.1.<br>Establecer un (1) cronograma de seguimiento y plan de acción con                                                                                                                                                                                     | Establecer el cronograma de seguimiento y plan de acción con responsables, tiempos y proyección del plan                                          | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del proyecto                                                                                                                        | Un (1) cronograma de seguimiento y plan de acción con responsables, tiempos y proyección                                                                             |



| <b>OBLIGACIONES</b>                                                                      |                                                                                                                                                                                                | <b>DESARROLLO<br/>METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios y<br>procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales<br>y/o recursos)                                                                                                                                                 | <b>ENTREGABLES</b>                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| acción con responsables, tiempos y proyección.                                           | responsables, tiempos (cronograma) y proyección.                                                                                                                                               | de trabajo establecido en el numeral 2.25                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                  |
| 2.27.<br>Consolidar y validar el plan de trabajo y plan de acción                        | 2.27.1.<br>Consolidar y validar el plan de trabajo y plan de acción, a través de un (1) taller con representantes del ente territorial, miembros del comité conformado y Fontur                | Mediante convocatoria del Consejo Provincial de Turismo de Márquez realizar taller con la participación de los miembros del Consejo, Representantes de los entes territoriales y delegado de comité de seguimiento de Fontur para la validación del plan de trabajo y plan de acción<br>Organización y logística necesaria para la realización del taller de validación de acuerdo con las condiciones exigidas en el contrato | Espacio de encuentro (virtual y/o presencial)<br><br>Convocatoria participación de talleres<br><br>Equipos audiovisuales, papelería y material de apoyo<br>Equipo de trabajo del proyecto      | Un (1) documento que contenga los resultados del taller de validación del plan de trabajo y plan de acción                                                                                                       |
| 2.28.<br>Socializar los productos turísticos definitivos con gestores y público objetivo | 2.28.1. Llevar a cabo la socialización definitiva de los productos turísticos con los gestores, actores involucrados y público objetivo, con la intención de dar a conocer el resultado final. | Realizar convocatoria de socialización definitiva del producto turístico de la provincia de Márquez dirigida a instituciones y entes territoriales, prestadores de servicios turísticos, Consejo provincial de Turismo de Márquez y grupos de interés<br>Organización y logística necesaria para la realización de la jornada de socialización de acuerdo con las condiciones exigidas en el contrato                          | Espacio de encuentro (virtual y/o presencial)<br><br>Convocatoria participación de socialización<br><br>Equipos audiovisuales, papelería y material de apoyo<br>Equipo de trabajo del proyecto | Un (1) documento que contenga los resultados del taller de socialización de los productos turísticos definitivos, con sus soportes, a través de actas, registros fotográficos, listas de asistencia, entre otros |



### ETAPA VI – Diagramación y entrega de documentos finales

Durante esta etapa y de manera periódica se realizan reuniones de seguimiento con el fin de conocer el avance de las actividades contractuales y presentar los informes correspondientes. Además, se realiza la consolidación y diagramación del documento de diseño de producto turístico, con el fin de hacer su entrega en versión digital e impresa a los municipios que hacen parte del proyecto

Al finalizar se entrega un informe final que consolida el desarrollo de las actividades del objeto contractual y sus alcances.

Tabla 6 Ejecución - Etapa VI

| OBLIGACIONES                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                  | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                                                                                                                                                                               | INSUMOS<br>(Materiales y/o<br>recursos)                                           | ENTREGABLES                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.29.<br>Diagramar<br>e imprimir<br>el<br>documento<br>que<br>contempla<br>los<br>productos<br>turísticos<br>definitivos | 2.29.1.<br>Consolidar,<br>organizar e<br>imprimir para<br>cada uno de los<br>nueve (9)<br>municipios<br>participantes, el<br>documento de los<br>productos<br>turísticos de la<br>Provincia de<br>Márquez.                                                                       | Consolidación y<br>diagramación de<br>documento que<br>contenga el diseño de<br>producto turístico de<br>la Provincia de<br>Márquez<br><br>Entrega del<br>documento en versión<br>digital y en impresión<br>a full color en papel<br>bond de 60 gramos<br>contenidos cada uno<br>en carpeta AZ y cd<br>con la compilación<br>completa de los<br>resultados obtenidos | Herramientas<br>ofimáticas<br><br>Material<br>impreso<br><br>Equipo de<br>trabajo | Un (1) documento<br>digital de los<br>productos<br>turísticos<br>identificados de la<br>Provincia de<br>Márquez<br><br>Nueve (9)<br>documentos<br>impresos de los<br>productos<br>turísticos<br>identificados de la<br>Provincia de<br>Márquez |
| 2.30.<br>Entregar<br>los<br>productos<br>turísticos<br>definitivos                                                       | 2.30.1. Realizar la<br>entrega del<br>documento final<br>que demuestre el<br>desarrollo de cada<br>una de las<br>actividades<br>contractuales. Así<br>mismo, que<br>contenga los<br>productos<br>turísticos de la<br>Provincia de<br>Márquez, así<br>como toda la<br>información | Consolidar la<br>información en un<br>documento final que<br>contenga toda la<br>información generada<br>en el proceso de<br>construcción (guiones,<br>fotografías en alta<br>resolución, videos y<br>demás materiales<br>generados en el<br>proceso), principales<br>resultados,<br>generalidades,<br>hallazgos con mayor<br>incidencia,                            | Herramientas<br>ofimáticas<br><br>Equipo de<br>trabajo del<br>proyecto            | Un (1) informe<br>final que<br>demuestre el<br>desarrollo de cada<br>una de las<br>actividades<br>contractuales                                                                                                                                |



| <b>OBLIGACIONES</b>                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | <b>DESARROLLO<br/>METODOLÓGICO</b><br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)                                                                                                                                    | <b>INSUMOS</b><br>(Materiales y/o<br>recursos)                | <b>ENTREGABLES</b>                                                                             |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                              | generada en el proceso de construcción (guiones, fotografías en alta resolución, videos y demás materiales generados en el proceso), principales resultados, generalidades, hallazgos con mayor incidencia, limitaciones y soluciones, conclusiones, recomendaciones, entre otra información que se considere importante incluir, y que defina el Comité de Seguimiento. | limitaciones y soluciones, conclusiones, recomendaciones, entre otra.                                                                                                                                             |                                                               |                                                                                                |
| 2.31.<br>Reuniones mensuales y reunión final | 2.31.1. Participar mínimo en una reunión mensual de Comité de seguimiento, virtual o presencial según lo estipulen las partes, con el propósito de subsanar las posibles dificultades, conocer los avances y el estado de ejecución del contrato, en las que se deberá                                                                                                   | Consolidar y sistematizar los avances del periodo y presentar los informes mensuales respectivos ante el comité de seguimiento.<br><br>Participar en las reuniones mensuales citadas por el comité de seguimiento | Herramientas ofimáticas<br><br>Equipo de trabajo del Proyecto | Informe mensual de avance que presente las actividades realizadas y los resultados encontrados |



| OBLIGACIONES |                                                                                                                     | DESARROLLO<br>METODOLÓGICO<br>(Actividades, medios<br>y procedimiento)          | INSUMOS<br>(Materiales y/o<br>recursos)                                                                                                | ENTREGABLES                                                                                  |
|--------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | entregar el correspondiente informe mensual que presentará las actividades realizadas y los resultados encontrados. |                                                                                 |                                                                                                                                        |                                                                                              |
|              | 2.31.2 Participar en una reunión de cierre                                                                          | Participación en reunión de cierre convocada a través del comité de seguimiento | Herramientas para reunión virtual y equipos de oficina<br><br>Equipo de trabajo del proyecto<br><br>Comité de seguimiento del contrato | Lista de asistencia e informe o acta sobre la reunión de cierre con el Comité de Seguimiento |





MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

# Capítulo 2

IDENTIFICACIÓN DE ATRACTIVOS, ANÁLISIS DEL CONTEXTO Y  
LINEAMIENTOS PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA  
DE LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ



EJECUTADO POR:

**FONTUR**  
COLOMBIA



Fundaculta



CultivaTerritorio  
S.A.S.



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA



## CAPITULO 2

### 2.1 Inventario turístico municipio Ramiriquí

#### 2.1.1 Presentación

El inventario turístico, es una de las herramientas de mayor relevancia en el proceso de planificación turística, ya que ofrece información actualizada para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado en los niveles nacional y regional. Además de ser una prioridad establecida tanto en la Ley 300 de 1996, como en las Leyes 1101 de 2006, ley 1558 de 2012 y 2068 de 2020.

La información organizada en este documento, hace parte del trabajo de investigación documental y de campo con fuentes primarias y secundarias, que logran plasmar una actualización y valoración de los activos territoriales de tipo atractivos turísticos representativos del municipio de Ramiriquí como base para la planificación, organización y diseño del producto turístico de la Provincia de Márquez en el marco de la ejecución del contrato FNTCE-069-2022 suscrito entre FONTUR y la UNIÓN TEMPORAL BOYACÁ FC.

Para realizar el inventario se utilizó la “Metodología para la elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos 2020”, planteada por el Viceministerio de Turismo de Colombia; la cual, clasifica en dos grandes grupos a los bienes y atractivos turísticos: Patrimonio Cultural y Sitios Naturales. Para efectos de la presentación de los resultados se presentarán en cuatro grupos: patrimonio cultural material, patrimonio cultural inmaterial, festividades y eventos y sitios naturales.

#### 2.1.2 Metodología

El procedimiento metodológico se desarrolló en cinco momentos:

- I. Definición del equipo interdisciplinar y diseño de los formatos/fichas técnicas a diligenciar para realizar el levantamiento del inventario turístico.
- II. Levantamiento de información de fuentes secundarias y diagnóstico del municipio.
- III. Validación preliminar de recursos y atractivos, mediante reunión de socialización y concertación con la persona delegada como enlace por la administración municipal y/o actores locales.
- IV. Orientaciones y seguimiento de avances a los 7 profesionales del sector que conforman el equipo de campo y que realizan visitas de levantamiento a todos los atractivos y/o recursos identificados.
- V. Trabajo de campo por parte del equipo técnico profesional, para el reconocimiento y valoración de recursos y atractivos de interés turístico de cada uno de los municipios que se integran al proyecto.





- VI. Aplicar y diligenciar la ficha metodológica de inventarios turísticos establecida por el MinCIT para identificar atractivos y recursos turísticos de cada uno de los 9 municipios mediante trabajo de campo realizado por el equipo contratista.
- VII. Sistematización, verificación y consolidación de informes por Municipio.

### 2.1.3 Relación del inventario turístico del municipio de Ramiriquí

Una vez realizadas las tres primeras fases metodológicas del levantamiento del inventario turístico, se realizó la visita in situ a cada uno de los lugares identificados en el trabajo de validación y de revisión documental. Como resultado surgieron los siguientes recursos y/o atractivos turísticos (tabla 7):

Tabla 7 Recursos/Atractivos turísticos del municipio de Ramiriquí

| DEPARTAMENTO | MUNICIPIO | ATRATIVOS/RECURSOS  |                       |                        |                  | TOTAL |
|--------------|-----------|---------------------|-----------------------|------------------------|------------------|-------|
|              |           | PATRIMONIO CULTURAL |                       |                        | SITIOS NATURALES |       |
|              |           | PATRIMONIO MATERIAL | PATRIMONIO INMATERIAL | FESTIVIDADES Y EVENTOS |                  |       |
| Boyacá       | Ramiriquí | 11                  | 3                     | 4                      | 2                | 20    |

Fuente: UT BOYACÁ FC, 2022.

### Patrimonio Cultural Material

Tabla 8 Patrimonio Cultural Material. Bienes Culturales Inmuebles y Muebles

| No | Nombre                                                 | Código           | Calificación | Ubicación | Georreferenciación                  |
|----|--------------------------------------------------------|------------------|--------------|-----------|-------------------------------------|
| 1  | Capilla del Buen Consejo                               | 15.599.1.1.3.1.1 | 70           | Urbano    | 5°24'7,99597"N<br>73°20'10,21881"W  |
| 2  | Capilla del Alto de la Cruz                            | 15.599.1.1.3.1.2 | 66           | Rural     | 5°23'25,43552"N<br>73°19'21,80672"W |
| 3  | Capilla de los Tunos                                   | 15.599.1.1.3.1.3 | 70           | Rural     | 5°22'6,58574"N<br>73°19'54,42847"W  |
| 4  | Parroquia Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá   | 15.599.1.1.3.2   | 76           | Urbano    | 5°24'2,88113"N<br>73°20'6,81639"W   |
| 5  | Parque José Ignacio de Márquez                         | 15.599.1.2.2.    | 79           | Urbano    | 5°24'3,97"N<br>73°20'7,11"W         |
| 6  | Lito Tallado - Parque José Ignacio de Márquez          | 15.599.1.4.4.1   | 54           | Urbano    | 5°24'3,55"N<br>73°20'7,99"W         |
| 7  | Litos Tallados - carretera Tunja-Ramiriquí             | 15.599.1.4.4.2   | 61           | Rural     | 5°24'58,46"N<br>73°20'49,50"W       |
| 8  | Pictografías y Petroglifos (Cueva de los Jeroglíficos) | 15.599.1.4.4.3   | 70           | Rural     | 5°24'49,43"N<br>73°19'30,84"W       |
| 9  | Parque Ecológico OASIS el Endrinal                     | 15.599.1.1.4.5   | 76           | Rural     | 5°22'58,84"N<br>73°19'44,14"W       |
| 10 | Museo Privado Casa del Balcón Rojo                     | 15.599.1.5.1.    | 82           | Urbano    | 5°24'3,23228"N<br>73°20'7,60426"W   |
| 11 | Estatua Mauricio Soler                                 | 15.599.1.5.2.3.3 | 76           | Urbano    | 5°24'4,49"N<br>73°20'7,51"W         |

Fuente: UT BOYACÁ FC, 2022.



## Patrimonio Cultural Inmaterial

Tabla 9 Patrimonio Cultural-Patrimonio Inmaterial

| No | Nombre                      | Código          | Calificación | Ubicación    | Georreferenciación          |
|----|-----------------------------|-----------------|--------------|--------------|-----------------------------|
| 1  | Arepas de maíz              | 15.599.1.6.2    | 82           | Urbano-Rural | 5°24'4.48"N - 73°20'5.28"W  |
| 2  | Saberes de Cestería (Gaita) | 15.599.1.6.10.1 | 82           | Urbano-Rural | 5°24'4.02"N - 73°20'7.12"W  |
| 3  | Saberes de Fique            | 15.599.1.6.10.2 | 82           | Urbano-Rural | 5°24'4.48"N - 73°19'56.10"W |

Fuente: UT BOYACÁ FC, 2022.

## Patrimonio Cultural Festividades y Eventos

Tabla 10 Patrimonio Cultural-Festividades y Eventos

| No | Nombre                                    | Código           | Calificación | Ubicación | Características                                                                                                                                               |
|----|-------------------------------------------|------------------|--------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1  | Festival internacional del Maíz           | 15.599.1.7.2.9   | 88           | Urbano    | Festival con el fin de resaltar las tradiciones culinarias en torno al maíz y a su producto insignia la arepa de mantequilla.                                 |
| 2  | Fiesta de los Tunos (Sr de los Alabastos) | 15.599.1.7.3.3.  | 62           | Rural     | En una capilla en el sitio conocido como los Tunos se da lugar a la veneración que se realiza durante cerca de 454 años con romerías con creencias religiosas |
| 3  | Festival de cometas                       | 15.599.1.7.1.5   | 61           | Urbano    | En el concurso participan las siguientes categorías: cometas Artesanal, Comercial, la cometa más grande y la familia más numerosa                             |
| 4  | Concurso de declamación el verso de oro   | 15.599.1.7.1.5.1 | 88           | Urbano    | En este concurso se dan a conocer las aptitudes de la poesía Lírica y costumbrista                                                                            |

Fuente: UT BOYACÁ FC, 2022.

## Sitios Naturales

Tabla 11 Sitios Naturales

| No | Nombre                  | Código        | Calificación | Ubicación | Georreferenciación           |
|----|-------------------------|---------------|--------------|-----------|------------------------------|
| 1  | Cascada Agua Blanca     | 15.599.2.5.1  | 69           | Rural     | 5°21'37.99"N - 73°20'34.39"W |
| 2  | Cueva de las Guacamayas | 15.599.2.12.1 | 66           | Rural     | 5°21'17.42"N- 73°17'38.18"W  |

Fuente: UT BOYACÁ FC, 2022.

## 2.1.4 Conclusiones

El municipio de Ramiriquí cuenta con un Total de 20 fichas que identifican a los diferentes atractivos y recursos inventariados en el mismo; de estos ninguno tiene una valoración menor a 50 puntos; así



mismo 7 de estas fichas identifican recursos con valoración entre 51 y 69 puntos, los cuales requieren intervenciones de mejora y/o de preparación en infraestructura, señalética o mobiliario, de accesibilidad, o de administración u operación para conversión a atractivo y su integración en oferta; así mismo, 6 fichas nos permiten identificar atractivos que por su valoración superior a 80 puntos, cuentan con las mejores condiciones para integrarse a la oferta, sin dejar de mejorar sus condiciones para su puesta en operación; es pertinente aclarar que teniendo en cuenta elementos tangibles e intangibles valorados por el equipo de profesionales, tales como su puesta en valor patrimonial, situaciones de infraestructura, capacidad operacional, administrativa, de seguridad, de conservación, de manejo sostenible e integrados a procesos de declaratoria o de herramientas de planificación, sólo los sitios de interés, experiencias o actividades valoradas por encima de 85 puntos nos permiten considerarlas como atractivos con mejores posibilidades de integración a oferta turística actual y/o potencial.

Se recomienda tener presente este tipo de herramientas en los procesos de intervención, planeación y/o gestión para la oferta turística del destino. Así como también, velar por su permanente actualización en la medida en que los mismos tengan modificaciones o cambios en el tiempo, ya que obedecen a sinergias y dinámicas sociales, culturales, políticas, ambientales y de contextos de evolución del destino.

**En el anexo No 1 se encuentra las fichas correspondientes al inventario de Ramiriquí (ver en medio magnético- CD con anexos)**

## **2.2 Definición del perfil del visitante y nichos de mercado del municipio de Ramiriquí**

### **2.2.1 Metodología**

Con el objetivo de determinar el perfil del visitante desde la oferta del municipio de Ramiriquí - Boyacá en la Provincia de Márquez, se realizaron tres fases de investigación; la primera corresponde a la etapa documental, donde se realizó el análisis de fuentes de información secundaria, teniendo en cuenta que esta información no existe relacionada de manera específica a cada uno de los municipios de este estudio, se analiza en relación con la provincia; la segunda concierne a la fase cuantitativa, donde se recolectaron los datos mediante el diseño y aplicación de encuestas para los prestadores de Servicio Turísticos con Registro Nacional de Turismo (RNT) activo y otros prestadores como establecimientos gastronómicos y de artesanías, los cuales no están obligados a contar con RNT; sin embargo, se aplica la encuesta, ya que hacen parte de la cadena de valor del turismo; y la tercera fase, consistió en el análisis de datos y presentación de los resultados de la investigación, para lograr así determinar de manera específica mediante este método información a la medida de cada uno de los municipios objeto de estudio de la provincia de Márquez.

### **Principales variables del estudio**

Con respecto a la determinación del perfil de visitante, se tienen en cuenta características de hábitos viajeros, duración y motivación para visitar, procedencia, actividades turísticas predominantes,



tiempo de visita, medio de transporte, grupo de viaje, entre otros aspectos que permiten identificar las particularidades

### Período de recolección

Las encuestas se aplicaron desde el día 14 del mes de mayo y hasta el día 6 de julio del año 2022; con presencia de los encuestadores, de acuerdo con disponibilidad de los prestadores de servicios turísticos.

### Trabajo de campo

Corresponde al proceso de recolección de información por parte de un equipo de encuestadores idóneos, quienes son personas con formación profesional universitaria, con experiencia en recolección de datos y en procesos de investigación de mercados y una sólida formación que permite garantizar la calidad de los datos recolectados.

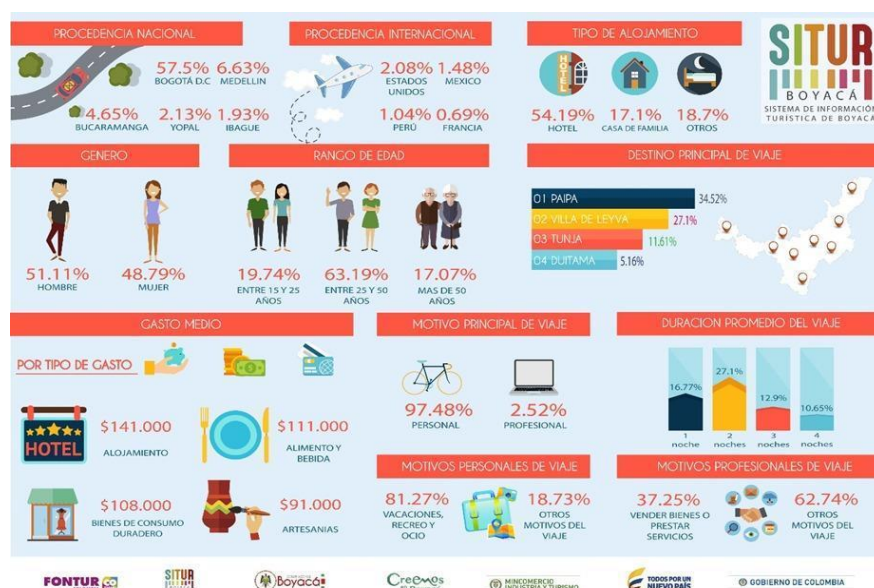
La aplicación del instrumento se hace mediante entrevista directa, generando la ventaja de reducción a la no respuesta, además permite realizar aclaraciones que el prestador de servicio turístico requiera.

### Instrumentos de recolección de información

Se diseñó una encuesta, dirigida a los prestadores de servicios turísticos con RNT activo y otros que hacen parte de la cadena de valor del turismo, para el análisis de las características socio demográficas, hábitos de viaje, duración y motivación para visitar, actividades turísticas predominantes, temporada de visita, medio de transporte, grupo de viaje, entre otros aspectos relacionados.

## 2.2.2 Perfil del Turista que llega al Departamento de Boyacá

Gráfico 1 Perfil del Turista que Llega al Departamento de Boyacá



Fuente: Situr Boyacá 2021



De acuerdo con los datos del Sistema de Información Turística (SITUR) 2018 tomando como referente, datos del desarrollo del turismo antes de la pandemia (Covid-19), se conoce que el perfil de turistas en Boyacá es de procedencia nacional con destino principalmente hacia Paipa, Villa de Leyva, Tunja y Duitama, de género en un 51% hombres y en un 49% mujeres; que oscilan en edades entre 25 y 50 años, quienes viajan por motivos personales principalmente a vacaciones, recreo y ocio; dispuesto a gastar aproximadamente \$451.000 por concepto de alojamiento, alimentación, bienes de consumo duradero y artesanías; con una permanencia promedio de dos días en el destino.

### 2.2.3 Perfil del visitante y turista que frecuenta la Provincia de Márquez

Con el objetivo de recolectar datos de calidad, que brinden información actualizada y datos suficientes para sistematizar y hacer un análisis ajustado a la realidad del sector, se realizaron tres estrategias que permitieron hacer el diagnóstico del mercado turístico de la provincia y determinar su perfil de visitante y turista. Una de las dificultades del sector turismo a nivel nacional, es la falta de estadísticas referentes a la oferta y demanda. En Boyacá los datos del SITUR con la Información estadística de los indicadores departamentales se recolectaron y publicaron hasta el año 2019, sin embargo, la Secretaría de Turismo de Boyacá cuenta con el registro actualizado de turistas en los Puntos de Información Turística PIT's, de los cuales los datos que se presentan para los PIT'S de Ventaquemada y Aquitania han sido de gran ayuda para las estimaciones que se hacen en este estudio. Es por esto que, considerando estas dificultades, los instrumentos diseñados buscaron sistematizar la información que los prestadores de servicios turísticos de la provincia conocen de primera mano desde su experiencia.

En el estudio de Cabra et al. (2020) se menciona que el perfil de los visitantes del departamento de Boyacá se constituye especialmente por familias, las cuales provienen mayoritariamente de Bogotá (38%), Llanos Orientales (14%), Santander (11%), Eje Cafetero (10%), Antioquia (9%), otros lugares de Colombia (12%) y extranjeros con un (6%) de países como Estados Unidos, Alemania, España, Austria, Chile. Estos datos coinciden de manera general con las cifras reportadas desde el punto de información turística PIT ubicados en los puntos de Aquitania y Ventaquemada.

*Tabla 12 Origen de visitantes en el PIT Ventaquemada - Aquitania*

|      | BOGOTÁ | BOYACÁ | CUNDINAMARCA | ANTIOQUIA | OTROS |
|------|--------|--------|--------------|-----------|-------|
| 2019 | 43%    | 23%    | 5.6%         | 4.8%      |       |
| 2020 | 52%    | 10,6%  | 5,3%         | 4,8%      |       |
| 2021 | 58,6%  | 6,7%   | 6,2%         | 6,2%      |       |

Los últimos datos registrados en el SITUR corresponden al año de 2018 y considerando que justamente son colectados un año antes de la pandemia, se pueden tomar como una referencia, considerando que los años 2020, 2021 corresponden a la anormalidad vivida con la emergencia sanitaria. Según datos del SITUR el departamento de Boyacá contaba en 2018 con 11.362



habitaciones en alojamientos turísticos, un 36,81 % de ocupación y un flujo de turismo receptor de 6.242 turistas.

Según cifras de la Cámara de Comercio, en Boyacá hay 2.115 registros ACTIVOS con RNT, de los cuales 65 hacen parte de los 9 municipios del proyecto. Hay 1.167 establecimientos de Alojamiento con RNT activos en el departamento y 37 en los nueve (9) municipios del proyecto (registro Cámaras de Comercio 2021)

En total, el Departamento de Boyacá a cierre del año 2021 registró 15.660 habitaciones y 26.801 camas (CITUR, 2021). La ocupación hotelera para el 2020, en baja afluencia por contingencia sanitaria de COVID, fue de 16.93% y en el 2021 fue de 31,78% (Cotelco 2021).

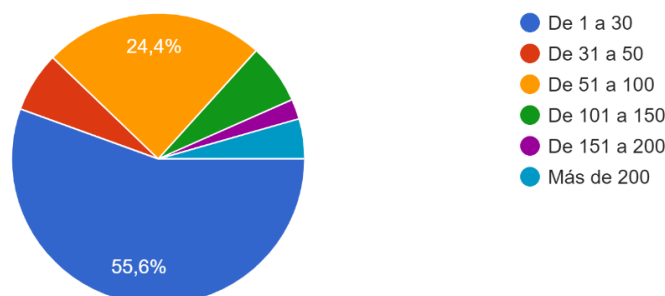
Al respecto, MINCIT - Ministerio de Comercio (2021) ha proyectado que para el 2022 el sector turismo pasa de la reactivación al crecimiento sostenido, estimando que el número de visitantes extranjeros alcance este año los 3,1 millones, un 49% más que en 2021, así mismo que el número de viajeros internos proyectado es de 13,5 millones, un 36 % por encima del año pasado. Una de las evidencias del incremento no solo de la demanda, sino de la oferta, es que el número de prestadores de servicios en el Registro Nacional de Turismo (RNT) aumentó de manera histórica a pesar de la pandemia, pasando de 43.209 a 54.281 entre 2019 y 2021, evidenciando un incremento del 25,6 % (MINCIT - Ministerio de Comercio, 2021)

Para la Provincia de Márquez no se cuentan con datos exactos, sin embargo, de acuerdo con los instrumentos aplicados con los prestadores de servicios turísticos de alojamiento, se pueden estimar que la provincia cuenta con aproximadamente 360 habitaciones en establecimientos registrados con RNT; cifras que, para un destino emergente en la actividad turística, al igual que su incremento en oferta de establecimientos de gastronomía, puede seguir creciendo si su tendencia es directamente proporcional al incremento de flujo de visitantes que cada año llegan a este destino.

*Gráfico 2 Ocupación hotelera en el departamento de Boyacá*

4.2 Entre el 01 de enero y el 31 de mayo de 2022, ¿Cuántas personas se hospedaron en el alojamiento?

45 respuestas



Teniendo en cuenta que las ocupaciones más altas, según PST de alojamiento, se registran para temporadas de Fin de año, festivales y ferias (87%), dejando una ocupación baja (entre 22 y 26%)

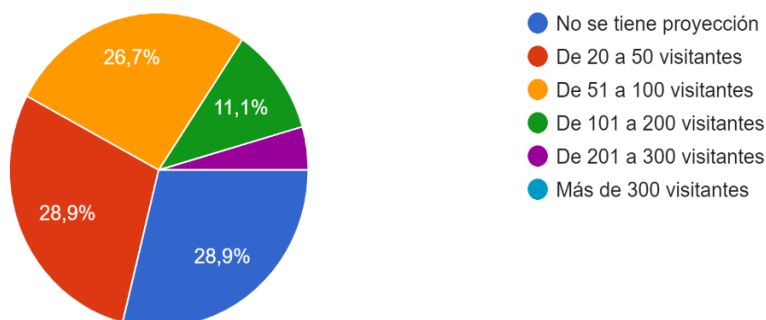


respectos al número de camas registradas para la provincia (360), según datos RNT 2022, las ocupaciones registradas en la encuesta obedecen especialmente al promedio de ocupación que estos alojamientos registran durante el primer semestre del año.

*Gráfico 3 Proyección demanda en el departamento de Boyacá*

4.7 ¿Qué proyección de demanda tiene su empresa para los próximos tres meses (del 01 de junio al 30 de agosto de 2022)?

45 respuestas

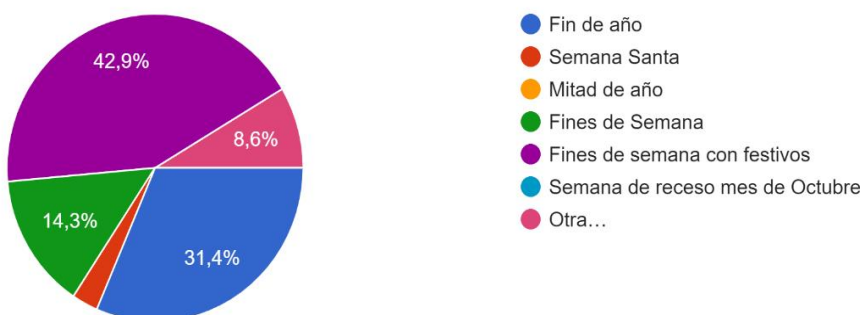


Según los PST con RNT activo en la provincia, su proyección de ocupación mejora ligeramente, para las temporadas de mitad de año, con eventos programados de festivales y segundo semestre del año.

*Gráfico 4 Temporada de mayor ocupación en el departamento de Boyacá*

4.1. ¿Cuál considera que es la temporada en que mayor número de turistas recibe el municipio?

35 respuestas



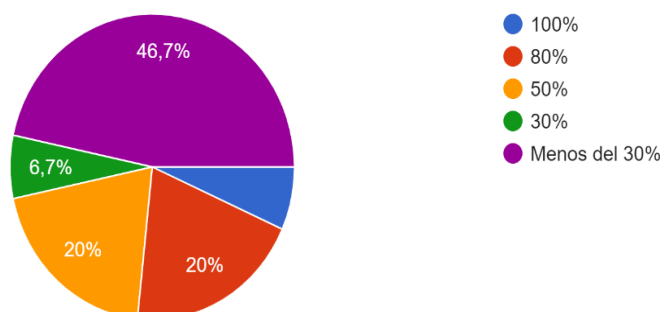


Según los mismos PST, las temporadas de mayor ocupación, tal y como se registra en datos anteriores, obedece a Fin de año y fines de semana con festivo, los cuales son las temporadas en las que se coincide con programación de ferias y festivales, especialmente culturales.

Gráfico 5 Origen del turista

4.2.1 ¿Qué porcentaje de estos turistas fueron de origen local, es decir del departamento de Boyacá?

45 respuestas

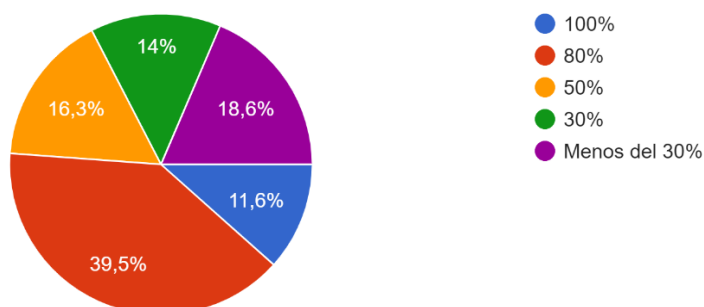


El 46% de los PST activos en la provincia de Márquez, coinciden en registrar que más del 70% de sus clientes provienen de fuera del departamento.

Gráfico 6 Origen del turista - regiones

4.2.3 ¿Qué porcentaje de estos turistas fueron de origen nacional, es decir de otras regiones de Colombia?

43 respuestas



Según los datos consignados por los mismos PST, se establece que más del 50% de los turistas que llegan a la provincia de Márquez son de otras regiones de Colombia.

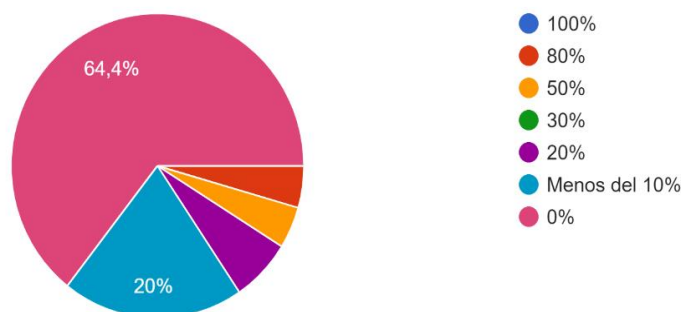




Gráfico 7 Origen del turista - Países

#### 4.2.5 ¿Qué porcentaje de estos turistas fueron de origen internacional, es decir, de otros países?

45 respuestas



También, según los datos registrados por los PST de esta provincia, coinciden con reconocer que sus clientes son en un 98% Nacionales.

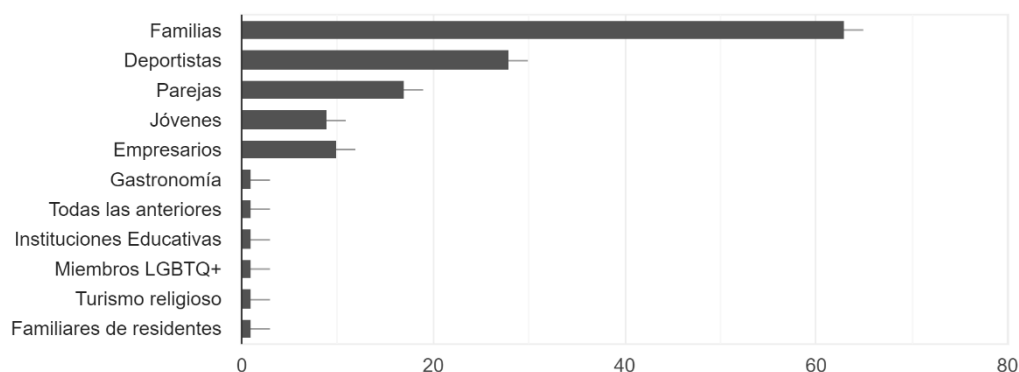
### Perfiles de la demanda

De acuerdo con las encuestas realizadas en el primer momento metodológico, se identificaron tres posibles perfiles que son recurrentes en los turistas de la provincia. Estas personas corresponden de manera general a grupos de familias, deportistas y parejas. Estos resultados son visibles en la encuesta abierta dirigida a comunidad, la cual fue consignada por personas que mayoritariamente residen en la provincia o son prestadores de servicios turísticos locales.

Gráfico 8 Perfil de turista de la región para la comunidad

#### 6. ¿Cuál considera es el perfil de turista que visita a la región?

70 respuestas



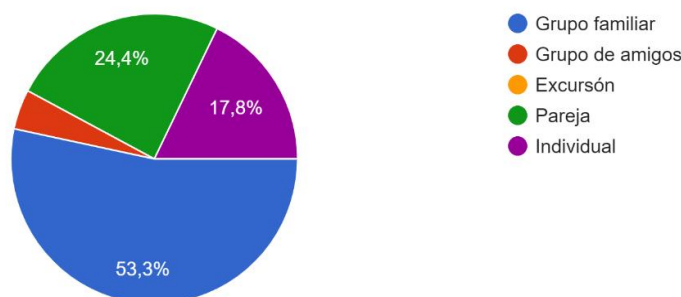


Esta información se fue contrastando con la consignada por las encuestas dirigidas a los prestadores de servicio de alojamiento de la provincia, quienes identificaron que la mitad de las personas que visitan sus establecimientos son familias, en un 24% parejas y 17 % personas solas (Grafico 8)

Gráfico 9 Grupo de viaje predominante

#### 4.4 Grupo de viaje predominante

45 respuestas

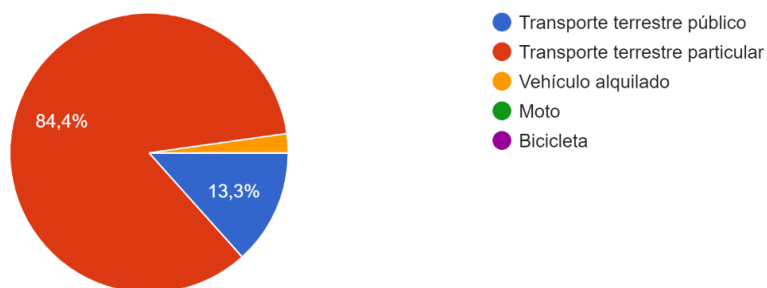


Así mismo, considerando que la gran mayoría son familias o parejas, el medio de transporte que usan es el vehículo particular (Grafico 9)

Gráfico 10 Medio de Transporte

#### 4.3 Medio de transporte (predominante) por el cual los turistas llegaron y/o se movilizan dentro del departamento de Boyacá.

45 respuestas

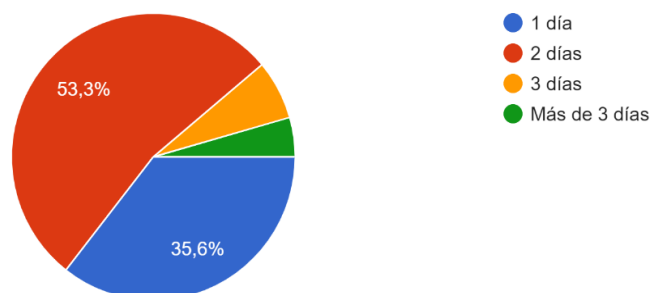


El tiempo de estadía mayoritariamente es de 2 o 3 días, evidenciando que la estacionalidad de las visitas, que normalmente se realizan los fines de semana o puentes festivos.


*Gráfico 11 Permanencia del turista*

4.5 En promedio, los turistas permanecieron en el municipio

45 respuestas



## 2.2.4 Perfil de los turistas que visitan la Provincia de Márquez

Con la realización del taller de validación con los prestadores de servicios turísticos de la provincia, se pudo realizar un ejercicio que permitió conocer con más detalles las características y motivaciones de estas personas. Sistematizando y analizando la información se detallan los siguientes perfiles:

*Tabla 13 Perfil de los turistas que visitan la Provincia de Márquez*

| Aspectos            | PERFIL1                                                                  | PERFIL2                                                | PERFIL3                                                                     |
|---------------------|--------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| Tipo                | Familias numerosas<br>Aprox. De 4 a 8 personas                           | Parejas                                                | Deportistas                                                                 |
| Edad                | 1 a 76 años                                                              | 25-80 años                                             | 25-60 años                                                                  |
| Sexo                | Todos                                                                    | Hombres, mujeres y LGTBIQ+                             | Mixto                                                                       |
| Ocupación           | Comerciantes, pensionados                                                | Profesionales y empresarios                            | Profesionales y empresarios                                                 |
| Nivel de ingresos   | Bajo – medio                                                             | Medio /alto                                            | Medio /alto                                                                 |
| Lugar de origen     | Bogotá, Cundinamarca                                                     | Bogotá y extranjeros                                   | Bogotá, extranjeros                                                         |
| Días y temporalidad | Temporada alta, Fines de semana, puentes festivos<br>Aprox. 3 días       | 70% 1 noche<br>20% 2 noches<br>10% 3 o más noches      | 2 noches<br>La mayoría son visitantes de ciudades cercanas y no se hospedan |
| Lugares que visita  | Parques principales, iglesias, restaurantes y salones de onces y postres | La Calderona, parques, lugares campestres.             | Municipios cercanos                                                         |
| Tipo de alojamiento | Acomodación múltiple                                                     | Conformable, limpio, bioseguro, privado, todo incluido | Donde se pueda guardar la bicicleta                                         |



| Aspectos                                | PERFIL1                                                                                                                                                   | PERFIL2                                                                                                                    | PERFIL3                                                               |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Tipo de gastronomía                     | Típica, y que su ubicación se encuentre cerca de una atracción natural (miradores, fuentes hídricas)                                                      | Variedad y calidad                                                                                                         | Comida saludable y lugares en donde pueda guardar su bicicleta        |
| Actividades complementarias que realiza | Comprar artesanías<br>Visitar parques e iglesias. Asistir a eventos como ferias y festivales.                                                             | Senderismo, pueblear, miradores, lugares para tomarse fotografías.                                                         | Deporte y compartir con el grupo                                      |
| Lo que más les gusta de la provincia    | Pueblear, los paisajes, que encuentra lugares tranquilos, buena alimentación, seguridad y la posibilidad de interactuar con las actividades del campesino | El paisaje, el descanso, el servicio del hotel, la privacidad.                                                             | Las carreteras y la historia de los ciclistas famosos de la provincia |
| Aspectos que les desagradan             | Falsas expectativas<br>Mala atención<br>Falta de información<br>Falta de servicios complementarios                                                        | Que el servicio y atención no es igual de bueno en todos los establecimientos, no prestan baño, poca información turística | Riesgo en las vías                                                    |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

El perfil que mayoritariamente visita la provincia es el de las familias. Calderón & Ramírez (2020) en un estudio de mercado con turistas que visitan el municipio de Ramiriquí, llega a las mismas conclusiones, detallando que estas familias están conformadas por padres, se encuentran en un rango de edad entre los 45 y 55 años y los hijos se encuentra en un rango de edad entre los 20 y los 30 años. En sus indicadores, aproximadamente el 70% de los turistas que visitan el municipio de Ramiriquí lo hacen con sus grupos familiares. Según el taller con PST de la provincia, una de las características de este perfil, es que visitan la región por considerarlo un lugar en donde puede encontrar oferta económica, especialmente de gastronomía, que es la principal motivación de viaje. Estas personas normalmente viajan los fines de semana o los puentes, especialmente cuando existe oferta de festivales. El siguiente perfil de la demanda que se ha identificado es el de parejas, contrario a los grupos familiares, ellos pueden invertir un poco más en la selección de hospedajes rurales o glampings, que les brinden comodidad, todo incluido y privacidad. Ellos buscan lugares estéticamente atractivos, paisajes como el de la laguna la Calderona o lugares de oferta gastronómica en espacios que les brinden un marco agradable para sus fotografías. Por otra parte, un tercer perfil que se encuentra en crecimiento es el de los deportistas, especialmente ciclistas. Estas personas bien pueden integrar los grupos familiares o parejas que hacen turismo en la provincia o son personas que viven en ciudades cercanas como Tunja, Duitama, Bogotá y que programan sus rutas por la provincia de Márquez. Debido a que los ciclistas requieren de lugares adecuados para poder parquear con

seguridad sus bicicletas, son pocos los lugares que ofrecen estos servicios y, por tanto, poco lo que desde la perspectiva de los PST gastan en la provincia.

### Motivaciones, atributos y exigencias de los turistas que visitan la provincia de Márquez

Para analizar un panorama ampliado sobre motivaciones, atributos y exigencias de los turistas que visitan la provincia de Márquez, se analizan los resultados de las dos encuestas (gráficos 12 y 13) y las impresiones del taller realizado con los PST.

Gráfico 12 Motivaciones identificadas por la comunidad

16. ¿Cuál cree usted que es la principal motivación de los turistas para visitar la provincia de Márquez?

70 respuestas

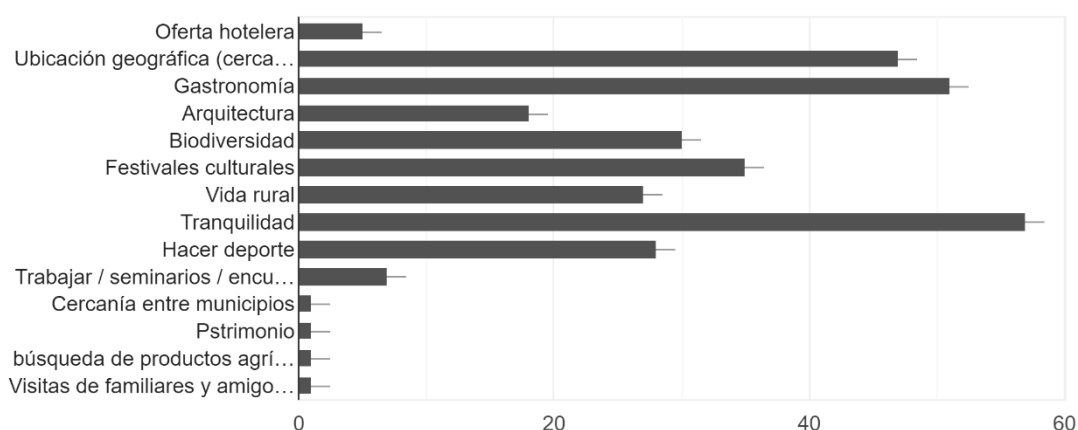
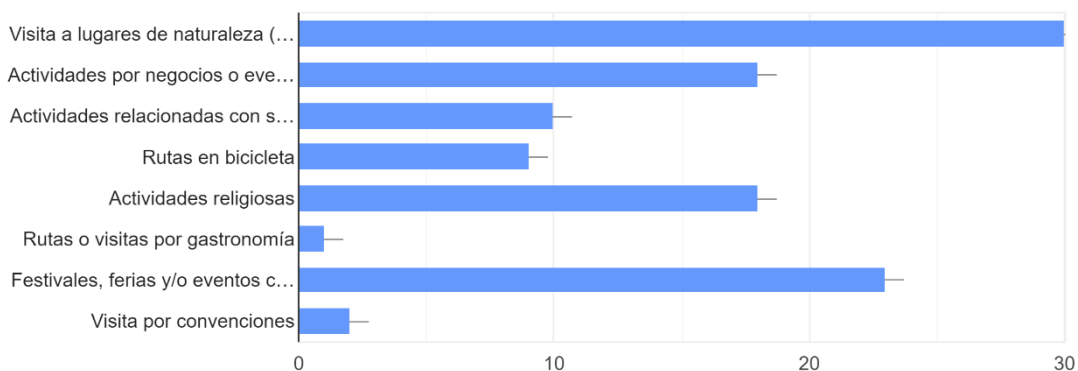


Gráfico 13 Motivaciones identificadas por los PST

4.8 ¿Qué actividades realizan los visitantes en el municipio?

45 respuestas







Los aspectos identificados se relacionan con:

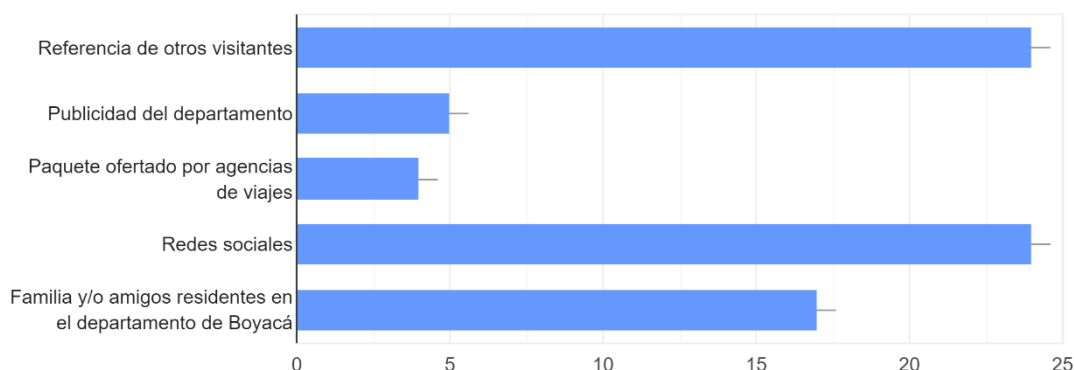
- La posibilidad de estar en un entorno que mantiene el paisaje rural, un entorno que las personas definen como natural, aunque en realidad no se trate de un escenario de alta biodiversidad. Lo natural se relaciona a los cultivos, árboles, montañas verdes y la poca contaminación.
- La posibilidad de asistir a ferias y eventos culturales para disfrutar de la gastronomía tradicional. Los turistas buscan la gastronomía auténtica y por eso prefieren visitar la provincia cuando se desarrollan festivales en donde pueden acceder a variedad de preparaciones tradicionales.
- La cercanía a ciudades como Tunja, Duitama o Bogotá permite que las personas puedan acceder fácilmente a la provincia, ya que normalmente llegan por recomendaciones de otras personas. El interés de algunos de ellos es el de disfrutar de una buena y accesible gastronomía en un entorno rural.
- La tranquilidad es un concepto muy frecuentemente relacionado con la motivación de viaje, ya que Boyacá se reconoce como uno de los departamentos más seguros de Colombia, así mismo, la región, ya que, al no ser un destino altamente frecuentado, los turistas pueden tener la sensación de seguridad. En el estudio de Calderón & Ramírez (2020) el 87% de los turistas que visitan Ramiriquí lo hacen por el descanso y tranquilidad
- Los precios competitivos de alojamiento, gastronomía o de los productos artesanales hacen que también la provincia tenga un reconocimiento de ser un lugar económico, en comparación con otros lugares en donde el turismo es una actividad más fuerte, como por ejemplo en Villa de Leyva, en donde el precio de algunos productos y servicios es desbordado.
- La mayoría de los visitantes que provienen de Bogotá frecuentan normalmente Boyacá, ya que algunos de sus familiares han tenido algún vínculo con un municipio, por tanto, el viaje es la oportunidad de retomar esas raíces.
- Los ciclistas son un grupo emergente de visitantes, quienes se sienten atraídos por la historia de los ciclistas destacados que nacieron en la Provincia de Márquez, por recorrer las rutas que a ellos los forjaron. Así mismo, por la seguridad de los recorridos.
- Es también importante destacar que los turistas que llegan a la región lo hacen gracias al voz a voz de otros visitantes y a las referencias de amigos o familiares, también gracias a las redes sociales (Gráfico 14)



Gráfico 14 Medio por el cual los turistas conocen la región

#### 4.6 Medio por el cual los turistas conocieron del municipio

45 respuestas



Las exigencias se encuentran relacionadas con los perfiles de visitantes. Para las familias, principalmente contar con alojamientos que brinden acomodación múltiple y diversas opciones de comida, por ejemplo, menús para niños, vegetarianos o sin gluten, aspecto que es una deficiencia que encuentran en la oferta. Así mismo de espacios accesibles y pensados para niños, adultos mayores o para llegar con mascotas. Para las parejas es importante contar con espacios naturales agradables como miradores o senderos, sin embargo, solo el sendero de la Calderona cuenta con un tipo de infraestructura que permite el acceso como pasarelas y vallas, otros lugares al aire libre con atractivo natural no cuentan con señalización o no son accesibles como algunas cascadas y miradores. Los ciclistas son el grupo que mayor dificultad encuentran en poder acceder a un mayor número de servicios, ya que lugares como parques principales, restaurantes, alojamiento no cuentan con lugares adecuados para parquear las bicicletas con seguridad. En el estudio de Calderón & Ramírez (2020) el 59% de los turistas encuestados coinciden en que ellos desean que se desarrolle el turismo en el municipio con un enfoque hacia el ecoturismo, el cual puede orientarse desde actividades diferenciadas a los distintos perfiles de demanda.

En el estudio de Calderón & Ramírez (2020) el 91% de los turistas encuestados indicaron que no recibieron ningún plan turístico, la oferta de actividades complementarias como caminatas, talleres, guianza, no se encuentra organizada. Los turistas normalmente arman su propio itinerario. Así mismo, la atención siempre es una falencia que frecuentemente se señala, ya que, aunque los PST se esfuercen en brindar un excelente servicio y atención, al momento en que los turistas visitan otro lugar para acceder a otros servicios suelen tener malas experiencias.

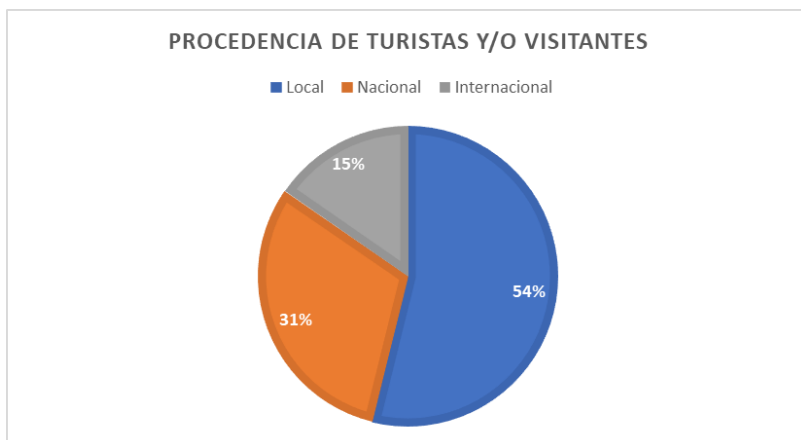
#### 2.2.4.1 Resultados de las encuestas aplicadas en el municipio de Ramiriquí – Boyacá

A partir de la tabulación de las encuestas, se realizó un análisis de acuerdo con las dimensiones planteadas en el instrumento de aplicación, descrito a continuación.



## Procedencia de Turistas y/o Visitante

Gráfico 15 Procedencia de turistas y/o visitantes

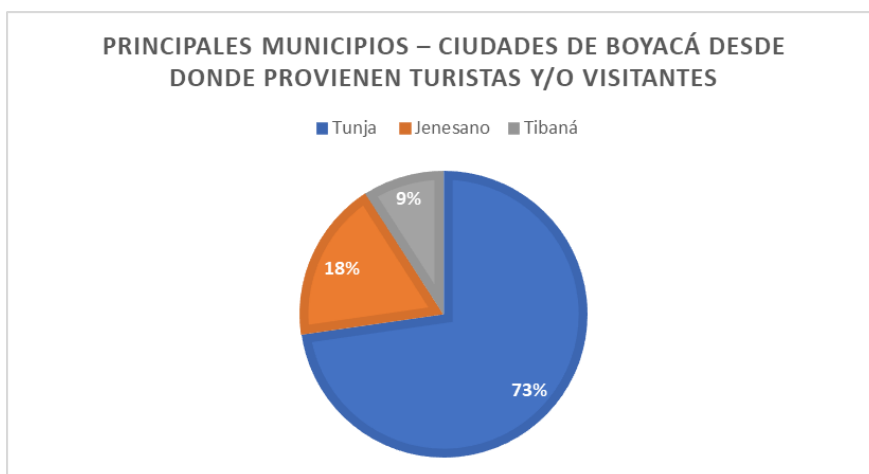


Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

De acuerdo con la información brindada por los prestadores de servicio turístico, el municipio de Ramiriquí recibe en su mayoría visitantes de origen local (54%), seguido de turistas de origen nacional con 31% e internacional con una representatividad del 15%. (Ver gráfica 15)

## Procedencia de origen local

Gráfico 16 Procedencia de Origen Local



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

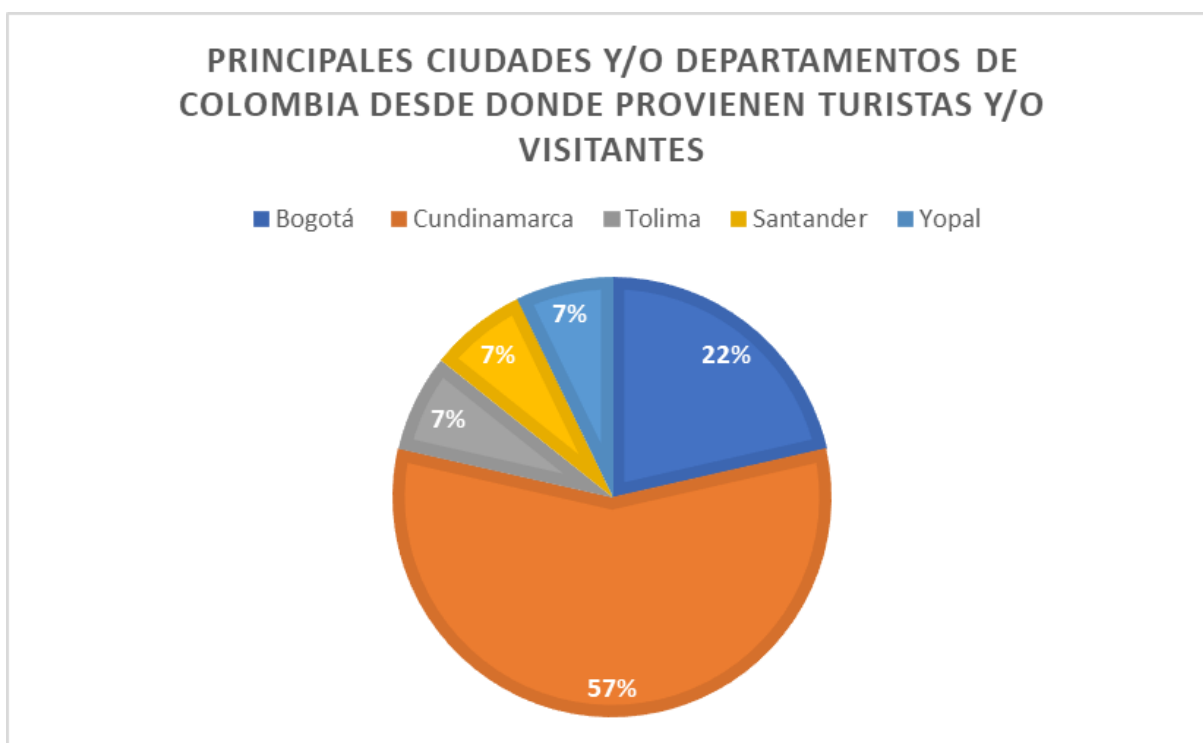
Del total de esos turistas y/o visitantes registrados por los prestadores de servicio turístico encuestados, se evidencia que un 31% son de origen local, es decir visitantes del departamento de Boyacá, entendiéndose por visitante a aquellas personas que llegan a un destino a realizar una actividad en específico la cual no conlleva pernoctación; en este caso procedentes en un 73% de la



ciudad de Tunja capital del departamento de Boyacá, del municipio de Jenesano (18%), así como en un 9% del municipio de Tibaná. (ver gráfica 16)

### Procedencia de origen nacional

Gráfico 17 Principales ciudades y/o departamentos de Colombia desde donde provienen turistas y/o visitantes



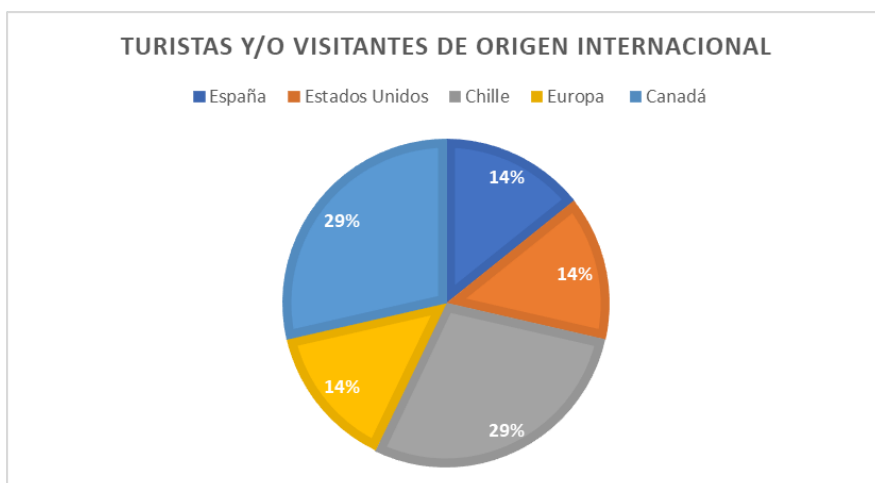
Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Del total de esos turistas y/o visitantes registrados por los prestadores de servicio turístico encuestados, se evidencia que el 54% son de origen nacional, es decir, turistas y/o visitantes de otras regiones o departamentos de Colombia, datos suministrados por establecimientos de alojamiento y hospedaje, obteniendo de esta manera que los turistas en un 57% proceden del departamento de Cundinamarca, así mismo se reciben turistas y/o visitantes de destinos como Bogotá, Santander, Tolima y Yopal en menor representatividad (ver gráfica 17).

### Procedencia de origen internacional



Gráfico 18 Turistas y/o visitantes de origen internacional

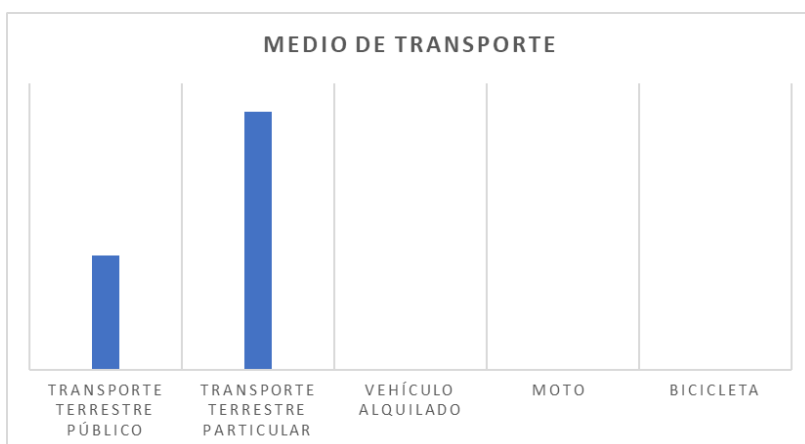


Fuente: UT Boyacá FC, 2022

De la totalidad de los turistas y/o visitantes registrados por los prestadores de servicio turístico encuestados, se manifiesta que el 15% son de origen internacional, es decir, turistas y/o visitantes de otros países, donde se evidencia la proveniencia de turistas y/o visitantes de Chile y Canadá con una representatividad del 29% cada uno respectivamente; a su vez se manifiesta la visita de turistas de Estados Unidos, España y Europa en menor representatividad (ver gráfica 18).

## Medio de transporte

Gráfico 19 Medio de transporte



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

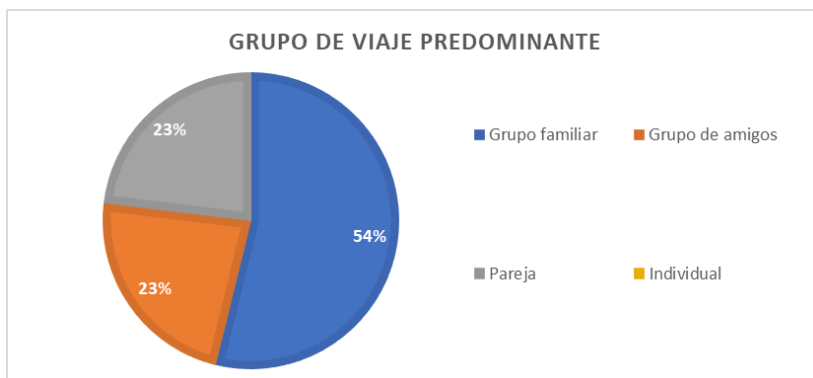




Al preguntar a los prestadores de servicio turístico por el medio de transporte (predominante) en el cual los turistas y/o visitantes llegaron y se movilizaron en el municipio, se encontró que en su mayoría (69%) lo hacen mediante de transporte terrestre particular y el 31% restante, por medio de transporte terrestre público (ver gráfica 19).

### Grupo de viaje predominante

Gráfico 20 Grupo de viaje predominante

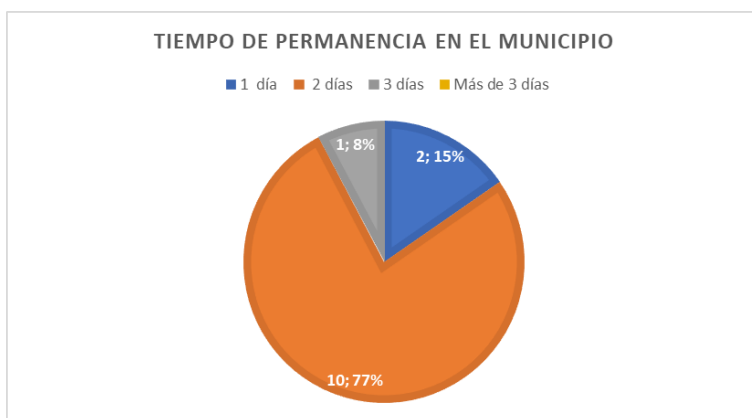


Fuente: UT Boyacá FC, 2022

Al preguntar por el grupo de viaje predominante, se obtuvo que el 54% de turistas y/o visitantes recibidos en el municipio por los prestadores de servicio turístico han sido grupos familiares, seguida de grupo de amigos y parejas con una representatividad del 23% cada una respectivamente (ver gráfica 20).

### Tiempo de permanencia en el municipio

Gráfico 21 Tiempo de permanencia en el municipio



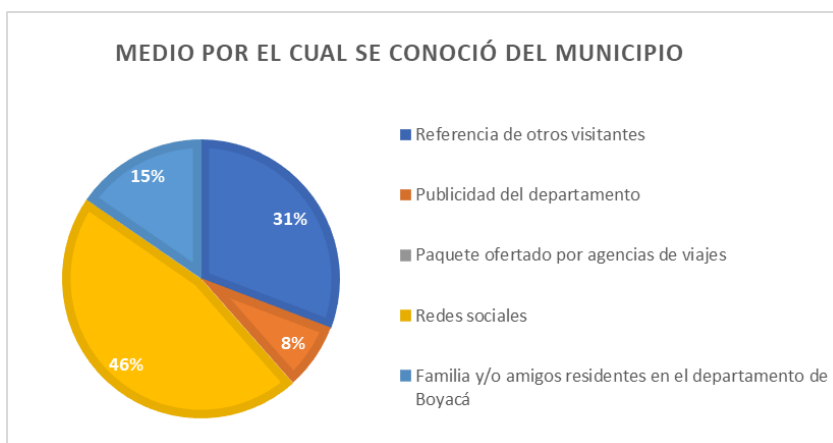
Fuente: UT Boyacá FC, 2022



Los prestadores de servicio turístico encuestados indican que en su mayoría (77%) los turistas y/o visitantes permanecen en el municipio durante dos días, seguido de 1 día de permanencia con un 15% por parte de los turistas y/o visitantes (ver gráfica 21).

### Medio por el cual los turistas conocieron del municipio

Gráfico 22 Medio por el cual se conoció del Municipio



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

El 46% de los turistas y/o visitantes conocieron del municipio de Ramiriquí como un destino para visitar por redes sociales, seguido de referencia de otros visitantes, (31%); así como por familia y/o amigos residentes en el departamento y publicidad del departamento en una menor representatividad. (ver gráfica 22).

### Motivos para visitar el municipio

Gráfico 23 Motivos para visitar el municipio



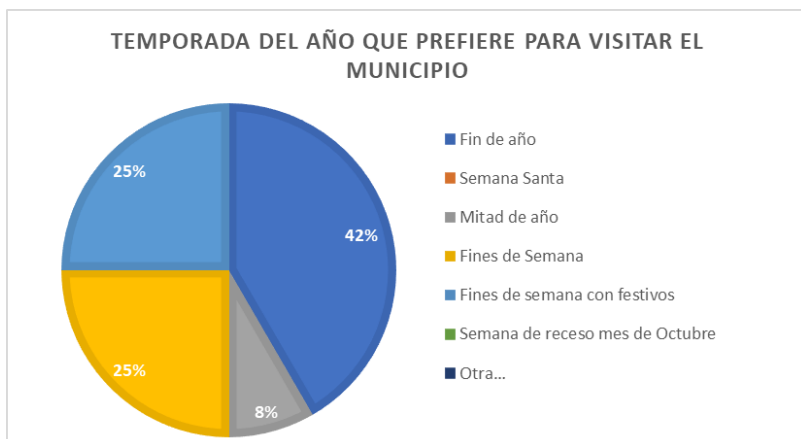
Fuente: UT Boyacá FC, 2022.



Con el fin de conocer la motivación para visitar el municipio de Ramiriquí, se preguntó ¿Qué actividades realizan los visitantes en el municipio?, obteniendo una inclinación del 38% hacia visita a lugares de naturaleza (senderos, cascadas, lagunas, reservas naturales), seguido de Festivales, ferias y/o eventos culturales, los cuales, aunque no son desarrollados de manera constante, cuando se realizan atraen gran flujo de visitantes con una representatividad del 19%. (ver gráfica 23).

### Temporada del año que prefiere para visitar el municipio

Gráfico 24 Temporada del año que prefiere para visitar el municipio



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

La temporada del año en que los visitantes prefieren visitar el municipio, en una mayor frecuencia de respuestas, es “Fin de año” (42%), seguido de “fines de semana” y “fines de semana con festivos” (25%) y otra temporada como mitad de año con menor representatividad (ver gráfica 24).

### 2.2.5 Perfil del visitante caracterizado en la investigación

El perfil del visitante para el municipio de Ramiriquí presentado a continuación, se constituye a partir de los datos y registros que tienen los prestadores de servicios turísticos formalizados y proporcionados a través de la aplicación de una encuesta; de acuerdo a los datos recolectados y partiendo del reconocimiento de la actividad turística que desarrolla el municipio actualmente, se hizo necesario incluir algunos prestadores, que aunque no están obligados a tener RNT, aportan datos valiosos para este estudio.

El municipio de Ramiriquí es uno de los destinos emergentes de la provincia de Márquez, que ha sido reconocido en el territorio por sus prácticas culturales y la realización de festivales, que permite a propios y visitantes, conocer de primera mano, las bondades del campo boyacense y su gente, realizando una puesta en valor de su patrimonio cultural. De igual manera, este es uno de los municipios que, a nivel local, se reconoce por la gastronomía, siendo uno de los lugares referentes para consumir los productos más representativos de Boyacá.



Teniendo en cuenta lo anterior, se presenta el perfil del visitante a partir de la información aportada por los prestadores de servicio turístico formales y algunos que, como ya se mencionó, aunque no estén obligados a tener RNT, hacen parte de la cadena del turismo en la región aportando datos respecto a la aplicación de las encuestas, donde se destaca la siguiente información:

Respecto al grupo de viaje, predomina el grupo familiar, de destino nacional (Cundinamarca) y local (Tunja); motivados por la visita a lugares de naturaleza (senderos, cascadas, lagunas, reservas naturales) y la participación de Festivales, ferias y/o eventos culturales, los cuales, aunque no son desarrollados de manera constante, cuando se realizan atraen gran flujo de turistas y/o visitantes al municipio.

De preferencia, utilizan medio de transporte terrestre particular o alquilado, ya que se encuentran relativamente cerca. Su estadía tiene una duración promedio de 2 días y la temporada del año en que los visitantes prefieren visitar el municipio de Ramiriquí en su mayoría, el “Fin de año”, esto estrechamente relacionado con el grupo de viaje que predomina, es decir, las familias.

*Tabla 14 Perfil del visitante municipio de Ramiriquí*

| <b>PERFIL DE VISITANTE MUNICIPIO DE RAMIRIQUÍ – BOYACÁ</b> |                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Procedencia de origen local                                | Tunja                                                                                                                         |
| Procedencia de origen nacional                             | Cundinamarca                                                                                                                  |
| Procedencia de origen internacional                        | Chile y Canadá                                                                                                                |
| Medio de transporte                                        | Transporte terrestre particular                                                                                               |
| Grupo de viaje predominante                                | Grupo Familiar                                                                                                                |
| Permanencia en el municipio                                | 2 días                                                                                                                        |
| Medio por el cual los turistas conocieron del municipio    | Referencia de otros visitantes                                                                                                |
| Motivo de visita                                           | Visita a lugares de naturaleza (senderos, cascadas, lagunas, reservas naturales), y Festivales, ferias y/o eventos culturales |
| Temporada de visita                                        | Fin de año                                                                                                                    |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

## 2.2.6 Nicho de mercado

Las nuevas tendencias y las situaciones coyunturales de los últimos años han generado importantes transformaciones y cambios, tanto en los destinos ofertados y demandados, como en las formas, modelos y estilos de viajar.

Para nadie es un secreto, que la pandemia por Covid-19, trajo consigo la imposición de restricciones, que han ido configurándose en nuevos estilos, valores de calidad de vida y del bienestar social, entre otros aspectos; situación que ha generado que los turistas actuales, prefieran destinos y atracciones menos visitadas y con cierta cercanía con comunidades de base donde puedan experimentar la cultura local y puedan tener un contacto con la naturaleza, que les permita sentir la libertad de poder respirar un ambiente sano, mientras están conociendo nuevas experiencias.



En este sentido, los turistas y visitantes manifiestan motivaciones y gustos relevantes, estableciendo características que los destinos deben tomar en cuenta en procesos de planificación, promoción y comercialización de la oferta turística, orientándose hacia aquellos atractivos que mejor concuerden con las motivaciones turísticas o hacia un mercado diferente donde las motivaciones turísticas y los recursos del destino puedan armonizarse, estableciendo y describiendo distintos grupos de consumidores, identificados en función de sus motivaciones turísticas más relevantes.

Con el fin de tener un acercamiento a los diferentes segmentos y nichos de mercado, identificados a partir de la aplicación de las encuestas dirigidas a los diferentes prestadores de servicios turísticos que hacen parte del municipio de Ramiriquí, en el marco del proyecto de “Diseño de Producto Turístico de Márquez”, fueron establecidos las motivaciones de viaje más relevantes, descritas en función de los grupos de viaje, descritos a continuación:

*Tabla 15 Segmento y nicho de mercado turístico*

| Motivación de viaje   | Grupo de Viaje | Edad       | Características                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Intereses                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------|----------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turismo de Naturaleza | Grupo familiar | 30-59 años | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Padres profesionales.</li> <li>-Hijos pequeños</li> <li>-Tienen mascota</li> <li>-Buscan buenas instalaciones y un equilibrio, seguridad y diversión.</li> <li>-Viven en casa propia (hipoteca).</li> <li>-Ingresos totales de \$5,000,000 a \$15,000,000 mensuales.</li> <li>-La mamá toma la decisión final</li> <li>-La mamá tiene el deseo, consulta a conocidos, internet y agencias de viajes.</li> <li>-Viajan con otros miembros de familia o familias amigas, mínimo dos veces al año en temporada de vacaciones.</li> <li>-Utilizan agencias operadoras.</li> <li>-Planeación con anticipación.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscan lugares que permitan acceder a diferentes actividades pensadas para diferentes gustos y edades, especialmente popular entre las familias, además de planes que se adapten a la capacidad de gasto. Buscan eco-programas para los niños. Buscan actividades de educación cultural y/o ambiental (según su perfil). Buscan combinar sus vacaciones con diversión, enriquecimiento cultural y experiencias de alto nivel.</li> </ul> |

*Nota. Elaboración propia con base en diferentes fuentes, 2022.*

El perfil del turista, relacionando con las motivaciones de viaje obtenidas mediante la aplicación de la encuesta para el municipio de Ramiriquí, fue el de turismo de naturaleza generado por la visita a lugares de naturaleza (senderos, cascadas, lagunas y reservas naturales), de preferencia con un grupo





de viaje familiar. De acuerdo con esto, varios estudios realizados por organismos como la Organización Mundial del Turismo (OMT), indican que los viajes verdes, sostenibles y el ecoturismo, son alternativas que los turistas cada vez más tienen en cuenta a la hora de visitar algún territorio, cuyo interés se basa en la búsqueda de destinos que desarrollen un turismo respetuoso con el medio ambiente, además de las riquezas culturales y las comunidades locales.

Así mismo, el nicho de mercado para el municipio de Ramiriquí es el turismo cultural generado por el interés de desarrollar rutas o visitas por gastronomía y festivales, ferias y/o eventos culturales, siendo estos los motivos para que los visitantes hagan uso de los servicios turísticos ofertados en el municipio.

Con base a esta motivación de viaje, Procolombia ha determinado una caracterización de los viajeros interesados en el turismo cultural, el cual se fundamenta en la motivación del viajero de aprender, descubrir y vivir experiencias culturales en un destino turístico. Este tipo de turismo se relaciona con el interés de cada viajero por descubrir las particularidades tanto materiales, como inmateriales de una sociedad, incluyendo el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, los saberes creativos y las culturas vivas con sus estilos de vida, sus creencias y sus tradiciones.

“Además de que el Turismo Cultural permite que los turistas descubran la vida de los habitantes locales e impulsa la preservación de las costumbres, también trae otros beneficios. Entre ellos se encuentran: el fomento del desarrollo local; la protección y preservación del patrimonio del territorio; y la generación de empleo para la comunidad a largo plazo” (Procolombia, 2021- tomado de <https://procolombia.co/actualidad/turismo-cultural-una-oferta-atractiva-y-responsable>).

De acuerdo al análisis e interpretación cruzada de datos, tomando como referente las fuentes primarias y secundarias aplicadas en el estudio, se puede concluir que el nicho de mercado para la provincia de Márquez y los diferentes municipios integrados en el estudio es Bogotá D.C. de preferencia y potencial con más del 50% de los turistas por cada perfil identificado.

Los últimos datos registrados en el SITUR corresponden al año de 2018 y 2019, considerando que justamente son colectados un año antes de la pandemia, se pueden tomar como una referencia, considerando que los años 2020, 2021 corresponden a la anormalidad vivida con la emergencia sanitaria. Según estos datos del SITUR el departamento de Boyacá registró las siguientes cifras entre febrero, marzo y abril de 2019.

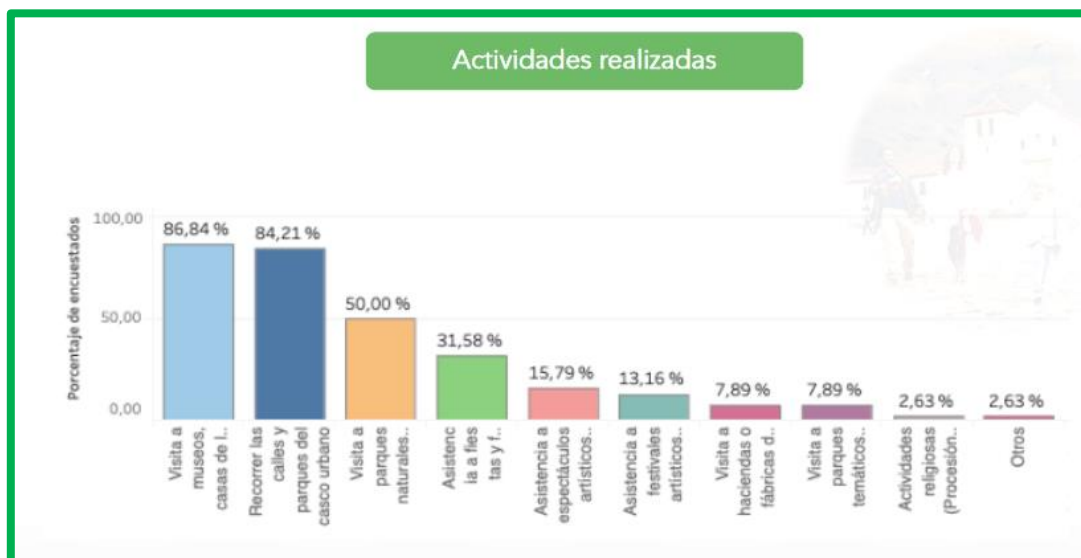
Gráfico 25 Turismo Receptor febrero, marzo y abril de 2019



Fuente: SITUR, 2019.

Así mismo, en relación con los datos analizados por las encuestas aplicadas a PST, visitantes y grupos de interés en el presente estudio, comparado con las cifras obtenidas por SITUR y PIT de Ventaquemada, el perfil potencial que visita el departamento, lo hace motivado por aspectos culturales, mayor al 80% de los visitantes encuestados.

Gráfico 26 Actividades de motivación



Fuente: SITUR, 2019.



### 2.3 Análisis del mercado turístico y de las inversiones del municipio de Ramiriquí

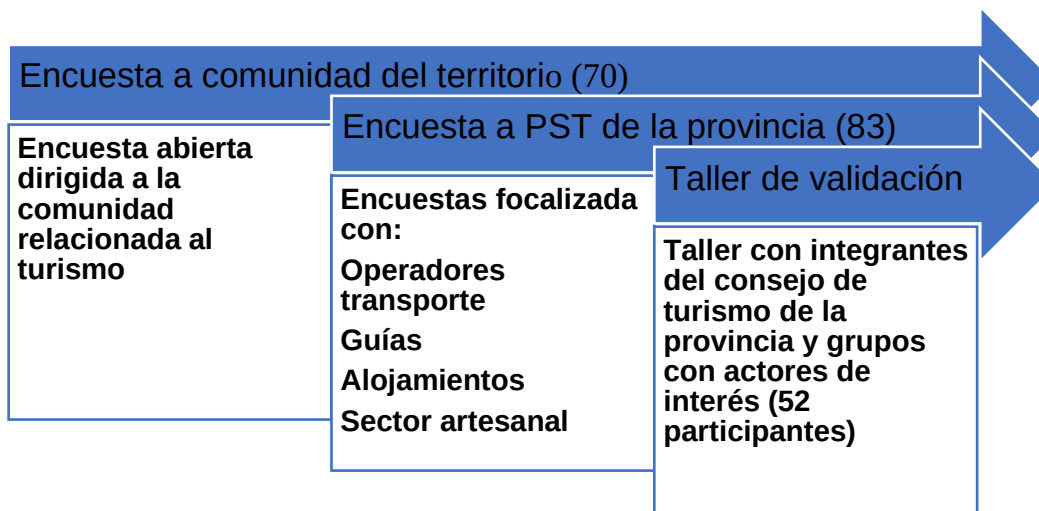
Inicialmente se presentan los métodos usados en la investigación. Luego se realiza un análisis de la demanda actual y potencial, evidenciado que es posible ir perfilando los tipos de turistas que visitan la región, y que de acuerdo con sus motivaciones y la vocación del territorio es necesario ir mejorando la oferta. En este punto se analiza la oferta concluyendo que, aunque no es la más óptima, municipios como Jenesano, Ramiriquí o Tibaná cuentan con un mayor número de servicios y PST, mientras que municipios como Úmbita, Ciénega y Viracachá es mínima la oferta y capacidad instalada. Es por esto como se evidencia en el análisis de la inversión pública y privada, se han generado mayoritariamente procesos de capacitación e inversión en festivales, sin embargo, aún faltan inversiones que permitan mejorar los atractivos y la planta turística en general. El estudio comparativo, aunque indica que el desarrollo del turismo es incipiente, permite comprender la importancia de la planificación y de precisamente identificar colectivamente unos valores e identidad del territorio que se articule para poder competir con otros atractivos del departamento.

Finalmente, se hace un análisis de los PST que tienen RNT haciendo una comparación con la oferta que se publica en la plataforma de Google Maps, así mismo se comparten los resultados de las encuestas en donde se indica el número de prestadores que conocen y aplican la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible.

#### ***Métodos usados para la recolección y análisis de la información:***

Con el objetivo de recolectar datos de calidad, que brinden información actualizada y datos suficientes para sistematizar y hacer un análisis ajustado a la realidad del sector, se realizaron tres estrategias que permitieron hacer el diagnóstico del mercado turístico de la provincia. Una de las dificultades del sector turismo a nivel nacional, es la falta de estadísticas referentes a la oferta y demanda. En Boyacá los datos del SITUR con la Información estadística de los indicadores departamentales se recolectaron y publicaron hasta el año 2019, sin embargo, la Secretaría de Turismo de Boyacá cuenta con el registro actualizado de turistas en los Puntos de Información Turística PITs, de los cuales los datos que se presentan para los PITS de Ventaquemada y Aquitania, han sido de gran ayuda para las estimaciones que se hacen en este estudio. Es por esto que, considerando estas dificultades, los instrumentos diseñados buscaron sistematizar la información que los prestadores de servicios turísticos de la provincia conocen de primera mano desde su experiencia. Es así que se realizaron tres métodos de recolección de datos (información secundaria de estudios de mercado, encuestas y taller participativo) como se observa el diagrama de diseño metodológico (Figura 1) los cuales se analizaron y contrastaron teniendo en cuenta la información secundaria hallada.

*Figura 1 Diseño metodológico*



### *Encuesta abierta dirigida a la comunidad del territorio*

Con el objetivo de obtener percepciones de las personas que conocen o viven en la provincia y que no necesariamente se reconocen como prestadores de servicios turísticos, se creó un formulario que incluía las dimensiones del perfil sociodemográfico, demanda actual, demanda potencial y diagnóstico del sector con sus respectivas variables (tabla 15). La encuesta se difundió por redes sociales, páginas web y grupos de WhatsApp relacionados con temas turismo, patrimonio o medio ambiente (Grafico 26). Se obtuvieron un total de 70 respuestas.

*Gráfico 27 Banner de invitación al diligenciamiento de la encuesta*



**El progreso es de todos** Mincomercio

**¡Participa en el diseño del producto turístico de la provincia de Márquez!**

PROVINCIA DE **MÁRQUEZ**  
Diseño de producto turístico

Info: [ut.bojacaf@gmail.com](mailto:ut.bojacaf@gmail.com)

Tu aporte como habitante, conocedor del territorio o prestador de servicios turísticos como alojamiento, gastronomía, guianza, transporte y servicios complementarios es muy importante.

Te invitamos a diligenciar una breve encuesta que aportará insumos relevantes desde la perspectiva de los diversos actores que tienen o han tenido una interacción con esta provincia.

**FONTUR COLOMBIA**

*Tabla 16 Operacionalización de las variables*



| DIMENSIÓN               | VARIABLES                                                                                                             | CATEGORIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perfil sociodemográfico | ¿Cuál es su relación con la provincia de Márquez?                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Reside en la Provincia</li> <li>● Es prestador de servicios turísticos</li> <li>● Reside en el departamento de Boyacá y conoce la Provincia</li> <li>● Frecuenta la Provincia o algunos de sus municipios con regularidad</li> <li>● Ha visitado la Provincia solo de paso o por turismo</li> <li>● No conoce la Provincia y no tiene vínculo allí</li> </ul> |
|                         | Rango de edad en el que se encuentra                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Menor de 16 años</li> <li>● Entre 17 y 25 años</li> <li>● Entre 26 y 40 años</li> <li>● Más de 40 años</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                             |
|                         | Género con el que se identifica                                                                                       | Hombre<br>Mujer<br>Otro                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                         | Ocupación o actividad                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Demanda actual          | Según usted la dinámica del turismo en la Provincia de Márquez es de:                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Gran afluencia</li> <li>● Mediana afluencia</li> <li>● Poca afluencia</li> <li>● Afluencia nula</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                         | ¿Cuál considera es el perfil de turista que visita la región?"                                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Familias</li> <li>● Deportistas</li> <li>● Parejas</li> <li>● Jóvenes</li> <li>● Empresarios</li> <li>● Turismo religioso</li> <li>● Miembros LGBTQ+</li> <li>● Instituciones Educativas</li> <li>● Todas las anteriores</li> <li>● Familiares de residentes</li> <li>● Gastronomía</li> </ul>                                                                |
|                         | ¿Cuáles considera que son los municipios que en los últimos 5 años han tenido un mayor desarrollo hacia el turismo? " | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Boyacá-Boyacá</li> <li>● Ciénega</li> <li>● Jenesano</li> <li>● Nuevo Colón</li> <li>● Ramiriquí</li> <li>● Tibaná</li> <li>● Úmbita</li> <li>● Ventaquemada</li> <li>● Viracachá</li> <li>● Turmequé</li> </ul>                                                                                                                                              |





| DIMENSIÓN         | VARIABLES                                                                                                                                    | CATEGORIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                   | ¿Cuáles considera que son los principales atractivos de la provincia Márquez? "                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Qué actividad considera que mayoritariamente realizan los turistas en la provincia?"                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | Mencione algún aspecto distintivo que considere hace único a la Provincia Márquez que lo pueda identificar turísticamente de otros destinos" |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Qué lugar o actividad recomendaría realizar en la provincia a una familia?"                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Qué lugar o actividad recomendaría realizar en la provincia a un grupo de deportistas?"                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Qué lugar o actividad recomendaría realizar en la provincia a una pareja? "                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Qué lugar o actividad recomendaría realizar en la provincia a un grupo de jóvenes?"                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Qué lugar o actividad recomendaría realizar en la provincia a un grupo de empresarios?                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Cuál cree usted que es la principal motivación de los turistas para visitar la provincia de Márquez?                                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta hotelera</li> <li>• Ubicación geográfica (cerca a Tunja y Bogotá)</li> <li>• Gastronomía</li> <li>• Arquitectura</li> <li>• Biodiversidad</li> <li>• Festivales culturales</li> <li>• Vida rural</li> <li>• Tranquilidad</li> <li>• Hacer deporte</li> <li>• Trabajar / seminarios / encuentros corporativos</li> <li>• Patrimonio</li> <li>• Cercanía entre municipios</li> <li>• Visitas de familiares y amigos</li> <li>• Búsqueda de productos agrícolas</li> </ul> |
| Demanda potencial | ¿Qué actividad considera que tiene potencialidad para el turismo en la región y no se ha desarrollado?                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                   | ¿Cómo considera la calidad de la oferta turística de la provincia de Márquez?                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |



| DIMENSIÓN          | VARIABLES                                                                                                                                 | CATEGORIAS |
|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Diagnóstico sector | Mencione cuáles son las fortalezas y/o ventajas competitivas que tiene la provincia para fomentar el turismo                              |            |
|                    | ¿Qué considera que hace falta mejorar o invertir para brindar una mejor oferta y fomentar el turismo en la provincia de Márquez?          |            |
|                    | ¿Considera al turismo como una oportunidad de desarrollo regional para la provincia de Márquez?                                           |            |
|                    | ¿Le gustaría participar en los talleres y aportar desde su conocimiento y experiencia a la construcción de Producto Turístico de Márquez? |            |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

### ***Encuestas dirigidas a prestadores de servicios turísticos PST de la provincia***

Se crearon seis formularios dirigidos a los diferentes tipos de PST de la provincia, de los cuales se diligenciaron 83 de una base de 67 operadores de acuerdo con las cifras de empresas que cuentan con Registro Nacional de Turismo RNT activo. Las encuestas se encuentran como anexo 2 en el presente informe (ver en medio magnético- CD con anexos).

*Tabla 17 Encuestas a PST de la provincia*

| PST                                                         | RNT ACTIVO | ENCUESTADOS |
|-------------------------------------------------------------|------------|-------------|
| Prestadores Servicios Turísticos de Transporte              | 1          | 1           |
| Prestadores Servicios Turísticos de Guianza Turística       | 6          | 7           |
| Prestadores Servicios Turísticos de Agencias de Viaje       | 3          | 4           |
| Prestadores Servicios Turísticos de Alojamiento y Hospedaje | 55         | 45          |
| Prestadores Servicios Turísticos de gastronomía             | 2          | 17          |
| Prestadores Servicios Turísticos de Artesanías              | 0          | 9           |
| TOTAL                                                       | 67         | 83          |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

Los PST en Gastronomía y Artesanías no se encuentran obligados a tener RNT, sin embargo, se les aplicó la encuesta porque hacen parte de la cadena de valor del Turismo.



### Taller de validación

Se dirigió un taller con los prestadores de servicios turísticos que hacen parte del consejo provincial de turismo, para esta reunión se diseñó una actividad que específicamente sirviera como validación de los perfiles identificados mediante las encuestas que anteriormente se habían difundido. De una manera visual (Gráfico 17) los participantes identificaron y describieron el perfil sociodemográfico, las motivaciones, actividades y problemáticas relacionadas con los turistas reales que visitan la región

Gráfico 28 Perfiles de turistas

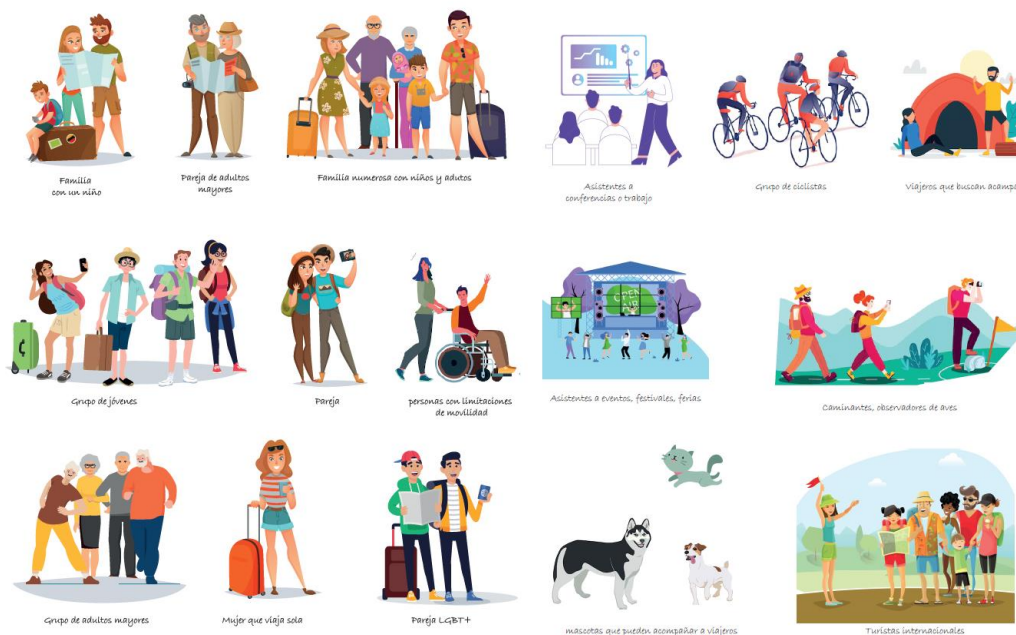


Gráfico 29 Ejercicio de perfilamiento de turistas

**1 PERFIL DE TURISTA ACTUAL de la provincia de Marquéz**

Perfil PAREJAS

¿Cómo somos nosotros (perfil seleccionado)?

Edad: 25-30 años  
 Sexo: Hombres, mujeres y LGBT+  
 Ocupación: Profesionales, estudiantes  
 Nivel de ingresos: Medio/Alto  
 Lugar de origen: Bogotá y Expatriados  
 Hay quién viaje por su cuenta más y en qué temporada: 30% 1 Noche; 20% 2 Noches; 10% 3 o más noches

¿Qué es lo que más nos gusta de la provincia y cómo saber que me fui feliz?

El paisaje, el descanso, el servicio en el hotel, la privacidad, la gastronomía, por lo que se puede disfrutar de la tranquilidad por el frío y el silencio de la naturaleza.

¿Qué hacemos en la provincia de Marquéz?

Lugares que visito: La Caldera, Parque Olaya, Jardín por dentro del campo y el departamento, Comunal de la finca (Marquesa) por donde todo incluido  
 ¿Qué tipo de actividades hago? Variedad, calidad  
 ¿Qué actividades recomendaría que se hagan? Senderismo y turismo de naturaleza

¿Qué cosas me suelen desagradar?

Que el servicio y atención al cliente no es personal en todos los establecimientos que no les presta el mejor, poca información turística



Gráfico 30 Taller de perfilamiento de demanda actual y potencial



### ***Análisis de la información***

La información consignada en los diversos instrumentos se sistematizó y categorizó de acuerdo con las variables estudiadas, mediante las cuales se obtuvo información relacionada al perfilamiento de la demanda actual y potencial, el diagnóstico de la oferta y de las inversiones públicas y privadas que han tenido impacto en el sector.

#### ***2.3.1 Análisis de la demanda actual y potencial***

**Comparación entre los mercados demandantes y flujos turísticos, identificando en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribo y movimientos internos de visitantes extranjeros y nacionales, estadísticas de llegada.**

La demanda turística se define como el conjunto de actuales o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos. Comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que viajan o desean viajar, para utilizar instalaciones turísticas y servicios lejos de sus lugares de trabajo o residencia (Mathieson & Wall, 1990). En este estudio, la demanda actual incluye a aquellas personas que comúnmente viajan a alguno de los municipios de la provincia de Márquez y que utilizan sus servicios e instalaciones, y la demanda potencial se define por aquellas personas que posiblemente viajaban, en especial por aquellas que los prestadores de servicios turísticos proponen como nichos de mercado a los cuales anhelaban llegar.

Para el análisis de la demanda potencial se analiza la información de las siguientes fuentes. Las primeras, relacionadas con las encuestas realizadas a los prestadores de servicios turísticos, considerando cuáles son sus preferencias sobre el tipo de visitante que desde su experiencia debería conocer la provincia de acuerdo con las potencialidades del territorio. De otra parte, de las cifras de los visitantes que se registran en el PIT de Ventaquemada que son los visitantes que llegan al Puente de Boyacá son otro punto de referencia, considerando que son las personas que principalmente viajan





desde Bogotá y que tienen un interés en la cultura del departamento. Los visitantes potenciales al año pueden ser de 3455, considerando que esta cifra se registró un año antes de la pandemia en 2019, de ellos 1509 tenían como origen Bogotá. poner la cifra diaria porcentaje del que se puede ocupar.

En la encuesta abierta dirigida a los prestadores de servicios turísticos de la provincia, frente a la pregunta: ¿Qué actividad considera que tiene potencialidad para el turismo en la región y no se ha desarrollado? Se destacan en su orden las siguientes categorías de las cuales la primera se relaciona al turismo cultural, turismo religioso, ecoturismo y turismo de aventura.

**Turismo cultural:** relacionar hallazgos arqueológicos con la cultura Muisca, rutas artesanales y rutas gastronómicas, city tours en cada municipio contando su historia y en especial la arquitectura religiosa. El juego del tejo se destaca como un atractivo auténtico que poco se ha visibilizado para atraer a los turistas con motivaciones culturales. Dentro de lo cultural se agrupa el conocimiento agroecológico, por lo que puede crearse oferta en torno a productos agrícolas locales. Recorridos para conocer el Paisaje cultural campesino con cultura y tradiciones muisca, los bosques altoandinos del complejo de páramos. Tiempo de calidad en estos pueblos apacibles, con senderos poco concurridos, cocinas tradicionales y oferta gastronómica.

**Ecoturismo:** creación de paquetes turísticos de naturaleza con actividades de senderismo y aviturismo.

**Turismo de aventura:** actividades de moto cross en alto extremo, parapentismo, competencia de carros saltamontes y escalada.

Por otra parte, el ejercicio del taller participativo con los prestadores de servicios turísticos llegó a un consenso sobre un perfil de turista relacionado a actividades de naturaleza, como caminantes o avistadores de aves (Tabla 18)

*Tabla 18 Turista potencial de la provincia de Márquez*

|                                                      | <b>PERFIL</b>                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tipo                                                 | Amantes de la naturaleza                                                                                                                                                                                                   |
| Edad                                                 | 30 – 50 años                                                                                                                                                                                                               |
| Sexo                                                 | Todos                                                                                                                                                                                                                      |
| Ocupación                                            | Profesionales y empresarios                                                                                                                                                                                                |
| Nivel de ingresos                                    | Medio / alto                                                                                                                                                                                                               |
| Lugar de origen                                      | Ciudades principales                                                                                                                                                                                                       |
| ¿Por qué debe conocer la provincia?                  | Por el entorno natural, senderismo y bici turismo, la seguridad y cercanía con las ciudades principales                                                                                                                    |
| ¿Qué hace falta para que pueda visitar la provincia? | Mejoramiento y acceso vial, mayor oferta y cantidad de habitaciones y camas para atender la demanda, formalidad. Mejorar oferta de unidades sanitarias. Desarrollar adecuada promoción de los sitios de interés turístico. |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC





### 2.3.2 Análisis de la oferta turística

Recursos y atractivos turísticos, facilidades, actividades complementarias, planta turística, infraestructura turística (servicios públicos, cobertura y calidad, red vial interna y de interconexión), conectividad aérea, terrestre, fluvial y/o marítima, superestructura, servicios básicos, actividades y proveedores turísticos locales.

### 2.3.3 Análisis general de la Provincia

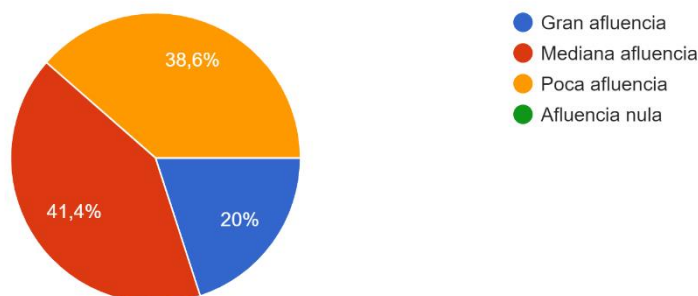
La provincia de Márquez es un destino emergente en el departamento de Boyacá. Según las cifras del Situr (2019) lugares como Villa de Leyva, Tunja, Duitama, Paipa y Sogamoso son los que más oferta, prestadores y atractivos tienen, por esta razón han sido tradicionalmente los más renombrados, sin embargo, el atractivo del turismo rural con enfoque comunitario que se ha venido fortaleciendo en otros municipios, permiten que se estén creando estrategias para fortalecer ese potencial turístico, permitiendo diversificar la oferta para el departamento. La mayor cantidad de turistas que visitan el departamento son nacionales y generalmente visitan destinos boyacenses los fines de semana, especialmente festivos y hay festividades por eso la gran estacionalidad del sector. Rodríguez & Granados (2017) señalan en su estudio que Boyacá recibe turistas segmentados por ingresos y edades, de todos los niveles estableciendo que están dispuestos a gastar en un viaje a Boyacá oscila entre 500.000 COP y \$1.000.000 COP por visita.

La provincia de Márquez no es actualmente una de las más destacadas en este sector, sin embargo, gracias a factores como la cercanía a las ciudades capitales, facilidad de acceso y el movimiento que la oferta gastronómica y de festivales dinamiza, esta actividad se está convirtiendo en un potencial para la región. Es por esto que la comunidad tiene la percepción sobre la dinámica del turismo que está en un 80 % es de mediana y poca afluencia, solo un 20% considera que es de gran afluencia (Grafico 29).

Gráfico 31 Dinámica turismo en la Provincia

5. Según usted la dinámica del turismo en la Provincia de Márquez es de:

70 respuestas



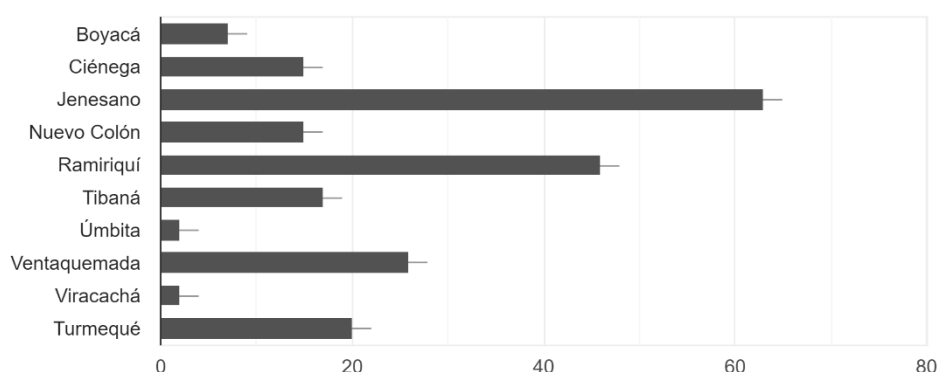


Dentro de los municipios que más dinámica turística se percibe, se resaltan en su orden: Jenesano, Ramiriquí, Ventaquemada y Turmequé, por el contrario, municipios como Viracachá o Úmbita el reconocimiento es mínimo (Grafica 30)

Gráfico 32 Municipios con mayor dinámica turística

7. ¿Cuáles considera que son los municipios que en los últimos 5 años han tenido un mayor desarrollo hacia el turismo?

70 respuestas



Dentro de los atractivos que de manera general se reconocen en la provincia de Márquez son los de la gastronomía, los amasijos, los paisajes rurales, las tradiciones artesanales, el juego del tejo, las rutas para montar en bicicleta y las rutas navideñas. Por otra parte, las actividades que normalmente realizan los turistas están relacionadas con visitar los pueblos, conocer los parques e iglesias, asistir a festivales culturales, degustar la gastronomía y realizar caminatas. La ubicación geográfica de la provincia, cercana a la entrada del departamento y a unas cuantas horas de ciudades principales como Bogotá, Tunja o Duitama, hacen que las personas no necesariamente se hospeden, sino que disfrutan de la gastronomía y continúan con su recorrido o regresan a su lugar de origen.

En el taller realizado con los prestadores de servicios turísticos, los participantes manifestaron que se reconoce un mejoramiento de la actividad turística en los últimos 10 años, expresado en los siguientes aspectos:

- Existencia de guías, ya que hace algunos años solo se contaban con uno o dos, en este momento el número de profesionales en formación ha aumentado considerablemente.
- El aumento de oferta de alojamiento rural que antes no existía, el cual se ha perfilado en ofrecer un buen servicio.
- Las estrategias que desde los últimos tres gobiernos departamentales han adelantado iniciando con los Anillos Turísticos, han permitido que el turismo comience a ser una realidad en estas provincias que antes no se perfilaba hacia este sector.



- Los procesos de formación como los vigías del patrimonio, la identificación de los portadores de saberes han afianzado el reconocimiento y salvaguarda de los saberes locales.
- Colegios amigos del turismo: los jóvenes tienen conocimiento sobre la operación turística desde el colegio.
- Se ha incrementado la oferta gastronómica en las vías centrales por lo que el número de visitantes atraídos por este servicio ha incrementado el turismo de la región
- Articulación del sector desde los consejos de turismo, la creación de redes que permite conocer la oferta

La logística interna y externa es realizada por las empresas de transporte intermunicipal, sin embargo, las encuestas indican que son pocas las personas que usan el transporte público ya que usan su transporte particular. Las vías, aunque no se encuentren en óptimas condiciones como con buena señalización o demarcación, sí se encuentran pavimentadas, por lo que el acceso en automóvil es fácil. La apertura del aeropuerto de Paipa abre la oportunidad de atraer turistas de Antioquia y extranjeros.

De acuerdo con la siguiente tabla resumen, con un diagnóstico general de factores y recursos principales para el turismo, se puede observar que el desarrollo de esta actividad es incipiente en la región, municipios como Jenesano, Ramiriquí, Tibaná son los que más oferta tienen (señalada con color verde), la cual se ha concentrado el componente gastronómico que se ha fortalecido en el recorrido Boyacá-Boyacá-Ramiriquí-Jenesano-Tibaná. Municipios como Ciénega, Nuevo Colón, Úmbita y Viracachá (señalados con color rojo) no cuentan con vocación hacia el turismo, sus actividades económicas son principalmente las agropecuarias. La dinámica del turismo de la provincia mayoritariamente se encuentra dependiente de la activación mediante ferias y festivales.

*Tabla 19 Factores y recursos principales de la Provincia de Márquez*

| FACTOR                       | Boyacá-Boyacá | Ciénega | Jenesano | Nuevo Colón | Ramiriquí | Úmbita | Ventaquemada | Tibaná | Viracachá |
|------------------------------|---------------|---------|----------|-------------|-----------|--------|--------------|--------|-----------|
| <b>Recursos y atractivos</b> |               |         |          |             |           |        |              |        |           |
| Recursos culturales          | 12            | 10      | 11       | 16          | 12        | 7      | 27           | 16     | 15        |
| Atractivos culturales        | 2             | 3       | 3        | 2           | 6         | 0      | 3            | 4      | 0         |
| Recursos naturales           | 2             | 15      | 3        | 8           | 2         | 7      | 7            | 5      | 2         |
| Atractivos naturales         | 0             | 0       | 0        | 0           | 0         | 0      | 0            | 0      | 0         |
| <b>Cultura e Historia</b>    |               |         |          |             |           |        |              |        |           |



| FACTOR                                                | Boyacá-Boyacá                                                                                                                                                                                                                                | Ciénega | Jenesano | Nuevo Colón | Ramiriquí | Úmbita | Ventaquemada | Tibaná | Viracachá |
|-------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------|-------------|-----------|--------|--------------|--------|-----------|
| Centros religiosos                                    | S                                                                                                                                                                                                                                            | S       | S        | S           | S         | S      | S            | S      | S         |
| Centros históricos y coloniales                       | S                                                                                                                                                                                                                                            | S       | S        | S           | S         | S      | S            | S      | S         |
| Vestigios Arqueológicos Si No                         | N                                                                                                                                                                                                                                            | S       | N        | N           | S         | N      | N            | N      | S         |
| Ferias departamentales                                | S                                                                                                                                                                                                                                            | S       | S        | S           | S         | N      | S            | S      | N         |
| Superestructura                                       | Mincit, Secretaría de Turismo de Boyacá, Consejo Departamental Turístico de Boyacá, Consejo de Seguridad Turística de Boyacá, Consejo Regional Turístico, Alcaldías Municipales, Prestadores de servicio, Cámara de Comercio de Tunja, SENA. |         |          |             |           |        |              |        |           |
| INFRAESTRUCTURA                                       |                                                                                                                                                                                                                                              |         |          |             |           |        |              |        |           |
| Agencias de viajes                                    | 0                                                                                                                                                                                                                                            | 0       | 1        | 0           | 2         | 0      | 0            | 0      | 0         |
| Bancos y Cajeros automáticos                          | 0                                                                                                                                                                                                                                            | 0       | 1        | 0           | 2         | 2      | 2            | 1      | 0         |
| Hoteles                                               | 5                                                                                                                                                                                                                                            | 4       | 14       | 2           | 11        | 2      | 8            | 9      | 2         |
| Restaurantes                                          | 12                                                                                                                                                                                                                                           | 1       | 20       | 6           | 20        | 4      | 17           | 10     | 2         |
| Comunidades artesanales                               | 2                                                                                                                                                                                                                                            | 0       | 1        | 0           | 1         | 0      | 4            | 2      | 0         |
| ACCESIBILIDAD                                         |                                                                                                                                                                                                                                              |         |          |             |           |        |              |        |           |
| Conectividad vial con la provincia Buena Regular Mala | B                                                                                                                                                                                                                                            | B       | B        | R           | B         | M      | B            | B      | R         |
| Comunicación                                          | Cuenta con servicio de Internet, telefonía local y telefonía móvil. Además, de un canal comunitario, emisoras locales Andina Stéreo 95.1 FM. 92.6 Fm Noncetá Stéreo, Maravilla Stéreo                                                        |         |          |             |           |        |              |        |           |
| Empresas de transporte                                | 0                                                                                                                                                                                                                                            | 0       | 0        | 4           | 6         | 0      | 2            | 0      | 0         |
| RECURSOS FACILITADORES                                |                                                                                                                                                                                                                                              |         |          |             |           |        |              |        |           |
| Operadores turísticos                                 | 19                                                                                                                                                                                                                                           | 5       | 37       | 8           | 36        | 8      | 31           | 22     | 4         |
| Puntos de información turística                       | 0                                                                                                                                                                                                                                            | 0       | 0        | 0           | 0         | 0      | 0            | 0      | 0         |



Elaboración con datos de los inventarios de turismo, cifras de hoteles, restaurantes, establecimientos nocturnos y de empresa de transporte obtenidos de la Cámara de Comercio de Tunja (2020).

### 2.3.3.1 Análisis Municipio de Boyacá-Boyacá

Tabla 20 Análisis Municipio de Boyacá-Boyacá

|                              | RNT ACTIVO                                                    | OFERTA ENCONTRADA EN<br>GOOGLE MAPS |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                               |                                     |
| Alojamiento                  | 5                                                             | 3                                   |
| Gastronomía                  | 1                                                             | 12                                  |
| Agencias de Viajes           | 0                                                             | 0                                   |
| Guías de Turismo             | 0                                                             | 0                                   |
| Transporte                   | 0                                                             | 0                                   |
| Artesanías                   | 0                                                             | 0                                   |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                               |                                     |
| Naturales                    | 0                                                             |                                     |
| Culturales                   | 2                                                             |                                     |
| Festivales                   | 1                                                             |                                     |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Oferta gastronómica para familias, cruce de ruta de ciclistas |                                     |

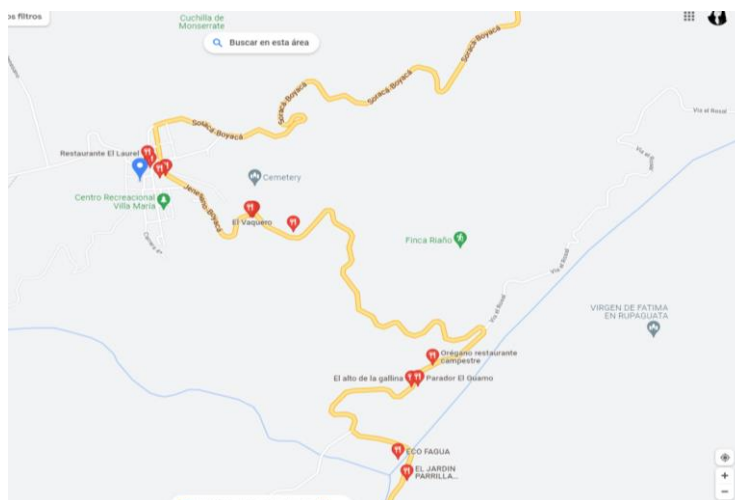
Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

La oferta actualmente se brinda en torno a la gastronomía, la cual se encuentra ubicada sobre la vía que comunica al municipio con Tunja, corredor de entrada desde la capital del departamento a la provincia de Márquez. Mayoritariamente se ofrece carne asada, fritanga y platos a la carta. Sin embargo, muy pocos establecimientos tienen completa la información en Google maps, no hay datos de contacto o fotografías que permitan a los visitantes conocer la carta y el interior del establecimiento. Considerando que esta es una ruta de paso de ciclistas no hay registrada información de lugares que brinden desayunos, jugos o comida saludable.

Por otra parte, a pesar de que el municipio se distingue por su tradición artesanal en la transformación del fique, no hay registrado actividades o lugares que permitan programar actividades experienciales. La oferta hotelera no se encuentra registrada en Google maps y en Airbnb solo aparecen tres opciones de alojamiento.



Figura 9 ubicación de la oferta de gastronomía de Boyacá-Boyacá



### 2.3.3.2 Análisis Municipio de Ciénega

Tabla 21. Análisis Municipio de Ciénega

|                              | RNT ACTIVO                                                                                                        | OFERTA ENCONTRADA EN<br>GOOGLE MAPS |
|------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                                                                   |                                     |
| Alojamiento                  | 3                                                                                                                 | 4                                   |
| Gastronomía                  | 0                                                                                                                 | 1                                   |
| Agencias de Viajes           | 0                                                                                                                 | 0                                   |
| Guías de Turismo             | 0                                                                                                                 | 0                                   |
| Transporte                   | 0                                                                                                                 | 0                                   |
| Artesanías                   | 0                                                                                                                 | 0                                   |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                                                                   |                                     |
| Naturales                    | 3                                                                                                                 |                                     |
| Culturales                   | 3                                                                                                                 |                                     |
| Festivales                   | 1                                                                                                                 |                                     |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Gracias al atractivo de la Laguna la Calderona puede llegar a consolidarse un lugar para el turismo de naturaleza |                                     |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

La oferta del municipio es muy incipiente, no hay suficientes servicios de alojamiento o gastronomía. Solo un alojamiento que se encuentra cerca de la Laguna la Calderona ofrece una experiencia de turismo de naturaleza valorada por algunos clientes. Las personas que visitan este municipio normalmente compran productos lácteos, artesanías como ruanas y disfrutan de la arquitectura en piedra que caracteriza a este municipio.

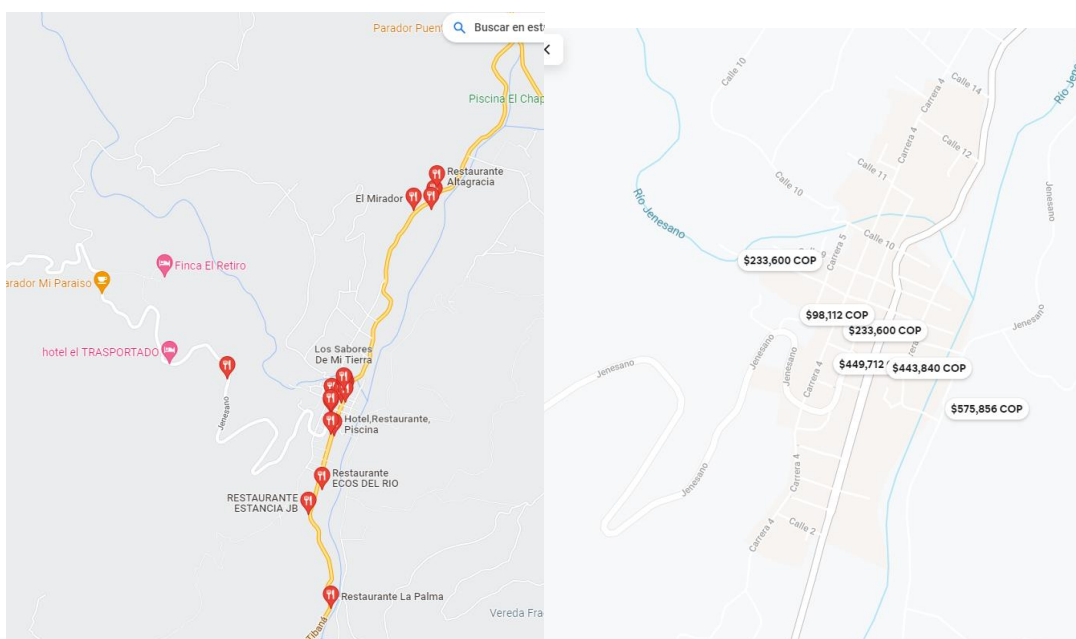
### 2.3.3.3 Análisis Municipio de Jenesano

Tabla 22 Análisis Municipio de Jenesano

|                              | RNT ACTIVO                                                                                                                  | OFERTA ENCONTRADA EN GOOGLE MAPS |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                                                                             |                                  |
| Alojamiento                  | 14                                                                                                                          | 6                                |
| Gastronomía                  | 0                                                                                                                           | 20                               |
| Agencias de Viajes           | 1                                                                                                                           | 1                                |
| Guías de Turismo             | 2                                                                                                                           | 0                                |
| Transporte                   | 1                                                                                                                           | 0                                |
| Artesanías                   | 0                                                                                                                           | 0                                |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                                                                             |                                  |
| Naturales                    | 0                                                                                                                           |                                  |
| Culturales                   | 3                                                                                                                           |                                  |
| Festivales                   | 1                                                                                                                           |                                  |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Oferta gastronómica y cultural para familias y parejas, servicios de alojamiento dentro del municipio y en espacios rurales |                                  |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

Figura 10 Oferta gastronómica y oferta de hoteles en Jenesano



Fuente: Google maps y Airbnb



Jenesano es uno de los municipios con mayor desarrollo turístico de la provincia, cuenta con variada oferta de alojamiento, los hoteles en especial se encuentran ubicados en el área urbana en su centro histórico. Aunque se encuentran 14 registros de establecimientos con RNT activo, no es tan claro identificarlos mediante las herramientas de búsqueda por plataformas como maps o Airbnb. La oferta de apartamentos y fincas se encuentra en el área rural, en espacios confortables que brindan servicios complementarios para que las personas pasen a gusto la mayor parte del tiempo en ellos. En cuanto a la gastronomía los restaurantes cuentan con una amplia trayectoria que se puede observar en sus calificaciones y comentarios. La mayoría de la oferta se encuentra ubicada en la vía que conecta con Tunja, paralela al río Jenesano, lo que hace de estos espacios áreas agradables por encontrarse cerca de la naturaleza. En contraste, la vía que conecta con Tierra Negra a la salida para Bogotá no cuenta con esta oferta. Se reconoce que estos restaurantes se han especializado en la preparación de trucha. Las “garullas” son uno de los productos de amasijos auténticos del municipio, así como la tradición en el oficio de la cestería. Se destaca que es el único municipio que tiene georreferenciado una operadora de turismo.

### 2.3.3.4 Análisis Municipio de Nuevo Colón

Tabla 23 Análisis Municipio de Nuevo Colón

|                              | RNT ACTIVO                                                                | OFERTA ENCONTRADA<br>EN GOOGLE MAPS |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                           |                                     |
| Alojamiento                  | 2                                                                         | 2                                   |
| Gastronomía                  | 0                                                                         | 6                                   |
| Agencias de Viajes           | 0                                                                         | 0                                   |
| Guías de Turismo             | 0                                                                         | 0                                   |
| Transporte                   | 1                                                                         | 0                                   |
| Artesanías                   | 0                                                                         | 0                                   |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                           |                                     |
| Naturales                    | 0                                                                         |                                     |
| Culturales                   | 2                                                                         |                                     |
| Festivales                   | 1                                                                         |                                     |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Oferta de turismo de naturaleza y festivales, ferias o eventos culturales |                                     |

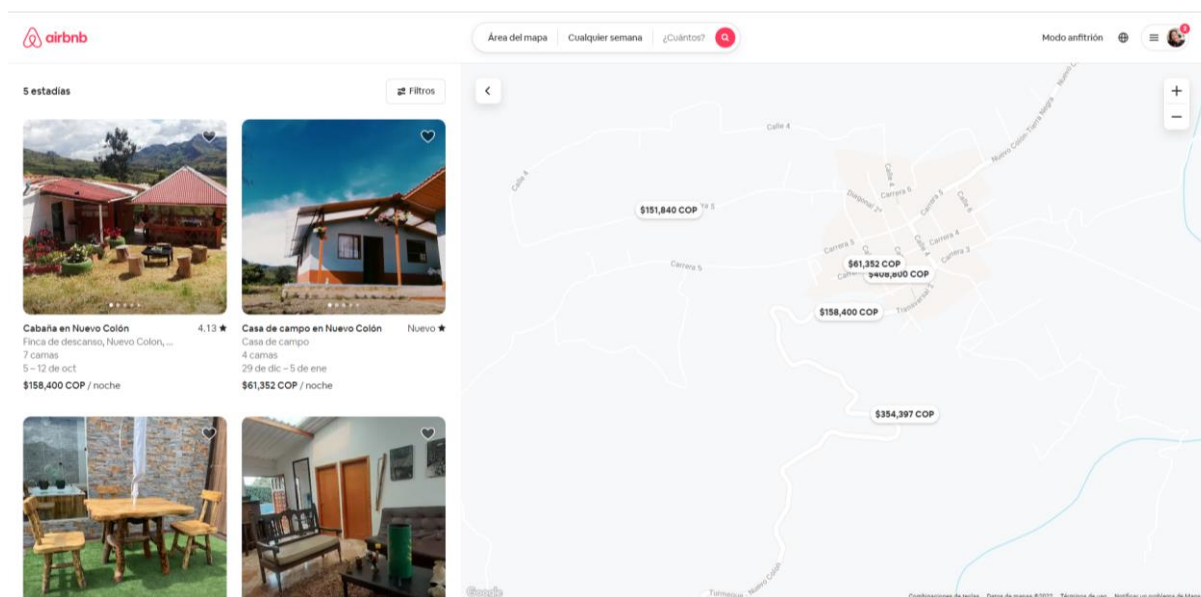
Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

La oferta de alojamiento es incipiente, solo cuenta con dos opciones de alojamiento georreferenciadas en Google maps, sin embargo, en la plataforma de Airbnb aparecen algunas opciones de alquiler de fincas. En cuanto a la gastronomía se evidencia la oferta de algunos establecimientos que ubicados en el área rural ofrecen espacios con agradables vistas y menús de platos a la carta, en especial mojarra. Aunque el municipio se destaca por su producción frutícola, no hay algún lugar o producto pensado para ofrecer esta experiencia o producto a los turistas.

La conectividad es buena ya que el municipio se encuentra a 15 min de la autopista que comunica Bogotá – Tunja.



Figura 11 Búsqueda alojamiento en Nuevo Colon



### 2.3.3.5 Análisis Municipio de Ramiriquí

Tabla 24 Análisis Municipio de Ramiriquí

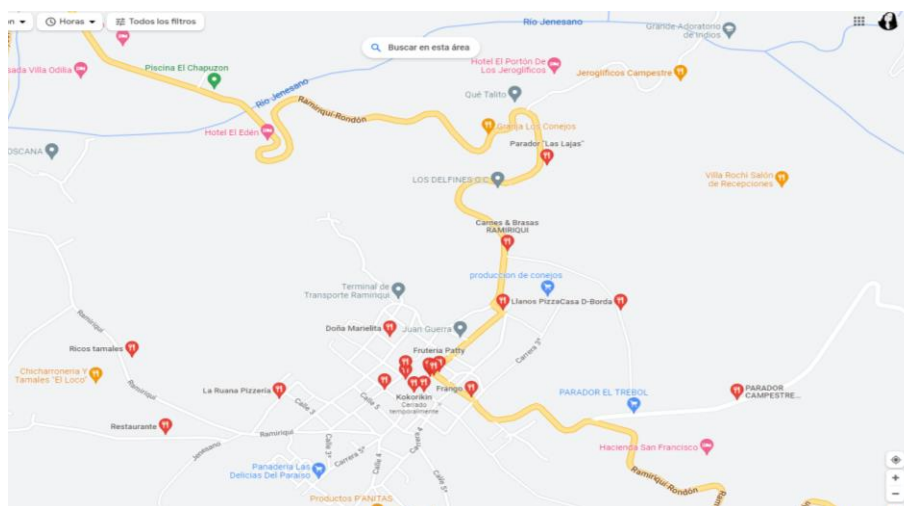
|                              | RNT ACTIVO                                                                                                                  | OFERTA ENCONTRADA EN<br>GOOGLE MAPS |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                                                                             |                                     |
| Alojamiento                  | 11                                                                                                                          | 5                                   |
| Gastronomía                  | 0                                                                                                                           | 20                                  |
| Agencias de Viajes           | 2                                                                                                                           | 0                                   |
| Guías de Turismo             | 1                                                                                                                           | 0                                   |
| Transporte                   | 1                                                                                                                           | 0                                   |
| Artesanías                   | 0                                                                                                                           |                                     |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                                                                             |                                     |
| Naturales                    | 0                                                                                                                           |                                     |
| Culturales                   | 6                                                                                                                           |                                     |
| Festivales                   | 2                                                                                                                           |                                     |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Oferta gastronómica y cultural para familias y parejas, servicios de alojamiento dentro del municipio y en espacios rurales |                                     |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

La oferta de alojamiento se encuentra dispersa en el área rural y alguna en el área urbana. La oferta de gastronomía se concentra en la parte urbana. Junto a Jenesano es de los municipios que mayor oferta turística tiene. Ya que el municipio es capital de provincia cuenta con sede de dos bancos y dos cajeros automáticos. Normalmente las personas que visitan este municipio pasean por el parque

principal en donde se encuentran esculturas en honor a el ciclista Mauricio Soler, visitan la iglesia principal y realizan compras en los supermercados, en especial las familias que se hospedan en cabañas o que tienen sus casas de descanso. Este es un punto de tránsito de ciclistas por la historia del municipio en este deporte.

*Figura 12. Restaurantes en Ramiriquí*



Fuente: Google maps

### 2.3.3.6 Análisis Municipio de Tibaná

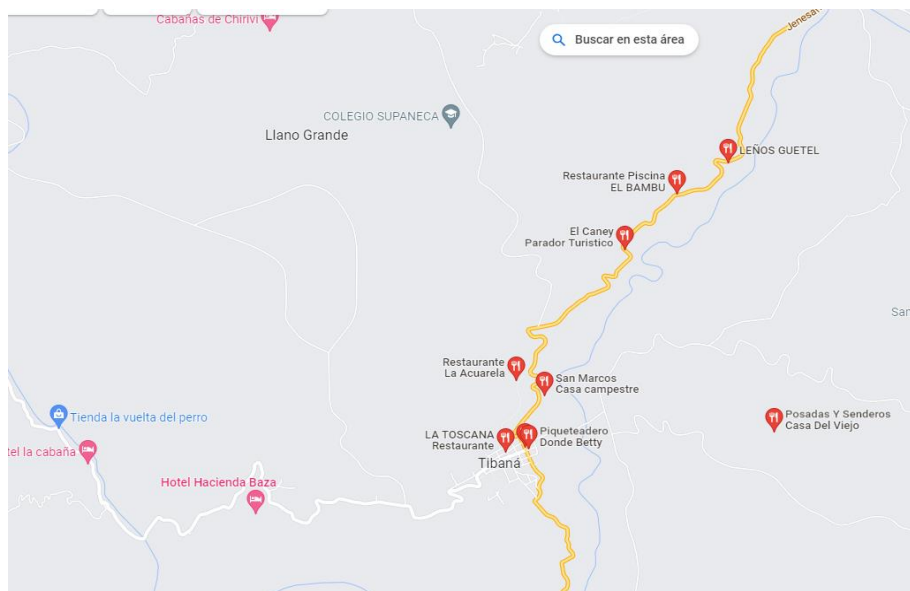
Tabla 25 Análisis Municipio de Tibaná

|                              | RNT ACTIVO                                                           | OFERTA ENCONTRADA EN GOOGLE MAPS |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                      |                                  |
| Alojamiento                  | 9                                                                    | 9                                |
| Gastronomía                  | 0                                                                    | 10                               |
| Agencias de Viajes           | 0                                                                    | 0                                |
| Guías de Turismo             | 1                                                                    | 0                                |
| Transporte                   | 1                                                                    | 0                                |
| Artesanías                   | 2                                                                    | 0                                |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                      |                                  |
| Naturales                    | 0                                                                    |                                  |
| Culturales                   | 4                                                                    |                                  |
| Festivales                   | 2                                                                    |                                  |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Oferta gastronómica para familias y parejas en torno a la naturaleza |                                  |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC



*Figura 13 Oferta gastronómica de Tibaná*



Fuente: Google maps

El municipio de Tibaná ha venido fortaleciendo el alojamiento rural en cabañas y glampings, así mismo, cuenta con oferta gastronómica en el corredor que conecta con el municipio de Jenesano. Esta vía es muy frecuentada por ciclistas por el poco tránsito y el paisaje rural.

### 2.3.3.7 Análisis Municipio de Úmbita

Tabla 26 Análisis Municipio de Úmbita

|                              | RNT ACTIVO                                                                            | OFERTA ENCONTRADA EN GOOGLE MAPS |
|------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                                       |                                  |
| Alojamiento                  | 2                                                                                     | 1                                |
| Gastronomía                  | 0                                                                                     | 4                                |
| Agencias de Viajes           | 0                                                                                     | 0                                |
| Guías de Turismo             | 0                                                                                     | 0                                |
| Transporte                   | 0                                                                                     | 0                                |
| Artesanías                   | 0                                                                                     | 0                                |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                                       |                                  |
| Naturales                    | 0                                                                                     |                                  |
| Culturales                   | 0                                                                                     |                                  |
| Festivales                   | 0                                                                                     |                                  |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Potencialidad hacia el turismo de naturaleza por la cercanía al Páramo de Guacheneque |                                  |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

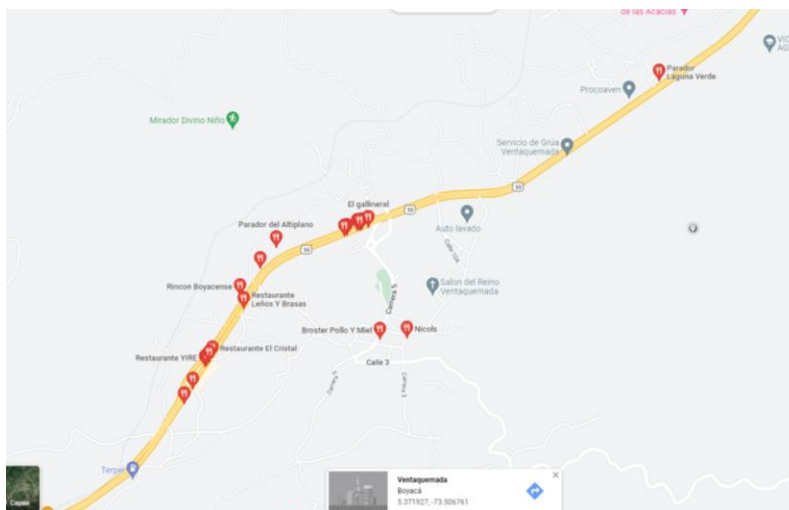
El desarrollo de la actividad de turismo es incipiente, la oferta gastronómica es de consumo local, así mismo el alojamiento. El municipio no cuenta con buena conectividad con la provincia ya que se conecta con Villapinzón en la autopista que une Bogotá - Tunja, en un recorrido de aproximadamente 1 hora. La salida que tiene al interior de la provincia lo conecta con la vía Chinavita – Tibaná la cual se encuentra en malas condiciones y es un recorrido que los turistas evitan.

### 2.3.3.8 Análisis Municipio de Ventaquemada

Tabla 27 Análisis Municipio de Ventaquemada

|                              | RNT ACTIVO                                              | OFERTA ENCONTRADA EN<br>GOOGLE MAPS |
|------------------------------|---------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                         |                                     |
| Alojamiento                  | 8                                                       | 4                                   |
| Gastronomía                  | 1                                                       | 17                                  |
| Agencias de Viajes           | 0                                                       | 0                                   |
| Guías de Turismo             | 0                                                       | 0                                   |
| Transporte                   | 0                                                       | 0                                   |
| Artesanías                   | 0                                                       | 4                                   |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                         |                                     |
| Naturales                    | 0                                                       |                                     |
| Culturales                   | 3                                                       |                                     |
| Festivales                   | 1                                                       |                                     |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Oferta gastronómica y cultural para familias y parejas. |                                     |

Figura 14 Oferta gastronómica de Ventaquemada



Fuente: Google maps

La oferta turística se basa en la gastronomía que brindan los establecimientos que se encuentran sobre la Autopista Bogotá – Tunja, la cual se basa en la venta de arepas de maíz como producto reconocido



de este sector. La oferta de alojamiento es incipiente, las personas normalmente no entran hasta el municipio, el turismo se concentra en el Puente de Boyacá.

### 2.3.3.9 Análisis Municipio de Viracachá

Tabla 28 Análisis Municipio de Viracachá

|                              | RNT ACTIVO                                                      | OFERTA ENCONTRADA<br>EN GOOGLE MAPS |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>PST</b>                   |                                                                 |                                     |
| Alojamiento                  | 1                                                               | 2                                   |
| Gastronomía                  | 0                                                               | 2                                   |
| Agencias de Viajes           | 0                                                               | 0                                   |
| Guías de Turismo             | 0                                                               | 0                                   |
| Transporte                   | 0                                                               | 0                                   |
| Artesanías                   | 0                                                               | 4                                   |
| <b>ATRATIVOS TURÍSTICOS</b>  |                                                                 |                                     |
| Naturales                    | 0                                                               |                                     |
| Culturales                   | 0                                                               |                                     |
| Festivales                   | 0                                                               |                                     |
| <b>PERFIL DEL MUNICIPIO:</b> | Potencialidad hacia el turismo cultural para grupos de familias |                                     |

El desarrollo de la actividad turística es incipiente, cuenta con dos alojamientos familiares ofertados por Airbnb, no cuenta con oferta de gastronomía. La conexión con la provincia no es tan buena ya que no se encuentra cercano a la ruta de conexión principal, se encuentra a unos 40 min de Tunja y 30 min de Ramiriquí.

### 2.3.4 Análisis de las inversiones públicas y privadas

**Identificar los proyectos de inversión general relevantes en la zona, diferenciándolos de aquellos relacionados al turismo. Posteriormente dentro de este último grupo, reconocer los que son públicos y privados.**

Es poca la información segregada sobre las inversiones puntuales que se han hecho en la Provincia de Márquez, sin embargo, sí es posible identificar a las entidades y ciertos proyectos que han beneficiado puntualmente al sector. En la siguiente tabla se consigna la información encontrada para los últimos 5 años


*Tabla 29 Proyectos de inversión destacados en la provincia*

| ENTIDAD / MUNICIPIO   | AÑO       | PROYECTO DE INVERSIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | VALOR                                 |
|-----------------------|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| Gobernación de Boyacá | 2018      | Creación de mapa en alianza con el Consejo de Turismo de Márquez para la creación del mapa turístico: "Márquez, territorio que cultiva tus sentidos"                                                                                                                                                                                                                                          |                                       |
|                       | 2018      | Creación de ruta para bici turismo Puente de Boyacá-Tibaná                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 10.000.000                            |
|                       | 2019      | Convocatoria "Turismo Rural Comunitario"                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 20.000.000                            |
|                       | 2017-2022 | Marca Boyacá es para vivirla, elementos de promoción turística: videos, folletos y plataforma web con información de PST. Realización de misiones comerciales de empresarios boyacenses, participación en ferias, entre otras actividades. Actividades que se realizan mediante gestión con entidades como FONTUR o Viceministerio de turismo                                                 |                                       |
|                       | 2022      | Colegios amigos del turismo fortalecidos en Boyacá (14)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 7.759.400 (presupuesto departamental) |
|                       | 2022      | Alianzas establecidas con instituciones de formación en turismo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 7.759.400 (presupuesto departamental) |
| CORPOCHIVOR           | 2017      | Delimitación Distrito Regional de Manejo integrado DRMI Mamapacha-Bijagual                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                       |
|                       |           | Inclusión de Negocios Verdes relacionados al turismo de naturaleza                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                       |
| SENA                  |           | Capacitaciones en programas como bilingüismo, manipulación de alimentos, turismo comunitario, manejo de las tecnologías de la información y las comunicaciones, legislación turística, bioseguridad y empaquetamiento turístico. Programas técnicos: servicio de restaurante, alojamiento rural, servicio de recepción hotelera, animación turística, operación turística local, entre otros. |                                       |
| FINAGRO Datos Boyacá  | 2019      | Turismo Rural (33 créditos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 1.854.000                             |
|                       | 2020      | Turismo Rural (43 créditos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2.799.000                             |
| OCENSA                | 2021      | Apoyo a las comunidades de artesanos de la región con capacitaciones y asistencias técnicas                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                       |



| ENTIDAD / MUNICIPIO | AÑO  | PROYECTO DE INVERSIÓN                     | VALOR            |
|---------------------|------|-------------------------------------------|------------------|
|                     | 2017 | Construcción de vías Márquez <sup>1</sup> | \$ 2.239.446     |
|                     | 2018 | Construcción de vías Márquez              | \$ 348.816.000   |
|                     | 2019 | Construcción de vías Márquez              | \$ 1.536.657.000 |
|                     | 2020 | Construcción de vías Márquez              | \$ 307.332.000   |
|                     | 2017 | Mejoramiento de vías Márquez              | \$ 3.035.785.000 |
|                     | 2018 | Mejoramiento de vías Márquez              | \$ 3.751.238.000 |
|                     | 2019 | Mejoramiento de vías Márquez              | \$ 4.357.816.000 |
|                     | 2020 | Mejoramiento de vías Márquez              | 1.349.884.000    |

En general, las inversiones del sector público en infraestructura turística son bajas. La gran mayoría se concentra en capacitaciones y formación. Las inversiones que las alcaldías municipales que tienen un impacto directo en el turismo normalmente son las que se destinan a la realización de festivales, como el del Festival Internacional del Maíz y Festival de Declamación el Verso de Oro en Ramiriquí, el Festival del Amasijo y la Parranda Campesina y Festival del Tejo en Turmequé, Festival Cultural y de la Arriería y Concurso Nacional de Tractomulas de Tibaná, Festival de Botas, Ruana y Sombrero y el concurso de cuento La pera de Oro en Jenesano, Festival de la piedra y la labranza y Reinado de La Vaca en Ciénega, Festival de la Elaboración de la Alpargata en Boyacá y el Festival de la Arepa en Ventaquemada. Además de encuentros deportivos, especialmente ciclísticos, aguinaldos, fiestas patronales.

Así mismo, considerando que los parques centrales son el principal atractivo de estos municipios, se destacan las inversiones en remodelación de estos espacios, la última, realizada en el municipio de Ventaquemada con una inversión cercana a los 1.000 millones de pesos asignados por el Gobierno departamental y la administración municipal. Por otra parte, el gobierno departamental ha invertido en mejoramiento o construcción de vías, sin embargo, es recurrente que las PST manifiesten que existe deficiencia en el acceso a ciertos atractivos por las vías terciarias.

De otra parte, desde la Secretaría de Cultura y Turismo los recursos del impuesto al consumo a la telefonía móvil para cultura han venido financiando proyectos que promuevan e incentiven la conservación, protección, salvaguarda y divulgación del Patrimonio Cultural. Aspecto que también tiene impactos positivos para el turismo en la provincia.

En general, los PST han manifestado la necesidad de realizar inversión en los siguientes aspectos:

#### Inversión pública:

- Arreglo y mantenimiento de las vías de acceso y terciarias para lograr un mejor acceso a los atractivos turísticos y a los hospedajes rurales.
- Arreglo de parques principales y mejorar acceso a baños públicos
- Recuperar patrimonio arquitectónico histórico
- Señalización turística

<sup>1</sup> Fuente: Informe Boyacá en cifras 2022 Cámara de Comercio de Tunja





- Promoción de destino
- Infraestructura para senderos
- Puntos de información turística

Inversión privada:

- Mejoramiento de señalización de establecimientos
- Capacitación y mejoramiento de condiciones laborales de trabajadores
- Inversión en los establecimientos para poder ofrecer buenos servicios
- Mejorar la promoción de los negocios
- Crear más oferta de calidad y con concepto cultural de alojamientos y gastronomía.

Actualmente, la secretaría departamental de turismo, con el fin de incentivar las inversiones y mejoramiento en la preparación de los municipios hacia el turismo, han lanzado la convocatoria de los pueblos más lindos de Boyacá 2022, que además de otorgar el reconocimiento a los que mayores criterios de puesta en valor de su patrimonio logren, se les apoya proyectos con recursos del orden departamental.

### 2.3.5 Análisis de la competencia

**Precios de la competencia, tráfico de clientes, tipología y perfil de clientes, reputación y satisfacción de la clientela, sistema de venta y distribución, dimensión y aspecto del producto, horarios y antigüedad, diferenciales en la prestación del servicio, proveedores con los que trabaja, capacidad económica.**

El análisis comparativo se realiza con dos provincias, considerando que para todo el departamento el perfil de turistas que lo visitan proviene mayoritariamente de Bogotá. La primera provincia seleccionada es la del Alto Ricaurte, conformada por los municipios de: Gachantivá, Ráquira, Sáchica, Santa Sofía, Sutamarchán, Tinjacá y Villa de Leyva. El turismo en esta región gira en torno al municipio de Villa de Leyva, destino más visitado en Boyacá y uno de los más reconocidos a nivel nacional. Como lo describen (Dueñas et al., 2021) es una región que por su oferta paleontológica, arqueológica, cultural, arquitectónica y ambiental y su ubicación geográfica reúne la mayor oferta y demanda turística en Boyacá.

Aunque no existen estudios enfocados en determinar la tipología de perfiles de turistas que viajan a determinadas provincias de Boyacá, la información sistematizada por el Situr (2018) describen que de los visitantes que en general hacen turismo en el departamento, un 68 % recorrió las calles y parques del casco urbano, en segunda instancia visitó museos, casa de cultura, iglesias, santuarios y monumentos, y un 13% visitó parques naturales, cascadas, ríos, pozos, balnearios, zoológicos o jardines botánicos, entre otros. Es decir que son mayoría de turistas tienen motivaciones relacionadas a la cultura y en segunda medida, pero en menor proporción, ecoturistas.

Es por esto que la segunda provincia seleccionada es la de Norte y Gutiérrez, considerando que el principal atractivo es la Sierra Nevada del Cocuy en donde se ofrecen actividades de turismo de naturaleza. La experiencia ofrecida se basa en el senderismo a borde del glaciar, en donde las comunidades campesinas prestan diversos servicios turísticos a los visitantes como: servicios de



guías, alquiler de caballos, alimentación y alojamiento son las principales fuentes de ingresos para algunas familias campesinas que en cada temporada alta (diciembre / febrero, Semana Santa y junio / julio) reciben en promedio más de diez mil turistas en el parque (Calderón, 2014).

Tabla 30 Análisis de la competencia

|                                                                          | PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                                                                                                                                              | PROVINCIA ALTO RICAUTE                                                                                                                                                                                                                                    | SIERRA NEVADA DEL COCUY                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perfil oferta                                                            | Turismo cultural para                                                                                                                                                             | Turismo cultural                                                                                                                                                                                                                                          | Ecoturismo y turismo cultural                                                                                                                                                                                     |
| Perfil de clientes                                                       | familias y parejas                                                                                                                                                                | Familias, jóvenes y parejas                                                                                                                                                                                                                               | Deportistas / jóvenes                                                                                                                                                                                             |
| Tráfico de clientes año 2019                                             | 3.455<br>Cifra reportada por Situr Puente de Boyacá                                                                                                                               | 1.515<br>Cifra reportada por Situr Villa de Leyva                                                                                                                                                                                                         | 11.061<br>Cifra reportada CITUR parque Nacional el Cocuy                                                                                                                                                          |
| Reputación y satisfacción de la clientela                                | Es un destino con poca afluencia, pocas calificaciones, encontradas en plataforma, la gran mayoría sobre gastronomía                                                              | Villa de Leyva es el destino más visitado en Boyacá y uno de los más reconocidos a nivel nacional                                                                                                                                                         | El nevado del Cocuy es el atractivo natural más destacado del departamento.                                                                                                                                       |
| Producto: venta y distribución                                           | Las personas hacen sus reservas de alojamiento por plataforma ya que la temporada en que más se frecuenta es en festividades. La oferta de actividades complementarias es mínima. | Los turistas realizan sus reservas en alojamientos, por lo que se usan plataformas destinadas a ello como Booking o Airbnb, ya que la temporada en que más se frecuenta es en festividades. Las actividades complementarias normalmente se pagan in situ. | Para ingresar al parque se debe hacer un registro, por tanto, las visitas son planificadas con antelación. La promoción y venta de planes por páginas web es alta.                                                |
| Valores diferenciales en la prestación del servicio                      | Frecuentemente los mismos propietarios con quienes ofrecen la atención al visitante, por esta razón se tiene un contacto directo y afectuoso valorado por los turistas.           | Ya que el destino tiene acogida de visitantes internacionales, es posible encontrar personal bilingüe, facilidad de transporte para llegar al atractivo, y una amplia capacidad y oferta hotelera y gastronómica.                                         | Se ofrece una experiencia única en Boyacá y una de las pocas del país, al apreciar un glaciar, lo cual permite que, aunque el atractivo se encuentre a más de 10 horas las personas sigan visitando el atractivo. |
| Proveedores con los que trabaja (capacidad operacional formal instalada) | Normalmente son operadores locales                                                                                                                                                | Los proveedores pueden ser tanto nacionales, internacionales. Aparte de Villa de Leyva los municipios se organizan en                                                                                                                                     | Parques Nacionales es el operador de carácter regional, alojamientos, guías, restaurantes y demás servicios en su                                                                                                 |



|             | PROVINCIA DE<br>MÁRQUEZ                                                                                                                                                                | PROVINCIA<br>ALTO RICAUTE                                                                                                                                                                                                                                                                    | SIERRA NEVADA DEL<br>COCUY                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|             |                                                                                                                                                                                        | torno a propuestas de turismo comunitario y rural, la cual es operada básicamente por locales.                                                                                                                                                                                               | gran mayoría son de empresas locales.                                                                                                                                                                                                               |
| Fortalezas  | No es una provincia posicionada turísticamente, por tanto, es posible hacer un ejercicio de planificación sostenible.                                                                  | El desarrollo turístico de la provincia se fortalece en el atractivo del municipio de Villa de Leyva, por tanto, los otros municipios que no tienen tanta afluencia tienen la oportunidad de ampliar o construir una oferta articulada a ese atractivo desde el turismo rural o comunitario. | Similar al caso de la provincia del Alto Ricaurte, la Sierra Nevada del Cocuy es un atractivo desde el cual los municipios que no cuentan con la misma dinámica turística se han venido articulando con actividades de turismo rural o comunitario. |
| Debilidades | Además de que la oferta del mercado turístico es poca, no cuenta con un atractivo de reconocimiento departamental o nacional como si lo tienen las otras dos provincias analizadas.    | Villa de Leyva es frecuentemente el ejemplo usado sobre los efectos negativos del turismo desbordado como la gentrificación, contaminación y la forma en que los pobladores llegan a afectarse negativamente de esta actividad.                                                              | La operación debe ser limitada por las afectaciones que el turismo puede hacer de este lugar, por tanto, se controla la capacidad de carga lo que en algunas ocasiones genera conflictos entre los actores e instituciones.                         |
| Marketing   | No hay un ejercicio de marketing territorial, pero tampoco existe una imagen con la que las personas puedan diferenciar la provincia, como sí lo tienen las otras dos que se analizan. | No hay un ejercicio de marketing territorial posicionado, sin embargo, son muchas las imágenes y promoción a los atractivos de esta provincia en donde sobresale la imagen de la plazoleta de Villa de Leyva.                                                                                | No hay un ejercicio de marketing territorial posicionado, sin embargo, son muchas las imágenes y promoción a los atractivos de esta provincia en donde sobresale la imagen del cerro Pan de Azúcar rodeado de la nieve.                             |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

El análisis comparativo permite inferir que precisamente el hecho de que la provincia aún no sea un referente para el turismo en Boyacá es posible trasladar esa debilidad como una fortaleza que permita aprender de la experiencia de los competidores y además establezca acciones sostenibles de planificación y gestión para el turismo. Es necesario crear y articular una oferta sostenible acorde a las metas y desafíos del turismo en momentos de cambio climático y crisis medioambientales y sociales. Así mismo es importante posicionar un elemento distintivo con el que los visitantes puedan asociar la provincia que como se analiza, resulta importante para articular un área geográfica en torno al turismo.

### 2.3.6 Análisis de casos éxito similares a la Provincia de Márquez

#### Elementos de éxito que permitan ser diferenciales que permitan ser competitivos en el mercado (benchmarking)

##### 2.3.6.1 Caso de éxito: turismo rural comunitario en la provincia de Alto Ricaurte.

Considerando que los municipios de la provincia de Márquez mayoritariamente tienen una oferta relacionada al turismo cultural y rural, se toma como ejemplo de éxito la provincia del Alto Ricaurte, considerando que actualmente se encuentra orientada a brindar experiencias y servicios desde el turismo rural comunitario. Dueñas et al., (2021) señalan que el atractivo en estas iniciativas está relacionado con las experiencias del visitante, cuando conoce los modos de vida de las comunidades rurales, la tranquilidad, la acogida, la capacidad de las personas para transmitir sus conocimientos y para defender y proteger su territorio, sus tradiciones y sus formas de organizarse (p. 69). Así mismo, los autores indican que, en la subprovincia del Alto Ricaurte, la concentración de actividades de tipo comunitario está principalmente en los municipios de Gachantivá (35 %), Santa Sofía (29 %), Ráquira y Villa de Leyva (12 %) y Sutamarchán (6 %), respectivamente

De acuerdo con la investigación de Calderón (2014) la principal motivación de los turistas por destinos como el que ofrece Villa de Leyva y la provincia del Alto Ricaurte es su cercanía con la ciudad de Bogotá. Esta característica también es una motivación para los turistas de la Provincia de Márquez, los cuales inclusive, se encuentran más cercanos a la capital. Por otra parte, el turismo igualmente se dinamiza por la realización de festivales. Sin embargo, de acuerdo con ese estudio lo que menos les gusta a los turistas es la alta afluencia de personas lo que genera el alza en los precios a raíz de los cambios en la oferta y la demanda, así como la mala disposición de residuos sólidos en los principales atractivos turísticos

Tabla 31 Caso de éxito - Alto Ricaurte

| CASO                                          | CARACTERÍSTICAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | EJM DE EXPERIENCIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Turismo rural comunitario en el Alto Ricaurte | Los servicios ofertados en alojamiento, restaurantes, el servicio de guianza y las agencias de viajes, que se complementan con pasantías, talleres demostrativos, <i>trekking</i> (caminatas), espeleología, paleontología y educación ambiental, todas las anteriores soportadas en el desarrollo de experiencias fundamentadas en las tradiciones propias de la región. La capacidad está determinada por el número de turistas que pueden atenderse cada día: el promedio es de 58 turistas y depende sobre todo de los servicios de alojamiento; a su vez, el tipo de actividades desarrolladas hace que los grupos que se atienden sean pequeños, en particular por la personalización de la experiencia. | <b>Museo Comunitario del Fósil:</b> creado por la Junta de Acción Comunal (JAC) como un acto de resistencia para defender y poner en valor el patrimonio paleontológico colectivo.                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Ruta Acuña:</b><br>Es un espacio de encuentro y de integración comunitaria creado en 2004 para reivindicar el trabajo de la mujer en Villa de Leyva. La ruta ha sido el escenario para que este grupo de mujeres logren conocer, valorar y proteger el patrimonio cultural, a través de un recorrido en el que guían, enseñan, transmiten y divulgan el conocimiento de los lugares históricos más emblemáticos y representativos del municipio de Villa de Leyva |

Información con base en el estudio de Dueñas et al. (2021)



El turismo rural comunitario se define por el Ministerio de Industria y Turismo (S.F) como la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo. En este sentido el reto para la provincia de Márquez es el de lograr la organización de la comunidad, resaltar sus actividades tradicionales, generar buenas prácticas de sostenibilidad y fortalecer su vocación turística.

### 2.3.7 Análisis de los prestadores de servicios turísticos con RNT activo

En las siguientes tablas se consigna el número de PST que cuentan con RNT activo, el cual se ha contrastado con la oferta que aparece registrada en Google maps, considerando que esta puede ser una metodología de búsqueda para conocer la oferta real. Aunque normalmente se manifiesta que algunos establecimientos ofrecen servicios de este tipo sin contar con la formalización, no es significativo el número de estos que promocionan o se georreferencian, entendiendo que si se busca llegar a un mercado turístico uno de los aspectos básicos es registrarse en esta plataforma para poder ser ubicados por las personas. Es por esto que a pesar de que se esperaría encontrar más establecimientos ofertados en maps que registrados con RNT activo, en algunos casos este número llega a ser menor.

Se concluye que si bien, debe existir oferta que no se encuentra formalizada, esta no parece significativa, así mismo, que es necesario fomentar el mejoramiento de los aspectos básicos de promoción de la provincia por parte de los PST, como lo es estar georreferenciado, tener sus contactos actualizados, fotografías del establecimiento y evaluaciones de los visitantes. De esta manera se promueve la visibilización de la oferta.

Tabla 32 PST con RNT y oferta georreferenciada

| Municipio          | Boyacá-Boyacá |          | Ciénega    |             | Jenesano   |          | Nuevo Colón |          | Ramiriquí  |          |
|--------------------|---------------|----------|------------|-------------|------------|----------|-------------|----------|------------|----------|
| Tipo de PST        | RNT Activo    | Hallados | RNT Activo | Encuestados | RNT Activo | Hallados | RNT Activo  | Hallados | RNT Activo | Hallados |
| Alojamiento        | 5             | 3        | 3          | 4           | 14         | 6        | 2           | 2        | 11         | 5        |
| Gastronomía        | 1             | 12       | 0          | 1           | 0          | 20       | 0           | 6        | 0          | 20       |
| Agencias de Viajes | 0             | 0        | 0          | 0           | 1          | 1        | 0           | 0        | 2          | 0        |
| Guías de Turismo   | 0             | 0        | 0          | 0           | 2          | 0        | 0           | 0        | 1          | 0        |
| Transporte         | 0             | 0        | 0          | 0           | 1          | 0        | 0           | 0        | 0          | 0        |

Fuente: Unión Temporal Boyacá FC

Tabla 33 PST con RNT y oferta georreferenciada

| Municipio   | Tibaná     |          | Úmbita     |          | Ventaquemada |          | Viracachá  |          |
|-------------|------------|----------|------------|----------|--------------|----------|------------|----------|
| Tipo de PST | RNT Activo | Hallados | RNT Activo | Hallados | RNT Activo   | Hallados | RNT Activo | Hallados |
| Alojamiento | 9          | 9        | 2          | 1        | 8            | 4        | 1          | 2        |
| Gastronomía | 0          | 10       | 0          | 4        | 1            | 17       | 0          | 2        |





| Municipio          | Tibaná |   | Úmbita |   | Ventaquemada |   | Viracachá |   |
|--------------------|--------|---|--------|---|--------------|---|-----------|---|
| Agencias de Viajes | 0      | 0 | 0      | 0 | 0            | 0 | 0         | 0 |
| Guías de Turismo   | 1      | 0 | 0      | 0 | 2            | 4 | 0         | 0 |
| Transporte         | 0      | 0 | 0      | 0 | 0            | 0 | 0         | 0 |

En las encuestas realizadas a los PST de alojamiento, aproximadamente la mitad de las personas indican que no conocen la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible, y solo el 35% afirma que la implementa en su establecimiento.

Gráfico 33 Encuesta a PST de alojamiento

3.5. ¿Conoce la norma técnica sectorial en turismo sostenible que aplica a su sector?

35 respuestas

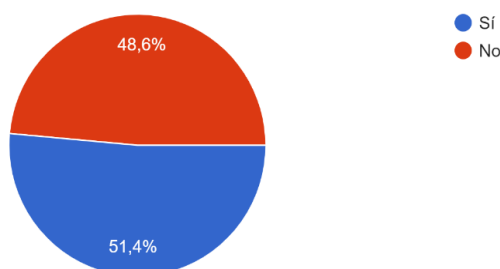
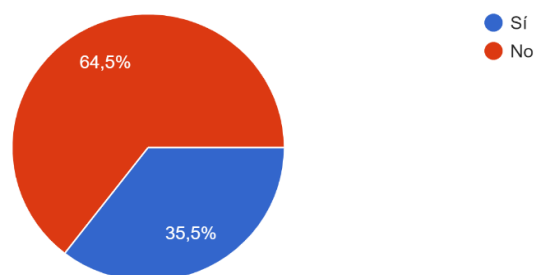


Gráfico 34 Encuesta a PST sobre implementación de NTS TS

3.5.1. ¿Implementa la NTS TS en su establecimiento?

31 respuestas



En las encuestas realizadas a PST de agencias de viajes la mayoría afirman que conocen la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible, empresas que así mismo la implementan.



Gráfico 35 Encuesta a PST de agencias de viajes

3.7. ¿Conoce la norma técnica sectorial en turismo sostenible que aplica a su sector?

5 respuestas

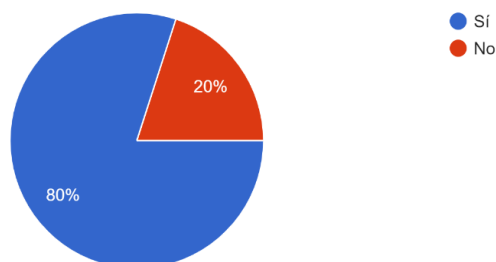
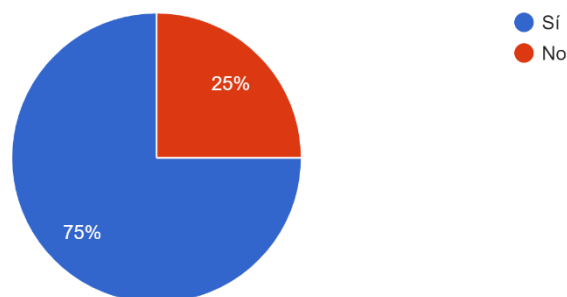


Gráfico 36 Implementación de NTS TS por parte de las agencias de viajes

3.7.1. ¿Implementa la NTS TS en su establecimiento?

4 respuestas



Frente al cumplimiento de protocolos de bioseguridad los PST encuestados manifestaron que cumplen aspectos como el lavado frecuente de manos, contar con dispensadores de gel o líquidos antibacteriales y la desinfección minuciosa de áreas de contacto con las personas.

## 2.4 Aportes para la construcción del producto turístico de la Provincia Márquez

Es visible la transformación y evolución que se ha dado en materia de turismo durante los últimos años, Boyacá departamento con grandes potencialidades, avanza ante estos cambios y por lo tanto se encuentra en el camino para generar respuestas y orientaciones a las nuevas necesidades del mercado; por esta razón, se aunaron esfuerzos entre los actores involucrados para llevar a cabo el diseño del producto turístico para la provincia de Márquez en el departamento de Boyacá.

En el diseño del producto turístico intervienen diversos factores y variables, una de ellas es el diagnóstico, parte esencial en la construcción, pues su objetivo esencial es acercarnos a la realidad



permitiendo conocer las potencialidades existentes dentro de los contextos estudiados, además de conocer también sus debilidades para impulsar recursos materiales y humanos que generen las intervenciones necesarias en la consolidación del objetivo primordial, el producto turístico para la Provincia Márquez en el departamento de Boyacá, en este caso la Organización Mundial del Turismo (OMT), define producto turístico como:

“una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio y tienen un ciclo vital” OMT" (<https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>).

De lo anterior podemos decir que el producto turístico son las acciones concretas sobre el territorio, sus dinámicas sociales y representaciones, elementos que se conjugan para visibilizar elementos específicos o de interés.

El presente documento diagnóstico contiene información, con respecto al contexto económico social, cultural, ambiental del destino y atractivos turísticos, analizando algunas variables concernientes a las dinámicas sociales de la Provincia y el territorio.

## 2.4.1 Generalidades del Departamento de Boyacá

Gráfico 37 Generalidades del departamento de Boyacá

|                                    |                                                                                                                                           |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Código DANE</b>                 | 15                                                                                                                                        |
| <b>Número de municipios</b>        | 123                                                                                                                                       |
| <b>Categoría ley 67 de 2000</b>    | 1                                                                                                                                         |
| <b>Toponimia</b>                   | El lugar de las Mantas, cercado del cacique. Fortaleza o mansión regia del soberano indígena.                                             |
| <b>Región</b>                      | Centro Oriente                                                                                                                            |
| <b>Gentilicio</b>                  | Boyacense                                                                                                                                 |
| <b>Superficie</b>                  | 23.189 Km <sup>2</sup> (2.318.900 Ha)                                                                                                     |
| <b>Población</b>                   | 1.259.601 habitantes                                                                                                                      |
| <b>Densidad Poblacional</b>        | 54,32 hab/Km <sup>2</sup>                                                                                                                 |
| <b>Fundación Hispánica</b>         | Creado en el Congreso de Cúcuta, en 1821, en homenaje a la batalla del Puente de Boyacá con la cual culminó la independencia de Colombia. |
| <b>Entorno de Desarrollo (DNP)</b> | Intermedio                                                                                                                                |

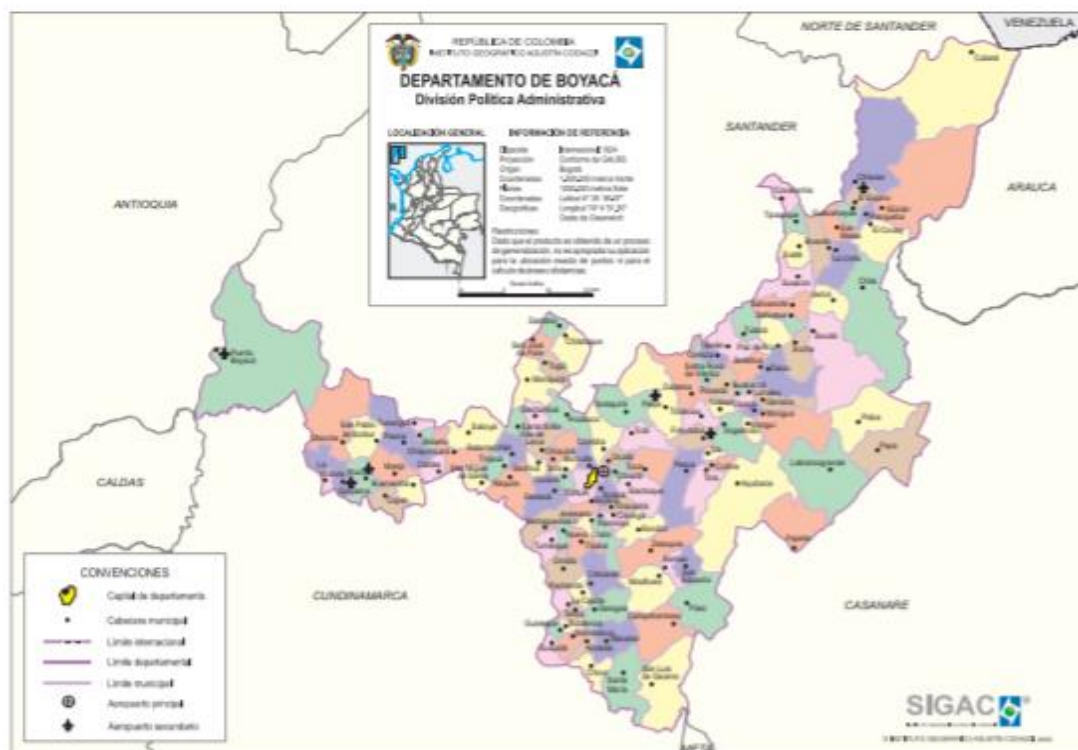
Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Administrativamente está conformado por 123 municipios, agrupados en 13 provincias, el 95% de los municipios están clasificados en sexta categoría, que corresponde a municipios pequeños. Los



anteriores datos fueron obtenidos del siguiente enlace: <https://www.boyaca.gov.co/gobernacion-corporaciones-autonomas-regionales-y-el-igac-firmaron-convenio-de-cartografia/>

Mapa 1 Departamento de Boyacá

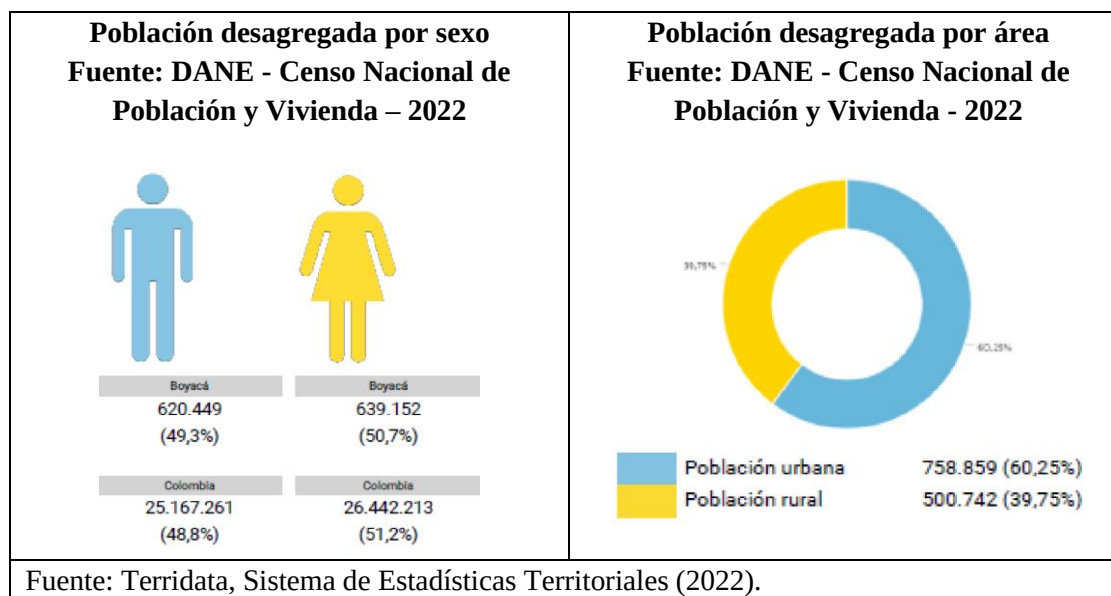


Fuente: Recuperado 16 de junio de 2022, de <https://content.gnoss.ws/imagenes/Documentos/imgsem/45/454d/454dfadb-de7f-4afa-9c5e-3ac9bbc04e2a/e0732912-cc67-0f7a-ec38-0d881a65070b.jpg>

## Demografía

Según los datos del DANE (2018), la población proyectada para el año 2020 es 1'242.731 personas (que representan el 2,57% de la población nacional), de las cuales el 49.25% son hombres (612.054) y el 50.74% mujeres (630.677); El 59,27% (736.624) de sus habitantes se encuentran en cabeceras municipales y el 40,73% (506.107) en centros poblados y rural disperso, Los municipios de Tunja, Sogamoso, Duitama, Garagoa, Villa De Leyva, Samacá, Moniquirá, Paipa, Puerto Boyacá y Chiquinquirá concentran el 52,9% de la población departamental.

Tabla 34 Población departamento de Boyacá



#### 2.4.1.1 El Turismo en Boyacá

Boyacá progresivamente se convierte en un atractivo como tal, con una oferta para cada gusto, se puede encontrar en el departamento una variedad de planes, recorridos, lugares naturales, historia, cultura y por supuesto, calor humano con inolvidables experiencias. Cada uno de los municipios cuenta con historia, arte y un sin número de atractivos llenos de paisajes sociales y naturales que obligan a regresar.

Boyacá cuenta con atractivos paisajísticos llenos de tranquilidad, su cercanía a Bogotá hace que sea un lugar seleccionado por visitantes nacionales y extranjeros. En el transcurso del año, se pueden encontrar toda clase de eventos deportivos, típicos, religiosos y de festividades populares que atraen a turistas según la actividad deseada. Como se puede ver, en Boyacá existe una combinación de naturaleza, cultura e historia siempre presente en sus recorridos.

De acuerdo a los datos de la secretaría de turismo (2020), otro segmento de turismo con relevancia para el departamento, es el aviturismo, por contar con gran diversidad de aves endémicas que permiten ofrecer turismo especializado.

Otro elemento clave en el desarrollo del sector turismo, es la puesta en operación del aeropuerto Juan José Rondón del municipio de Paipa, primero en el departamento, convirtiéndose en el puerto de entrada y salida de vuelos, inicialmente desde Bucaramanga y Medellín, donde se espera que paulatinamente se vayan sumando más aerolíneas y destinos de viaje. Esto significa conectividad y competitividad de Boyacá para poder mostrar con toda altura la región.

En 2015 se implementó el Sistema de Información Turístico Regional – SITUR Boyacá, que recolectó información en 92,3% de las provincias del departamento; se diseñó y creó la página web [www.situr.boyaca.gov.co](http://www.situr.boyaca.gov.co), provee información especializada del departamento. En cuanto a Puntos





de Información Turística – PIT 's, se han instalado 21 puntos (de los cuales sólo 2 son manejados directamente por la Gobernación de Boyacá) que fueron incluidos en la Red Nacional, patrocinada por el Fondo Nacional de Turismo - FONTUR. (SITUR, 2019).

En el siguiente enlace encuentra el mapa turístico de Boyacá:

<https://situr.boyaca.gov.co/boyaca-es-para-vivirla/>

El siguiente enlace contiene ferias y fiestas en el departamento:

<https://situr.boyaca.gov.co/ferias-y-fiestas/>

#### **2.4.1.1.1 Los Consejos Provinciales de Turismo**

En la búsqueda de consolidar el turismo como instrumento primordial del desarrollo sostenible, reconociendo sus efectos y potencialidades del turismo para la economía, respaldando un turismo sostenible y de calidad en el entorno de las comunidades; se han creado estrategias de posicionamiento de Boyacá como principal destino turístico al interior del país, potenciando las ventajas competitivas y comparativas del departamento, consolidando el turismo como eje de desarrollo económico de los boyacenses. Por ello, se ha promovido la integración de los diferentes actores del sector turístico de Boyacá para unir esfuerzos y diseñar estrategias que conduzcan a ser más competitiva y a posicionar la industria turística del departamento.

Para cumplir con dicho objetivo, fueron creados los Consejos Provinciales de Turismo y como unidad de apoyo logístico, se creó el Consejo Departamental de Turismo a través de la coordinación y seguimiento de la Secretaría de Turismo de Boyacá.

Al crearse los Consejos Provinciales de Turismo, se han convertido en órganos consultivos en su respectiva jurisdicción, para establecer políticas y directrices para el desarrollo turístico en su provincia. Dentro de su funcionamiento se encuentra la integración del territorio, la sostenibilidad del patrimonio natural y cultural, participación, cooperación, coordinación y equilibrio.

Finalmente, los Consejos Provinciales de Turismo, promueven, dinamizan, hacen seguimiento y velan por el cumplimiento de las leyes y normas establecidas para el desarrollo del sector. Por su parte, la Secretaría de Turismo del departamento, es el órgano que orienta la normatividad interna.

#### **2.4.2 Sobre la Provincia en Boyacá**

En el Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023, se encuentra un apartado sobre el concepto de provincia que expresa lo siguiente “la provincia está conformada de manera integral por municipios que se interrelacionan social, cultural, ambiental, política y económicamente de distintas maneras. Las personas, más allá del espacio geográfico, le dan sentido a la provincia a través de interacción social, la construcción de identidades colectivas, la representación y construcción de imaginarios, que le dan significado al territorio y a las prácticas que realizan. Estas características de heterogeneidad llevaron a que, en los últimos años, las provincias sean conceptualizadas como “unidades territoriales



(lugar concreto de acción), histórica (trascendente), funcional (con usos específicos)” (Pedraza, 2014).

En el altiplano de Ramiriquí, se encuentra la provincia de Márquez: integrada por los municipios de Boyacá, Ciénega, Jenesano, Nuevo Colón, Ramiriquí, Tibaná, Turmequé, Úmbita, Ventaquemada y Viracachá. Cabe destacar que en la literatura se incorpora a Ventaquemada a la altiplanicie central; sin embargo, en la ordenanza número 06 del 03 de junio de 2020, por el cual se adopta el plan departamental de desarrollo de Boyacá “Pacto social por Boyacá tierra que sigue avanzando 2020-2023” en su artículo 5. Caracterización territorial, numeral 8 se incorpora Ventaquemada a la Provincia Márquez. De igual manera y aunque hace parte de la Provincia, el municipio de Turmequé el cual no es partícipe del proyecto de Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez.

### 2.4.2.1 Provincia Márquez

#### Localización

Según ordenanza número 06 de 2020, por la cual se adopta el plan departamental de desarrollo de Boyacá “pacto social por Boyacá” – 2020-2023, instrumento de planeación por el cual se configura el territorio. Administrativamente está conformado por 123 municipios, agrupados en 13 provincias, zona de manejo especial y el distrito fronterizo, la provincia es integrada por municipios que se interrelacionan social, cultural, ambiental, política y económicamente de distintas maneras, entre otras manifestaciones e imaginarios sociales y culturales, como corresponde a la ordenanza, el territorio de la provincia Márquez está conformado por diez municipios, los cuales son; Ramiriquí (capital), Viracachá, Ciénega, Boyacá-Boyacá, Jenesano, Nuevo Colón, Tibaná, Turmequé, Úmbita y Ventaquemada.

El nombre de la provincia le fue dado desde su creación, el 15 de julio de 1905 por el general y presidente Rafael Reyes, en memoria de José Ignacio Márquez, presidente de Colombia de 1837 a 1841. Nacido en Ramiriquí en 1793 y fallecido en Bogotá en 1880, se le reconoció como un hombre de decisivas ejecutorias.

*Mapa 2 Provincia de Márquez*



Fuente: UT Boyacá FC



A continuación, se hará referencia de los municipios que hacen parte de la construcción del producto turístico (ver tabla 35), en dicha tabla se presentan datos como la superficie en Km<sup>2</sup>, población y elevación de la cabecera municipal.

*Tabla 35 Municipios Provincia de Márquez*

| Municipio     | Superficie Km <sup>2</sup> | Población         | Elevación cabecera municipal |
|---------------|----------------------------|-------------------|------------------------------|
| Boyacá-Boyacá | 48 Km <sup>2</sup>         | 5.187 habitantes  | 2.420 m.s.n.m.               |
| Ciénega       | 55 Km <sup>2</sup>         | 4.718 habitantes  | 2.350 m.s.n.m.               |
| Jenesano      | 53 Km <sup>2</sup>         | 7.437 habitantes  | 2.100 m.s.n.m.               |
| Nuevo Colón   | 50 Km <sup>2</sup>         | 5.287 habitantes  | 2.500 m.s.n.m.               |
| Ramiriquí     | 138 Km <sup>2</sup>        | 10.212 habitantes | 2.300 m.s.n.m.               |
| Tibaná        | 133 Km <sup>2</sup>        | 9.242 habitantes  | 2.300 m.s.n.m.               |
| Úmbita        | 130 Km <sup>2</sup>        | 7.654 habitantes  | 2.500 m.s.n.m.               |
| Ventaquemada  | 151 Km <sup>2</sup>        | 16.313 habitantes | 2.650 m.s.n.m.               |
| Viracachá     | 64 Km <sup>2</sup>         | 2.847 habitantes  | 2,500 m.s.n.m.               |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

#### **2.4.2.2 El turismo en Márquez**

En esta zona del Departamento, se han establecido programas de capacitación, dirigidos a todas aquellas personas que ven en el turismo, una alternativa económica, que permita aprovechar, de manera sostenible, la belleza natural y la riqueza cultural de la provincia.

Presentación en la feria ANATO 2022, Jenesano representando la Provincia Muyscubun Tours gente que habla, y la Corporación Respira Turismo desde Ramiriquí.

Mapa Provincia Márquez:

<https://situr.boyaca.gov.co/provincia-marquez/>

<https://situr.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2021/06/Marquez-1.pdf>

Esta provincia cuenta con una oferta de turismo comunitario, que permite compartir, conocer y disfrutar los saberes, oficios y tradiciones de las comunidades de la zona.

#### **2.4.2.3 Ecosistemas estratégicos en la Provincia Márquez**

La ubicación sobre el sistema andino del departamento de Boyacá permite que se extienda sobre el territorio, el 24% de áreas de páramo de Colombia, son los ecosistemas estratégicos, quienes brindan los servicios ambientales, para soportar la vida y avanzar en el desarrollo humano.

Estas áreas son el hogar de diversas especies de aves, mamíferos, reptiles, anfibios y peces que reafirman la riqueza faunística del suroriente del departamento y la importancia de la misma en los

servicios ecosistémicos. Dichos ecosistemas pertenecientes a la jurisdicción de Corpochivor, abastecen varios acueductos que benefician alrededor de 47.144 personas, mientras que el páramo de Rabanal abastece del recurso hídrico a cerca del 70% de la población de la capital del departamento.

A continuación, se relacionan los municipios de la provincia Márquez, pertenecientes a los Distritos Regionales de Manejo Integrado (DRMI) – Corpochivor.

*Tabla 36 Distritos Regionales de Manejo Integrado (DRMI) – Provincia de Márquez*

| ÁREA PROTEGIDA<br>Categoría DRMI                            | ACUERDO<br>DECLARATORIA                      | ACUERDO<br>ADOPCIÓN PLAN DE<br>MANEJO ÁREA<br>PROTEGIDA  | ÁREA HA.        | MUNICIPIO    |
|-------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------|--------------|
| DRMI PÁRAMO DE<br>RABANAL                                   | Acuerdo N° 04, 7<br>de febrero de<br>2011    | Acuerdo N° 02, 23<br>de febrero 2018                     | 6.640 ha        | Ventaquemada |
| DRMI PÁRAMO DE<br>CRISTALES,<br>CASTILLEJO<br>O GUACHANEQUE | Acuerdo N° 29,<br>20 de diciembre<br>2011    | Acuerdo N° 05,<br>29 de abril 2014<br>(en actualización) | 11.574 ha       | Úmbita       |
| DRMI PÁRAMO<br>MAMAPACHA -<br>BIJAGUAL                      | Acuerdo N° 8<br>28 de junio 2017             | Acuerdo N° 8<br>29 de abril de 2019                      | 25.103,88<br>ha | Ramiriquí    |
|                                                             |                                              |                                                          |                 | Tibaná       |
|                                                             |                                              |                                                          |                 | Viracachá    |
|                                                             |                                              |                                                          |                 | Ciénega      |
| DRMI CUCHILLA<br>MESA ALTA                                  | Acuerdo N° 25,<br>18 de diciembre<br>de 2019 | Acuerdo N° 22, 16<br>de diciembre de<br>2021             | 685,89 ha       | Tibaná       |
|                                                             |                                              |                                                          |                 | Nuevo Colón  |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

#### **2.4.2.4 Sobre Gobernanza en la Provincia de Márquez**

Medir y comparar el desempeño municipal, entendido como la gestión de las entidades territoriales y la consecución de resultados de desarrollo (al aumento de la calidad de vida de la población), teniendo en cuenta las capacidades iniciales de los municipios, para incentivar la inversión orientada a resultados y como instrumento para el diseño de políticas públicas.

La Medición del Desempeño Municipal (MDM) se mide al interior de seis grupos que buscan categorizar municipios “similares” según el nivel de capacidades iniciales, esto con el fin de hacer la medición entre grupos homogéneos controlando por diferencias iniciales de desarrollo territorial. Los grupos son: Grupo 1 (Nivel alto de capacidades), Grupo 2 (Medio alto), Grupo 3 (Nivel medio), Grupo 4 (Medio bajo) y Grupo 5 (Nivel bajo). Otra de las puntuaciones de la MDM se encuentra expresado entre 0 y 100, donde un municipio con una puntuación cercana a 100 obtuvo un excelente desempeño en el componente de gestión, y a su vez buenos resultados de desarrollo. Se establecieron



rangos de desempeño para determinar la clasificación del municipio, de acuerdo con el puntaje obtenido, bajo; menos de 45 puntos, medio entre 45 y 55 puntos y alto más de 55 puntos (DNP, 2020).

Para las entidades territoriales es necesario medir el desempeño municipal, ya que se consolida como una herramienta para orientar la toma de decisiones en el diseño e implementación de políticas públicas que acrecientan el desarrollo territorial sostenible y equilibrado.

*Tabla 37 Medición de Desempeño de los Municipios de la Provincia de Márquez*

| Código DANE         | Grupo | Movilización de recursos | Ejecución de recursos | Gobierno abierto | Ordenamiento territorial | Gestión 2020 | Educación | Salud | Servicios públicos | Seguridad y convivencia | Resultados 2020 | Ajuste por resultados | MDM 2020 |
|---------------------|-------|--------------------------|-----------------------|------------------|--------------------------|--------------|-----------|-------|--------------------|-------------------------|-----------------|-----------------------|----------|
| 15104-Boyacá-Boyacá | G2    | 29,15                    | 48,11                 | 77,78            | 27,39                    | 45,61        | 43,20     | 90,70 | 50,34              | 95,20                   | 69,86           | 0,98                  | 44,61    |
| 15189-Ciénega       | G3    | 16,09                    | 62,26                 | 88,89            | 55,40                    | 55,66        | 57,39     | 79,21 | 55,88              | 96,75                   | 72,30           | 1,00                  | 55,92    |
| 15367-Jenesano      | G1    | 61,79                    | 64,24                 | 96,30            | 36,35                    | 64,67        | 52,11     | 84,06 | 64,28              | 90,01                   | 72,62           | 0,98                  | 63,56    |
| 15494-Nuevo Colón   | G2    | 28,14                    | 80,06                 | 88,89            | 35,49                    | 58,14        | 57,01     | 89,15 | 47,47              | 82,92                   | 69,14           | 1,00                  | 58,06    |
| 15599- Ramiriquí    | G1    | 48,80                    | 69,14                 | 100,00           | 46,08                    | 66,01        | 55,46     | 90,84 | 53,83              | 79,19                   | 69,83           | 1,00                  | 66,28    |
| 15804-Tibaná        | G3    | 18,82                    | 61,14                 | 88,89            | 47,54                    | 54,10        | 58,30     | 87,09 | 38,69              | 93,80                   | 69,47           | 1,00                  | 54,24    |
| 15842-Úmbita        | G4    | 18,67                    | 72,44                 | 100,00           | 33,93                    | 56,26        | 56,52     | 80,19 | 51,78              | 96,92                   | 71,35           | 1,00                  | 56,17    |
| 15879-Viracachá     | G4    | 19,36                    | 70,30                 | 94,44            | 37,51                    | 55,41        | 47,93     | 81,20 | 44,16              | 77,83                   | 62,78           | 1,00                  | 55,51    |
| 15861-Ventaquemada  | G2    | 29,31                    | 77,22                 | 66,67            | 33,70                    | 51,72        | 58,58     | 84,63 | 36,31              | 89,08                   | 67,15           | 0,99                  | 51,30    |

Fuente: De DNP - MDM 2020

## 2.4.3 Metodología de recolección de la información en el proceso de diagnóstico

Inicialmente se hará un análisis de los componentes básicos de la estructura social y geoespacial, específicamente de nueve (9) municipios del departamento de Boyacá (Boyacá-Boyacá, Ciénega, Jenesano, Nuevo Colón, Ramiriquí, Tibaná, Úmbita, Ventaquemada y Viracachá), quienes hacen parte del proyecto y cuyo objetivo principal es diseñar el producto turístico de la provincia Márquez en el departamento de Boyacá, donde se conocerá la situación actual, particularmente en el contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad del destino y atractivos turísticos de cada uno de los municipios (modelo de gobernanza, nivel de seguridad, población, entre otros) en la actualidad.



Se solicitó información a cada una de las alcaldías vinculadas al producto turístico, con respecto a las diferentes variables para la elaboración del diagnóstico. Se revisó, clasificó y se sistematizó la información que se adquirió de los registros y fuentes de información sobre el contexto de la provincia y sus municipios. Se organizó la información de acuerdo a lo requerimientos de los nueve municipios, seleccionando la información necesaria y puntual para el procesamiento y análisis de datos, toda la información resultante del procesamiento, nos ayudará a tener una base fundamentada de cada uno de los municipios y sus aspectos sociales, económicos, culturales, políticos y de seguridad que den cuenta de las dinámicas sociales y su acercamiento en materia de turismo, dicho análisis e interpretación de la información es fundamental, pues desde allí se establecen premisas en la construcción del producto turístico de la provincia de Márquez.

La recolección de información aquí presente, se realizó a partir de fuentes confiables, que contienen información primaria sintetizada. Con la revisión de literatura e información documentada, nos aproximamos al conocimiento que nos ayuda a identificar qué se sabe y qué se desconoce sobre las dinámicas en el territorio y nos da una idea sobre cuál es el estado actual de la cuestión a investigar.

Mediante taller participativo se logró hacer levantamiento de insumos que contribuyeron en la elaboración del presente diagnóstico para la elaboración del mapa de actores, este taller se realizó en el municipio de Jenesano, donde se agruparon varios actores y representantes de diversos sectores y mediante algunas dinámicas, se logró obtener información pertinente al proyecto.

#### 2.4.4 Diagnóstico del Territorio, Municipio de Ramiriquí Provincia Márquez

Tabla 38 Descripción General del Municipio de Ramiriquí

|                                                                                     |                                     |                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <b>Código DANE</b>                  | 15599                                                                                                                             |
|                                                                                     | <b>Categoría ley 67 de 2000</b>     | 6                                                                                                                                 |
|                                                                                     | <b>Onomatopónimo</b>                | Nombre del cacique Ramirraque, quien gobernaba en la región, a la llegada de los españoles estos lo identificaron como Ramiriquí. |
|                                                                                     | <b>Subregión (SGR), Provincia</b>   | Márquez                                                                                                                           |
|                                                                                     | <b>Región</b>                       | Centro Oriente                                                                                                                    |
|                                                                                     | <b>Gentilicio</b>                   | Ramiriquense                                                                                                                      |
|                                                                                     | <b>Superficie</b>                   | 139 Km <sup>2</sup>                                                                                                               |
|                                                                                     | <b>Población</b>                    | 10.212 hab                                                                                                                        |
|                                                                                     | <b>Densidad Poblacional</b>         | 73, 47 hab/Km <sup>2</sup>                                                                                                        |
|                                                                                     | <b>Fundación Hispánica</b>          | 1543 Ramiriquí fue erigido como municipio                                                                                         |
|                                                                                     | <b>Elevación cabecera municipal</b> | 2.300 m.s.n.m.                                                                                                                    |
|                                                                                     | <b>Temperatura Promedio</b>         | 16,5° C                                                                                                                           |
|                                                                                     | <b>Precipitación media anual</b>    | 1,155 mm                                                                                                                          |
|                                                                                     | Fuente: UT Boyacá FC, 2022.         |                                                                                                                                   |



#### **2.4.4.1 Localización del municipio**

El Municipio de Ramiriquí se encuentra ubicado geográficamente en la Provincia de Márquez, con una extensión de 121,72 Km<sup>2</sup>, dista de la capital del Departamento (28 km); es capital de provincia de Márquez y esta connotación le hace mucho más importante frente al desarrollo no solo de su territorio, también de su provincia.

Ramiriquí es un municipio situado en el extremo Sur Oriental de la Provincia de Márquez, en el Departamento de Boyacá, limita al norte con Jenesano, Viracachá y Ciénega, oriente con Ciénega, Rondón y Zetaquirá, al occidente con Zetaquirá y Chinavita y al Sur con el Meridiano de Bogotá. El municipio de Ramiriquí es la capital de la Provincia de Márquez proyectándose a la fecha como un polo de desarrollo económico, social, cultural y político.

#### **2.4.4.2 Contextualización general del municipio**

El antiguo territorio muisca de Ramiriquí, conformado por las comunidades de Ciénega, Baganique, Sutamanga y Ramiriquí, albergó durante ocho siglos el desarrollo cultural de los muiscas-chibchas, y probablemente de otros pueblos originarios con anterioridad mayor a 12000 años de historia del hombre en el altiplano cundiboyacense. Aquel territorio dependía del gobierno del cacique Ramiriquí, a quien en el Zacazgo de Tunja consideraban en jerarquía igual al Zaque (Hunza) (Peña. & Cruz., 2010).

Según el ASIS municipal 2021, Ramiriquí es considerado como el principal centro de acopio y distribución de alimentos en la región, está conformado por 24 veredas.

#### **Accesibilidad geográfica**

El acceso a la capital del departamento cuenta con transporte con intervalos de 15 a 20 minutos entre un transporte y otro. Varias empresas son las prestadoras del servicio, ofreciendo una movilización constante.

Para Bogotá el transporte es continuo, la vía a tierra negra descongestiona este servicio evitando unos kilómetros de transporte si se desplazara por la vía Bogotá-Tunja. Por el municipio de Ramiriquí pasa la vía a Miraflores que es bastante transitada y concurrida con transporte constante entre la ciudad de Tunja y ésta última. El servicio de Transporte lo brindan diferentes empresas; la principal es la Empresa Los Delfines, la cual presta el servicio de transporte a Tunja, Bogotá y los municipios aledaños a Ramiriquí. Otras empresas de transporte intermunicipal son, Flota Sugamuxi y Empresa de transporte ERTRAC y Patriotas.

El municipio de Ramiriquí cuenta con vías de comunicación terrestre, la carretera que conecta con la capital del departamento se encuentra pavimentada, aun así, presenta hundimientos por fallas geológicas en por lo menos dos puntos. Dentro del área urbana se cuenta con el 90% de las vías pavimentadas, existen 3 carreteras interveredales que no cuentan con pavimento y presentan varios puntos de hundimientos y deslizamientos lo que dificulta la movilidad de la población.

La vereda Guayabal tiene esencial importancia por existir allí un conglomerado o centro poblado denominado Fátima, donde se desarrollan actividades de comercio, salud, educación y religiosas, que

van tomando una característica de población dinámica es muy estrecha con sus vecinos de Chinavita y de las veredas el Chuscal y Ortigal de Ramiriquí.

Los municipios vecinos que conectan carreteras terrestres con la cabecera del municipio de Ramiriquí son Ciénega, Jenesano, Boyacá, Tibaná, Rondón, Chinavita, Viracachá y la capital del departamento Tunja. Los municipios más lejanos son Rondón y Chinavita a una distancia de 30 kilómetros a cada uno, pero con mayor cantidad de tiempo al municipio de Chinavita con 1 hora y 45 minutos por el mal estado de la vía. La distancia de traslado a la capital del departamento de Boyacá es de 25 km con vía pavimentada en buen estado y con un tiempo de traslado de 50 minutos aproximadamente. El municipio que registra menor distancia hacia el municipio de Ramiriquí es Ciénega cuya distancia es de 4,5 km y tiempo de traslado de 10 minutos por vía parcialmente pavimentada.

*Tabla 39 Tiempo de traslado, tipo de transporte, distancia en kilómetros desde el municipio hacia los municipios vecinos, Municipio de Ramiriquí, Boyacá, 2020*

| MUNICIPIO        | Municipio Vecino | DISTANCIA ENTRE EL MUNICIPIO Y EL MUNICIPIO VECINO – CAPITAL | TIPO DE TRANSPORTE UTILIZADO | TIEMPO DE VIAJE |
|------------------|------------------|--------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------|
| <b>Ramiriquí</b> | Ciénega          | 4,5 km                                                       | Vehículo Automotor           | 10 minutos      |
|                  | Jenesano         | 5 km                                                         | Vehículo Automotor           | 10 minutos      |
|                  | Boyacá           | 6 km                                                         | Vehículo Automotor           | 15 minutos      |
|                  | Tibaná           | 15 km                                                        | Vehículo Automotor           | 49 minutos      |
|                  | Rondón           | 30 km                                                        | Vehículo Automotor           | 10 minutos      |
|                  | Chinavita        | 30 km                                                        | Vehículo Automotor           | 45 minutos      |
|                  | Viracachá        | 15 km                                                        | Vehículo Automotor           | 35 minutos      |

Fuente: ASIS, Ramiriquí - Boyacá 2020

#### 2.4.4.3 Reseña Histórica

“Entre las mismas neblinas que los demás de estas tierras andaban los Tunjas cerca de sus primeros principios, pues los ponen en decir que cuando amaneció, ya había cielos y tierra y todo lo demás de ellos y de ella, fuera del sol y la luna. Y que así todo estaba en oscuridades, en las cuales no había más personas que el cacique de Sogamoso y el de Ramiriquí o Tunja (porque en estos dos pueblos nunca hubo más de un cacique o señor y fue él que lo era de toda la provincia). Estos dos caciques dicen que hicieron todas las personas: a los hombres de tierra amarilla, y a las mujeres de una tierra alta que tiene el tronco hueco. Estaban todavía las tierras en tinieblas, y para darles luz, mandó el cacique de Sogamoso al Ramiriquí, que era su sobrino, se subiese al cielo y alumbrase al mundo hecho sol como lo hizo. Pero viendo no era bastante para alumbrar la noche, subióse el mismo Sogamoso al cielo e hízose luna, y quedó la noche clara y los indios obligados a adorarlos, como lo hacían. Después de subidos los dos caciques al cielo y convertidos en lo que hemos dicho, el primero



que dicen hubo en Tunja y Ramiriquí se llamaba Hunzahua, que permaneció siempre puesto a la provincia, y el de Ramiriquí de menos estimación...” (Simón: pp. 409 – 410).

El área que hoy corresponde al municipio de Ramiriquí, estaba ocupada por los muiscas de la familia lingüística chibcha, quienes habitaron todo el territorio Cundi-Boyacense, forjando una civilización creativa, pacífica y espiritual, de la cual queda su complejo y significativo ciclo mítico legendario, sus aportes lingüísticos, artesanales, religiosos y ese amor entrañado por la naturaleza. Con el paso del tiempo, a estas tierras llegaron los españoles, quienes ejercieron importante presión sobre las costumbres, terrenos y riquezas de los habitantes muiscas hasta apoderarse totalmente de los resguardos indígenas.

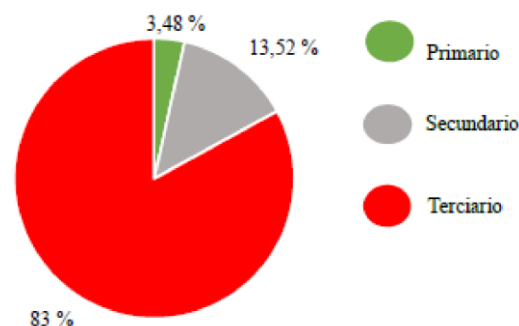
El último cacique de gacha llamado “Ramirique”, fue bautizado por los doctrineros como Felipe Ramiriquí. Este acto tuvo lugar en una planicie escogida de antemano para reunir a todos los indígenas de la comarca y bautizarlos. El acto fue celebrado en plena navidad de 1541, presidido por los reverendos fray Pedro Duran y Diego de Mancera, doctrineros que vinieron después de la jornada conquistadora. Esos sacerdotes quisieron honrar el lugar en el cual habían bautizado a tanta gente fundando una nueva población y dándole el nombre de cacique, dueño y señor de aquellas tierras. Para el año de 1543 Ramiriquí fue erigido como municipio. Ramiriquí es cuna del doctor José Ignacio de Márquez, primer presidente civil de Colombia.

Por tener una posición geográfica estratégica, y por ser un municipio con alguna infraestructura desarrollada, mantiene a través de sus actividades comerciales, mantiene relaciones socioeconómicas con sus municipios vecinos (Ciénega, Jenesano, Tibaná, Rondón, Viracachá, Boyacá), quienes contribuyen a abastecer la despensa de productos agrícolas y pecuarios para los departamentos de Cundinamarca, Casanare y Santander entre otros. Se destaca por ser la capital de la Provincia de Márquez, es miembro de la Asociación de Municipios de Márquez y de la Federación Nacional de Municipios. Igualmente fortalece a su entorno los servicios institucionales que se prestan en este municipio (Tomado del Plan de ASIS, Ramiriquí – Boyacá 2021).

#### 2.4.4.4 Contexto económico

Gráfico 38 Sector económico

El municipio cuenta con un tejido productivo y empresarial conformado por 488 unidades empresariales, del cual el sector primario registra 17 empresas que representan el 3,48 %; le sigue el sector secundario con 66, con una participación del 13,52 %. El sector terciario es el de mayor importancia en cuanto a número de unidades contando con 405, participando en el 83 % dentro del total del tejido empresarial ramiriquense.



Fuente: Cámara de Comercio, 2020.



Las actividades económicas de mayor participación en el municipio son las relacionadas con comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco, con una participación del 5,53 %, seguido de comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por productos diferentes de alimentos (víveres en general) con el 5,12 %, expendio a la mesa de comidas preparadas 4,1 %, actividades de otras asociaciones n.c.p. con el 4,1 % y captación, tratamiento y distribución de agua con el 3,89 %, siendo estas, las más representativas.

Esta sección cuenta con 15 unidades empresariales y activos vinculados a la actividad por valor de \$144,7 millones. Se destaca por número de empresas, la actividad de silvicultura y otras actividades forestales, la cual representa el 20 % del total de las unidades empresariales de la sección.

En cuanto al monto de activos vinculados a la actividad económica, la de mayor participación es silvicultura y otras actividades forestales con el 50,8 % y cría de ganado porcino con el 29,8 % del total de la inversión de las actividades relacionadas, entre las más destacadas.

La industria manufacturera del municipio está conformada por 47 unidades empresariales, sus activos suman \$131,5 millones. Por número de empresas, sobresale la elaboración de productos de panadería representando el 38,3 %, seguido de fabricación de partes y piezas de madera de carpintería y ebanistería para la construcción con el 10,6 %.

En esta sección, se destaca por nivel de activos vinculados a la actividad de fabricación de partes y piezas de madera de carpintería y ebanistería para la construcción con el 34,2 % y elaboración de productos de panadería con el 20,2 % (Cámara de Comercio de Tunja, 2020).

#### 2.4.4.5 Contexto social

##### Demografía

*Gráfico 39 Población desagregada por género*

|                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fuente: DANE Censo Nacional de Población y Vivienda</b> | <p>El municipio de Ramiriquí, según los datos del censo DANE 2018 y sus proyecciones poblacionales cuenta con una población total de 10147 habitantes para el año 2021, comparada con el año 2015 muestra un aumento de 461 habitantes y se espera que para el año 2023 aumente en 128 habitantes; este comportamiento se puede asociar a población adulta mayor quienes buscan radicarse en el municipio, también al ser un municipio comercial, aumenta la llegada de personas en</p> |
|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



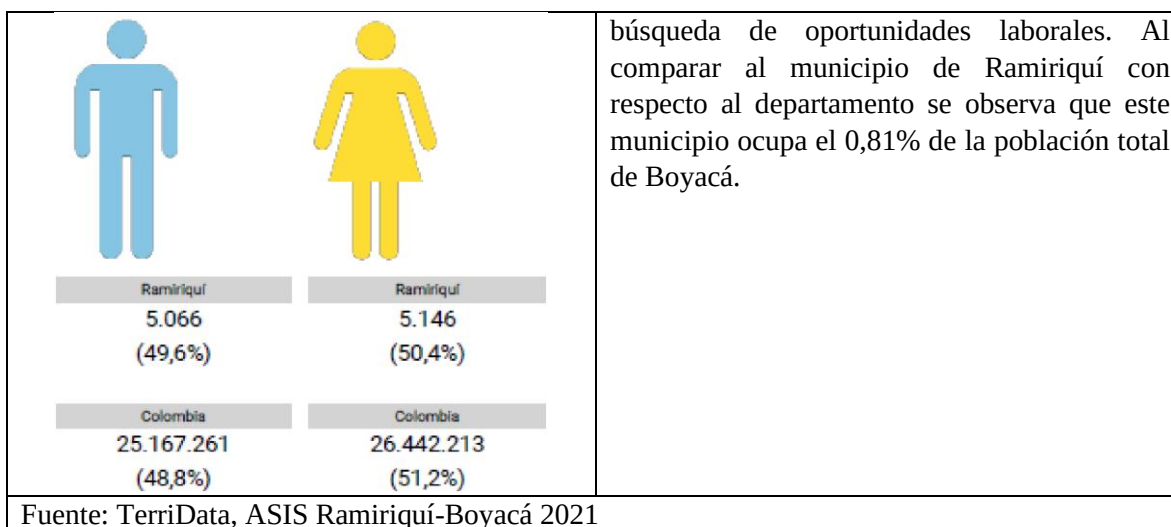
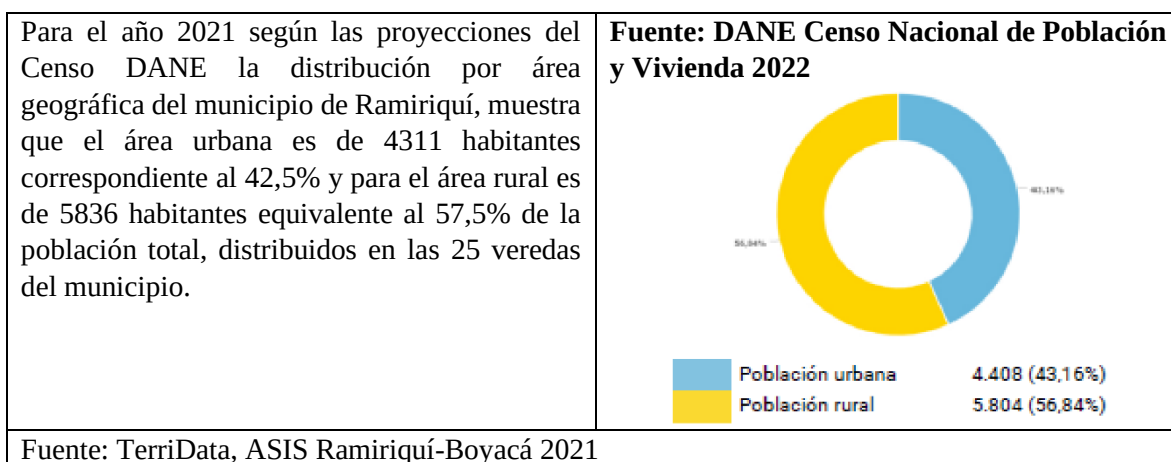
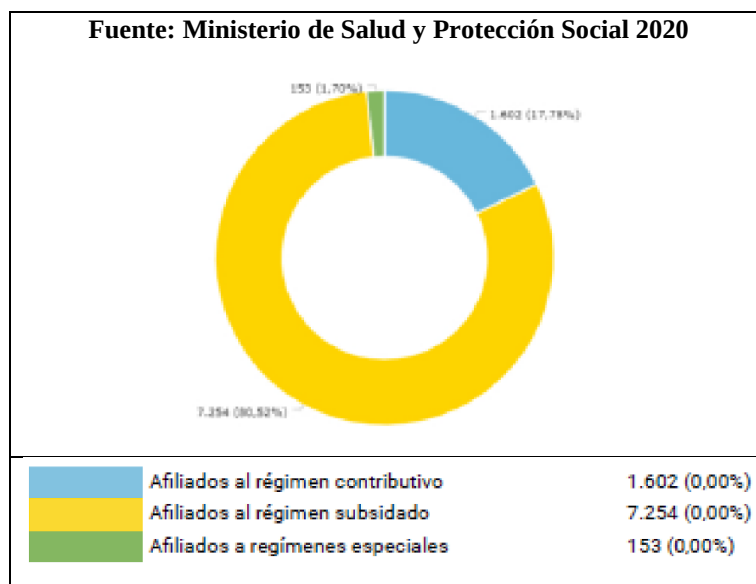


Gráfico 40 Población desagregada por área



## Salud

Los datos suministrados por el ASIS municipal 2021, indican que el municipio de Ramiriquí cuenta con la oferta de servicios de salud a través del Hospital San Vicente. El cual dispone de 7 servicios de apoyo diagnóstico y complementación terapéutica, 12 servicios de consulta externa, 13 servicios de protección específica y detección temprana, 1 de transporte asistencial básico y 5 servicios de procesos, los cuales son del nivel básico, siendo primordiales en la oferta de servicios de salud de una población. A partir de allí, se encuentra que el municipio cuenta con servicios avanzados entre los que se destacan la oferta del servicio de urgencias y 3 servicios de internación.


*Gráfico 41 Aseguramiento*


## Educación

Sobre el sector educativo, el municipio de Ramiriquí cuenta con 3 Instituciones Públicas oficiales, de las cuales 1.085 registros de estudiantes matriculados corresponden al sector urbano y 654 corresponden a estudiantes matriculados en el área rural. La tasa bruta de cobertura en Educación del Municipio es significativa en relación con departamentales y nacionales, manteniendo una estadística promedio estable.

*Gráfico 42 Desagregación de coberturas en educación*

|                      | Cobertura bruta | Cobertura neta |
|----------------------|-----------------|----------------|
| transición           | 78.62 %         | 54.09 %        |
| educación primaria   | 96.11 %         | 86.1 %         |
| educación secundaria | 107.2 %         | 90.3 %         |
| educación media      | 89.23 %         | 59.67 %        |
| educación - Total    | 97.42 %         | 91.44 %        |

Fuente: Terridata: Ministerio de Educación Nacional – 2020

## Servicios públicos

### Energía eléctrica

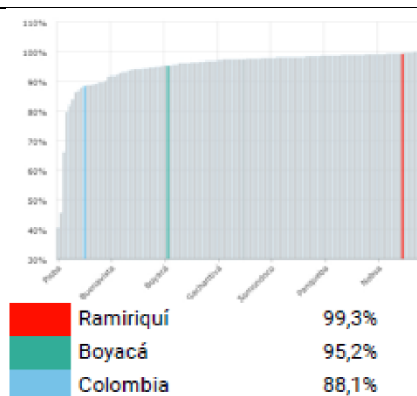
*Gráfico 43 Cobertura de energía eléctrica rural*

La cobertura de energía eléctrica de acuerdo con Unidad de Planeación Minero-Energética, (2016) el municipio cuenta con el 100% de cobertura. En otros servicios domiciliarios

**Fuente: UPME - 2019**



como la prestación del servicio de gas natural domiciliario no se tiene claras las cifras de coberturas, sin embargo, en el área rural este servicio es una necesidad apremiante, y una demanda de la comunidad, de acuerdo con el ejercicio de participación ciudadana en las diferentes veredas del municipio.



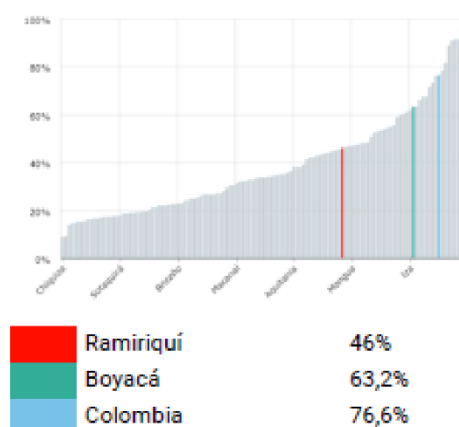
Fuente: Terridata, Plan de Desarrollo 2020-2023

### Acueducto, alcantarillado y aseo

Gráfico 44 Cobertura de Acueducto y alcantarillado (Censo)

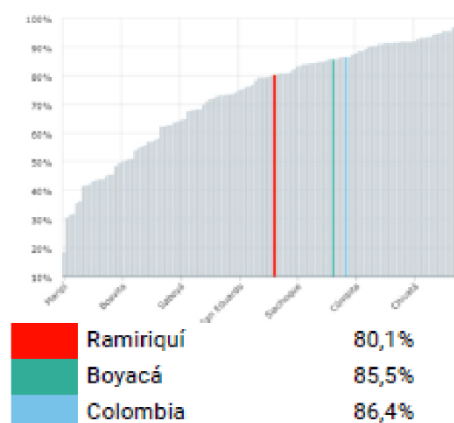
#### Cobertura de alcantarillado (Censo)

Fuente: DANE – 2018



#### Cobertura de acueducto (Censo)

Fuente: DANE – 2018

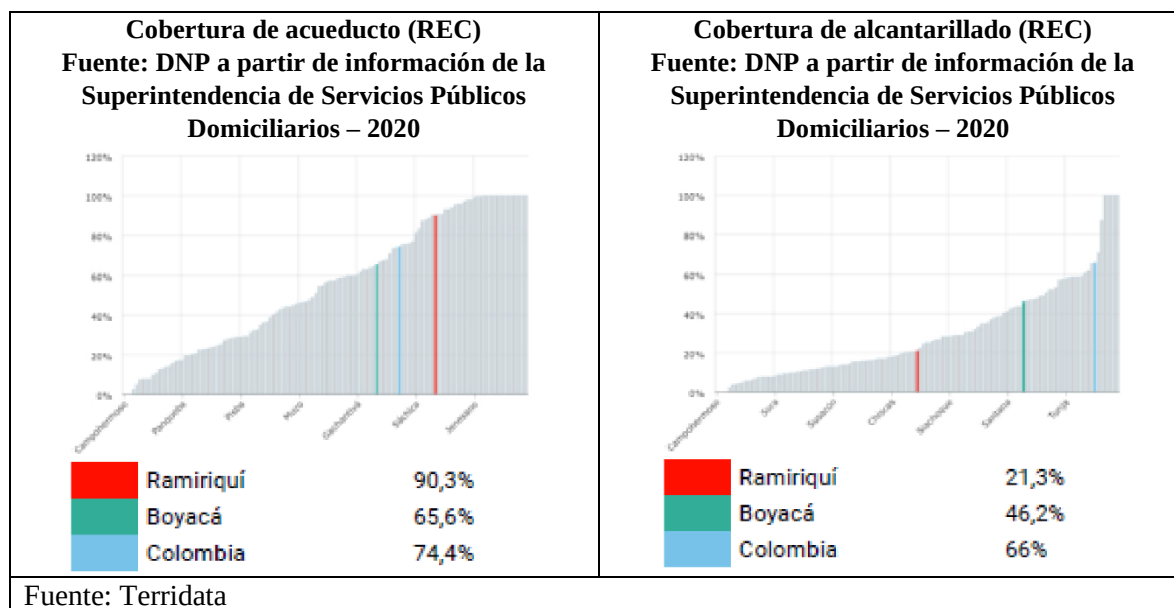


Fuente: Terridata

La prestación de los servicios públicos de acueducto, alcantarillado y aseo se da a través de la unidad de servicios públicos domiciliarios, siendo el municipio prestador directo de estos servicios. Según datos registrados en el ASIS municipal 2021, basado en datos del Ministerio de Vivienda, Ciudad y Territorio, Ramiriquí cuenta con una cobertura en acueducto urbano del 98% y para el área rural de 65%. Sin embargo, las cifras que maneja el Censo DANE 2018 es de 90.1% de cobertura para acueducto y del 46.0% para alcantarillado, pero sumados al área rural y urbana.

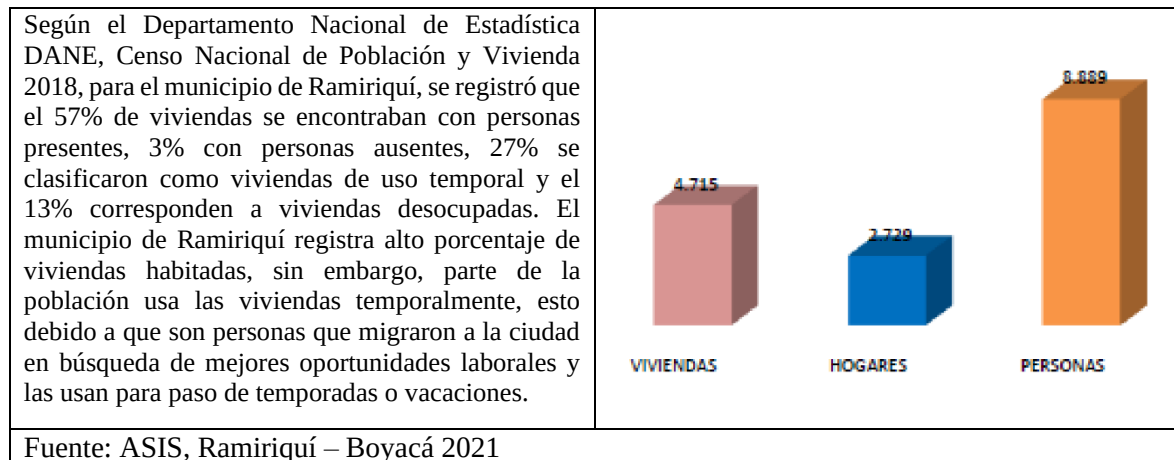
Su alcantarillado, presenta una cifra en cobertura de a nivel urbano, de un 95% de prestación del servicio y a nivel rural una cobertura del 0.5% de cubrimiento. El servicio de acueducto se presta 22 horas al día los siete días de la semana. El municipio no cuenta con planta de tratamiento de aguas residuales y el avance de implementación del Plan de Saneamiento y Manejo de Vertimientos es del 35%, según datos presentados en el informe de gestión departamental del 2019.

Gráfico 45 Cobertura de Acueducto y alcantarillado (REC)



## Vivienda

Tabla 40 Hogares, viviendas y personas, Municipio de Ramiriquí, Boyacá 2018



### 2.4.4.6 Contexto cultural

El territorio de Ramiriquí, se estableció en el pasado prehispánico y colonial y se organiza hoy, en territorio privilegiado en lo referente al desarrollo económico, cultural y político de la región. Los habitantes actuales, conservan de sus ancestros tradiciones importantes que aportan a su idiosincrasia, identidad y sentido de pertenencia. El maíz, planta sagrada de los muisca, representa aún, la base de la alimentación de las familias campesinas y urbanas del municipio.



Permanecen indelebles, en las tierras del municipio, las huellas físicas de la civilización Muisca que marcó, por más de 12000 años su existencia. Este es el legado más importante con que cuenta Ramiriquí. De las épocas colonial y republicana, también se conservan algunas edificaciones importantes de valor histórico y cultural. La mezcla de los saberes culinarios de lo precolombino a lo hispanico, mantienen tradiciones culinarias que obedecen a paisajes e imaginarios sociales para degustar. Por lo tanto, el contexto cultural es extenso el cual puede ser ampliado desde contexto de turismo y sus manifestaciones materiales e inmateriales expuestas en el inventario turístico realizado en el marco del proyecto “Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez”.

#### **2.4.4.7 Contexto ambiental**

Ambientalmente el municipio se encuentra bajo el Plan de Manejo Ambiental del Distrito Regional de Manejo Integrado (DRMI), páramo de Mamapacha - Bijagual, en los municipios de Garagoa, Chinavita, Tibaná, Ramiriquí, Ciénega y Viracachá en jurisdicción de la Corporación Autónoma Regional de Chivor (Corpochivor).

#### **Altitud y relieve**

Su clima la hace que sea una zona de producción de frutas pues se encuentra a una altura aproximada sobre el nivel del mar de 2.300 metros con clima templado. Entre los 1800 y 2500 msnm se encuentra una zona de clima semiseco con un promedio de 17°C. Entre los 2500 y los 3200 msnm se encuentra aproximadamente el 60% del municipio y es de especial tratamiento debido a la fragilidad de sus ecosistemas (páramo y subpáramo); es en esta franja latitudinal donde se encuentran las reservas hídricas del municipio y la producción agrícola (papa, arveja, haba y maíz). El Municipio de Ramiriquí posee terreno quebrado de suelo fértil con alta presencia de minifundios. El municipio presenta una humedad relativa de 75%. El menor valor medio de humedad relativa (75%) se presenta en febrero y el mayor valor medio (87%) se presenta en julio.

#### **Hidrografía**

El municipio se encuentra ubicado en la cuenca alta del río Garagoa y pertenece a la subcuenca del río Teatinos; a nivel interno se encuentran las siguientes micro cuencas: 1. Microcuenca río Guayas o Viracachá. 2. Microcuenca parte media del río Jenesano. 3. Microcuenca quebrada Única. 4. Microcuenca quebrada Baganique. 5. Micro cuenca parte alta del río Fusavita. 6. Microcuenca quebrada La Miel. 7. Microcuenca quebrada Calle Real. Cuenta con un promedio de 39 nacimientos de agua que son de vital importancia puesto que, en épocas de verano, ayudan a amortiguar el déficit de recurso hídrico, tanto para labores agropecuarias como para el consumo doméstico.

#### **Ecología**

En el municipio de Ramiriquí aún se conservan zonas de gran riqueza natural, fuentes hídricas y montes andinos naturales, ubicados principalmente en sitios como La Cuchilla Rusa, La Cuchilla Ermitaño, Corregimiento de San Antonio, Alto el Morro, vereda el Guayabal, Loma el Caracol, Cuchilla de los Monos, sureste de Guayabal etc. Existe gran variedad de vegetación de árboles nativos como el aliso, el encenillo, el gaque, el romerillo, laurel, árbol loco, entre otros. De igual forma





especies aromáticas predominan en el municipio como manzanilla, toronjil, llantén, mejorana, hierbabuena, poleo, orégano, laurel entre otras variedades.

#### **2.4.4.8 Contexto político**

Sobre las políticas públicas en materia de turismo, desde el nivel nacional, se articulan el Plan Sectorial de Turismo y el Plan Nacional de Desarrollo, en la ejecución que sostienen las políticas, orientaciones, lineamiento y disposiciones para el desarrollo del turismo

Desde las instancias Nacionales, se promueve la inclusión en los POT, PBOT y EOT de los distritos y municipios, áreas definidas con vocación o compatibilidad turística, que permitan el desarrollo de la actividad y eviten conflictos de uso de suelo, propiciando la articulación de la planeación turística a los procesos e instrumentos de ordenamiento territorial para garantizar la conservación del patrimonio natural y cultural, así como la competitividad del sector. Así como también se formulan e implementan políticas, para el fortalecimiento del turismo, visualizando a futuro, configurándose como herramienta fundamental de preservación, conservación, difusión del patrimonio cultural, así como en materia de generación de nuevos emprendimientos y beneficios a las comunidades locales en torno a las artes, las industrias creativas y el patrimonio material e inmaterial.

Artesanías de Colombia, impulsan las denominaciones de origen orientadas al turismo; el desarrollo de productos turísticos en torno a las prácticas artesanales, así como el empoderamiento y conocimiento de los artesanos para su vinculación efectiva a la cadena del turismo. Así mismo se cuenta con programas especiales para apoyar el desarrollo de manifestaciones culinarias, igualmente se apoyará el desarrollo de cocinas tradicionales colombianas entre MinCIT y MinCultura y se coordinará con el sector privado de restaurantes y gastronomía la promoción e inclusión del uso y consumo de productos locales, como oferta turística.

La inversión en infraestructura y planta turística es por otra parte la búsqueda por generar valor en el territorio, mejorando conectividad y dotación de servicios, aprovechando las ventajas comparativas del país y alcanzar mayores niveles de sofisticación de su aparato productivo. No se puede dejar atrás el tema de la regulación frente a la normativa, por tal razón el MinCIT liderará la simplificación de trámites para la inscripción y actualización del RNT; igualmente realizará la optimización y seguimiento de la operación de este Registro por parte de las Cámaras de Comercio, así como la verificación que estos organismos adelantan.

#### **Política Pública de Turismo**

La política pública de turismo fue adoptada mediante Ordenanza No 001 de 2015 como soporte institucional del Departamento de Boyacá para la sostenibilidad de la actividad turística. Tiene una visión en la cual, para el año 2025, el departamento será reconocido como líder en el desarrollo turístico de conservación de patrimonio natural y cultural, con acciones que se orientan a la protección del medio ambiente.

Estructura de la política con base en la Ordenanza No 001 de 2015 la política pública de turismo está compuesta por 10 lineamientos estratégicos y 67 acciones, cada uno de estos lineamientos está asociado a los indicadores de producto que la Secretaría de Turismo tiene programados en el Plan de



Desarrollo “Pacto Social por Boyacá, Tierra que Sigue Avanzando”. El siguiente gráfico resume los lineamientos y el número de acciones contenido en cada uno.

*Gráfico 46 Estructura de la Política Pública de Turismo*

| LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS ACCIONES                                                   | Acciones |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| Fortalecimiento de la gobernanza turística                                           | 7        |
| Mejora de las infraestructuras y servicios públicos del departamento para el turismo | 3        |
| Potencializar el ordenamiento territorial del destino                                | 9        |
| Aprovechamiento de la oferta turística actual y potencial del destino                | 10       |
| Consolidación de la calidad del talento humano local disponible para el turismo      | 7        |
| Inclusión social mediante el turismo                                                 | 6        |
| Sostenibilidad de los recursos turísticos del departamento                           | 9        |
| Consolidar la competitividad del sector privado turístico local                      | 4        |
| Gestión integral y competitiva del destino                                           | 7        |
| Gestión de mercadeo turístico                                                        | 5        |

### **Análisis de la política**

La política pública de turismo tiene un cumplimiento del 74,5% de la vigencia 2021, que corresponde a las líneas estratégicas 1. Fortalecimiento de la gobernanza turística, 2 Mejora de las infraestructuras y servicios públicos del departamento para el turismo, 4. Aprovechamiento de la oferta turística actual y potencial del destino, 5. Consolidación de la calidad del talento humano local disponible para el turismo, 8. Consolidar la competitividad del sector privado turístico local y 10. Gestión de mercadeo turístico, siendo el lineamiento estratégico número 3. Potencializar el ordenamiento territorial del destino sin programación para la vigencia 2021.

Para el segundo semestre las acciones a ejecutar están relacionadas con los consejos provinciales de turismo, en lo que respecta a consolidar el sistema de información turística, alianzas para el fortalecimiento del sector turismo, ruedas de encadenamiento y campañas de promoción turística.

Dentro de la ejecución y cumplimiento de estas políticas referentes al turismo, se realiza de manera coordinada, transferencia de la metodología de Cooperación Suiza, SWIS CONTACT para el diseño y construcción del producto turístico del destino Tunja - Puente de Boyacá.

En el programa Gestión de Destinos + Competitivos + Sostenibles (piloto) se aplicó y socializó la metodología FONTUR para:

- El Diseño de producto turístico de Márquez, el cual fue aprobado por el Viceministerio.



De igual forma se trabajó articuladamente con diversas instituciones para el desarrollo de turismo de naturaleza:

- Bici turismo en la Región Central RAPE y apoyo en la implementación.
- Caracterización del territorio y desarrollo de alianzas con Alcaldía de Nuevo Colón y Tasco (2021).

### **Política de turismo cultural**

A partir del aprovechamiento de la diversidad y la riqueza cultural, se propone posicionar a Colombia como destino de turismo cultural con ello se espera generar dinámicas de desarrollo local y cadenas productivas sostenibles, promoviendo con ello la competitividad del patrimonio y la identidad de las regiones.

Existen líneas estrategias dentro del plan de desarrollo 2020-2023, que apuestan a la mejora de la economía, principalmente de áreas rurales, proyectándose como posibilidad para que la población mejore sus ingresos a partir de la aplicación de estas políticas que den cuenta de la gran producción que se cultiva en nuestros campos.

#### **2.4.4.9 Contexto de seguridad**

A groso modo este apartado, nos muestra las líneas por las cuales se establecen y regula la seguridad, por lo tanto, es el Gobierno Nacional quien define mecanismos para mitigar los impactos de imagen negativa en destinos e implementa los protocolos de comunicación necesarios de acuerdo con el estado de la región y el efecto generado por el suceso. MinDefensa y MinCIT, en unión con la Policía Nacional, y las entidades territoriales, fortalecerán a la Policía de Turismo, propendiendo por el aumento del número de efectivos de esta especialidad, así como por el mejoramiento de su dotación y capacitación para contribuir a la seguridad de los destinos y a la experiencia de los turistas en los destinos.

De igual manera estas entidades territoriales se articulan con la Policía Nacional, en la orientación, definición e implementación de iniciativas de seguridad turística y su respectiva inclusión en los planes y políticas de turismo departamentales y municipales. De la misma forma existirá la corresponsabilidad de las autoridades regionales, con el firme compromiso de mejorar las condiciones de los espacios y atractivos con mayor injerencia turística, adelantando acciones coordinadas para atacar los delitos de mayor afectación e impacto al sector turístico.

#### **Gestión del riesgo**

Existen a nivel municipal unos sitios que han sido clasificados como de alto riesgo o amenazas muy altas y vulnerabilidad por derrumbes o deslizamientos de tierra, cuya ubicación se encuentra en veredas como el Rosal donde existe un deslizamiento de tierras de grandes dimensiones y afecta a varios habitantes del sector. También hay sectores clasificados como de amenaza alta y erosión fuerte que incluye otros sectores del municipio. Otro tipo de clasificación se presenta como erosión mediana, con riesgo alto; erosión leve que equivale a riesgo bajo.

Es necesario aclarar que las áreas de villa toscana pueden verse afectadas por una inundación dadas las circunstancias de ubicación. Una lluvia de gran intensidad puede ocasionar un represamiento del



río poniendo en peligro de inundación este centro poblado del municipio. Es necesario agregar que toda la ribera está formada por las terrazas aluviales de los ríos Guayas, Teatinos y Jenesano lo que indica que se encuentra en zona de alto riesgo de avalanchas e inundaciones.

A continuación, se presenta una descripción de los principales factores de riesgo ambiental en el municipio de Ramiriquí.

- **Contaminación ambiental:** Ausencia de vertederos. Quema de basuras a cielo abierto. La inadecuada recolección de los desechos inorgánicos.
- **Uso de suelos y utilización de plaguicidas:** Erosión de los suelos por uso agrícola y pastoreo inadecuado, tala de árboles sin control de las autoridades correspondientes.
- **Factores de riesgo de la vivienda:** En algunos sectores se evidencia ausencia de alcantarillado y disposición de excretas. Ausencia de sanitarios en algunas viviendas. Cocinas con estufas de leña y carbón sin adecuada ventilación.
- **Amenazas físicas y naturales:** Incendios forestales por descuido humano al desarrollar actividades de laboreo agrícola. Zonas de deslizamiento por la deforestación.
- **Agua para consumo humano:** A pesar de que se cuenta con un acueducto, el agua para el consumo humano no tiene un adecuado tratamiento.

**Vigilancia y control de alimentos:** Se realiza seguimiento por parte de las autoridades de control.

- **Zoonosis:** No se realiza seguimiento por parte de las autoridades de control.
- **Manejo de residuos sólidos y líquidos:** En la zona rural, la disposición final de las basuras se hace por quema a cielo abierto.
- **Control de vectores transmisores de enfermedades:** No se realiza seguimiento por parte de las autoridades de control.
- **Establecimientos de interés público:** No se realiza seguimiento por parte de las autoridades de control.
- **Contaminación con sustancias peligrosas:** Contaminación con residuos de petróleo y gas por fallas o rupturas del Poliducto, contaminación con residuos de la estación de servicios por fallas en el sistema, deterioro de los tanques, fallas en el proceso de surtido de los productos, contaminación con los desperdicios de aceites, grasas, residuos de llantas producto del montallantas, contaminación del medio ambiente con residuos de la cadaverina por fallas en el cementerio, contaminación del medio ambiente con los residuos de los agroquímicos los cuales son utilizados en los diferentes cultivos, contaminación de las fuentes hídricas por los residuos generados en las piscícolas.
- **Riesgos de explosión de gasoducto y pipetas de gas:** Seguimiento a la red que transporta el gas para otras regiones del país, así como seguimiento a los distribuidores de gas en pipetas para determinar los niveles de seguridad en las mismas y en los procesos de manipulación; en las viviendas existe riesgo por el uso de gas, las instalaciones defectuosas y la manipulación de las mismas.
- **Redes de media y baja tensión de energía eléctrica:** El transporte y distribución de energía eléctrica en el Municipio de Ramiriquí, se realiza a través de redes de media y baja tensión, redes que pasan por sitios de inestabilidad y con riesgo de volcamiento de los postes, las redes rurales son susceptibles la incidencia de los árboles que golpean las cuerdas o al volcamiento de estos por efecto de los vientos y el peso de sus ramas por efecto de las lluvias, lo que se convierte en un riesgo para los habitantes



cercanos, así como para las viviendas. Las acometidas y las instalaciones internas defectuosas, la manipulación de las mismas por personas inexpertas se convierten en un factor de alto riesgo.

- Vías con alto nivel de tráfico sin obras de protección o medidas de reducción del riesgo: El área urbana del municipio es atravesada por la vía conocida como la transversal de Boyacá, está presenta un alto nivel de tráfico convirtiéndose en un factor de alto riesgos para los peatones, al igual que para los estudiantes.
- Explotación de material de arrastre: De acuerdo a datos de la Secretaría de Minas, se vienen explotando dos minas de material de arrastre, actividad que se convierte en un riesgo alto al no contar con las medidas de seguridad suficientes para evitar la accidentalidad propia de esta actividad.

Escenarios de riesgo asociados con fenómenos de origen hidrometeorológico:

Zonas de riesgo por flujo torrencial: Incluye sectores planos que en época de invierno son inundados como ocurre en el sector de la Rivera de los Ríos Teatinos y Juyasí afectando cultivos y viviendas sin pérdidas de vidas humanas o materiales.

Escenarios de riesgo asociados con fenómenos de origen geológico:

1. Remoción en masa Sector vereda el Rosal: Ubicado al norte de la cabecera municipal, en la Vereda El Rosal, la amenaza es producida por un deslizamiento sobre un terreno con altas pendientes, debido a la escasa cobertura vegetal y presencia de agua subterránea. Este fenómeno ya afectó una vivienda de 4 familias y han existido otras afectaciones en relación a cultivos y pastos.
2. Remoción en masa Sector Caicedos: Se presenta a 3 Km. al sureste de la cabecera municipal en la vereda de Caicedos, debido al sobrepeso que causa el material generado por la ampliación de la vía cubriendo un área de 0.05 Km<sup>2</sup>, este fenómeno afecta a pastos, cultivos e indirectamente al conjunto residencial de Villa Toscana.
3. Remoción en masa Sector Peñas: Ubicado a 4 km de la cabecera municipal, debida a la presencia de aljibes sumado a la poca vegetación de la ladera y la falla geológica local, afectando cultivos, viviendas e infraestructura vial.
4. Remoción en masa Sector Barrio JIDEM: Movimiento que viene cayendo sobre la vía nacional que conduce de Tunja a Ramiriquí; debido a la fuerte ola invernal, la erosión del terreno, una pendiente pronunciada, actividades agrícolas y urbanismo, el fenómeno se ha venido complejizando, afectando varias viviendas del sector, cultivos, la vía nacional y la estación de servicio El Progreso.
5. Zonas de riesgo por factores sísmicos: El municipio de Ramiriquí se encuentra próximo a las fallas regionales de Salina, Boyacá y Yopal, las cuales amenazan con afectar al municipio. Bucaramanga presenta una intensa actividad tectónica, factor que determina al municipio como zona de Riesgo Sísmico Intermedio. El anterior apartado fue tomado del ASIS Ramiriquí-Boyacá 2021.

#### **2.4.4.10 Modelo de gobernanza**

A partir de los datos consignados por el Departamento de Planeación (2020), sobre los informes de resultados de la Medición del Desempeño Municipal (MDM), se extraen los análisis presentados en los siguientes apartados con el fin de presentar la radiografía municipal respecto a su índice de desempeño.

Las capacidades iniciales se componen de siete variables que determinan el contexto económico, urbano y de recursos del municipio: ingresos tributarios y no tributarios per cápita, densidad



empresarial, el valor agregado municipal per cápita, el tamaño de la población, el porcentaje de población en cabecera, la densidad poblacional y la pertenencia al Sistema de Ciudades (economías de aglomeración). En la siguiente tabla se puede observar una clasificación previa y una clasificación nueva, en la clasificación previa se ubica en un nivel medio alto pasando a una nueva clasificación al G1, nivel alto de capacidades.

Tabla 41 Grupo de Capacidades Iniciales

| Clasificación por capacidades iniciales                                                                                                  | Clasificación Nueva |              |               | Clasificación Previa |              |               | Cambio |      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|--------------|---------------|----------------------|--------------|---------------|--------|------|
| Variable                                                                                                                                 | Valor municipal     | Promedio CI  | Promedio dpto | Valor municipal      | Promedio CI  | Promedio dpto |        |      |
| Habitantes por Establecimiento Comercial Activo                                                                                          | 22,60               | 35,71        | 50,98         | 42,78                | 60,02        | 105,81        | 47 %   | -47% |
| Valor Agregado per cápita (Promedio 4 años)                                                                                              | \$11.125.372        | \$26.906.086 | \$17.296.900  | \$8.062.772          | \$27.262.288 | \$13.239.180  | 38 %   | 38%  |
| Tamaño de la Población                                                                                                                   | 9.988               | 66.350       | 10.007        | 10.015               | 60.884       | 10.377        | 0%     | 0%   |
| Porcentaje de Población en Cabecera                                                                                                      | 41,39%              | 62,07%       | 34,15%        | 50,15%               | 61,83%       | 32,64%        | 17 %   | -17% |
| Densidad Poblacional                                                                                                                     | 71,86               | 451,48       | 73,62         | 72,05                | 398,47       | 77,02         | 0%     | 0%   |
| Pertenencia al Sistema de Ciudades                                                                                                       | No                  |              |               | No                   |              |               |        |      |
| Ingresos Tributarios Per - Cápita (promedio 4 años)                                                                                      | \$493.510           | \$634.140    | \$332.201     | \$313.032            | \$500.505    | \$222.256     | 58 %   | 58%  |
| Grupo alcanzado                                                                                                                          | G1                  |              |               | G2                   |              |               | 1      |      |
| Valor Agregado: Contribución per cápita municipal al PIB departamental. Densidad poblacional: Número de personas por kilómetro cuadrado. |                     |              |               |                      |              |               |        |      |

Fuente: De DNP - MDD 2020

El indicador final de la medición se obtiene luego de obtener la calificación de la entidad territorial en los dos componentes: gestión y resultados. Esta busca premiar la buena gestión si, a su vez, está acompañada de buenos resultados, y castigar el retroceso en los resultados de desarrollo, incluso a pesar de presentar buenos resultados en los indicadores de gestión. El indicador final de la MDM se encuentra expresado entre 0 y 100, donde un municipio con una puntuación cercana a 100 obtuvo un excelente desempeño en el componente de gestión, y a su vez buenos resultados de desarrollo. Se establecieron rangos de desempeño para determinar la clasificación del municipio, de acuerdo con el puntaje obtenido, bajo; menos de 45 puntos, medio entre 45 y 55 puntos y alto más de 55 puntos este caso el municipio Ramiriquí como se observa en la siguiente tabla que obtiene un puntaje global de 66,28, lo que lo clasifica en un nivel alto con respecto al año de comparación.

Tabla 42 Resultados MDM

| Resultados MDM                                                                                                                  | Vigencia actual |                          |                                 | Año de comparación |                          |                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------|---------------------------------|--------------------|--------------------------|---------------------------------|
|                                                                                                                                 | 2020            |                          |                                 | 2016               |                          |                                 |
|                                                                                                                                 | Puntaje         | Promedio del grupo de CI | Posición dentro del grupo de CI | Puntaje            | Promedio del grupo de CI | Posición dentro del grupo de CI |
| <b>Puntaje global MDM</b>                                                                                                       | 66,28           | 61,12                    | 67/217                          | 48,16              | 57,50                    | 181/217                         |
| Movilización de recursos propios                                                                                                | 48,80           | 48,39                    | 99/217                          | 42,56              | 49,92                    | 133/217                         |
| Ejecución de recursos                                                                                                           | 69,14           | 67,00                    | 97/217                          | 62,43              | 64,37                    | 114/217                         |
| Gobierno abierto y transparencia                                                                                                | 100,00          | 84,28                    | 1/217                           | 63,27              | 76,92                    | 181/217                         |
| Ordenamiento territorial                                                                                                        | 46,08           | 41,57                    | 61/217                          | 26,28              | 38,90                    | 188/217                         |
| <b>Componente de gestión</b>                                                                                                    | 66,01           | 60,31                    | 63/217                          | 48,64              | 57,52                    | 181/217                         |
| Educación                                                                                                                       | 55,46           | 54,33                    | 96/217                          | 56,65              | 50,59                    | 52/217                          |
| Salud                                                                                                                           | 90,84           | 86,38                    | 66/217                          | 86,80              | 85,34                    | 98/217                          |
| Servicios                                                                                                                       | 53,83           | 54,60                    | 121/217                         | 50,01              | 52,51                    | 127/217                         |
| Seguridad y convivencia                                                                                                         | 79,19           | 86,03                    | 185/217                         | 88,33              | 88,62                    | 129/217                         |
| <b>Componente de resultados</b>                                                                                                 | 69,83           | 70,33                    | 125/217                         | 70,45              | 69,26                    | 85/217                          |
| Puntajes menores a 45 puntos son clasificados como bajos. Entre 45 y 55 son de nivel medio y superiores a 55 son de nivel alto. |                 |                          |                                 |                    |                          |                                 |

Fuente: DNP – MDM 2020

El componente de gestión juega un papel muy importante en la medición ya que comprende las variables que determinan en gran medida el puntaje final. En este sentido, gran parte de las acciones que realiza el gobierno local se reflejan en este indicador. Según la siguiente tabla, nos muestra un aumento no muy significativo en la variable de movilización de recursos con respecto a los años anteriores, más sin embargo su puntaje es bajo, para la variable de ejecución de recursos su puntaje se ubica en un nivel alto, que ha logrado mantener durante los diferentes periodos. En gobierno abierto y transparencia, es amplia su mejoría con respecto a los años anteriores, ya que en el año 2016 su puntuación fue de 63,27, bajando en el 2017 a un nivel bajo, logrando posicionarse dentro del nivel alto de capacidades al obtener una puntuación de 100,00 en el 2020. Para la última de sus variables, ordenamiento territorial su Nivel Bajo se mantiene desde 2016, siendo visible su esfuerzo por mejorar, su puntuación se eleva durante los años pasando del 2016 de 26,28 al 2020 a un 46,08.


*Tabla 43 Componente de gestión*

| Variables                                                                                                                                                                                                  | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| <b>1. Movilización de recursos</b>                                                                                                                                                                         | <b>42,56</b> | <b>50,98</b> | <b>47,11</b> | <b>46,63</b> | <b>48,80</b>  |
| Ingreso tributario y no tributario sin recaudo OT per cápita                                                                                                                                               | \$351.238    | \$414.545    | \$428.970    | \$554.274    | \$489.348     |
| Ingreso tributario por instrumentos de OT per cápita                                                                                                                                                       | \$42.145     | \$56.431     | \$60.703     | \$60.416     | \$67.673      |
| % de inversión financiada con recursos propios                                                                                                                                                             | 8,0%         | 18,8%        | 7,9%         | 9,0%         | 9,6%          |
| <b>2. Ejecución de recursos</b>                                                                                                                                                                            | <b>62,43</b> | <b>61,25</b> | <b>47,14</b> | <b>79,38</b> | <b>69,14</b>  |
| % de ejecución SGP                                                                                                                                                                                         | 64,05%       | 66,93%       | 69,23%       | 91,59%       | 80,62%        |
| % de ejecución recursos propios                                                                                                                                                                            | 61,16%       | 64,79%       | 46,68%       | 68,50%       | 54,59%        |
| % de ejecución otras fuentes                                                                                                                                                                               | 64,52%       | 75,78%       | 47,64%       | 78,05%       | 71,84%        |
| Indicador de eficiencia del IGPR*                                                                                                                                                                          | 60,00        | 37,50        | 25,00        | 33,33        | 69,50         |
| <b>3. Gobierno abierto y transparencia</b>                                                                                                                                                                 | <b>63,27</b> | <b>46,68</b> | <b>96,37</b> | <b>96,91</b> | <b>100,00</b> |
| Organización de la información                                                                                                                                                                             | 66,67        | 0,00         | 100,00       | 100,00       | 100,00        |
| Rendición de cuentas                                                                                                                                                                                       | 23,15        | 90,04        | 89,12        | 90,72        | 100,00        |
| Atención al ciudadano                                                                                                                                                                                      | 100,00       | 50,00        | 100,00       | 100,00       | 100,00        |
| <b>4. Ordenamiento territorial</b>                                                                                                                                                                         | <b>26,28</b> | <b>30,80</b> | <b>30,82</b> | <b>31,16</b> | <b>46,08</b>  |
| Tasa efectiva de recaudo                                                                                                                                                                                   | \$4,41       | \$5,86       | \$5,86       | \$5,97       | \$6,75        |
| % Uso de instrumentos OT                                                                                                                                                                                   | 25%          | 25%          | 25%          | 25%          | 50%           |
| * Para los años previos al 2020, el valor hace referencia al indicador de cumplimiento al plazo inicial del IGPR. NA indica que la entidad no ejecutó proyectos de regalías, por lo que el dato no existe. |              |              |              |              |               |

Fuente: DNP – IGPR 2020.

Finalmente, el componente de Resultados, evalúa las siguientes variables, educación, salud, servicios y seguridad y convivencia, en la variable educación para el municipio de Ramiriquí, se mantiene en un promedio estable, posicionando este sector en un nivel medio alto, en cuanto a salud su puntaje se mantuvo en comparación a los años anteriores en un Nivel alto, para el sector servicios, aunque se mantenga en un nivel medio bajo desde el 2016 a 2020 y posteriormente la variable de seguridad y convivencia que a pesar de tener un puntaje de Nivel Alto, se redujo teniendo una puntuación de 88,33 en 2016, paso a 79,19 en el 2020.


*Tabla 44 Componente de resultados*

| Variables                                                                                                   | 2016         | 2017         | 2018         | 2019         | 2020         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| <b>1. Educación</b>                                                                                         | <b>56,65</b> | <b>57,00</b> | <b>53,10</b> | <b>58,67</b> | <b>55,46</b> |
| Cobertura neta en educación media                                                                           | 61,52%       | 62,18%       | 56,95%       | 62,26%       | 60,00%       |
| Puntaje promedio prueba Saber 11 – Matemáticas                                                              | 53,03        | 53,32        | 53,26        | 55,48        | 52,67        |
| Puntaje promedio prueba Saber 11 – Lenguaje                                                                 | 52,27        | 53,69        | 51,81        | 52,54        | 52,07        |
| Cobertura neta en educación transición                                                                      | 55,79%       | 55,32%       | 49,73%       | 59,75%       | 54,00%       |
| <b>2. Salud</b>                                                                                             | <b>86,80</b> | <b>92,82</b> | <b>94,00</b> | <b>90,94</b> | <b>90,84</b> |
| Cobertura en salud                                                                                          | 95,27%       | 92,77%       | 93,21%       | 90,53%       | 89,41%       |
| Cobertura en vacunación pentavalente                                                                        | 76,39%       | 97,01%       | 100,00%      | 100,00%      | 100,00%      |
| Tasa de mortalidad infantil                                                                                 | 11,25        | 11,33        | 11,33        | 17,72        | 16,90        |
| <b>3. Servicios</b>                                                                                         | <b>50,01</b> | <b>53,39</b> | <b>34,90</b> | <b>53,02</b> | <b>53,83</b> |
| Cobertura en energía eléctrica rural                                                                        | 91,00%       | 100,00%      | 100,00%      | 99,32%       | 99,33%       |
| Penetración de la banda ancha                                                                               | 4,07%        | 5,20%        | 4,75%        | 4,02%        | 6,36%        |
| Cobertura en acueducto                                                                                      | 91,58%       | 91,58%       | 0,00%        | 89,89%       | 90,34%       |
| Cobertura en alcantarillado                                                                                 | 18,36%       | 18,36%       | 0,00%        | 21,56%       | 21,26%       |
| <b>4. Seguridad y convivencia</b>                                                                           | <b>88,33</b> | <b>87,81</b> | <b>69,80</b> | <b>73,84</b> | <b>79,19</b> |
| Tasa de hurtos por 10.000 habitantes                                                                        | 5,04         | 9,14         | 12,29        | 16,02        | 3,97         |
| Tasa de homicidios por 10.000 habitantes                                                                    | 0,00         | 0,00         | 1,02         | 1,00         | 0,00         |
| Tasa de casos de violencia intrafamiliar por 10.000 habitantes                                              | 22,16        | 21,33        | 56,34        | 46,06        | 66,49        |
| Los casos donde aparezca vacío obedecen a que para esa vigencia no se reportó la información de la entidad. |              |              |              |              |              |

Fuente: DNP - MDM 2020.



#### 2.4.4.11 Nivel de seguridad

Gráfico 47 Amenaza por fenómenos hidrometeorológicos

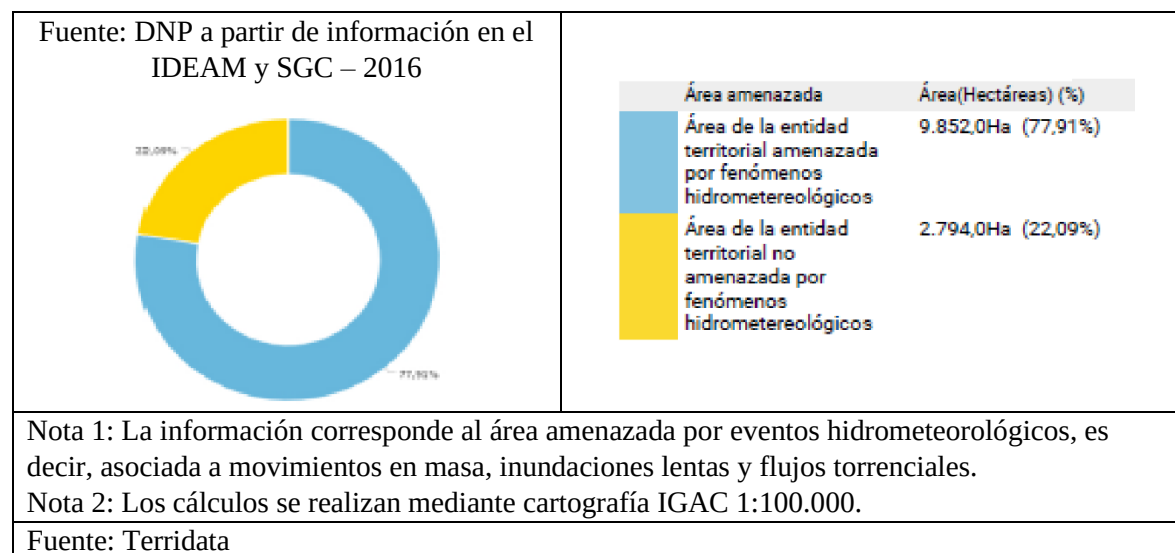
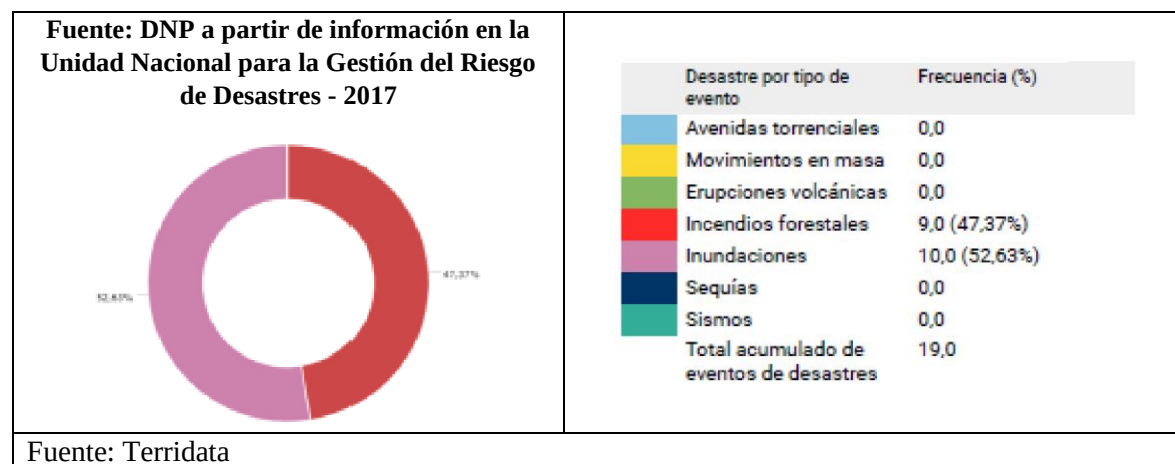


Gráfico 48 Eventos de desastres 2010-2017







### ***Conflicto armado y seguridad***

Gráfico 49 Personas secuestradas

| <b>Número de personas secuestradas</b><br><b>Fuente: Unidad para la Atención y Reparación</b><br><b>Integral a las</b><br><b>Víctimas – 2017</b> | <b>Número acumulado de personas</b><br><b>secuestradas</b><br><b>Fuente: Unidad para la Atención y Reparación</b><br><b>Integral a las</b><br><b>Víctimas - 1984-2017</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div data-bbox="256 541 781 594"> Ciénega<br/>0 </div> <div data-bbox="256 625 781 678"> Colombia<br/>48 </div>                                  | <div data-bbox="842 541 1367 594"> Ciénega<br/>0 </div> <div data-bbox="842 625 1367 678"> Colombia<br/>35.826 </div>                                                     |
| Fuente: Terridata                                                                                                                                |                                                                                                                                                                           |

Gráfico 50 Personas desplazadas

| <b>Número de personas</b><br><b>desplazadas</b><br><b>Fuente: Unidad para la</b><br><b>Atención y</b><br><b>Reparación Integral a las</b><br><b>Víctimas – 2017</b> | <b>Número acumulado de</b><br><b>personas desplazadas</b><br><b>recibidas</b><br><b>Fuente: Unidad para la</b><br><b>Atención y</b><br><b>Reparación Integral a las</b><br><b>Víctimas -</b><br><b>1984-2017</b> | <b>Número acumulado de</b><br><b>personas desplazadas</b><br><b>expulsadas</b><br><b>Fuente: Unidad para la</b><br><b>Atención y</b><br><b>Reparación Integral a las</b><br><b>Víctimas -</b><br><b>1984-2017</b> |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div data-bbox="248 1129 597 1199"> Ciénega<br/>0 </div> <div data-bbox="248 1234 597 1308"> Colombia<br/>54.531 </div>                                             | <div data-bbox="643 1129 984 1199"> Ciénega<br/>27 </div> <div data-bbox="643 1234 984 1308"> Colombia<br/>7.201.252 </div>                                                                                      | <div data-bbox="1032 1129 1373 1199"> Ciénega<br/>8 </div> <div data-bbox="1032 1234 1373 1308"> Colombia<br/>7.905.837 </div>                                                                                    |
| Fuente: Terridata                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                   |

#### **2.4.4.12 Población**

La relación entre hombres y mujeres en el municipio de Ramiriquí para el año 2021 muestra que por cada 98 hombres hay 100 mujeres. Los grupos de edad donde se concentra la mayor población son los quinquenios de 15 a 19 años y de 10 a 14 años; como características relevantes se detallan entradas en los grupos de 30 a 34 que se relaciona con migración de la población a ciudades con el objetivo de identificar mejores oportunidades laborales; por el contrario, se observan salidas en los grupos 15 a 19 años de edad, que se explican por población que se encuentra en estudios de básica secundaria y bachillerato.

En la siguiente tabla se presenta la población por curso de vida en el municipio de Ramiriquí, en ésta se observa que los cursos de vida primera infancia, infancia, adolescencia y juventud con el paso del tiempo van disminuyendo, mientras que los cursos de adultez y vejez aumentan de manera progresiva.

Para el año 2021, el curso de vida que concentra el mayor porcentaje de la población es el de adultez, también se observa que los cursos de vejez y juventud ocupan un porcentaje significativo de la población del municipio por lo cual se deben establecer programas que favorezca su bienestar.

Tabla 45 Proporción de la población por curso de vida según MÍAS, Municipio de Ramiriquí, Boyacá 2015 – 2021 – 2023

| Curso de vida                 | 2015            |                     | 2021            |                     | 2023            |                     |
|-------------------------------|-----------------|---------------------|-----------------|---------------------|-----------------|---------------------|
|                               | Número absoluto | Frecuencia relativa | Número absoluto | Frecuencia relativa | Número absoluto | Frecuencia relativa |
| Primera infancia (0 a 5 años) | 906             | 9,4                 | 916             | 9,0                 | 904             | 8,8                 |
| Infancia (6 a 11 años)        | 1.035           | 10,7                | 1.030           | 10,2                | 1.029           | 10,0                |
| Adolescencia (12 a 17 años)   | 1.132           | 11,7                | 1.086           | 10,7                | 1.088           | 10,6                |
| Juventud (18 a 28 años)       | 1.670           | 17,2                | 1.656           | 16,3                | 1.662           | 16,2                |
| Adultez (29 a 59 años)        | 3.526           | 36,4                | 3.733           | 36,8                | 3.784           | 36,8                |
| Vejez (60 años y más)         | 1.417           | 14,6                | 1.726           | 17,0                | 1.808           | 17,6                |
| <b>Total Población</b>        | 9.686           | 100,0               | 10.147          | 100,0               | 10.275          | <b>100,0</b>        |

#### 2.4.4.13 Priorización de emprendimientos que potencialmente puedan hacer parte de la cadena de valor del turismo en la región

Debido a cambiantes dinámicas sociales a nivel global ser emprendedor se está convirtiendo en una de las puntas de lanza de la región, dentro de las condiciones que pueden favorecer y enriquecer los procesos de emprendimiento para la industria turística de la región, son varios los elementos a priorizar en la cadena de valor del turismo. Uno de esos elementos tiene que ver con la transformación digital, mucho más en estos momentos de conexiones sin precedentes, por ello se debe impulsar en los emprendedores un ecosistema online de los negocios para favorecer procesos muchos más eficientes ofreciendo un valor agregado a la experiencia.

Otro de los elementos transformadores y a tener en cuenta es el de la sostenibilidad para generar impactos positivos en términos de desarrollo social, económico y ambiental. Los emprendimientos de carácter sostenible son una alternativa prometedora de generación de ingresos y aumento de la base de empleo de la sociedad, dichas alternativas responden a tres líneas de vital importancia para el buen desarrollo de las dinámicas sociales, las cuales son: económico, social y ambiental.

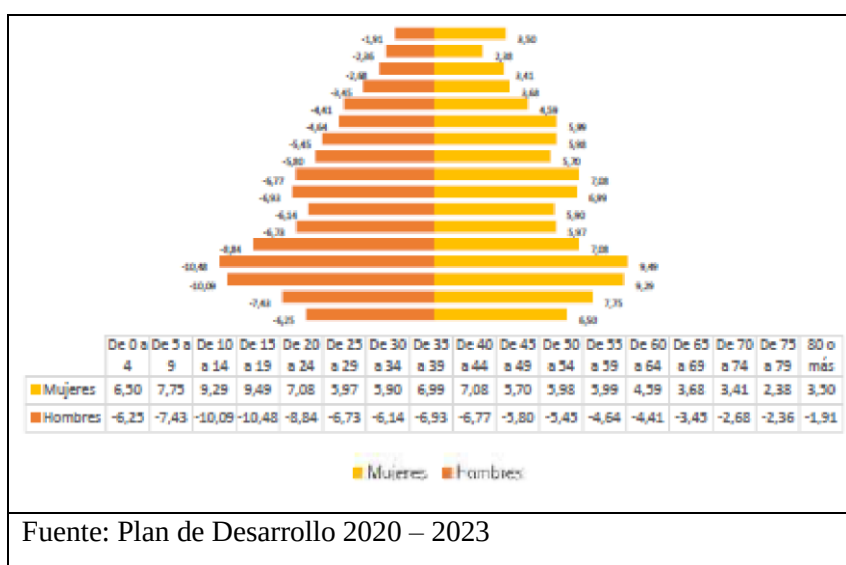
Para dinamizar mucho más la región se debe dar cabida al campo y las zonas rurales del municipio, con la finalidad de dar movilidad y desarrollo a la productividad del área rural. Dentro del territorio se tienen ya experiencias sobre la importancia de alianzas y vínculos entre los diferentes sectores que puedan armonizar y consolidar los emprendimientos rurales. Emprendimientos que desde el turismo

rural comunitario pueden potenciar las riquezas del municipio como nuevas alternativas que junto con experiencias territoriales impulsarán las riquezas de la región.

Uno más de los elementos a tener en cuenta como emprendimientos en las diferentes manifestaciones del turismo es el deporte, donde se brinden espacios saludables y fomentar en visitantes y propios arraigos culturales, el deporte se convierte en un producto de consumo permanente esto quiere decir que el deporte es un sector lleno de posibilidades. Las manifestaciones deportivas en el territorio toman fuerza y se relacionan con diversos sectores de la sociedad. En este sentido es importante tener en cuenta y priorizar aquellos emprendimientos relacionados al deporte. Son cada vez más los turistas que buscan este tipo de experiencias, el cicloturismo crece como alternativa potencial frente al turismo tradicional.

#### 2.4.4.14 Tendencias de la población por edad, educación e ingresos

Gráfico 51 Pirámide poblacional



Observando la pirámide poblacional se puede decir que el grueso de la población del municipio de Ramiriquí se encuentra entre periodos quinquenales de 10-14 a 25-29 años de edad, tanto para hombres como para mujeres. Entre los rangos de 30-34 y 35-39 hay una leve disminución de la población en ambos sexos, con un ligero incremento en los periodos de 45-49 a 50-54 años, y continúa en descenso en los demás rangos de edad, contando con poca población adulta mayor, menos hombre que mujeres. De lo anterior se puede concluir que el municipio cuenta con un potencial de población joven, quienes en pocos años liderarán los destinos del municipio, cuando estos grupos de personas entren a formar parte de la población económicamente activa del municipio.

Cuando se trata de planear el territorio, es preciso analizar el comportamiento de la población por rango de edades, ya que sobre esta conducta se deben enfocar las políticas públicas que intervienen en el mejoramiento de la calidad de la vida de la población y el desarrollo de los pueblos. La



importancia de saber no solamente cuánta población existe en el territorio, sino quienes integran esta población, es de vital importancia para la entidad territorial, principalmente al definir herramientas de planificación territorial.

Y tratándose del territorio, es importante analizar indicadores como la pobreza multidimensional que mide las condiciones de vida de la población por medio del análisis de 5 dimensiones, que dan cuenta del estado actual de los hogares registrados en el SISBEN, identificando por lo menos quince privaciones a nivel de hogares en los ámbitos de educación, condiciones de la niñez y juventud, trabajo, habitabilidad y salud.

De acuerdo a lo anterior, el municipio de Ramiriquí presenta un índice de pobreza multidimensional de 31.4 puntos porcentuales totales para el municipio. Para el área urbana el municipio presenta 14.0% de índice de medición y para el área rural dispersa y centros poblados, presenta el 45.0% de índice de pobreza multidimensional. De las privaciones que más inciden en este indicador es el trabajo informal con 90.2% en total, de los cuales el 86.7% se presenta en el área urbana y el 93.1% en los centros poblados y área rural dispersa; seguido de bajo logro educativo con 66.3 % en total, de los cuales el 45.2% afecta a la medición del área urbana y el 84.1% corresponde al índice del área rural dispersa y centros poblados. (Censo Nacional de Población y Vivienda CNPV 2018).

Por su parte, el análisis del indicador de pobreza multidimensional de menor incidencia en la calidad de vida de los hogares que se tomaron para la medición es material inadecuado de paredes exteriores con un índice de 0.4%, tanto en el área urbana como rural dispersa y centros poblados. Otro indicador de menor afectación es barrero a servicio para cuidado de la primera infancia con 1.2% total de la medición del IPM.

La importancia de conocer el índice de pobreza multidimensional de su territorio se debe a que a nivel local se puede incidir en su variación, con políticas de inclusión y protección social que apunten a mejorar las condiciones de las viviendas y el acceso a bienes y servicios públicos, así como el incremento de ingresos de los hogares por medio de alguna estrategia de apoyo y ayuda local.

#### ***2.4.4.15 Roles de hombres y mujeres en la sociedad***

Históricamente el fenómeno de la indiscriminación y la invisibilización de la mujer en el panorama social y político, por lo general la participación de la mujer está en desventaja en el ámbito familiar, social y político frente a la condición masculina, muchas veces fundamentadas en idearios religiosos. La mujer con el tiempo ha tomado injerencia en la toma de decisiones en las diferentes dinámicas sociales, aunque con dificultad se le ha otorgado un papel representativo como participante activa en los procesos de cambio y reformas sociales. Se entiende por género el conjunto de características sociales, culturales, políticas, jurídicas y económicas asignadas socialmente en función del sexo de nacimiento (PNUD, 2008). Esto evidencia, la atribución de roles a hombres y mujeres que se han internalizado mediante una construcción histórica y cultural, variando de un lugar a otro.

Dentro de lo social, a pesar de los tiempos, no se le da el conocimiento de la misma manera que a los hombres, a pesar de desarrollar las mismas actividades o cumplir con las mismas obligaciones. Es



decir que las mujeres ocupan un lugar de desventaja y discriminación, la FAO para el año de 2009, señala que las mujeres rurales representan la mayor parte de la población pobre, evidenciando con ello bajos niveles de escolarización y de analfabetismo elevado, produciendo rezagos en el desarrollo rural y el progreso agrícola.

Se relaciona a la mujer rural con el desempeño de múltiples roles, vinculados con la reproducción, trabajos domésticos, trabajadoras productivas, cuidado de animales, entre otras labores. Por tal razón las mujeres han luchado por ganar espacios y el reconocimiento de sus derechos, tanto civiles como políticos para ser sujetos históricos en la construcción del país.

Las mujeres boyacenses, encuentran un impedimento a la hora de empoderarse, uno de ellos es la autonomía económica para su desarrollo pleno, la violencia en la equidad de género, el desconocimiento de sus derechos, fenómenos que producen un bajo acceso, inclusión y participación de la mujer, ocasiona inequidad en los hogares, reduciendo las posibilidades de formarse y generación de ingresos dentro de los escenarios sociales, políticos y económicos.

En la ruralidad, las mujeres adultas y adolescentes cumplen un papel preponderante, pues son las más interesadas en intentar cultivar nuevas variedades, así como por mantener las semillas locales. Son las que mantienen una huerta con alimentación balanceada y algunas plantas medicinales. Los hombres por otro lado se dedican a cultivar para consumo familiar y para vender la cosecha, oficios que son responsabilidad de los hombres.

Existe una fuerte influencia de tradición sobre el rol de los hombres, como el modelo de masculinidad y autoridad, donde únicamente se desempeña como proveedor y protector de su familia. En cuanto a lo reproductivo, son las hijas quienes asumen estas responsabilidades desempeñándose en actividades domésticas, como el cuidado de los hermanos entre otros oficios compartidos. Todo esto asociado a las tradiciones sociales, donde se asocia a la mujer al desempeño de actividades dentro del hogar, perpetuándose esos aprendizajes pues es común observar a las abuelas y madres orientar a sus hijas únicamente a estos oficios.

De esta misma forma se ha caracterizado a lo femenino, funciones reproductivas, en las cuales aflora la maternidad convirtiéndose en un eje principal el rol doméstico, dentro de un espacio privado, mientras que al hombre se le atribuye un espacio público, quienes ejercen roles productivos, políticos, papel de proveedor y jefe de hogar, con autoridad sobre las decisiones de los integrantes de su hogar.

#### **2.4.4.16 Población vinculada a la actividad turística**

De acuerdo a las bases de datos consultadas a la cámara de comercio, a corte de abril 2022, se relacionan los establecimientos con registro nacional de turismo reportados en la tabla 10; donde se puede evidenciar que existen 15 PST con RNT activo, de los cuales, 11 son establecimientos de alojamiento y hospedaje, 2 son agencias de viajes, 1 es guía de turismo y 1 parque temático.

*Tabla 46 Prestadores de Servicio Turístico Formalizados 2022.*





| Razón Social                                  | Matricula  | Tipo RNT        | Código RNT | Categoría                                 | Estado RNT | Representante Legal             | Correo electrónico                                                               |
|-----------------------------------------------|------------|-----------------|------------|-------------------------------------------|------------|---------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| JUNIOR MARIN ORTIZ COTE                       | -          | INMUEBLE        | 120092     | VIVIENDAS TURÍSTICAS                      | ACTIVO     | JUNIOR MARIN ORTIZ COTE         | <a href="mailto:juniormarinortico@yahoo.es">juniormarinortico@yahoo.es</a>       |
| POSADA VILLA ODILIA                           | 0000146256 | ESTABLEC.       | 116844     | E. DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO               | ACTIVO     | BLANCA MERY TORRES SANABRIA     | <a href="mailto:villaoilia@hotmail.com">villaoilia@hotmail.com</a>               |
| HOTEL EL ENDRINO                              | 0000108253 | ESTABLEC        | 104910     | ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | ACTIVO     | JOHN JAIRO BORDA DUITAMA        | <a href="mailto:hotelendrino@gmail.com">hotelendrino@gmail.com</a>               |
| MARIA ISABEL LANZA RODRIGUEZ                  | -          | GUÍA DE TURISMO | 101273     | GUÍA DE TURISMO                           | ACTIVO     | MARIA ISABEL LANZA RODRIGUEZ    | <a href="mailto:milanza99@gmail.com">milanza99@gmail.com</a>                     |
| HOTEL RAMIRIQUÍ PLAZA                         | 0000166166 | ESTABLEC        | 94730      | ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | ACTIVO     | ANDRES CAMILO AVILA MENDOZA     | <a href="mailto:camilo.avila94@gmail.com">camilo.avila94@gmail.com</a>           |
| EL ARTESANO ABDÍAS                            | 0000184867 | ESTABLEC        | 87270      | VIVIENDAS TURÍSTICAS                      | ACTIVO     | NARDA CELINA CARDOZO AMAYA      | <a href="mailto:abdias.vargas@hotmail.com">abdias.vargas@hotmail.com</a>         |
| BICTUR SE SUMERCÉ                             | 0000183007 | ESTABLEC        | 84906      | AGENCIA DE VIAJES                         | ACTIVO     | VARGAS VEGA LAURA KATHERINE     | <a href="mailto:bicturseramiriqui@hotmail.com">bicturseramiriqui@hotmail.com</a> |
| HOTEL CAMPESTRE EL PORTÓN DE LOS JEROGLÍFICOS | 0000169575 | ESTABLEC        | 83713      | ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | ACTIVO     | HERMANN ENRIQUE MARTÍNEZ ARIAS  | hotelporondelosjeroglificos@hotmail.com                                          |
| GRANJA LOS CONEJOS RAMIRIQUÍ                  | 0000147067 | ESTABLEC        | 81468      | VIVIENDAS TURÍSTICAS                      | ACTIVO     | ESTEFANIA VARGAS LANZA          | evargasl@unal.edu.co                                                             |
| RESPIRA TURISMO                               | 0000173629 | ESTABLEC        | 74401      | OFICINAS DE REPRESENTACION TURÍSTICA      | ACTIVO     | ESCALANTE VIANA EDITH IRENE     | contacto@respiraturismo.co                                                       |
| HOTEL EL PORTAL LA AVENIDA                    | 0000089874 | ESTABLEC        | 65905      | ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | ACTIVO     | LUZ MARIELA GUERRA GUERRERO     | luzmaith@gmail.com                                                               |
| POSADAS OASIS DEL CAMPO                       | 0000160889 | ESTABLEC        | 65833      | VIVIENDAS TURÍSTICAS                      | ACTIVO     | MARIA EMPERATRIZ MELO CETINA    | josevargas0012@gmail.com                                                         |
| CASA BLANCA RAMIRIQUÍ                         | 0000148397 | ESTABLEC        | 57483      | ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO | ACTIVO     | OLGA BEATRIZ MESA MORA          | olga.mesa05@hotmail.com                                                          |
| HACIENDA SAN NICOLAS                          | 0000030645 | ESTABLEC        | 44956      | VIVIENDAS TURÍSTICAS                      | ACTIVO     | GLADYS CONSUELO JIMENEZ BARAJAS | consuelojimenezg@hotmail.com                                                     |
| OASIS EL ENDRINAL                             | 0000136779 | ESTABLEC        | 43858      | PARQUES TEMÁTICOS                         | ACTIVO     | MAURA GARCIA DAZA               | josevargas0012@hotmail.com                                                       |

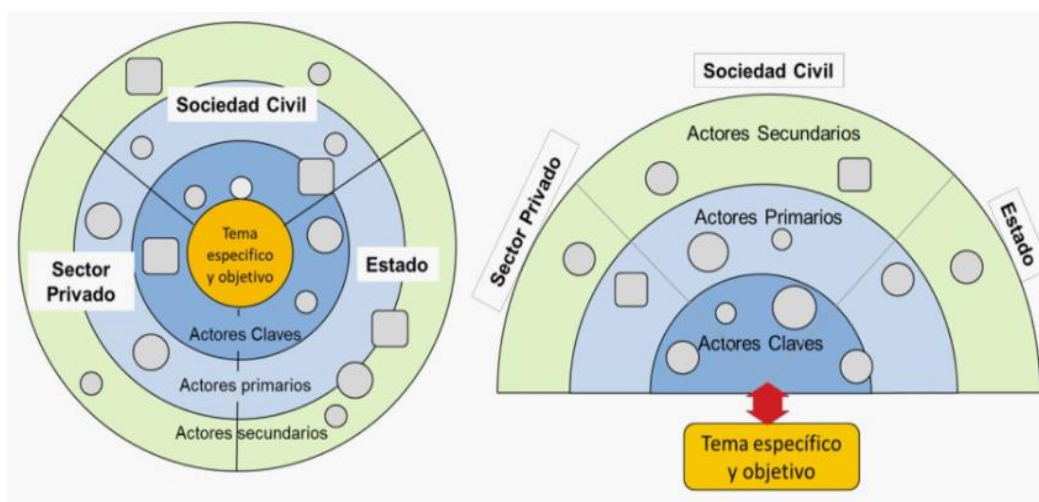
Fuente: Cámara de Comercio, 2022.

#### 2.4.4.17 Mapa de actores del destino



Un mapa de actores se desarrolla, identificando y visualizando los tipos de relaciones entre los individuos y grupos de interés involucrados en un objetivo en común. El mapa es una ayuda gráfica que proporciona una visión general de todos los actores, con el fin de establecer la influencia que cada uno tiene sobre el objetivo particular; generando un nivel mayor o menor de acercamiento. De esta manera es posible, conocer las alianzas y conflictos reales y potenciales, con el fin de crear estrategias que conlleven a generar propuesta de desarrollo y establecer mejores canales de comunicación, entre otras alternativas.

Gráfico 52 Esquema mapa de actores

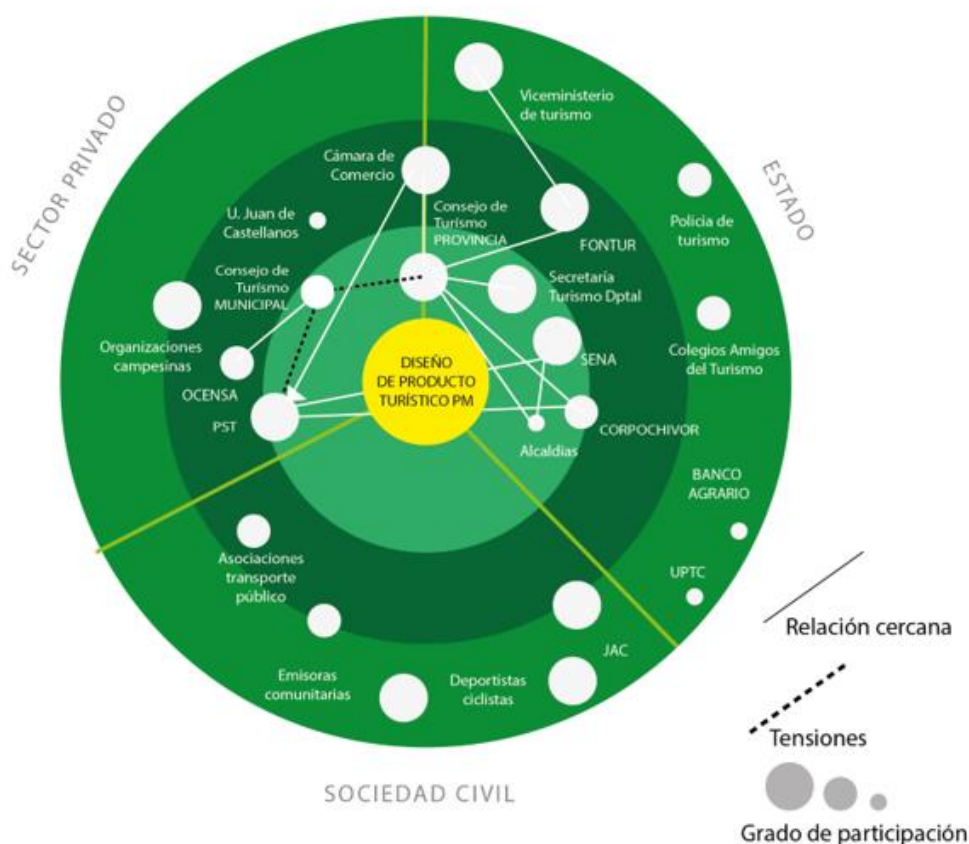


Fuente: C40 Cities Finance Facility, 2017.

De acuerdo al taller realizado en conjunto con representantes del Consejo Provincial de Turismo, representantes de la cartera de turismo del departamento y de municipios de la provincia, prestadores de servicios turístico de la provincia y grupos de interés, convocado el 23 de junio del año en curso, se llevó a cabo un taller participativo, donde uno de los objetivos estaba relacionado a la identificación de los principales actores que hacen parte de la provincia respecto a la dinámica de turismo y su interrelación.

Para este propósito, se desarrolló una actividad dirigida por profesionales del componente social y turístico del proyecto, el cual permitió mediante la metodología de mapeo de actores y con relación a la interpretación de la estructura del sistema turístico, la consolidación del siguiente mapeo de actores:

Gráfico 53 Mapa de actores DPTM


**MAPA DE ACTORES DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ**


Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

**Análisis de los elementos turísticos asociados a los componentes de institucionalidad, tecnologías de la información y comunicación, formación, capacitación, ordenamiento territorial y medio ambiente**

En materia de turismo existen líneas estratégicas que responden a objetivos específicos, para la obtención de estos se requiere de un trabajo articulado entre diferentes sectores de la economía, el Gobierno Nacional en cabeza del Mincit y entes territoriales, serán quienes lideren estos procesos junto con otros niveles de la sociedad tanto del sector privado como del público.

Los eslabones que conforman la actividad del turismo, requieren de la participación de dientes entidades del nivel nacional y territorial, haciendo una amalgama mucho más sólida que consolide el sector, fortaleciendo las capacidades de gestión, dentro del marco normativo optimizando la ejecución de la política pública adecuando esquemas de información, financiación y responsabilidad entre los actores del turismo. Consolidar el territorio desde los Consejos Superiores de Turismo, es clave en la mejora de la gestión y desarrollo de los destinos turísticos.



Planificar el turismo, para fortalecer las instituciones se relaciona con las capacidades de desarrollo turístico, esta requiere de la coordinación de iniciativas entre regiones, involucrando las comunidades, para determinar el rol de las autoridades frente al turismo, así como la implementación de mecanismos de vigilancia, control y seguridad que garanticen la sostenibilidad y el ejercicio de la responsabilidad de los diferentes actores del turismo.

La modernización liderada por el MinCIT, pretende fortalecer los programas y normativas para la promoción de un turismo responsable y sostenible. De la misma manera se realizan programas de sensibilización y adecuación de atractivos turísticos y su puesta en marcha frente a los retos que implica el cambio climático. Es entonces el Ministerio de Cultura quien deberá definir los lineamientos necesarios, en caso de intervenciones, adecuaciones y/o restauraciones de cualquier atractivo turístico cultural que esté bajo la denominación de declaratoria, así como también se hará el mismo procedimiento con autoridades que lo requieran.

## 2.4.5 Conclusiones

Las montañas llenas de paisajes naturales y sociales de gran armonía con el diario vivir se conectan por sus entramadas pendientes, raíces de caminos llenos de historias donde sus habitantes y sus microhistorias comentan ese vínculo del ahora y del antes, un sin número de lugares con significado de sabores, aromas, colores, texturas que existentes ya, ancestralmente e invisibilizadas por factores externos, son la razón por la cual, la provincia se propone mostrar su territorio a través de un producto turístico que muestre las actividades y espacios que brinda el territorio de Márquez.

Además del vínculo que tienen por ser un corredor ambiental de suma importancia para el impulso de proyectos que promuevan los territorios desde lo social, pues son los habitantes los voceros y quienes por herencia territorial y culturales permiten generar nuevas dinámicas para visibilizar el territorio y de igual manera, orientar al territorio a otras opciones dentro de lo productivo.

El análisis de la información por el momento recopilada y sistematizada muestra la Provincia de Márquez como un territorio viable para el desarrollo de proyectos con carácter turístico, su vínculo está dado por historia, comercio, senderos, artesanías, festejos culturales y otros aspectos que procuran aunar fuerzas para mostrar sus cualidades, atractivos y las riquezas con las que cuenta la provincia de Márquez.

Inicialmente se describe de forma general las cualidades que brinda el territorio boyacense, que, por su ubicación central y la formación de infinidad de paisajes incrustados en la cordillera, la amabilidad de sus gentes que impulsan una economía pujante dispuesta a alternativas que dinamicen procesos culturales de interés social, debido a la inmensa riqueza histórica, cultural y natural con la que cuenta el departamento que hacen parte de la identidad cultural de sus habitantes.

No podemos dejar atrás las inmensas cualidades ambientales del departamento y sus ecosistemas estratégicos por el que se está girando hacia alternativas sostenibles y amigables con el ambiente, el turismo de naturaleza cada vez agarra más fuerza en diferentes municipios debido a su importante ubicación, lo que progresivamente lo convierte en un atractivo de gran interés, además de ofrecer un





turismo especializado. El turismo se visualiza en departamento como un incentivo al crecimiento, por lo tanto, se promueve la organización de consejos de turismo para la consolidación de este importante sector y posicionar el departamento como principal destino turístico del interior del país.

La historia que une este amplio territorio es también la historia de la sociedad colombiana, territorio con antecedentes precolombinos, luchas independentistas, el nacimiento de una nación. Predomina en su economía la agricultura, frutas y papas que abastecen los diferentes mercados del país.

Es característico del territorio la amabilidad de sus gentes, el empuje y la fuerza en el trabajo. La distribución poblacional mayormente se ubica en zonas rurales, la atención hospitalaria es de primer nivel. Los servicios públicos se prestan de manera oportuna en la zona urbana, faltando por cubrir algunas zonas rurales. El paisaje montañoso del municipio, sus características de altas pendientes con vegetación nativa que se mezcla con las huertas y animales domésticos de los habitantes.

Cuenta el territorio con lo necesario para involucrarse con la actividad turística, progresivamente las alcaldías han ido implementando políticas públicas relacionadas con esta actividad, de igual forma se promueve la actividad integrando proyectos de desarrollo rural, agropecuario y ambiental con los recursos existentes, desde la municipalidad se promueve los procesos culturales para la salvaguarda del patrimonio, resaltando a su vez aspectos esenciales del municipio.

Estos procesos se convierten en antecedentes para generar componentes que procuren el cuidado y brinden la seguridad necesaria para su disfrute, son varias las eventualidades que se podrían considerar como amenazas, además de identificarse algunas diferentes a la delincuencia común, tales tienen que ver con fenómenos naturales que pueden interrumpir cualquier actividad, si no se planifica y prevé con anticipación para evitar inconvenientes sobre los sitios de interés.

Tanto natural como artístico se fusionan para dar paso a la gastronomía como elemento de rescate y revaloración de su identidad. Parajes naturales de gran valor histórico y cultural se van agrupando en un paquete donde puedes hacer y reconocer estos espacios como garantes de experiencias de alta riqueza cultural.

Se teje en constante sintonía sobre los saberes ancestrales afloran los sabores con antiquísimas recetas que permiten el encuentro con el legado cultural de inmemorables épocas, la tendencia del turismo en el municipio de Ramiriquí, se da más hacia la programación de eventos culturales que procuran involucrar muestras artesanales y de gastronomía, esto debido también a su cercanía con la capital boyacense. El maíz, símbolo de nuestra ancestral cultura, es hoy por hoy un recurso que intenta atraer al turismo a este lugar del departamento.

La iniciativa de la ruta del Maíz, tienen la finalidad de mostrar esos recursos naturales, pero se enfoca más en dar a conocer aspectos culturales de la región, mucho más de fondo, se cruza el paisaje social, lleno de oficios, que se van poniendo en el camino como muestra de esas raíces culturales con las que se identifican, gastronomía e historia se van mezclando entre estos bellos parajes.

Pese al sinnúmero de atractivos naturales y al igual que otros municipios de la provincia, su recurso más cercano, la agricultura y sus productos, lo han aprovechado para mostrar el paisaje social que conforma la región y en el marco de adoptar nuevas estrategias frente al turismo, el turismo de





naturaleza queda en segundo plano, pues es un sector que hasta ahora inicia a organizarse y a ver en estas otras alternativas de desarrollo en el renglón económico.

En general, Ramiriquí presenta buenos niveles de gobernanza frente a las capacidades, sus resultados se encuentran en una buena clasificación, indicativo que es posible planificar el turismo de diversas maneras, inicialmente seguir impulsando las muestras para gradualmente poder mostrar y explorar la parte natural de manera planificada, además de contar con recursos valiosos como pictogramas y petroglifos que pueden ser con el tiempo recursos importantes para impulsar el turismo, pero que en el momento son símbolos que se abocaron a recuperar.

## 2.5 De los diagnósticos al análisis DOFA

El presente apartado conforma el estudio de diferentes variables, realizado a partir de la exploración de algunos documentos que contribuyeron al análisis DOFA sobre el entorno provincial en materia de turismo, lo cual permitió abordar ampliamente el territorio.

Se empleó una combinación de métodos, entre los que fueron considerados inicialmente, el diseño de un instrumento para la recopilación de la información, haciendo uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's), el cual fue compartido a través de diversas herramientas tecnológicas.

Al revisar e interpretar el levantamiento de información secundaria, presentada en los diagnósticos, tales como, datos sobre los inventarios turísticos de atractivos y recursos de los municipios, diagnóstico del mercado turístico, diagnóstico sobre el perfil del turista y visitante y nicho de mercado, además del diagnóstico de las diferentes unidades y variables de los componentes básicos de la estructura social y geoespacial de los municipios que conforman la zona de estudio. Así mismo, fue planteado un taller participativo bajo la metodología de Focus Group, con protagonistas interesados en el desarrollo de las actividades turísticas de esta provincia.

En este documento se presenta en el capítulo 1 los aspectos metodológicos y conceptuales para la elaboración del DOFA general de los municipios. En el capítulo 2 los resultados referentes al DOFA de cada uno de los municipios, según los diagnósticos realizados para el proyecto y los métodos mencionados anteriormente. En el capítulo 3, se expone los resultados de los instrumentos aplicados para el análisis del DOFA del turismo en la provincia. En el capítulo 4 finalmente se presenta el análisis DOFA enfocado en el turismo desde una mirada provincial y en el capítulo 5 las principales conclusiones del estudio. La consolidación de los datos suministrados por los diferentes estudios analizados, se agrupan para generar una visión integral del turismo en la Provincia de Márquez, la cual vincula aspectos políticos, económicos, culturales, sociales y ambientales. Los resultados obtenidos, son los insumos necesarios para la búsqueda de estrategias que encaminen el territorio al diseño del producto turístico de la Provincia de Márquez.

### 2.5.1 Aspectos Metodológicos y conceptuales en el DOFA general de los municipios de la provincia de Márquez

#### Aspectos metodológicos

Con el fin de llevar a cabo el diagnóstico DOFA, se utilizaron algunas técnicas; la primera de ellas consistió en la recopilación de información de fuentes primarias y secundarias a partir de los documentos diagnósticos generados como insumos “entregables” del proyecto de “Diseño de Producto Turístico de Márquez”, señalados a continuación:

Tabla 47 Relación II entregable, Proyecto de Producto Turístico Provincia de Márquez

| Entregables |                                                                                                                                                                                                 |
|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.2.1       | Inventarios de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con las fichas metodológicas del MinCIT.                                                                                             |
| 2.3.1       | Diagnóstico del mercado turístico y las inversiones de los 9 municipios que hacen parte de la Provincia de Márquez                                                                              |
| 2.4.1       | Diagnóstico por cada municipio con el contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad de los municipios y atractivos turísticos que comprenden la Provincia de Márquez |
| 2.5.1       | Documento con la definición del perfil del turista, visitante y nicho de mercado de cada municipio                                                                                              |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

Dichos documentos fueron parte del insumo para el resultado del presente documento, lo cual proporcionó información en cuanto al turismo como actividad potencial de desarrollo económico y social, bajo criterios de planificación y calidad para la provincia. Así mismo, se hizo uso de los planes de desarrollo de los municipios involucrados en el proyecto, instrumentos que contribuyeron ampliamente al análisis, además de ser hojas de ruta para los municipios y en los que se exponen algunas de sus características, aportes esenciales para este informe.

La segunda técnica utilizada, fue el diseño de instrumentos para la recopilación de información, para lo cual se hizo uso de las TIC's, a través del diseño de una encuesta digital, dirigida a habitantes de la provincia con el fin de tener mayor claridad sobre el panorama de la misma frente al turismo. De igual manera, se diseñó una entrevista dirigida a actores tanto públicos como privados, interesados en el turismo de la región, y, por último, la realización de un focus group, un encuentro programado, con personas del territorio de Márquez, donde se conversó en torno a las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de la provincia. Este escenario, aportó, por un lado, la validación de información ya recopilada, adicionando varios elementos a la lectura del contexto turístico de la provincia; y, por otro lado, aportó la comprensión del imaginario de acuerdo con el entorno en el que habitan, sus condiciones socioeconómicas y demás aspectos culturales que son determinantes para fijar su posición frente al turismo en el proyecto que se desarrolla para la provincia.



## Aspectos Conceptuales

Con el fin de tener claridad sobre algunas nociones reseñadas en este documento, se presenta una aproximación conceptual a continuación:

### El DOFA

Antes de entrar a observar los resultados de este informe, se hace un acercamiento al concepto teórico sobre lo que significa la herramienta DOFA, enfocada hacia el turismo, especialmente, el turismo en la provincia de Márquez.

#### ¿Qué es el DOFA?

El análisis DOFA o FODA (fortalezas – Oportunidades -Debilidades – Amenazas), o SWOT en inglés, es una herramienta de análisis estratégico. Conjuga el estudio de las fortalezas (o “puntos fuertes”) y debilidades (o “puntos débiles”) de, por ejemplo, una organización, un territorio o un sector con el estudio de las oportunidades y amenazas de su entorno, con objeto de definir una estrategia de desarrollo.

Este análisis permite identificar las líneas estratégicas que pueden desarrollarse. Aunque en un principio esté destinado a la planificación, en evaluación sirve también para comprobar que la estrategia establecida ofrece una respuesta satisfactoria a la situación que describe el análisis. Permite de igual manera, obtener una autoevaluación de los municipios participantes en el contexto del proyecto.

### Focus Group

Para nutrir los resultados de las demás dinámicas realizadas en la elaboración de la matriz DOFA, se utilizó la metodología de Focus Group como complemento a dichas actividades, a continuación, y de forma general, se presenta el concepto de esta técnica.

#### ¿Qué es el Focus Group?

El Focus Group, es una técnica cualitativa de investigación de mercado, focalizada en un grupo reducido de personas, muy valorada y utilizada en el mundo del marketing, con el objetivo de conocer las opiniones de los participantes sobre un tema, producto o servicio concreto, basándose en su experiencia personal.

El ejercicio consiste en reunir a un grupo de personas, entre 6 y 12, previamente seleccionadas como perfil de público objetivo para el caso de estudio, con un moderador encargado de hacer preguntas y dirigir la discusión.

Como resultado, se obtienen conclusiones que son aplicables a un determinado objetivo, con el fin de conseguir las metas trazadas, además de mejorar su competitividad en el sector turístico. El concepto fue tomado de Sepúlveda, R. (s.f). Focus Group como herramienta de investigación turística.

## 2.5.2 DOFA Municipio de Ramiriquí

Para el municipio de Ramiriquí, se identifica la situación actual, ubicando estos elementos en la matriz DOFA, de la siguiente manera.

Tabla 48 DOFA Municipio de Ramiriquí

| Debilidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Oportunidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desarrollo insuficiente de políticas agrarias, culturales y turísticas que motiven la producción local y apoyen la comercialización</li> <li>- La falta de programas de reforestación en sitios estratégicos y de importancia hídrica para el municipio</li> <li>- Poco incentivo y apoyo para el desarrollo del turismo</li> <li>- Capacidad hotelera insuficiente y sin formalizar.</li> <li>- En materia de patrimonio material, la casa de la cultura, se encuentra en estado de abandono y deterioro</li> <li>- El PIT no se encuentra en funcionamiento</li> <li>- Cuenta con una extensa riqueza cultural, la cual por causa de la poca divulgación y promoción se ha ido perdiendo, encontrándose afectada en mayor parte su cultura gastronómica</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de senderos eco-turísticos como ciclo rutas, paseos o caminatas ecológicas</li> <li>- Rescate de la gastronomía y diferentes muestras artísticas, culturales y artesanales</li> <li>- Turismo cultural poco aprovechado, promoción de sus atractivos como potencial económico (el turismo gastronómico como otra alternativa)</li> <li>- Cercanía a la capital del departamento: Tunja y a la capital del país: Bogotá.</li> </ul>                                                                                                                                                                 |
| Fortalezas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Amenazas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- El municipio cuenta con un potencial de población joven</li> <li>- La economía del municipio se basa en la agricultura campesina como base del desarrollo y transformación del campo</li> <li>- La cultura del maíz, el Festival Internacional del Maíz y sus especiales muestras gastronómicas</li> <li>- El concurso de declamación el Verso de oro, muestra cultural de poesía y prosa, destacado a nivel nacional.</li> <li>- El folclor es una parte importante de este municipio, se resalta capacitaciones en aires autóctonos propios, los que replican en eventos culturales con la participación de la comunidad</li> <li>- Arraigo y sentido de pertenencia e identidad colectiva</li> <li>- Fue un asentamiento de la cultura Chibcha, se hayan manifestaciones culturales Muisca</li> <li>- Se destaca en la provincia de Márquez por la elaboración de arepas de maíz, ser cuna de destacados ciclistas y por la producción agrícola que abastece al centro del país.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Contaminación ambiental por la mala disposición de material usado en siembras y cosechas, la mala disposición de envases de fungicidas y empaques de agroquímicos.</li> <li>- Con la llegada de turismo e incremento de habitantes se pueden presentar algunos riesgos sociales como, el consumo de estupefacientes y bebidas alcohólicas, prostitución y aumento de inseguridad.</li> <li>- La llegada de habitantes esporádicos que son propietarios de casas de recreo, puede incentivar la gentrificación, aumentando la especulación inmobiliaria y desplazando a los habitantes locales.</li> </ul> |



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Siendo denominada la capital de provincia, Ramiriquí no escapa de las carencias de los diferentes municipios en el departamento, sus vías de acceso no se encuentran en óptimas condiciones, se siente abandono por parte de las instituciones Estatales especialmente en temas relacionados con la cultura y el turismo, se ve un gran potencial de desarrollo de senderos, rutas o caminatas, promocionando otro de los grandes potenciales del municipio como lo es la gastronomía a base de maíz, festival que resalta estas tradiciones populares. Es necesario formular planes de reforestación en sitios estratégicos, se suma a estas condiciones la capacidad hotelera, se hace insuficiente en algunas eventualidades. El turismo especialmente, lo referente a aspectos culturales y de gastronomía tienen un potencial altísimo, pues es de resaltar su cercanía a la capital del departamento.

La juventud un potencial elemento de gran oportunidad, fundamental, capacitar esta parte de la población para impulsar las dinámicas turísticas que hacen parte del municipio, su economía netamente agraria, es su base de desarrollo, al vincular e integrar este importante sector de la economía al turismo, se potencia al tiempo la gran riqueza cultural con la que cuenta el municipio, que por casos de la globalización tiende a invisibilizarse y en algunos casos a perderse.

### 2.5.3 Análisis de la situación del turismo de la Provincia de Márquez

A continuación, presentaremos una tabla resumen sobre la situación del turismo, haciendo un análisis de diversas variables entre las que se encuentran, aspectos culturales y naturales, infraestructura, oferta turística y valor patrimonial, información que fue tomada a partir de los diferentes diagnósticos elaborados para este proyecto, señalados anteriormente.

Tabla 49 Recursos de la Provincia

| Aspectos Positivos                                                                                                                                                                                                                                                 | Aspectos Negativos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Características culturales y naturales                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| - Geográficamente la provincia se encuentra ubicada en medio de ecosistemas estratégicos de gran valor, categorizado como área protegida, categoría, Distrito Regional de Manejo Integrado (DRMI) y Plan de Ordenamiento y Manejo de Cuencas Hidrográficas (POMCA) | - Cuentan con diversidad de recursos naturales para implementar el turismo de naturaleza, pero los senderos aún no cuentan con estudios sobre capacidad de carga y los que tienen, su capacidad es baja debido a falta de planes de manejo y operación, falta de señalización entre otras necesidades para su buen funcionamiento |
| - La ascendencia de la provincia como el departamento de origen Muisca deja un precedente con variedad de sitios arqueológicos y riquezas precolombinas                                                                                                            | -No hay promoción de las rutas arqueológicas, pues los predios donde se ubican estos recursos se localizan en propiedad privada                                                                                                                                                                                                   |
| - Manifestaciones folclóricas como su gastronomía, danzas, música, entre otros... que se traduce en; conocimientos, diversidad, saberes, tradiciones competencias y talento de la población rural                                                                  | - Falta de sentido de pertenencia de los recursos naturales y culturales, pues es evidente en algunas zonas rurales el deterioro a los ecosistemas                                                                                                                                                                                |





|                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| - El folclor es una parte importante de este territorio con arraigo y sentido de pertenencia e identidad colectiva                                                                                  | - Ausencia de políticas públicas y desinterés de la institucionalidad en temas turísticos                                                                                                       |
| - La provincia se encuentra cerca a centros urbanos de importancia como la capital colombiana y la capital del departamento boyacense                                                               | - Algunas de las vías de acceso a los municipios se encuentran en estado de deterioro                                                                                                           |
| - Articulación del turismo con diferentes sectores especialmente el agrícola y agropecuario                                                                                                         | - No existe en la población una vocación hacia el turismo                                                                                                                                       |
| <b>Infraestructura</b>                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                 |
| - Amplia y variada de oferta gastronómica típica y tradicional                                                                                                                                      | - Las vías de acceso tanto a las zonas urbanas de los municipios como de las vías rurales, donde mayoritariamente se encuentran los atractivos, se encuentran en mal estado                     |
| - Los parques y templos principales de los municipios de la provincia cuentan con la infraestructura necesaria para la inclusión de la población en condición de discapacidad en movilidad y visual | - No existe señalización, son pocos los senderos con algún tipo de señalización, además de falta de señalización como de movilización e indicaciones entre municipios y otros sitios de interés |
| <b>Oferta Turística</b>                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                 |
| - Ampliación de la oferta del turismo rural comunitario, brindando experiencias sobre la vida en la ruralidad                                                                                       | - Falta de formalización de prestadores de servicios turísticos frente a la normativa nacional                                                                                                  |
| - Variedad de eventos culturales, donde se destaca el rescate de tradiciones, gastronomía, música, manualidades                                                                                     | - Ausencia de información turística y desconocimiento de algunos habitantes sobre los atractivos del territorio                                                                                 |
| <b>Valor Patrimonial</b>                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                 |
| - La tejeduría y muestra artesanal elaboradas en diferentes fibras naturales y un conjunto de expresiones culturales                                                                                | - Falta de promoción de las expresiones artísticas, así como de los sitios y atractivos de cada uno de los municipios de la provincia                                                           |
| - Patrimonio inmaterial expresión de las tradiciones culinarias de la provincia y el departamento, un paisaje social sobre la identidad del boyacense                                               | - Desconocimiento de los habitantes acerca de sus riquezas naturales e históricas                                                                                                               |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

## 2.5.4 Metodología análisis DOFA enfocado en el turismo en la provincia de Márquez

### 2.5.4.1 Encuesta dirigida a la comunidad del territorio

Con el objetivo de obtener percepciones de las personas que conocen o residen en la provincia, y que no necesariamente se reconocen como prestadores de servicios turísticos, se creó una encuesta que incluía las dimensiones del perfil sociodemográfico, y diagnóstico del sector, con sus respectivas variables (Tabla 50.).



Para el diseño de la encuesta se hizo uso de las TIC's por medio de un formulario en línea, a fin de facilitar el acceso por parte de la comunidad. La encuesta se difundió por redes sociales, páginas web y grupos de whatsapp relacionados con temas de turismo, patrimonio cultural o medio ambiente de la provincia. Como resultado de este ejercicio, se obtuvo en total 70 respuestas.

*Tabla 50 Relación de dimensiones y variables de la encuesta dirigida a comunidad del territorio*

| DIMENSIÓN               | VARIABLES                                                                                                           | CATEGORIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Perfil sociodemográfico | ¿Cuál es su relación con la provincia de Márquez?                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reside en la Provincia</li> <li>- Es prestador de servicios turísticos</li> <li>- Reside en el departamento de Boyacá y conoce la Provincia</li> <li>- Frecuenta la Provincia o algunos de sus municipios con regularidad</li> <li>- Ha visitado la Provincia solo de paso o por turismo</li> <li>- No conoce la Provincia y no tiene vínculo allí</li> </ul> |
|                         | Ocupación o actividad                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Demanda actual          | Según usted la dinámica del turismo en la Provincia de Márquez es de:                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gran afluencia</li> <li>- Mediana afluencia</li> <li>- Poca afluencia</li> <li>- Afluencia nula</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                         | ¿Cuáles considera que son los municipios que en los últimos 5 años han tenido un mayor desarrollo hacia el turismo? | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Boyacá-Boyacá</li> <li>- Ciénega</li> <li>- Jenesano</li> <li>- Nuevo Colón</li> <li>- Ramiriquí</li> <li>- Tibaná</li> <li>- Úmbita</li> <li>- Ventaquemada</li> <li>- Viracachá</li> <li>- Turmequé</li> </ul>                                                                                                                                              |
|                         | ¿Cuáles considera que son los principales atractivos de la provincia Márquez?                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                         | ¿Qué actividad considera que mayoritariamente realizan los turistas en la provincia?                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                         | Mencione algún aspecto distintivo que considere hace único a la Provincia                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |



| DIMENSIÓN          | VARIABLES                                                                                                                        | CATEGORIAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                    | Márquez que lo pueda identificar turísticamente de otros destinos                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                    | ¿Cuál cree usted que es la principal motivación de los turistas para visitar la provincia de Márquez?                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Oferta hotelera</li> <li>- Ubicación geográfica (cerca a Tunja y Bogotá)</li> <li>- Gastronomía</li> <li>- Arquitectura</li> <li>- Biodiversidad</li> <li>- Festivales culturales</li> <li>- Vida rural</li> <li>- Tranquilidad</li> <li>- Hacer deporte</li> <li>- Trabajar / seminarios / encuentros corporativos</li> <li>- Patrimonio</li> <li>- Cercanía entre municipios</li> <li>- Visitas de familiares y amigos</li> <li>- Búsqueda de productos agrícolas</li> </ul> |
| Demanda potencial  | ¿Qué actividad considera que tiene potencialidad para el turismo en la región y no se ha desarrollado?                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                    | ¿Cómo considera la calidad de la oferta turística de la provincia de Márquez?                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Diagnóstico sector | Mencione cuáles son las fortalezas y/o ventajas competitivas que tiene la provincia para fomentar el turismo                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                    | ¿Qué considera que hace falta mejorar o invertir para brindar una mejor oferta y fomentar el turismo en la provincia de Márquez? |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                    | ¿Considera al turismo como una oportunidad de desarrollo regional para la provincia de Márquez?                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

#### 2.5.4.2 Análisis de la encuesta

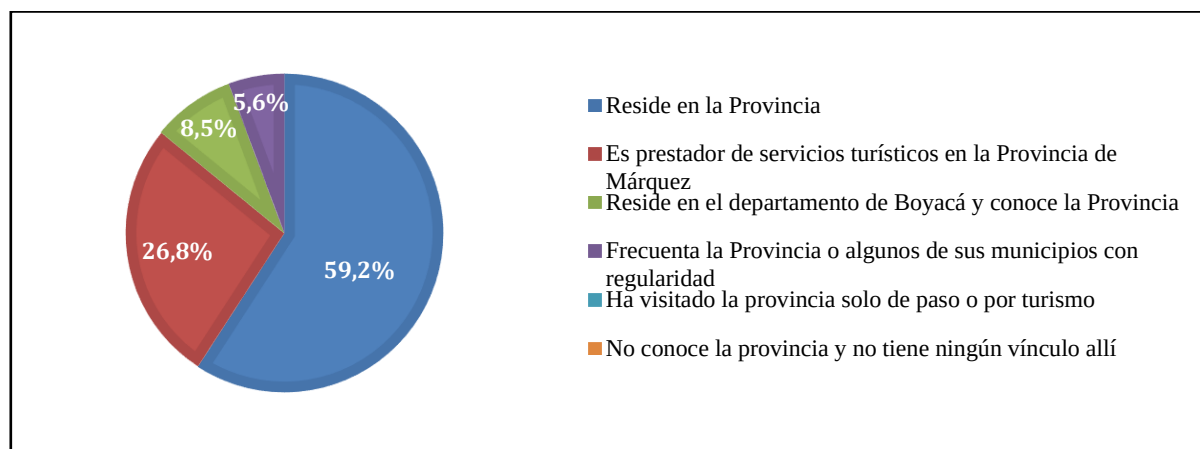
En la combinación de métodos mencionados anteriormente, fue establecido el diseño de instrumentos para la recopilación de información. Para este caso, fue esbozada una encuesta, la cual establece

algunas dimensiones que facilitan la obtención de información para el análisis correspondiente, con respecto al estado actual del turismo en la provincia de Márquez.

A partir de la aplicación del instrumento, se obtienen los siguientes resultados:

- **¿Cuál es su relación con la provincia de Márquez?**

Gráfico 54 Relación con la Provincia Márquez

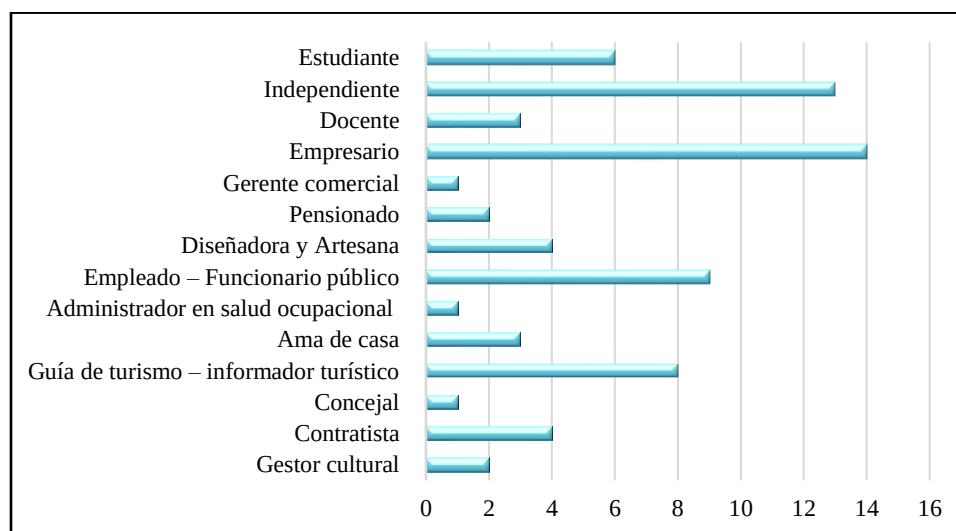


Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Del total de las personas que brindaron información acerca de la provincia, un 59,2 % de los encuestados residen en la provincia, y otro 26,8% es prestador de servicios turísticos, lo que indica que la información recolectada es ofrecida por conocedores de su territorio.

- **Ocupación o actividad**

Gráfico 55 Ocupación o actividad



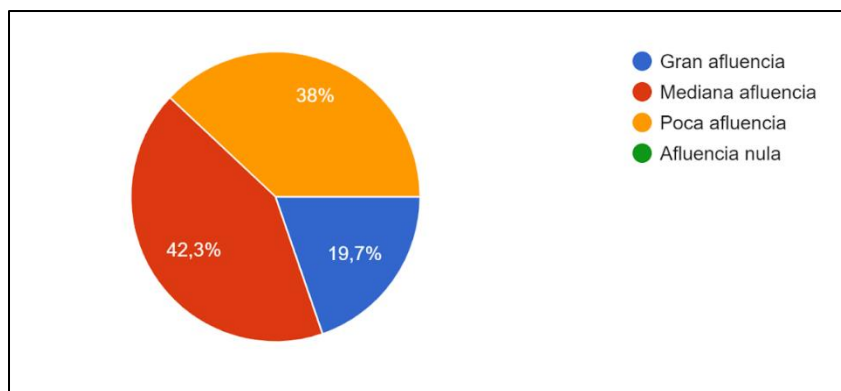
Fuente: UT Boyacá FC, 2022.



Al preguntar por su ocupación o actividad realizada, se encontró que en gran representatividad son empresarios o emprendedores, seguido de trabajadores independientes, empleados o funcionarios públicos y guías o informadores turísticos; personas relacionadas con el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Márquez.

- **Según usted, la dinámica del turismo en la Provincia de Márquez es de:**

Gráfico 56 Dinámica del turismo en la Provincia de Márquez

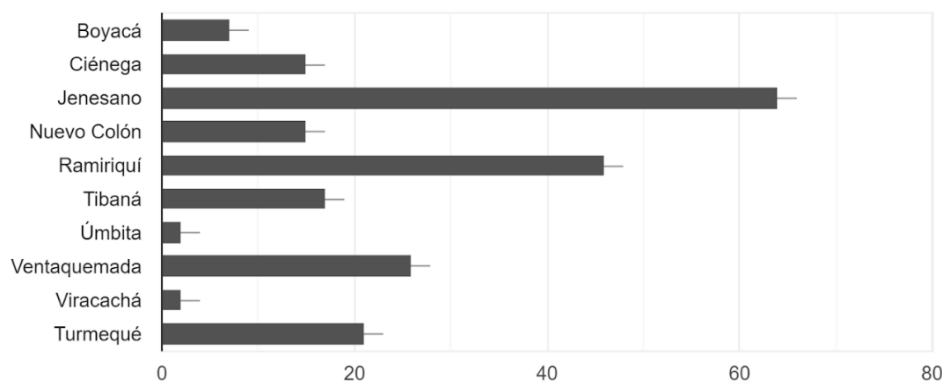


Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

De acuerdo a la percepción de los encuestados, la dinámica del turismo en la provincia de Márquez es de mediana (42,3%) y poca afluencia (38%).

- **¿Cuáles considera que son los municipios, que en los últimos 5 años han tenido un mayor desarrollo hacia el turismo?**

Gráfico 57 Municipios de la Provincia Márquez con mayor desarrollo en el turismo durante los últimos cinco años



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.



Los municipios que han tenido mayor desarrollo hacia el turismo durante los últimos 5 años son principalmente Jenesano, seguido de Ramiriquí, Ventaquemada y Turmequé.

- **¿Cuáles considera que son los principales atractivos de la provincia Márquez?**

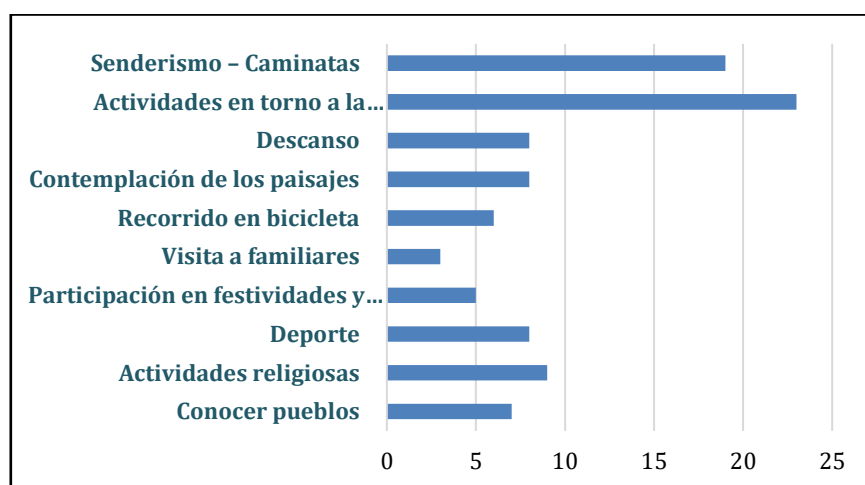
Las personas respondieron a esta opción según su sentir y fueron múltiples las respuestas sobre el tema, fueron nombrados los sitios de cada uno de los municipios incluido Turmequé, a pesar de no ser parte de este proyecto. De este municipio en especial se destaca el famoso y popular juego del turmequé como uno de sus principales atractivos, además del reconocimiento de su templo.

De los sitios, sobresale la naturaleza y su belleza, páramos, fuentes hídricas, senderos, de igual manera, resaltan los paisajes agrícolas y sociales, aludiendo a la cultura como un atractivo, pues numeran aspectos importantes de sus gentes y la provincia; tales como su gastronomía, las artesanías, saberes, historia tradiciones y finalmente destacan también su clima.

Son mencionados al igual, los hallazgos precolombinos, el turismo rural comunitario, entre otros aspectos a resaltar de la provincia, sus gentes y el territorio.

- **¿Qué actividad considera que mayoritariamente realizan los turistas en la provincia?**

Gráfico 58 Principales actividades realizadas en la provincia



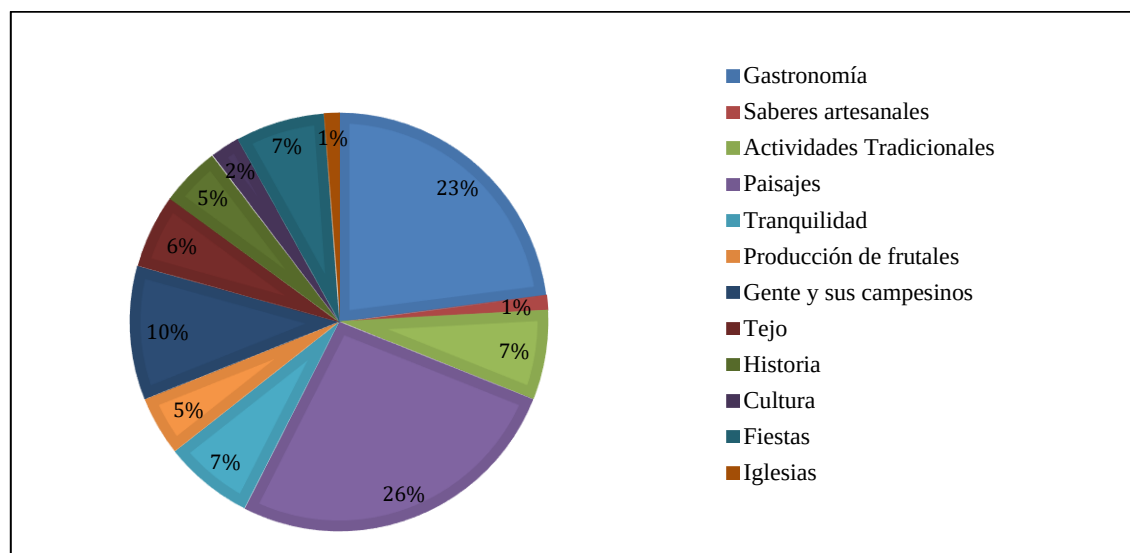
Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Las actividades más interesantes para realizar en la provincia principalmente giran en torno a la gastronomía, seguido de actividades de caminatas y senderismo; en menor frecuencia se desarrollan otras actividades como contemplación de paisajes, actividades religiosas, recorridos en bicicleta, conocer pueblos, deportes, participación en festividades y eventos, visita a familiares e incluso a la provincia simplemente con el fin de descansar.

- **Mencione algún aspecto distintivo que considere hace único a la Provincia de Márquez que lo pueda identificar turísticamente de otros destinos**



Gráfico 59 Aspectos distintivos de Márquez

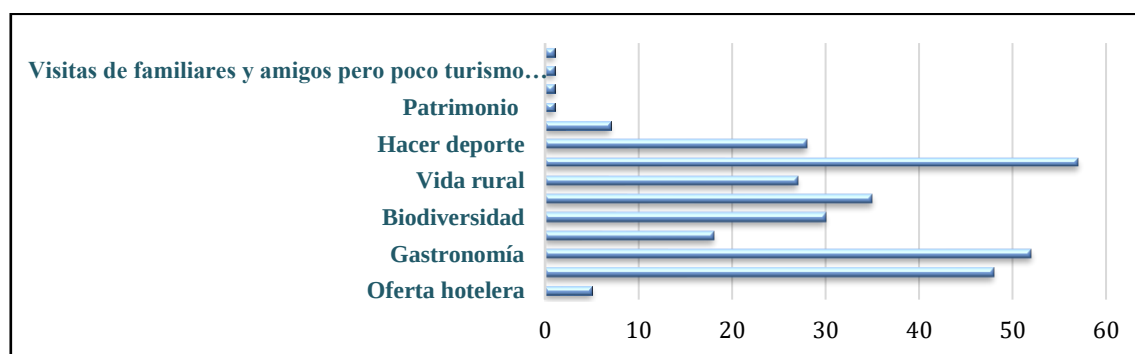


Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

De acuerdo a la información aportada por los encuestados, los aspectos distintivos que sobresalen en la provincia de Márquez son los paisajes y la gastronomía, dentro de otros de importancia como sus gentes y campesinos, actividades tradicionales, fiestas y tranquilidad.

### ¿Cuál cree usted que es la principal motivación de los turistas para visitar la provincia de Márquez?

Gráfico 60 Principal motivación para visitar la Provincia Márquez



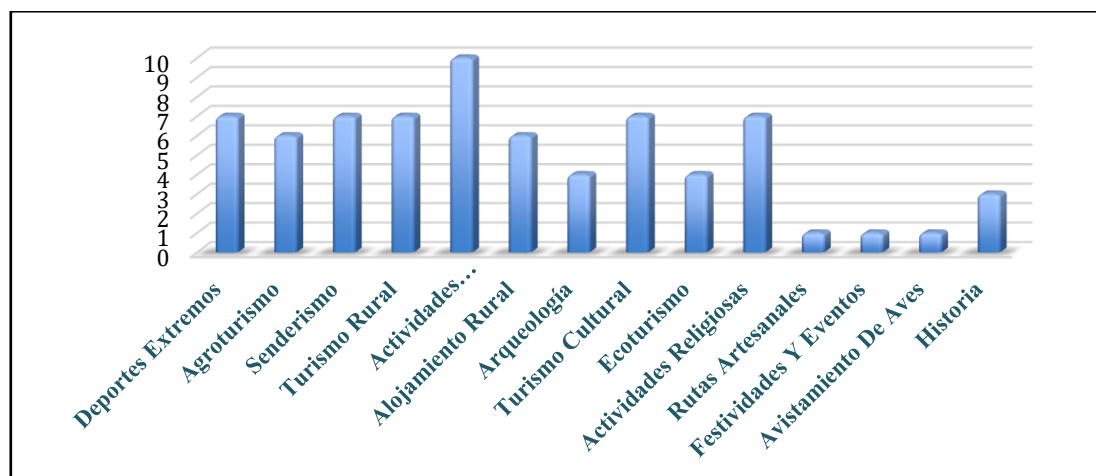
Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

La principal motivación para visitar la provincia de Márquez es la tranquilidad y disfrutar de la gastronomía; así mismo, es motivación para los turistas, su ubicación geográfica por la cercanía a la capital del departamento y del país; de igual manera, se relaciona, los festivales culturales, biodiversidad, trabajo, hacer deporte, entre otros.



- **¿Qué actividad considera que tiene potencialidad para el turismo en la región y no se ha desarrollado?**

Gráfico 61 Actividad potencial para el turismo que no se ha desarrollado en la provincia Márquez

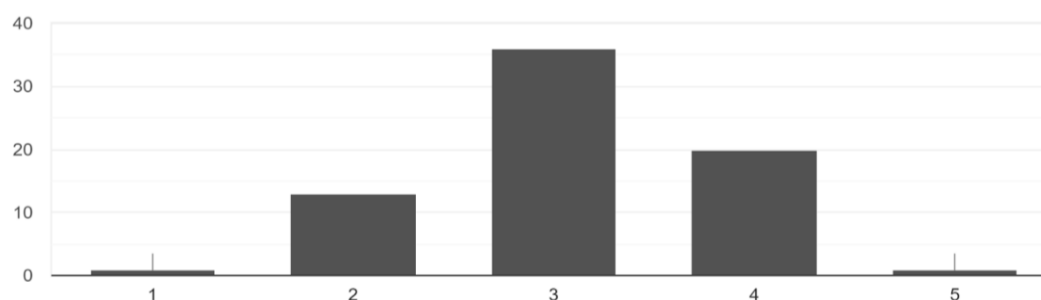


Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

La provincia de Márquez tiene potencial que aún no se ha desarrollado, en actividades principalmente de gastronomía, actividades religiosas, senderismo, turismo rural, deportes extremos, turismo cultural, agroturismo, y otras con menos representatividad como arqueología, ecoturismo, historia, rutas artesanales, avistamiento de aves y festividades y eventos.

- **¿Cómo considera la calidad de la oferta turística de la provincia de Márquez?**

Gráfico 62 . Calidad de la oferta turística de la Provincia Márquez



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Siendo 1 muy mala y 5 excelente, las personas encuestadas teniendo en cuenta atractivos y actividades de gran interés, prestadores servicios turísticos como hoteles, restaurantes, alojamientos, transporte, guianza, artesanías, cultura y deporte, consideran que la calidad de la oferta turística en la provincia



se encuentra en una puntuación media (3), indicando que hay aspectos por mejorar para llegar a obtener una excelente calidad en la oferta.

- **Mencione cuáles son las fortalezas y/o ventajas competitivas que tiene la provincia para fomentar el turismo**

Las personas respondieron a esta opción según su sentir y fueron múltiples las respuestas acerca del tema, entre las que se destacan, la tranquilidad, paz y seguridad que se percibe del territorio, la naturaleza y sus diversos paisajes, sus gentes, lugares y arquitectura, cercanía a principales ciudades, gastronomía, historia y cultura y finalmente alguien indica que en esta provincia hay todo por hacer.

- **¿Qué considera que hace falta mejorar o invertir para brindar una mejor oferta y fomentar el turismo en la provincia de Márquez?**

Frente a este interrogante las respuestas fueron diversas, de igual manera desde el sentir de quienes participaron del formulario, la unión de comunidades, más hospedajes, con especial énfasis en el turismo y se hace reiterativo en varias ocasiones, el mejoramiento de las vías secundarias y terciarias pues dificultan el acceso a los municipios y sitios de interés, se solicitan más eventos culturales, programas de fortalecimiento de las tradiciones rurales, formalización de servicios turísticos, infraestructura turística, compromiso institucional, inversión, señalización, calidad en los servicios, formación en temas relacionados con el turismo, continuidad en las políticas públicas, entre otros más elementos.

- **¿Considera al turismo como una oportunidad de desarrollo regional para la provincia de Márquez?**

La totalidad de los encuestados, manifiestan considerar el turismo como una oportunidad de desarrollo regional para la provincia de Márquez; las razones se expresan de la siguiente manera; los paisajes, sus gentes, sus recursos naturales, es una oportunidad laboral para muchos, crecimiento económico, rescate de tradiciones, gran oferta de actividades, se puede dar a conocer la cultura de la región, gastronomía, podría participar la comunidad, dar valor agregado a diferentes productos, territorio con una buena ubicación. Para finalizar una de las respuestas, dice lo siguiente:

*“El turismo es transversal a todos los sectores, visibiliza los saberes, la identidad cultural de las comunidades, apoya al cuidado ambiental, genera ingresos indirectos y directos a la comunidad receptora.”*

Esto quiere decir, que uno de las principales oportunidades se traduce en un desarrollo económico para los municipios y la región.

#### **2.5.4.3 Análisis de las entrevistas**

En el marco del proyecto, se realizaron algunas entrevistas o conversaciones que brindaron insumos para la elaboración de este documento, a continuación, se da a conocer algunos apartados y análisis de dichas conversaciones, las cuales fueron realizadas mediante preguntas semiestructuradas ejercicio que ofreció una visión general de la provincia.



Los entrevistados mantienen vínculos territoriales, oriundos, en materia laboral, son conocedoras del territorio y se relacionan con actividades culturales y turísticas, a continuación, algunas de las premisas y resultados de este ejercicio.

- **¿Cuáles considera que son las principales necesidades del municipio en relación al desarrollo de la actividad turística?**

...Las vías siempre están deterioradas lo que no es de ayuda para el turismo, en últimos años con arreglo de la vía de Jenesano - Tibaná, ha incrementado, a la gente no le interesa mucho el tema del turismo, falta inversión en servicios, que la gente invierta para atraer al turista. Los turistas por lo general buscan los atractivos de los parques principales, se toma la foto, se da la vuelta, pero sí, hace falta la oferta de servicios de ciertos productos de origen del territorio, puesto que la gente viene buscando eso. Ramiriquí es un ejemplo de esto, tiene buena oferta de servicios, tiene varios locales que ofrecen bastante productos. Inversión en la oferta turística.

...Como la gente está poco interesada en el tema turístico, por este sentido no se ha desarrollado o buscado fortalecer la prestación de los servicios alrededor, hay muy pocos, pero muy segmentados a un público en específico o exclusivo, sin buscar nuevos servicios.

Los servicios de alojamiento son básicos, estos prestan servicios a mercaderes y comerciantes en los días específicos de mercado, por lo que no cuentan con las mejores condiciones para la atención de turistas y visitantes.

No hay apoyo de los entes gubernamentales, porque en realidad casi no entienden lo que es el turismo. Se establece coordinación y vinculo en el tema de actividades, pero no se ha creado nada diferente, se propuso la creación de un museo del maíz, un museo interactivo para mostrar las tradiciones, el porqué de los zarzos, cómo sembrar, entre otros aspectos, que se quedaron en papel, la idea de generar sensibilización acerca del cultivo del maíz, faltan proyectos para subsidiar los cultivos de maíz.

- **¿Hacia dónde se dirige el turismo, cuál es el perfil del turista que visita la Provincia?**

...Se dividen por un lado un perfil de un poder adquisitivo alto y como concentrados en ciertos sitios muy específicos, otra parte del turismo está muy enfocado hacia el tema de las festividades, cuando son las fiestas o ferias municipales, navidad, es decir por temporadas y últimamente ha llegado mucha gente con el tema de la bicicleta, se ve mucha gente que hace su parada respectiva, turista no es, pero esta de paso y hace su aporte.

- **¿Cuál es su opinión, en cuanto a los recursos naturales y qué se debería promover para fortalecer esos recursos?**

Visitas naturales para ver cascadas, rocas representativas, el tema es más que la gente cuide esas zonas, que no sean invasivos con las rondas hídricas, en este momento CORPOCHIVOR está haciendo la reglamentación, con diferentes reuniones con la comunidad. El tema de avistamiento de aves, cada vez llega más gente interesada en el tema, falta es más como publicitarlo.

- **¿Mencione algún aspecto distintivo que considere hace único a la Provincia de Márquez, que pueda posicionar la provincia o que lo pueda identificar turísticamente de otros**





**destinos? (gente, actividades tradicionales, atractivos de naturaleza, culturales, entre otros).**

La cultura entre los municipios de la provincia es muy similar en temas culturales y productivos, la zona se ha fortalecido en el tema gastronómico, se ha dado la producción porcícola en algunos municipios, hay que llevar éste al nivel más elevado de la gastronomía, es decir darle un valor agregado, habría que conectar el tema de productividad con ese tema gastronómico para poder ofrecer algo diferente y potenciarlo con el tema de repostería, por las frutas que se producen en el territorio, pues es algo que le hace falta y sería una muy buena oportunidad para el territorio y fortalecer al tiempo los mercados campesinos.

La gastronomía se está convirtiendo en punto clave, pues además de atraer turistas, está atrayendo inversiones importantes al territorio, chefs reconocidos buscan cómo participar en los eventos y, por otro lado, cómo hacer un restaurante para la oferta de productos del territorio. Debido a esto, se están creando varios negocios rústicos en la periferia, que dan muestra de la importancia de la gastronomía de la provincia.

El páramo, por la producción de agua por la cantidad de cosas que tenemos por mostrar, se puede hacer investigación, además que se puede hacer ecoturismo, agroturismo y bici turismo. Lo que hace visible a la provincia también han sido los eventos culturales.

Existe un hombre que trabaja hace más de 40 años, que es don Jairo, quien maneja el pan de arracacha y de chachafruto, todos los domingos se le ve en parque vendiendo sus productos y ya se hizo conocer y vienen a comprarle de otros lados. Las fiestas de San Isidro y su significación, las ofrendas del campesino, sus oraciones para que la tierra sea fructífera, son las alpargatas y las celebraciones religiosas, como las más reconocidas en el municipio de Boyacá.

Los anteriores apartados son el resultado de diversos diálogos con personas del territorio, que permitieron tener una visión mucho más amplia y aportaron la información necesaria para complementar y contrastar con la ya existente.

Para esta dimensión las respuestas se relacionaron con su producción agrícola, municipios como Jenesano, Tibaná y Nuevo Colón se identificaron con la fruta, pues son principales productores de ésta, los amasijos son por otro lado, un elemento también de identificación de la provincia.

Se resalta el tema de gastronomía en los diferentes municipios, los turistas vienen a buscar tranquilidad, salir a caminar y saber que no va a pasar nada, por esta razón inicia a posicionarse como destino. Los eventos culturales son otro punto de atracción para incentivar la visita a los diferentes municipios de la provincia, se ve un gran potencial en medio de las actividades culturales para hacer visible los municipios, dándolos a conocer en otros sitios.

En las conversaciones, los participantes expresaban que los grupos que más visitaban los municipios eran las familias, buscando un poco de esparcimiento, seguido de parejas y de deportistas, especialmente los ciclistas. Sin embargo, la visita depende también, de los eventos que se realicen.



#### 2.5.4.4 Análisis Focus Group

Establecidos ya unos interrogantes como herramienta, dentro de la metodología de Focus Group, con la que se busca 1. intercambiar información para conocer las potencialidades del turismo en la provincia Márquez y 2. Pensar la provincia de Márquez como un destino para hacer turismo. Se realizó un encuentro mediante un taller programado, con la participación de habitantes, actores y sectores de la comunidad pertenecientes al territorio.

Dicha actividad inició a través de la dinámica pedagógica denominada, “el pasaporte”, en la que los participantes además de conocerse intercambian información sobre los municipios del área de estudio. Información que aporta al análisis DOFA de la provincia y su situación sobre el turismo.

Seguido, se procede al intercambio y validación de la información ya existente, mediante el Focus Group. A continuación, se presentan los resultados y apartes de dicha conversación, es de resaltar que son apartados de una extensa conversación, por lo tanto, no existe una citación específica de los participantes.

Iniciamos validando un DOFA general de la provincia Márquez, hablando sobre la infraestructura como debilidad. - “ejemplo: hay hoteles, pero ninguno con una vocación turística, si existen sitios donde la gente se quede, cuando hay ferias, fiestas, pero ninguno con una vocación turística, los hay, pero muy pocos y eso sí es una debilidad bien grande”-. -“En algunos casos las entradas a los municipios no es la mejor, también aluden a la falta de señalización, medianamente se encuentra señalización Jenesano-Tibaná está bien hecha, pero señalización turística no la hay, ¿Cómo llego a la Calderona? ¿Cómo salgo de Ciénega? ¡¡No la hay!! Entonces toca Maps, para uno saber por dónde sale”. -“No sólo las vías rurales se encuentran en mal estado, la vía principal, por ejemplo, Tunja-Boyacá, las personas lo piensan para meter el carro, esa vía parece que estuviera pavimentada, pero tiene unos huecos que son unas trampas, tanto para el turismo de bicicletas porque ya se ha evidenciado incidentes donde el carro intenta esquivar el hueco pasando cerca al ciclista, teniendo en cuenta el tema de la bici turismo esas vías son cruciales, para todo”-. - “Se habla de una de las debilidades del municipio de Boyacá-Boyacá, a pesar de estar cerca de la vía principal, por lo tanto, no es muy concurrida. Debido a que sacaron la vía del pueblo, ya nadie para allá, eso perjudicó mucho y se cree que no hay nada, hasta ahora a raíz de la pandemia fue que se organizaron algunos negocios al lado de la carretera y eso le ha dado otra visión creando la curiosidad de entrar. Eso en alguna medida fue bueno pues descongestionó los centros, pero por otro lado se debe crear otra medida para hacer que la gente pare, pasa algo similar en Jenesano”-.

-“Enuncian, que ni el mismo poblador conoce su territorio y no se apropia tampoco, aquí se ve más es que tiene la idea del negocio para que le dé la sostenibilidad pero sin ninguna proyección hacia el turismo, se monta un restaurante porque sé, que eso me va a dar, pero no tiene nada que ver con una actividad turística porque no la conocen, si se le pregunta a prestadores de servicios turísticos, que creen que lo son, pero no saben qué es una norma, qué es un turista y no tiene la capacitación suficiente. Simplemente montar algo por la vía, eso también para tener en cuenta, que son necesarias capacitaciones y sensibilizaciones”-.



Alguien habla, como debilidad grande, - “no es tanto la capacitación, sino la falta de interés, pues a una gran parte de la población no le interesa el turismo. Si yo tengo mi cafetería y mi cafetería me ha dado por cierto tiempo, a mí no me interesa el turismo, para qué el turismo si así estoy bien, si monto un restaurante y alcanzo con los del pueblo y los choferes que vienen, no necesito más, es decir no me interesa meterme al turismo pues ¿para qué?”-.

- “Cuando se piensa en otras provincias del departamento se vienen muchas imágenes, pero cuando se piensa en Márquez, se vienen muchas imágenes, pero algo super representativo de Márquez, aún falta por posicionar, uno lo puede sentir y saber, pero ya como en el tema de promoción y comunicación, no hay nada o un producto de enganche o un tema, toca crear entonces el interés”-.

Durante la conversación, uno de los participantes, da un ejemplo de la instalación de una valla con un oso en la vía que conduce al municipio de Zetaquirá, lo cual lo hace cuestionar, ...en realidad ¿acá hay eso?, falta crear eso en esta provincia, mostrar que hay, se ve en otros municipios como ponen vallas en madera, donde informa qué se puede encontrar allí.

Otra de las debilidades resaltadas, - “es que algunos municipios se sienten muy lejos, o que se articulan con otras provincias, Úmbita, Viracachá, Ventaquemada, eso puede ser también una debilidad. Una debilidad pueden ser las administraciones locales, donde cero el turismo, así como hay otras que últimamente les interesa, existe una desarticulación entre comunidad, prestador de servicios turísticos, la administración municipal, pero hay cosas que se vienen haciendo, si hay, si tenemos, si se está haciendo, pero desarticuladamente, por eso no sabemos quién hace esto y lo otro”-.

- “Incremento de la muestra gastronómica con respecto a un producto, pero hay que tener en cada restaurante al menos un plato con vinculación de los alimentos del territorio que sea típico o no, pero que construya una oferta gastronómica vinculando lo que el territorio produce y eso lo implementan en algunas zonas, pero falta otros corredores”-.

- “Los prestadores no tienen la idea empresarial y eso los hace más tímidos, yo monto el negocio, pero no lo ven más allá para irlo mejorando y hacer esa proyección. Se ven sitios muy adecuados, existe un gran potencial, hay artesanos, hay para hacer recorridos, no hay mucho alojamiento, falta eso. No tenemos un producto bien elaborado, falta pulirlo, hacer algo diferente”-.

Ventajas como las de estar cerca de la capital de Colombia y a la capital del departamento es una ventaja, sienten que falta por hacer, pues también estamos cerca entre sí, es decir entre los municipios de la provincia. -“Una debilidad la cantidad de camas, pero la oportunidad es la cercanía, me puedo quedar hoy aquí pero mañana allí y no es difícil el traslado, puedo ir y volver”-.

- “Falta algo que articule los eventos o la parte cultural, porque se ve cuando se hacen los eventos, la cercanía a las ciudades es buena, pero cómo hacer con las oficinas de cultura, para que se turnaran y cada domingo hicieran una actividad cultural”-.

Dan un ejemplo del Puente de Boyacá, y de la implementación que hicieron años atrás en alguna gobernación, para este momento -“se hacían eventos en las plazoletas de los pueblos, había danzas, artesanías. Un punto fundamental es el Puente de Boyacá, la gente que va al puente es porque ya tiene un interés más cultural, es la puerta de entrada al departamento, pero como debilidad es la



información, cuando la gente viene sábado y domingo, no hay información pública, las casas de la cultura no están abiertas y esa debilidad de que la gente no conoce bien su territorio, y el qué puedo hacer, no hay la información, lo mismo está pasando en el Puente de Boyacá, la gente pregunta ¿qué puedo hacer? Paipa, Ricaurte, siga... pero que puedo hacer aquí cerquita, entonces Lengupá, Valle de Tenza, y Márquez no son opciones y somos los que estamos más cerca al Puente de Boyacá, pero no está la información para poder direccionar la gente”-.

En debilidades, se hace referencia a los servicios, -“si hay una parte que tenemos, pero a lo que damos poco valor en la cadena de turismo, son los guías de turismo, los que conocemos el territorio, no todos somos guías, y como no todos somos guías entonces no veo la importancia de informar una ruta, debilidad en la cadena de valor, debemos articularnos para que a partir de esta iniciativa se tengan los datos de las personas que pueden conocer más sobre el territorio, esas cosas hay que fortalecerlas. Las alcaldías hacen eventos, pero no invitan a la cadena de valor, si las administraciones municipales contaran con los de la cadena de valor, sería maravilloso, porque se podrían hacer muchas cosas”-.

Respecto a temáticas y propuesta de rutas turísticas, manifiestan -“en alguna ocasión fueron a hablar de aviturismo con el alcalde y no le veían a ese evento ninguna importancia, hacer una actividad de esas es un ingreso adicional para la comunidad, pero ellos no le dan el interés necesario. No tenemos como la visión, no salimos, o los líderes que están allí, no tienen esa visión, ¿eso a quien le va a importar!, otra de las expresiones comunes es para qué me formo en hacer alpargatas si eso no da plata, bueno y ¿dónde está el valor agregado? Los líderes que tenemos se enfocan hacia otro lado. La globalización nos metió a todos en el mismo juego, pero si yo tengo una identidad fortalecida en mi territorio, entonces ¿qué me hace diferente?

- “Sobre los planes de desarrollo en los municipios no hay nada, haciendo el ejercicio dentro de las propuestas que ellos tenían. Para algunos todo es turismo, otra de las cosas son las formaciones que brindan, que finalmente no salen siendo ni guías ni técnicos en turismo. También hay otras cosas como el desapego al territorio, falta de cultura ciudadana, son cosas que nos faltan”.

-“El boyacense no se quiere identificar con su territorio, uno va a otras partes y ellos se reconocen como... pero acá dicen ser de Bogotá, no existe ese amor por el territorio o me da pena decir que soy de Boyacá, eso hace falta en jóvenes, trabajar esa parte para poder defender algo, cuando yo siento algo yo me empodero y lo hago, como buscar esa parte para fortalecer la identidad, otra de las cosas es que el personal encargado de turismo no son profesionales o tampoco tienen el interés necesario en el turismo”-.

-“Uno de los nichos importantes para la provincia, es la gente que viene de la capital, también estos vienen porque tienen algún vínculo familiar, o en algún momento por información de amigos, llegan a visitar la región, no sólo por los ancestros, sino cuando pasa la gente y se les pregunta por qué no entró, es porque la gente no sabe que puede entrar, los que sí entran es porque el abuelo vive en algún municipio o tengo un primo en este otro lado y alguna vez pasamos, pero eso sólo lo sabe porque en algún momento tenía familia por acá. Úmbita es un ejemplo de ello, la gente no sabe que puede entrar a Úmbita por Villapinzón”-.



- “El peaje de Albarracín como punto estratégico, sería importante, tener una caseta que brinde la información necesaria, si se va a trabajar la parte turística en Ventaquemada tiene que ser del peaje para abajo”-.

- “Si usted llegó al Puente de Boyacá usted ya se pasó, hay gente que cancela su reserva porque se pasó, dicen ya llegamos a Tunja estamos cerquita a Paipa, mejor nos hospedamos allá, porque se pasaron y ya no pueden entrar, ubicar por dónde usted realmente tiene que entrar. Cuando se hizo la ruta del maíz se puso la valla, el punto iba a ser Ventaquemada, para saber por dónde entrar, pero la iban a ubicar en las plazas de los pueblos, a sabiendas que la gente no está entrando a los pueblos, no se dejaron poner, se buscó un punto donde la gente pudiera verla y disfrutar de la ruta del maíz. Tiene que existir señalización e información de los municipios, pues se está perdiendo la oportunidad y la gente termina cancelando. Los intereses son otras provincias, no ven interés en la provincia y también porque no hay una organización. La provincia Márquez tiene un montón de sitios por donde entrar. Otra de las fortalezas a diferencia de otras, los precios aún son asequibles”-.

Cerrando la actividad, los participantes manifiestan respeto a las capacitaciones, que no se deberían realizar de manera aislada, - “las capacitaciones siempre deben ir a la par de un proyecto o de una motivación o de un resultado, porque existen demasiadas capacitaciones, virtuales, presenciales, semipresenciales, pero no están amarrados a un resultado, si se hace aislado no se ven los resultados. Hay trabajo importante por hacer, pues existen en las provincias muchas cosas por hacer y los saberes y tradiciones son el tejido social lo que tiene para mostrar la provincia, entonces es de articular la parte cultural con la parte turística. Los saberes se están perdiendo, una pieza en los engranajes eso va hacer que desaparezcan muchas otras actividades, por ejemplo, no hay hiladoras y sin ellas se pierde el fundamento del tejido”-.

Los anteriores apartados son el resultado de diálogos que fueron nutriendo y validando la información ya existente sobre la matriz DOFA, y con ella, poder abordar de manera general la situación con respecto al turismo de la provincia Márquez, la dinámica desarrollada para el Focus Group permitió consolidar un grupo importante, sabedor e interesado en el tema, especialmente en potenciar este territorio como desde un enfoque turístico. Durante el desarrollo de esta actividad, se evidencia que son varios los elementos que tienen relación al turismo, en unos casos con mayores debilidades que fortalezas; sin embargo, se manifiestan a su vez, una serie de oportunidades que hacen de la provincia, una región con alto potencial turístico, siempre y cuando, se generen e implementen estrategias necesarias de planificación turística que garanticen el cumplimiento de criterios de calidad y sostenibilidad del sector.

### 2.5.5 DOFA aplicado al turismo de la Provincia de Márquez

Una vez recopilada y analizada la información proporcionada por las diferentes actividades desarrolladas en forma de premisas sobre aspectos relacionados directa o indirectamente con el desarrollo de actividades turísticas en la provincia de Márquez, fueron consolidados, ubicando dichos aspectos.




*Tabla 51 DOFA aplicado al turismo de la Provincia de Márquez*

| Aspectos internos del sistema turístico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Aspectos externos del sistema turístico                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Medición de Desarrollo Municipal (MDM), en general la Provincia califica entre un Nivel Medio, teniendo en cuenta la puntuación de los nueve municipios</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca vocación hacia el turismo como alternativa de ingreso y desarrollo</li> <li>- Recursos culturales intangibles, manifestaciones folclóricas, gastronomía, danzas, música, diversidad de saberes de la población, otros...</li> <li>- Pese a su biodiversidad la actividad turística es aún incipiente y prácticamente desconocida</li> <li>- Ausencia de guías y certificaciones</li> <li>- Localización estratégica cercana a ciudades principales</li> <li>- Insuficiencia de infraestructura turística e información</li> <li>- Redes o grupos comunitarios de custodios de semillas nativas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Falta de políticas y planes para en desarrollo integral y sostenible (turismo), políticas para la preservación del medio ambiente y recursos naturales (apoyo institucional nacional y departamental insuficiente)</li> <li>- Problemas de contaminación, residuos en fuentes hídricas, deterioro paulatino de los ecosistemas. Posible degradación, mal uso y falta de concientización, pone en riesgo de desaparecer ecosistemas</li> <li>- Vínculo de la producción agrícola al turismo, alternativa de ingreso económico</li> <li>- Falta de articulación de procesos de formación y capacitación turística con proyectos territoriales dirigidos por el SENA o cualquier otra institución</li> <li>- Buena oferta gastronómica y establecimientos que producen distinguidos platos con el rescate de la gastronomía y diferentes muestras artísticas, culturales y artesanales</li> </ul> | <p><b>DOFA</b><br/><b>Del Turismo en la</b><br/><b>Provincia Márquez</b></p>                                                                                                                                                                            |
| Fortalezas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Oportunidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Acciones Ofensivas                                                                                                                                                                                                                                      |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprovechar el sector agrícola dando valor cultural agregado a la transformación de sus productos</li> <li>- La provincia se encuentra ubicada dentro de varios ecosistemas estratégicos denominados Distritos</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Generar vinculación de diferentes sectores al turismo enseñando las riquezas ambientales que conectan el territorio</li> <li>- Incentivar corredores gastronómicos que integren los</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ampliar la oferta cultural e incentivar a la recuperación de la gastronomía local, articulación provincial con custodios de las semillas</li> <li>- Riqueza ambiental lo posiciona como un lugar de</li> </ul> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Regionales de Manejo Integrado (DRMI)<br>- Recuperación de saberes ancestrales y de las riquezas precolombinas impulsando la identidad territorial<br>- Las agencias de viajes operadoras de turismo formalizados y demás prestadores de servicios turísticos formalizados                                                                                                                                            | productos autóctonos impulso las manualidades locales<br>- Aprovechar la oferta formativa de diferentes instituciones (SENA) para incorporar la población temas relacionados con el turismo                                                                                                                                  | gran potencial para el turismo                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Debilidades</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Amenazas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Acciones defensivas</b>                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| - Implementar en sitios estratégicos del territorio puntos de información (negocios específicos de los municipios) con ello se elimina la ausencia de información sobre el turismo<br>- Crear ciclos de formación y de capacitaciones referentes al turismo a diferentes sectores de la cadena de valor<br>- Implementar políticas nacionales e incentivar la creación de políticas municipales referentes al turismo | - Capacitaciones y sensibilizaciones a propios y foráneos sobre la importancia de los ecosistemas evitando el inadecuado uso de residuos<br>- Sensibilizar sobre las implicaciones ambientales (legales) por las malas prácticas agrícolas que ponen en riesgo y deteriorando los ecosistemas que proveen el recurso hídrico | - Creación de productos turísticos donde se vinculen diferentes manifestaciones tradicionales de gastronomía, folclor, mostrándolas como alternativas económicas a partir del turismo, evitando la migración, el deterioro de ecosistemas e impulsando políticas y planes de sostenibilidad |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Se puede apreciar en la tabla 54. información como *aspectos internos del sistema turístico*, que se refiere a temas de gobernanza, infraestructura, oferta de servicios, demanda, recursos, atractivos y comunidad, del otro lado están los aspectos *externos del sistema turístico*, los cuales tienen que ver con aspectos sociales, políticos, económicos y ambientales. Seguido a ello, encontramos las *fortalezas y oportunidades*, acompañadas de unas *acciones ofensivas*, estas acciones hacen referencia al impulso de las fortalezas y potenciar las oportunidades. Luego, se presentan las debilidades y amenazas, acompañadas de acciones defensivas, las cuales tienen como objetivo, eliminar aspectos desfavorables y evitar las amenazas resaltando mucho más las fortalezas.

Teniendo en cuenta los *aspectos internos del sistema turístico*, la gobernanza se establece según su Medición de Desarrollo Municipal (MDM), esta medición tiene como objetivo medir, comparar y ordenar a los municipios según su desempeño, entendido como capacidad de gestión y resultados de desarrollo teniendo en cuenta sus dotaciones iniciales. Se tienen como referente para esta medición,



variables tales como: educación, salud, servicios públicos, seguridad y convivencia entre otros factores de importancia para los municipios.

La MDM se mide al interior de seis grupos que buscan categorizar municipios “similares” según el nivel de capacidades iniciales, esto con el fin de hacer la medición entre grupos homogéneos controlando por diferencias iniciales de desarrollo territorial. Los grupos son: Grupo 1 (Nivel alto de capacidades), Grupo 2 (Medio alto), Grupo 3 (Nivel medio), Grupo 4 (Medio bajo) y Grupo 5 (Nivel bajo) (MDM, 2020). En cuanto a la medición de desempeño municipal, Ramiriquí y Jenesano cuenta con niveles altos de capacidades, mientras que Úmbita y Viracachá muestra un índice bajo, Según a los grupos que pertenece cada uno de los municipios, se puede promediar la provincia en un nivel medio de capacidades para solventar las necesidades de sus habitantes.

Continuando con los aspectos internos del sistema turístico, se evidencia en el desarrollo del trabajo, el regular estado de las vías, existe igualmente insuficiencia en infraestructura turística e información, debido a la poca convicción o conocimiento acerca del turismo por parte de la comunidad, sin embargo, existen redes o grupos comunitarios que impulsan desde la agricultura, rescate de tradiciones, mediante la recuperación de semillas nativas, existe en la provincia recursos culturales intangible, manifestaciones folclóricas, gastronomía, danzas entre otros, pero no existe una visión sobre las iniciativas de turismo como una alternativa de ingreso y desarrollo.

Desde los aspectos externos, hace falta proponer e impulsar políticas y planes para el desarrollo integral, generando con ello un turismo sostenible; de igual manera, incrementar e implementar políticas referentes a la preservación del medio ambiente; existe insuficiente apoyo institucional, en lo referente a lo ambiental existen problemas de contaminación especialmente en las fuentes hídricas degradando los ecosistemas del territorio. En el transcurso del trabajo se hace énfasis en la economía de la provincia basada principalmente en la agricultura, la cual debería vincularse al turismo como una alternativa de ingreso económico.

Continuando con las acciones ofensivas, variable que recoge las fortalezas y las oportunidades que pueden ser insumos para proponer estrategias que contribuyan en desarrollo territorial en materia de turismo, en este sentido, dichas acciones proponen: ampliar la oferta cultural mediante recuperación de la gastronomía local a través de la articulación con organizaciones campesinas o comunitarias, la estratégica ubicación de la provincia y la variedad de recursos, lo posicionan como un lugar de gran potencial para el turismo, esto con el fin de impulsar y potenciar las fortalezas y oportunidades de la provincia frente al turismo.

Por último, desde las acciones defensivas que agrupa las debilidades y las amenazas se propone: la creación de productos turísticos donde se vinculen diferentes manifestaciones tradicionales de gastronomía, folclor, como alternativas económicas para promover el turismo desde la sostenibilidad, con ello se pueden mitigar las debilidades y las amenazas.

Teniendo en cuenta la información presentada en el desarrollo del trabajo, se elaboró, desde diferentes ángulos de referencia (comunidad, servidores turísticos, institución pública y privada, entre otros) el análisis de las características del sector turismo de la Provincia Márquez; se realizó recopilando distintas percepciones, las cuales coinciden o discrepan en algunos aspectos y se convierten en una

herramienta útil de planificación al momento que se requiera priorizar acciones en un lugar determinado y en forma precisa.

El conjunto de apreciaciones se consolida como parte de una visión general de lo que representa el turismo en la provincia de Márquez y se agrupan desde lo político, económico, social, cultural y ambiental, tratando de englobar todo el territorio. Estas percepciones se plasman en la siguiente tabla.

Tabla 52 Visión integral del turismo en la Provincia de Márquez

|          | Político                                                                                                             | Económico                                                                                                                                                                        | Cultural                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Social                                                                                                                                                                                                     | Ambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>F</b> | -Declaración del DRMI y POMCA, uso de suelos y conservación de diversas áreas                                        | -Dependencia de la producción agrícola y agropecuaria como actividad económica<br>-Fortalecimiento empresarial a través del proyecto de negocios verdes impulsado por COROCHIVOR | - La tejeduría y muestra artesanal elaboradas en diferentes fibras naturales y un conjunto de expresiones culturales<br>-Sitios arqueológicos<br>- Variedad de eventos culturales, donde se destaca el rescate de tradiciones                                                                               | - Asociaciones y custodios de la semilla de papa nativa<br>-Recursos culturales intangibles, manifestaciones folclóricas, gastronomía, danzas, música, diversidad de saberes de la población, entre otros. | -Páramos y ecosistemas estratégicos<br>-Diversidad de fauna y flora                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>O</b> | - Incentivos de formación e impulso de políticas públicas dirigidas directamente al sector turístico de la provincia | - Reactivación del turismo mediante la articulación de diversos sectores especialmente el agrícola y agropecuario                                                                | -Recuperación de tradiciones.<br>-Valoración del patrimonio natural y cultural<br>- Mixtura de saberes y una variada Gastronomía además de expresiones de manualidades como la transformación de fibras naturales<br>- Desarrollar el turismo relacionado a hallazgos arqueológicos y con la cultura Muisca | - Recuperación de saberes y su transmisión de manera tal que los saberes y tradiciones perduren en el tiempo<br>- Turismo rural comunitario como integrador social                                         | -Agroecología<br>-Empoderamiento de los recursos naturales<br>-Conservación y preservación ambiental.<br>- Recorridos para conocer el Paisaje cultural campesino con cultura y tradiciones muisca, los bosques altoandinos del complejo de páramos. Tiempo de calidad en estos pueblos apacibles, con senderos poco concurridos, cocinas tradicionales y oferta gastronómica.<br>- Ecoturismo: creación de paquetes turísticos de naturaleza con actividades de |



|          | Político                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Económico                                                                                                                                                                        | Cultural                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Social                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Ambiental                                                                                                                                                                                                                  |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | senderismo y aviturismo.                                                                                                                                                                                                   |
| <b>D</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Vías en mal estado.</li> <li>-No existe transporte a zonas o sitios donde se encuentran los atractivos</li> <li>-Promoción del municipio.</li> <li>-No impulsan el sector turismo.</li> <li>-EOT Cumplió su vigencia.</li> <li>-No se cuenta con una política de gestión ambiental</li> <li>- Ausencia de un Plan de Desarrollo Turístico de los municipios y la provincia</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Poca financiación e interés por parte de las instituciones en fortalecer este sector para dinamizar la economía local</li> </ul>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>-No todos los municipios de la provincia cuenta con convenios de formación con diferentes instituciones académicas como el SENA otras</li> <li>- Los incentivos culturales son pocos</li> <li>-La atención siempre es una falencia que frecuentemente se señala</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de interés de las comunidades en temas relacionados con el turismo</li> <li>-Pocos operadores turísticos locales</li> <li>-Falta guías turísticos profesionales</li> <li>- no recibieron ningún plan turístico, la oferta de actividades complementarias como caminatas, talleres, guianza, no se encuentra organizada.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Predios de propiedad privada en el área de potenciales atractivos</li> <li>-Inexistencia de un plan ambiental actualizado de los diferentes ecosistemas de la provincia</li> </ul> |
| <b>A</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-No cuenta con Esquemas de Ordenamiento Territorial actualizados</li> <li>-Los recursos turísticos de naturaleza no cuentan con planes de gestión y respuesta ante emergencias</li> </ul>                                                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Operadores Turísticos de otros lugares gestionando la actividad turística local</li> <li>- Mejoramiento de la infraestructura</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Contaminación</li> <li>-Pérdida de semillas nativas</li> <li>-Pérdida del patrimonio material e inmaterial (arqueológico, saberes y tradiciones, entre otros)</li> </ul>                                                                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Migración y abandono de la tierra por parte de un sector de la población</li> <li>-Inseguridad</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de concientización en las comunidades por el uso excesivo de agroquímicos y sobrepasar la frontera agrícola lo que causa deterioro ambiental</li> </ul>                      |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

La información registrada anteriormente, señala varios aspectos pertinentes para mencionar, así como es posible encontrar elementos de gran valor para el turismo pueden surgir otros que le restan valor a dicha actividad.

Para empezar, el análisis señala o menciona que la provincia aún no está posesionada turísticamente, por lo tanto es posible abordar los municipios de la provincia para realizar un ejercicio juicioso de planificación turística sostenible, la información facilitada en las distintas plataformas hacen referencia a la gastronomía, al turismo cultural y entre quienes los visitan, se establece que son en su mayoría familias, como primer segmento, posterior a estas, las parejas y por último con un rango creciente, los ciclistas en busca de aventuras por la característica geografía del territorio.





Municipios como Ventaquemada, su oferta turística se basa en la gastronomía, más por la oferta que se establece sobre la autopista Bogotá-Tunja, basada en la venta de arepas de maíz como producto reconocido de este sector. Aún la oferta en alojamientos es incipiente en las cabeceras municipales, se abre el mercado con ofertas de hospedajes rurales tipo glamping como alternativa y turismo rural comunitario, brindando mejores experiencias no sólo de alojamiento sino de la vida en la ruralidad.

Es necesario y con urgencia establecer planes que permitan a cada municipio adelantar las adecuaciones necesarias para el mejoramiento del estado de conservación de los diferentes recursos turísticos identificados en los municipios, con el fin de establecer acciones que permitan un proceso de planeación para que puedan llegar a ser atractivos, pues muchas de las valoraciones realizadas requieren algún tipo de intervención, mejora y/o preparación de infraestructura, señalética o mobiliario, accesibilidad o de administración u operación para una posterior conversión a atractivo y su integración en la oferta para mejorar sus condiciones para su puesta en operación.

El desarrollo de la actividad turística de la provincia aún es incipiente, su oferta gastronómica en mucho de los casos es de consumo local o sólo por eventualidades de fin de semana o de celebraciones municipales. Las condiciones de las vías que conducen a los municipios no se encuentran en buenas condiciones, lo que hace que los turistas eviten estos recorridos.

Se ha venido fortaleciendo el turismo rural comunitario, con formas alternativas de alojamiento bajo la tipología rural, como cabañas y glamping, especiales para compartir en familia o pareja-, Ramiriquí y Jenesano son los municipios que mayor oferta turística tienen. Así mismo se está incrementando el bici turismo por la facilidad de transportar las bicicletas en los vehículos particulares, además de ser una zona atractiva para este tipo de deporte por las condiciones geográficas que el territorio presenta.

El turismo cultural es generado por el interés de desarrollar rutas o visitas por la diferente oferta gastronómica, festividades, ferias y/o eventos culturales, siendo estos los motivos para que los visitantes hagan uso de los servicios turísticos ofertados en el municipio. El turista prefiere viajar en grupos familiares, proveniente de destino nacional (Bogotá) y local (Tunja); motivados por la visita a lugares de naturaleza (senderos, cascadas, lagunas, reservas naturales) y la participación de festivales, ferias y/o eventos culturales, los cuales, aunque no son desarrollados de manera constante, cuando se realizan atraen gran flujo de turistas y/o visitantes a los municipios.

Aún estos municipios debido a su vocación principalmente basada en la agricultura no han desarrollado una dinámica turística; a pesar de ello, se ha venido incentivando eventos y festivales culturales en temporadas específicas, resaltando los oficios y saberes de sus pobladores, como parte de las estrategias de la conservación de su patrimonio cultural a partir de la apropiación cultural de sus habitantes; en este sentido, los municipios aún no son destinos emergentes.

Muchos de los municipios ofertan experiencias de turismo de naturaleza, la Organización Mundial del Turismo (OMT), indica que los viajes verdes, sostenibles y el ecoturismo, son alternativas que los turistas cada vez más tienen en cuenta a la hora de visitar algún territorio, cuyo interés se basa en la búsqueda de destinos que desarrollen un turismo respetuoso con el medio ambiente, además de las riquezas culturales y las comunidades locales.



En el territorio se encuentra variedad de lugares encantadores, lleno de paisajes naturales (senderos, cascadas, lagunas y reservas naturales), se distingue esta zona por la elaboración tradicional de artesanías y manualidades; ruanas, alpargatas en fique, canastos y otros souvenirs que distinguen los municipios, cada uno con sus particularidades. En este sentido han sido las agencias de viajes y operadores existentes en varios municipios, ya formalizados y otros en proceso son quienes a través de sus campañas promocionales y alianzas realizadas promueven diversos espacios dentro de los territorios de la provincia Márquez, a la vez son el contacto principal entre un posible visitante y el destino turístico que se quiere ofrecer a futuro.

Haciendo un acercamiento a la provincia en general y haciendo un diagnóstico factores y recursos principales para el turismo, se puede observar que el desarrollo de esta actividad es incipiente en la región, municipios como Jenesano, Ramiriquí, Tibaná son los que más oferta turística tienen, la cual se ha concentrado en los servicios gastronómicos, los cuales se han fortalecido en el recorrido Boyacá-Boyacá-Ramiriquí-Jenesano-Tibaná. Municipios como Ciénega, Nuevo Colón, Úmbita y Viracachá, no cuentan con vocación hacia el turismo, sus actividades económicas son principalmente las agropecuarias.

La dinámica del turismo de la provincia mayoritariamente se encuentra dependiente de la activación mediante ferias y festivales; sin embargo, el atractivo del turismo rural con enfoque comunitario que se ha venido fortaleciendo en otros municipios, permiten que se estén creando estrategias para fortalecer ese potencial turístico, permitiendo diversificar la oferta para el departamento. La provincia de Márquez no es actualmente una de las más destacadas en este sector, sin embargo, gracias a factores como la cercanía a las ciudades capitales, facilidad de acceso y el movimiento que la oferta gastronómica y de festivales dinamiza, esta actividad se está convirtiendo en un potencial para la región.

El perfil que mayoritariamente visita la provincia es el de las familias. Calderón & Ramírez (2020) en un estudio de mercado con turistas que visitan el municipio de Ramiriquí, llega a las mismas conclusiones, detallando que estas familias están conformadas por padres se encuentran en un rango de edad entre los 45 y 55 años y los hijos se encuentra en un rango de edad entre los 20 y los 30 años. En sus indicadores, aproximadamente el 70% de los turistas que visitan el municipio de Ramiriquí lo hacen con sus grupos familiares. Según el taller con PST de la provincia, una de las características de este perfil, es que visitan la región por considerarlo un lugar en donde puede encontrar oferta económica, especialmente de gastronomía, que es la principal motivación de viaje.

Estas personas normalmente viajan los fines de semana o los puentes, especialmente cuando existe oferta de festivales. El siguiente perfil de la demanda que se ha identificado es el de parejas, contrario a los grupos familiares, ellos pueden invertir un poco más en la selección de hospedajes rurales o glampings, que les brinden comodidad, todo incluido y privacidad. Ellos buscan lugares estéticamente atractivos, paisajes como el de la laguna la Calderona o lugares de oferta gastronómica en espacios que les brinden un marco agradable para sus fotografías.

Por otra parte, un tercer perfil que se encuentra en crecimiento es el de los deportistas, especialmente ciclistas. Estas personas bien pueden integrar los grupos familiares o parejas que hacen turismo en la provincia o son personas que viven en ciudades cercanas como Tunja, Duitama, Bogotá y que



programan sus rutas por la provincia de Márquez. Debido a que los ciclistas requieren de lugares adecuados para poder parquear con seguridad sus bicicletas, son pocos los lugares que ofrecen estos servicios y, por tanto, poco lo que desde la perspectiva de los PST gastan en la provincia. Es también importante destacar que los turistas que llegan a la región lo hacen gracias al voz a voz de otros visitantes y a las referencias de amigos o familiares, también gracias a las redes sociales. Los turistas normalmente arman su propio itinerario.

Dentro del análisis también es de destacar la poca información que existe de los sitios o municipios. Lo analizado en estos documentos se establece a partir de los datos y registros que tienen los pocos prestadores de servicios turísticos formalizados; esto debido a que este territorio no presenta una dinámica de turismo actualmente; como si lo vienen haciendo municipios vecinos como los son Ramiriquí, Jenesano y Tunja; los cuales están relacionados a eventos y temas culturales, dentro de los que se destaca la gastronomía, al ser el corredor vial que conecta con otras provincias.

Este tipo de turismo se relaciona con el interés de cada viajero por descubrir las particularidades tanto materiales, como inmateriales de una sociedad, incluyendo el patrimonio histórico y cultural, la gastronomía, los saberes creativos y las culturas vivas con sus estilos de vida, sus creencias y sus tradiciones. “Además de que el Turismo Cultural permite que los turistas descubran la vida de los habitantes locales e impulsa la preservación de las costumbres, también trae otros beneficios. Entre ellos se encuentran: el fomento del desarrollo local; la protección y preservación del patrimonio del territorio; y la generación de empleo para la comunidad a largo plazo” tomado de Procolombia, exportaciones, turismo, marca país. (22 enero 2021). Turismo Cultural: una oferta atractiva y responsable, <https://procolombia.co/actualidad/turismo-cultural-una-oferta-atractiva-y-responsable>

### 2.5.6 Conclusiones

Son varios elementos de análisis que fueron brindando los datos necesarios para obtener los resultados del presente documento, este análisis DOFA pretendió recoger la variedad y la complejidad de la realidad turística de la Provincia Márquez, dependiendo, además, de diferentes diagnósticos y agentes sociales, participantes en la propuesta para un producto turístico en la Provincia.

Teniendo en cuenta las consideraciones mencionadas en los apartados anteriores, la cual permitió tener una visión amplia, para la aplicación de la matriz DOFA, precisando obtener las *fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas* de la provincia Márquez y su relación con el turismo. Se evidencian diversas variables que dan cuenta de la situación actual en la que se encuentra el tema del turismo en la Provincia.

Los resultados obtenidos proporcionaron datos de interés que son necesarios evaluar para la planificación turística del territorio, se resalta como *fortaleza* en la provincia la tranquilidad, paz y seguridad que se percibe del territorio, la naturaleza y sus diversos paisajes, sus gentes, lugares y arquitectura, cercanía a principales ciudades, gastronomía, historia y cultura. La ubicación estratégica de la Provincia en área de Distrito Regional de Manejo Integrado (DRMI), fortalece el territorio, definiendo zonas, entre ellas la *zona de uso sostenible*, donde se pueden realizar actividades productivas de carácter sostenible, en la que se halla el ecoturismo y el desarrollo de infraestructura tal como sederos o miradores. Las manifestaciones culturales son un fuerte para la provincia, las



diferentes expresiones culinarias y artísticas dan cuenta de un inmenso patrimonio inmaterial con la que cuenta el territorio, el rescate de saberes, fibras y tejeduría, muestras artesanales, rescate de sabores, cualidades y características que realzan la identidad y sentido de pertenencia del territorio hacia la región.

La ruralidad otro aspecto a resaltar dentro de sus fortalezas, ya que en el territorio sus actividades económicas giran en torno a este espacio, productos como la papa, maíz, diversidad de frutas son el reconocimiento de la labor diaria de sus gentes, entorno a estos elementos se agrupan individuos de los cuales se consolidan experiencias y dinámicas sociales para mostrar tanto a propios como foráneos de alternativas capaces de desarrollar las economías locales.

Son tal vez muchas más las fortalezas por resaltar de cada uno de los municipios y que dan cuenta en conjunto de las capacidades de la provincia, existen también piezas favorables que se pueden aprovechar para avanzar, estas piezas se denominan *oportunidades*, a la provincia le son visibles factores aprovechables para el desarrollo provincial en materia de turismo, el sector de la agricultura puede ser fuente de desarrollo turístico en la medida que exista una articulación de este sector con los diferentes eslabones de la cadena de valor del turismo, alternativas recientes sobre procesos de seguridad alimentaria, integrando a las comunidades, en torno a esto se articulan junto al turismo para brindar experiencias vivenciales sobre la ruralidad y su entorno, se pueden aprovechar para impulsar festivales agroturísticos, ya que sus dinámicas giran en torno a este sector de la economía. Sus paisajes cotidianos de la sociedad campesina en medio de un ambiente natural, sus oficios al descubierto, muestra cultural imperdible de esta parte de la región, lo invisible de sus saberes como muestra hereditaria de la mezcla precolombina con la colonial, un entretener de saberes ancestrales que por las dinámicas sociales tiende a desaparecer, patrimonio inmaterial en proceso de recuperación, saberes manuales a partir de las fibras, canastos, alpargatas, bolsas y como no ser una oportunidad los saberes culinarios, aromas y sabores sin duda alguna aprovechables para el turismo, estos elementos en conjunto son una clara oportunidad para posicionar el territorio pues tiene potencial para promover el turismo.

El furor del ciclismo, actividad que se está fortaleciendo y ha tomado más fuerza a nivel nacional, puede ser una oportunidad, en especial lo relacionado al ciclo montañismo (MTB), puesto que la geografía del territorio cuenta con las condiciones para el disfrute de este deporte en medio de ambientes naturales y paisajes sociales. Dichas actividades, dentro de una planificación turística, pueden ser útiles al momento de mostrar las posibles actividades a desarrollar en el territorio. La formación dentro del desarrollo humano, hace posible incrementar y mejorar los niveles de vida de la población, es fundamental aprovechar los convenios con diferentes entes académicos para fomentar el turismo y fortalecer la economía local.

Hasta el momento se tiene una descripción de las cualidades positivas que hacen parte de la provincia, es de resaltar que existen diferentes elementos por los cuales el sector del turismo no funciona de la mejor forma, por ello en la provincia se identifican una serie de *debilidades*, a las que se les puede dar un manejo racional para eliminarlas gradualmente, tales como el desarrollo de estrategias o planes de turismo sumado a la ausencia de puntos de información que indiquen sobre las dinámicas turísticas de la provincia, de la misma forma falta de señalización intermunicipal y en los potenciales atractivos,



una de las debilidades que se hace constante, manifiesta por propios, es el deterioro de la infraestructura vial y acceso a algunos atractivos de interés natural, a pesar de la amabilidad de sus gentes, se percibe como debilidad la falta de visión hacia el turismo, algunos sectores de la cadena de valor del turismo no son partícipes de capacitaciones para mejorar el trato y atención al consumidor, la oferta de alojamiento es mínima lo que restringe los requerimientos de visitantes y turistas, poca promoción y divulgación de sus riquezas, no existiendo información clara sobre los sitios a visitar, el interés por parte de los entes gubernamentales en apoyar el turismo no es el esperado, generando estancamiento o retraso para el desarrollo de los proyectos, esto se traduce también, en la poca importancia que se la ha dado al turismo como medio estratégico de desarrollo económico y social integral, debido también a la ausencia de políticas públicas y desinterés de la institucionalidad para impulsar iniciativas relacionadas al turismo.

Por último, se hace el análisis de aspectos desfavorables que pueden obstaculizar el desarrollo e impiden el avance del sistema turístico, evitar las amenazas, como el abandono de las labores del campo, en busca de mejores condiciones, el deterioro del patrimonio material y el olvido del patrimonio inmaterial, la conexión a los atractivos no es constante, la amenaza más fuerte en el territorio tiene que ver con lo medio ambiental, puesto que por el mal uso de residuos agroquímicos, las malas prácticas agrícolas, expansión de la frontera agrícola, conflictos ambientales por el uso de recursos entre otras variables que ponen en riesgo y deterioran los ecosistemas que proveen el recurso hídrico, son aspectos que hay que evitar, para que no se pierda el interés sobre los activos y recursos turísticos.

Esperamos que el análisis de este capítulo sea clave para trazar la visión, objetivos y estrategia de futuro, de manera fundamentada y coherente con la situación y posibilidades de un producto turístico para la provincia de Márquez.

## **2.6 Diagnóstico, evaluación de impactos y lineamientos para la sostenibilidad turística de la Provincia de Márquez**

### **2.6.1 Evaluación de la sostenibilidad de la provincia de Márquez como destino turístico**

Con el propósito de realizar la evaluación de sostenibilidad sobre las condiciones actuales de la oferta turística, que puede hacer parte del producto turístico de la Provincia de Márquez, fue necesario diseñar y aplicar un instrumento de estimación de la sostenibilidad, basado en los criterios establecidos por el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC), los cuales fueron estructurados en relación a cuatro aspectos principales: gestión sostenible, impactos socio-económicos, impactos culturales e impactos ambientales, cabe señalar que estos aspectos, tienen aplicabilidad a todo el sector turístico.

Se toman como referencia estos criterios, debido a su aplicabilidad, para ser evaluados de manera integral en toda la cadena de valor del turismo, entendiendo a la Provincia de Márquez como un destino turístico, el cual se concibe, según Swisscontact (2014), como “un espacio geográfico con características particulares, que cuenta con: atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía





del turista, medios que posibilitan su accesibilidad, respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita y una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral”.

Tomando como base lo anterior y teniendo en cuenta que el Proyecto de Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez, busca generar una articulación entre los diferentes elementos que hacen parte de la oferta turística actual, de manera organizada y planificada, y generar insumos para una adecuada promoción y comercialización, es necesario aplicar la evaluación de sostenibilidad de manera integral, a fin de identificar las necesidades que presenta el destino y generar una propuesta de acciones de mejora que estén encaminadas hacia la construcción de un destino competitivo donde los diferentes elementos trabajen juntos como una unidad, con una visión colectiva que permita generar alianzas intersectoriales, donde los diferentes actores asuman responsabilidades individuales o institucionales de forma coordinada.

De igual manera y con el fin de generar herramientas de evaluación para la toma de decisiones frente a la implementación de criterios de sostenibilidad en los sitios de interés identificados dentro de los inventarios turísticos realizados, en el marco del proyecto FNTCE 069-22, se toma en cuenta la valoración contenida en cada uno de los atractivos y recursos turísticos identificados que fue realizada con base en la “Metodología para la elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos, 2020”, planteada por la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Viceministerio de Turismo de Colombia.

Finalmente, se hace necesario mencionar, que para el caso de la normatividad colombiana respecto a los criterios de sostenibilidad de un destino y como se establece en la Política de Turismo Sostenible, se viene adelantando la actualización de Normas Técnicas Sectoriales de Sostenibilidad Turística, “...con el fin de simplificar su aplicación, adecuar los requisitos ambientales a las características de los destinos y los prestadores de servicios turísticos, definir los requisitos mínimos que deben ser cumplidos, ajustar las normas a los estándares internacionales y elevarlas en el proceso de normalización nacional” (MinCIT, 2020, p. 88). En el marco de este proceso, el Viceministerio de Turismo a través de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible junto con el Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación (ICONTEC), organismo nacional de normalización, se encuentran actualizando la Norma Técnica Sectorial de turismo Sostenible NTS TS 001-1 Destino Turístico - Área Turística 2014, con base en los estándares del GSTC.

En tal sentido, la evaluación expuesta en el presente documento, responde a los estándares internacionales respecto a la sostenibilidad del sector turismo, tomando como apoyo los criterios establecidos por el GSTC y la normalización colombiana.

### **Los Criterios del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC)**

El alcance de los criterios del GSTC se presentan en dos versiones, una dirigida a prestadores de servicios turísticos y otra, de manera más amplia, encaminada a destinos turísticos de cualquier tipo, ya sea rural o urbana, grupos de comunidades, de diferentes tamaños.

Dentro de estos criterios, es importante señalar la importancia de identificar una organización de gestión, como punto de partida para la gestión sostenible del destino, quien debe ser el responsable

de generar un enfoque coordinado y articulador para que haya participación tanto del sector público como del privado y, que para el caso del Proyecto del Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez, debe estar relacionado al comité de gestión local con miras a garantizar la sostenibilidad del “Producto Turístico” en todas sus dimensiones.

### Criterios Evaluados

Como se mencionó inicialmente, la evaluación de sostenibilidad se realizó teniendo en cuenta cuatro aspectos principales: gestión sostenible, impactos socio-económicos, impactos culturales e impactos ambientales; los cuales se describen a continuación:

#### A. Gestión Sostenible

Este aspecto analiza las dinámicas y organización de la actividad turística en el destino, así como, la estructura y marco de gestión; participación de los interesados; y, la manera como se maneja la presión y el cambio.

Gráfico 63 Criterio Gestión Sostenible

| Estructura administrativa y marco de gestión                                                                                                                                         | Participación de actores                                                                                                                                                                                                                                      | Gestión de la presión y el cambio                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Responsabilidad de la gestión del destino</li> <li>Estrategia de gestión del Destino y plan de acción</li> <li>Monitoreo y reporte</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Participación de empresas y sostenibilidad de estándares</li> <li>Participación de residentes y retroalimentación</li> <li>Participación de visitantes y retroalimentación</li> <li>Promoción e información</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión del volumen de visitantes y actividades</li> <li>Normas de ordenamiento y control de desarrollo</li> <li>Adaptación al cambio climático</li> <li>Gestión de riesgo y crisis</li> </ul> |

Fuente: Modificado de GSTC, 2019.

#### B. Sostenibilidad socio económica

Evalúa las acciones realizadas dentro del destino de acuerdo a los beneficios de las comunidades respecto a la actividad turística y la generación de acciones para mitigar los riesgos sociales que ésta provoca.

Gráfico 64 Criterio Sostenibilidad Socio Económica

| Aporte de beneficios económicos locales                                                                                                                                                                                 | Bienestar social e impactos                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Entendimiento de la contribución económica del turismo</li> <li>Trabajo decente y oportunidades profesionales</li> <li>Apoyo a emprendedores locales y comercio justo</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Apoyo a la comunidad</li> <li>Prevención de la explotación y discriminación</li> <li>Derechos de propiedad y uso</li> <li>Seguridad y vigilancia</li> <li>Acceso para todos</li> </ul> |

Fuente: Modificado de GSTC, 2019.



### C. Sostenibilidad cultural

Evalúa las acciones realizadas respecto a la protección del patrimonio cultural y la gestión de los sitios culturales.

Gráfico 65 Criterio Sostenibilidad Cultural

| Protección del patrimonio cultural                                                                                                                                                                             | Visita a sitios culturales                                                                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección de bienes culturales</li> <li>• Artefactos culturales</li> <li>• Patrimonio intangible</li> <li>• Acceso local</li> <li>• Propiedad intelectual</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de visitantes a sitios culturales</li> <li>• Interpretación de sitios</li> </ul> |

Fuente: Modificado de GSTC, 2019.

### D. Sostenibilidad ambiental

Evalúa las acciones implementadas para la conservación del patrimonio natural y la gestión del destino con respecto a la residuos y emisiones.

Gráfico 66 Criterios Sostenibilidad Ambiental

| Conservación del patrimonio natural                                                                                                                                                                                                        | Gestión de recursos                                                                                                                           | Gestión de residuos y emisiones                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Protección de entornos vulnerables</li> <li>• Gestión de visitantes a sitios naturales</li> <li>• Interacción con vida silvestre</li> <li>• Explotación de especies y bienestar animal</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservación de la energía</li> <li>• Administración del agua</li> <li>• Calidad del agua</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aguas residuales</li> <li>• Residuos sólidos</li> <li>• Emisiones de gases de efecto invernadero y mitigación del cambio climático</li> <li>• Transporte de bajo impacto</li> <li>• Contaminación lumínica y acústica</li> </ul> |

Fuente: Modificado de GSTC, 2019.

Finalmente, y con el propósito de integrar la valoración de los recursos y atractivos que fueron identificados en el inventario turístico de los municipios que integran el proyecto de “Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez”, fueron tomados los criterios de calidad y significado. Los criterios de calidad varían de acuerdo con el atractivo que se esté evaluando y hacen referencia al grado de conservación en el que se encuentre el atractivo; la calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje asignable. Los criterios de significado hacen referencia al grado de reconocimiento que tiene el atractivo. Representan el 30% de la calificación.

Esta valoración se integra al final de la matriz de evaluación de la sostenibilidad como un criterio adicional a los tomados del GSTC.

### Valoración de los criterios

En relación con la valoración de cada uno de los criterios que son tomados del GSTC, se realizó de manera cualitativa y cuantitativa teniendo en cuenta los siguientes términos:



**CUMPLE (C):** puntuación entre 0.9 y 1, el color verde indica el cumplimiento de los requisitos evaluados.

**CUMPLE PARCIALMENTE (CP):** puntuación entre 0.3 y 0.8, el color amarillo señala situaciones intermedias y cumplimientos parciales del requisito, cuando éstos son susceptibles a la mejora.

**NO CUMPLE (NC):** puntuación entre 0 y 0.2, el color rojo hace referencia cuando los requisitos NO logran la meta del objetivo.

Cabe señalar que la estimación que se presenta a continuación fue realizada a partir de los diagnósticos realizados en la segunda etapa del proyecto de diseño de producto turístico de la Provincia de Márquez, la revisión y análisis de documentación secundaria, información primaria a partir de entrevistas no estructuradas con actores tanto público como privados y observación directa en cada uno los sitios de interés turísticos de patrimonio natural y cultural.

## 2.6.2 Matriz de evaluación de criterios de sostenibilidad de la Provincia de Márquez

A continuación, se presenta la herramienta de la matriz de criterios de sostenibilidad evaluados para los nueve municipios que hacen parte del Proyecto de Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez, entendiendo como se mencionó inicialmente, a la Provincia como un destino turístico integral. En esta matriz se presentan las observaciones pertinentes frente a cada criterio de sostenibilidad, las cuales serán punto de partida para establecer las necesidades y mejoras a implementar.

Gráfico 67 Matriz de Evaluación de Criterios de Sostenibilidad de la Provincia de Márquez

| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                           |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------|-----|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                           |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                 | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                     |                                           | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| A. GESTIÓN DE SOSTENIBILIDAD                        |                                           |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| A1                                                  | Responsabilidad de la gestión del Destino |                       | 0,7 |    | La Provincia de Márquez cuenta con el Consejo Provincial de Turismo (CPT), el cual se constituye como un órgano consultivo para establecer políticas y directrices para el desarrollo turístico e integra de los 10 municipios que lo integran, facultades que adquirió a partir del decreto 1822 de 2008, por el cual se crean los Consejos Provinciales de Turismo en el departamento de Boyacá. A partir del CPT y con la coordinación y seguimiento por parte de la Secretaría de Turismo del departamento, se han vinculado entidades públicas como el SENA, |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                                    |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                                    |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                          | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                     |                                                    | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                     |                                                    |                       |     |    | <p>CORPOCHIVOR, administraciones municipales y actores del sector privado en representación de cada uno de los sectores de la cadena de valor del turismo; así como, la Cámara de Comercio y la mesa de turismo comunitario.</p> <p>Respecto a la financiación para el desarrollo de acciones en procura de la sostenibilidad del destino, depende de la articulación con otras entidades, en consecuencia, genera dependencia de la gestión de proyectos, sin contar con recursos propios que garanticen la vinculación de personal idóneo y con experiencia de manera permanente y con requisitos mínimos de contratación.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| A2                                                  | Estrategia de gestión del Destino y plan de acción |                       | 0,6 |    | <p>Respecto a la estrategia de gestión, el CPT estableció un plan de acción, como hoja de ruta para garantizar el logro de los objetivos relacionados a gobernanza, conectividad, fortalecimiento empresarial, gestión de proyectos, estrategias de promoción y comercialización. Sin embargo, la dinámica del CPT durante el último año ha ido decreciendo, por lo cual, no se ha realizado seguimiento a la implementación del plan de acción, perdiendo de vista, las oportunidades de articulación con procesos que se vienen desarrollando en el territorio.</p> <p>Un segundo aspecto que debe evaluarse para el cumplimiento de este requisito se refiere a los principios de sostenibilidad, evidenciando que el CPT no ha formulado de manera participativa su compromiso con la sostenibilidad del destino y el alcance de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a través de una política, así como, la evaluación de riesgos que genera la actividad turística para efectuar un plan de mitigación de los impactos que se estén presentando en el destino.</p> |
| A3                                                  | Monitoreo y reporte                                |                       |     | 0  | El destino no ha implementado un sistema para monitorear y responder a los problemas e                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |





| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                                          |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                                          |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                                | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                     |                                                          | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                     |                                                          |                       |     |    | impactos socioeconómicos, culturales y ambientales derivados de la actividad turística, los cuales deben ser informados públicamente de manera regular con el fin de generar las acciones de mitigación correspondientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| A4                                                  | Participación de empresas y sostenibilidad de estándares |                       | 0,6 |    | A través de la Secretaria de Turismo departamental, las carteras de turismo municipales y entidades como el SENA y Cámara de Comercio, se informa al destino sobre temas de sostenibilidad, generando procesos formativos para la inclusión de criterios en las actividades de turismo con el fin de que sus operaciones sean más sostenibles. Actualmente, la provincia no cuenta con destinos y prestadores de servicios turísticos certificados en calidad turística colombiana; sin embargo, el programa de Negocios Verdes desarrollado por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible a través de las Corporaciones Autónomas Regionales, viene implementando la certificación de negocios verdes con avales de confianza; de esta manera, en el territorio, Corpochivor ha identificado 6 prestadores de servicios turísticos, de los cuales, 4 son negocios verdes y 2 se encuentran en proceso de vinculación; de los 4 que son negocios verdes, 2 recibirán el AVAL de confianza debido a los compromisos que han asumido en la implementación de buenas prácticas ambientales, socioculturales y económicas que generan impactos ambientales positivos. |
| A5                                                  | Participación de residentes y retroalimentación          |                       | 0,7 |    | El destino ha ido desarrollando el modelo de turismo comunitario, el cual se ha constituido en uno de los nodos que hace parte de la mesa departamental de turismo comunitario. Este nodo está conformado por iniciativas y organizaciones comunitarias, donde no todos son prestadores de servicios turístico, pero que, por sus actividades económicas y saberes, hacen parte de las experiencias turísticas que se han ido                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                                 |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                                 |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                       | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                     |                                                 | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                     |                                                 |                       |     |    | consolidando en el territorio como parte de la cadena de turismo.<br>En referencia a la población residente, no se han realizado estudios de satisfacción sobre las actividades de turismo que se realizan en la provincia con el fin de conocer el grado de satisfacción de los pobladores frente al tema.                                                                                                                                                                                                                                 |
| A6                                                  | Participación de visitantes y retroalimentación |                       | 0,7 |    | El destino no cuenta con un sistema para monitorear e informar públicamente la satisfacción del visitante respecto a la calidad y sostenibilidad sobre la experiencia del destino. Si bien se desarrollan encuestas aisladas en atractivos como el Puente de Boyacá, hace falta la integración de mecanismos de monitoreo que relacione los principales sitios de interés tanto naturales como culturales de la Provincia.                                                                                                                  |
| A7                                                  | Promoción e Información                         |                       | 0,4 |    | La provincia cuenta con material de promoción y de información para visitantes sobre el destino, precisando atractivos y servicios de manera general. Los PST, especialmente las agencias de viaje operadoras realizan promoción de los atractivos y del destino Provincia Márquez.<br>De igual manera, han desarrollado una marca que los identifica como CPT; sin embargo, hace falta establecer el producto turístico íntegro al destino, situación que genera falta de efectividad en los mensajes de marketing y otras comunicaciones. |
| A8                                                  | Gestión del volumen de visitantes y actividades |                       | 0,5 |    | Actualmente el destino no cuenta con un sistema para la gestión de visitantes que permita tomar medidas para monitorear y administrar el volumen y las actividades de los visitantes, para reducirlos o aumentarlos según sea necesario en ciertos momentos y en ciertos lugares. Respecto a los recursos naturales del destino, tan sólo 3 de ellos, tienen estudios de capacidad de carga; sin embargo, estos no cuentan con procesos de monitoreo y control de acceso de visitantes.                                                     |
| A9                                                  | Normas de ordenamiento y control de desarrollo  |                       | 0,6 |    | Respecto al componente de ordenamiento que regula la actividad turística, el destino cuenta con                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                                |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                                |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                      | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                     |                                                | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                     |                                                |                       |     |    | la declaratoria de 4 ecosistemas estratégicos bajo la categoría de Distritos Regionales de Manejo Integrado (DRMI), estableciendo áreas para la restauración, conservación y desarrollo sostenible, los cuales cuentan con planes de manejo que incluyen las zonas donde se ubican recursos turísticos de naturaleza. De igual manera, el destino viene adelantando la actualización de sus hojas de ruta para el ordenamiento territorial (EOT y PBOT) al interior de cada municipio, generando procesos participativos para la actualización respecto a los usos de suelo de acuerdo a las dinámicas locales; sin embargo, hace falta herramientas de regulación y/o políticas encaminadas a la protección del patrimonio cultural, específicamente en aquellos municipios con características representativas en aspectos arquitectónicos, que ayuden a velar por la protección y conservación de estos espacios. Así mismo, los recursos naturales carecen de planes de ordenamiento ecoturístico que permitan realizar monitoreo a los impactos que se generan y mantener un control efectivo que garantice la preservación de estos sitios de interés turístico. |
| A1<br>0                                             | Adaptación al cambio climático                 |                       | 0,7 |    | En el destino, entidades como Corpochivor, vienen implementando estrategias que contribuyen a la mitigación del cambio climático a través de la instalación de calentadores de agua con sistema solar en alojamientos rurales; así como, la dotación de cocinas ecoeficientes a comunidades que hacen parte de los DRMI declarados.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| A1<br>1                                             | Gestión de riesgo y respuesta ante emergencias |                       | 0,6 |    | Los municipios que hacen parte del destino turístico pertenecen a la mesa regional y departamental de gestión del riesgo; de igual manera Corpochivor realiza un acompañamiento continuo a través del Proyecto de Gestión del Riesgo. Sin embargo, no todos los planes municipales de gestión del riesgo de desastres                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                                        |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                                        |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                              | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                     |                                                        | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                     |                                                        |                       |     |    | cuentan con la actualización requerida y no generan estrategias para comunicar los elementos claves a residentes, visitantes y PST. Así mismo, los recursos turísticos de naturaleza, no cuentan con planes de gestión del riesgo y respuesta ante emergencias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Cumplimiento criterios de gestión de sostenibilidad |                                                        | 0                     | 6,1 | 0  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| B. SOSTENIBILIDAD SOCIO ECONÓMICA                   |                                                        |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| B1                                                  | Entendimiento de la contribución económica del turismo |                       | 0,7 |    | El destino actualmente no realiza un monitoreo de la contribución económica directa e indirecta del turismo a la economía del destino, debido a que los datos se encuentran dispersos tanto en la cámara de comercio con las cifras de los establecimientos con registro nacional de turismo, como en las alcaldías municipales con los aportes del impuesto de industria y turismo, y la Secretaría de Turismo departamental con los estudios realizados sobre los niveles de volumen de visitantes, gastos de visitantes, empleo e inversión; generando de esta manera, dificultad para llevar un monitoreo de la contribución económica del sector así como, para la divulgación de los resultados. No obstante, la implementación del modelo de turismo comunitario, refleja el proceso que ha ido en crecimiento aportando beneficios a las comunidades del destino |
| B2                                                  | Trabajo decente y oportunidades profesionales          |                       | 0,4 |    | A través de distintas entidades se vienen realizando capacitaciones en turismo dirigidas a toda la cadena de valor. Los PST del destino cuentan con la vinculación de población residente, proporcionando de esta manera, la igualdad de oportunidades para el empleo local; sin embargo, la estacionalidad del sector no genera estabilidad laboral, por lo que en la mayoría de PST se desarrollan desde un enfoque familiar, sin contar con condiciones contractuales que garanticen sistemas de seguridad social adecuados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD<br>PROVINCIA DE MÁRQUEZ |                                                |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Í<br>T<br>E<br>M                                                            | CRITERIOS                                      | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                             |                                                | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| B3                                                                          | Apoyo a emprendedores locales y comercio justo | 0,9                   |     |    | A través de la implementación de las antiguas normas técnicas sectoriales de turismo sostenible por parte de los PST, en el destino se ha promovido el desarrollo y la compra de productos locales sostenibles, basados en principios de comercio justo, que manifiestan el valor del patrimonio cultural contenido en el territorio, creando alianzas de fortalecimiento para la comercialización de la producción local. Del mismo modo, entidades como el SENA, Cámara de Comercio y Corpochivor, vienen adelantando programas de fortalecimiento dirigido a emprendedores del sector. |
| B4                                                                          | Apoyo a la comunidad                           | 1                     |     |    | En el destino se evidencia la participación por parte de algunas organizaciones y PST, en iniciativas comunitarias y de sostenibilidad, de manera responsable y permanente. Se evidencia la inclusión de artesanas, baquianos, informadores locales, guías de turismo y una gran despensa de alimentos que hacen parte de la cadena de turismo                                                                                                                                                                                                                                            |
| B5                                                                          | Prevención de la explotación y discriminación  |                       | 0,7 |    | El destino responde a estándares internacionales respecto a la protección y respeto por los derechos humanos enmarcados en la normativa nacional; a pesar de ello, no cuenta con un código de conducta establecido para prevenir e informar sobre la vulneración de derechos que se presente en el territorio, como la ESCNNA, la explotación, discriminación o acoso comercial, sexual o de cualquier otra índole, o en contra de cualquier persona, especialmente niños, adolescentes, mujeres, LGBTI y otras minorías.                                                                 |
| B6                                                                          | Derechos de propiedad y uso                    | 1                     |     |    | En el destino se evidencia el desarrollo de iniciativas que procuran el cuidado y conservación de manifestaciones culturales intangibles a través de documentación. De igual manera, a través de las leyes y normativas nacionales se protege a los usuarios y se dan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |





| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD<br>PROVINCIA DE MÁRQUEZ |                                 |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------|-----|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Í<br>T<br>E<br>M                                                            | CRITERIOS                       | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                             |                                 | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                             |                                 |                       |     |    | garantías al derecho de acceso a los recursos clave.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| B7                                                                          | Seguridad y vigilancia          |                       | 0,7 |    | En cuanto a la seguridad del destino, hace falta la vinculación de un número mayor de policías de turismo para garantizar la seguridad de turistas y visitantes en sitios de interés y sistemas de monitoreo y vigilancia en los lugares de mayor atracción.<br><br>Así mismo, se realizan inspecciones por parte de policía de turismo y secretaria de salud a PST, con el fin de garantizar el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene.                                                                                                                                                                                     |
| B8                                                                          | Acceso para todos               |                       | 0,3 |    | En relación al tema de accesibilidad, los municipios que hacen parte de la provincia, cuentan con facilidades para el acceso a población en condición de discapacidad en los parques y plazoletas principales; sin embargo, lugares de interés turístico como los templos y atractivos naturales no cuentan con este tipo de facilidades. Así mismo, los establecimientos de alojamiento y hospedaje carecen de instalaciones para atender las necesidades de población en condición de discapacidad como baños y rampas. El destino no cuenta con información disponible sobre la accesibilidad de lugares, instalaciones y servicios. |
| Cumplimiento criterios de sostenibilidad socio económica                    |                                 | 2,9                   | 2,8 | 0  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| C. SOSTENIBILIDAD CULTURAL                                                  |                                 |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| C1                                                                          | Protección de bienes culturales |                       | 0,6 |    | El destino cuenta con la declaratoria de bienes de interés cultural, situación que genera la implementación de acciones de conservación y cuidado; sin embargo, no todos los sitios de interés cultural cuentan con declaratorias.<br><br>Así mismo, no existen mecanismos para utilizar los ingresos del turismo para apoyar la conservación de los bienes culturales.                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| C2                                                                          | Artefactos culturales           |                       | 0,5 |    | Aunque el destino se rige por la normatividad colombiana respecto a protección del patrimonio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                           |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------|-----------------------|-----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                           |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                 | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                     |                                           | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                     |                                           |                       |     |    | cultural, no existen campañas de divulgación y sensibilización para el cumplimiento de leyes que rigen la venta, el comercio, la exhibición o el obsequio de souvenirs históricos y arqueológicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| C3                                                  | Patrimonio intangible                     | 0,8                   |     |    | En los diferentes municipios que conforman la provincia se realiza la celebración y protección del patrimonio cultural inmaterial, incluidas las tradiciones locales, la música, la gastronomía y otros aspectos de la identidad a través de la realización de festivales. De igual manera, algunos PST cuentan con experiencias turísticas auténticas que han puesto en valor el patrimonio cultural y la interpretación de la cultura y las tradiciones vivas, beneficiando a las comunidades locales.                                          |
| C4                                                  | Acceso local                              | 1                     |     |    | El acceso de la comunidad local a sitios de interés natural o cultural se realiza a través de las instituciones educativas en articulación con las alcaldías municipales; sin embargo, es necesario generar programas permanentes para incentivar la visita y el reconocimiento de estos lugares por parte de la población local en general.                                                                                                                                                                                                      |
| C5                                                  | Propiedad intelectual                     |                       | 0,3 |    | El destino no ha creado políticas de propiedad intelectual en correspondencia con las prácticas culturales que se realizan en el territorio para generar una comunicación y contribuir a la protección y preservación de los derechos de propiedad intelectual de comunidades e individuos.                                                                                                                                                                                                                                                       |
| C6                                                  | Gestión de visitantes a sitios culturales |                       | 0,5 |    | Los sitios de interés cultural que hacen parte del destino no cuentan con un sistema para la gestión de visitantes que debe tener en cuenta sus características y capacidad, en busca de optimizar el flujo de visitantes y minimizar los impactos negativos. No se realiza un monitoreo al flujo de visitantes y a los impactos que se derivan de la actividad turística. Del mismo modo, no existe un código de conducta que involucre a PST, especialmente a operadores y guías de turismo para la gestión de visitantes en estos sitios. Cabe |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                    |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------|------------------------------------|-----------------------|-----|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                    |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                          | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                     |                                    | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                     |                                    |                       |     |    | señalar, que se realiza la capacitación a informadores locales y guías de turismo sobre buenas prácticas en estos espacios. De igual manera, cabe destacar que los sitios de interés cultural tienen muy poca saturación de visitantes comparado con otros destinos a nivel regional y nacional.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| C7                                                  | Interpretación de sitios           |                       | 0,5 |    | A través de los procesos formativos en alianza con el SENA y cámara de comercio, se ha proporcionado herramientas para la generación de insumos interpretativos que incluyen la importancia de los aspectos culturales y naturales de los sitios de interés presentes en el destino. No obstante, la información no tiene la apropiación social pertinente ya que muchos de los pobladores locales no conocen su patrimonio cultural y natural, generando desinformación en turistas y visitantes.<br><br>Respecto a los elementos de comunicación y señalética turística es muy limitada y carece de la inclusión de idiomas pertinentes para visitantes y turistas.                   |
| Cumplimiento criterios de sostenibilidad cultural   |                                    | 1,8                   | 2,4 | 0  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| D. SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL                         |                                    |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| D1                                                  | Protección de entornos vulnerables | 0,9                   |     |    | Aunque los sitios de interés natural ubicados en ecosistemas estratégicos de la Provincia, cuentan con planes de manejo ambiental en el marco de las declaratorias de Distritos Regionales de Manejo Integral (DRMI), hace falta generar sistemas de monitoreo y control más estricto para garantizar la conservación de los recursos naturales y poder hacer seguimiento a los impactos negativos que se generan de la práctica de actividades turísticas en estos entornos.<br><br>De igual forma, no se han generado mecanismos para generar utilidades económicas a través del cobro a las entradas de estos lugares que puedan aportar a la conservación de los activos naturales. |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                            |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------|-----|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                            |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                  | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                     |                                            | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| D2                                                  | Gestión de visitantes a sitios naturales   |                       | 0,3 |    | La gestión local que se viene desarrollando a través de organizaciones de base comunitaria y los procesos de educación ambiental han contribuido al manejo de los sitios de interés turístico. Sin embargo, el destino no cuenta con protocolos de operación de los sitios de interés turístico en áreas naturales que determine el alcance que tiene la comunidad local, los PST y las administraciones municipales. Aunque algunos recursos turísticos de naturaleza cuentan con estudios de capacidad de carga, estos carecen de sistemas de control sobre los impactos generados de la actividad turística. Tampoco se cuenta con un código de conducta que establezca las pautas para el comportamiento de los visitantes en sitios sensibles. |
| D3                                                  | Interacción con vida silvestre             | 1                     |     |    | La provincia hace parte de la jurisdicción de la Corporación Autónoma y Regional de Chivor – CORPOCHIVOR, la cual es la entidad encargada de administrar los recursos naturales de la región y velar por su protección, por lo tanto, genera estrategias de monitoreo de especies de fauna y de flora con el fin de garantizar el cumplimiento de las leyes y normas locales, nacionales e internacionales para las interacciones con la vida silvestre. De igual forma, se realizan controles temporales para vigilar y controlar el tráfico ilegal de especies de flora y de fauna y se generan campañas de sensibilización dirigidas a residentes, turistas y visitantes.                                                                        |
| D4                                                  | Explotación de especies y bienestar animal | 1                     |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| D5                                                  | Conservación de la energía                 |                       | 0,6 |    | A través de la Empresa de Energía de Boyacá S.A. (EBSA), se desarrollan campañas de consumo y uso eficiente de energía; no obstante, muchos PST no implementan estos programas por desconocimiento o por falta de recursos. No existe una política clara en el destino que incentive al sector a incorporar el uso de tecnologías limpias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                         |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------|-----|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                         |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS               | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                     |                         | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                     |                         |                       |     |    | Las administraciones municipales vienen implementando el uso de energías de sistema led en la iluminación de las áreas públicas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| D6                                                  | Administración del agua |                       | 0,5 |    | Actualmente no se lleva un registro del consumo de agua generado por la actividad turística en el destino con el fin de tomar las medidas necesarias para garantizar el recurso a la población residente. Algunos establecimientos de alojamiento y hospedaje realizan campañas de consumo responsable al igual que lo hacen las empresas de servicios públicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| D7                                                  | Calidad del agua        |                       | 0,3 |    | En cumplimiento de la resolución 2115 del 2007, la secretaria de salud departamental realiza el seguimiento pertinente al índice de Riesgo de la Calidad del Agua para Consumo Humano (IRCA); sin embargo, los reportes realizados durante el año 2020, muestra un nivel de riesgo MEDIO, para siete de los nueve municipios del área de estudio, a excepción de Jenesano que cuenta con un nivel BAJO y Úmbita en un nivel de riesgo ALTO. Esto quiere decir, que el agua en la mayor parte de la provincia no es apta para consumo humano, por sobrepasar los valores máximos aceptables de las características físicas, químicas y microbiológicas relacionadas en la resolución y que causan un riesgo para la salud humana, situación generada entre otras cosas, por las malas prácticas agrícolas con el uso de insumos agroquímicos que generan contaminación a las fuentes de agua. |
| D8                                                  | Aguas residuales        |                       | 0,3 |    | Las aguas residuales en el destino son supervisadas y controladas por las empresas de servicios públicos; sin embargo, en las áreas rurales no se están llevando a cabo pruebas de descarga de tanques sépticos y sistemas de tratamiento de aguas residuales por lo que se corre el riesgo de presentar situaciones adversas a los recursos naturales. Escenario que se evidencia con las sanciones ambientales interpuestas a las administraciones municipales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |





| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD |                                                                            |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                |                                                                            |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Í<br>T<br>E<br>M                                    | CRITERIOS                                                                  | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                     |                                                                            | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                     |                                                                            |                       |     |    | por el mal manejo de vertimientos y una baja planificación de los proyectos de vivienda, ya que las Plantas de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR) no son suficientes.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| D9                                                  | Residuos sólidos                                                           |                       | 0,7 |    | El destino viene implementando en la mayoría de los municipios los Planes de Gestión Integral de Residuos Sólidos (PGIRS), con el apoyo de Corpochivor, los cuales establecen estrategias para medir la generación de residuos y generar la reducción de estos. Sin embargo, aún no se cuenta con la actualización de este plan en todos los municipios. De igual manera, se evidencia que el destino a través de las alcaldías municipales, empresas de recolección de residuos y Corpochivor generan campañas para promover en PST y comunidad en general la reducción, reutilización y el reciclaje de residuos sólidos. De igual manera, en el destino fue emitida la resolución 1384 de 2021, la cual establece la prohibición de ingreso y utilización de plásticos de un solo uso en los senderos ecoturísticos, Parques Regionales Naturales, Distritos Regionales de Manejo Integrado (DRMI) y páramos de la jurisdicción de esta CAR. |
| D10                                                 | Emisiones de gases de efecto invernadero y mitigación del cambio climático |                       | 0,7 |    | Actualmente el destino no cuenta con la medición del cálculo de huella de carbono que es generado por la actividad turística. Hace falta campañas que promuevan a las empresas del sector y comunidad en general a medir, monitorear, reducir o minimizar y mitigar las emisiones de gases de efecto invernadero de todos los aspectos de su operación. De igual manera, en el destino no se evidencian prácticas turísticas de manera agresiva.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| D11                                                 | Transporte de bajo impacto                                                 |                       | 0,7 |    | Aunque el destino no cuenta con una estrategia clara sobre la reducción de emisiones de transporte de los viajes que se realizan hacia y dentro de sus municipios, se han establecido rutas turísticas con el uso de la bicicleta; con ello, se                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD                   |                                   |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------|-----|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROVINCIA DE MÁRQUEZ                                                  |                                   |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Í<br>T<br>E<br>M                                                      | CRITERIOS                         | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |     |    | OBSERVACIONES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                       |                                   | C                     | CP  | NC |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                       |                                   |                       |     |    | pretende reducir la contribución del turismo a la contaminación del aire y el cambio climático.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| D12                                                                   | Contaminación lumínica y acústica |                       | 0,8 |    | A través de las alcaldías de los nueve municipios que hacen parte del destino, se lleva a cabo el seguimiento y control a la contaminación AVA (auditiva, visual y atmosférica). Sin embargo, hace falta campañas que promuevan entre los PST y comunidad en general a que conozcan las directrices internas que existe en la materia y generar estrategias que los vincule en la implementación de sistemas alternativos de energía.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Cumplimiento criterios de sostenibilidad ambiental                    |                                   | 2,9                   | 4,9 | 0  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| VALORACIÓN DE SOSTENIBILIDAD DEL INVENTARIO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA |                                   |                       |     |    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Calidad y Significado                                                 |                                   |                       | 0,7 |    | Tomando en cuenta los inventarios de recursos y atractivos turísticos realizados como parte del proyecto FNTCE 069-22, fueron valorados 196 atractivos y recursos turísticos en total, de los cuales, la valoración promedio fue de 69,11. Con el fin de obtener esta valoración, fueron evaluados criterios de calidad, de la siguiente manera: subcriterios de conservación, constitución del bien, representatividad y significado para patrimonio material. Para patrimonio inmaterial, se tuvo en cuenta los subcriterios de representatividad colectiva, tradicional, anónima, espontánea y popular. Para festividades y eventos, los subcriterios fueron organización del evento, beneficios socioculturales para la comunidad y beneficios económicos locales. Para los sitios naturales, los subcriterios fueron: sin contaminación del aire, sin contaminación del agua, sin contaminación visual, sin contaminación sonora, estado de conservación, diversidad y singularidad. Para las cuatro categorías de atractivos identificados, se tuvo en cuenta el criterio de significado, el cual hace referencia al grado de |



| MATRIZ DE EVALUACIÓN DE CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD<br>PROVINCIA DE MÁRQUEZ |           |                       |    |    |                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------------------|----|----|--------------------------------------------------------------------|
| Í<br>T<br>E<br>M                                                            | CRITERIOS | NIVEL DE CUMPLIMIENTO |    |    | OBSERVACIONES                                                      |
|                                                                             |           | C                     | CP | NC |                                                                    |
|                                                                             |           |                       |    |    | reconocimiento que tiene el atractivo y/o recurso para el destino. |

### 2.6.2.1 Análisis de los resultados

Respecto a la evaluación del cumplimiento de los criterios de sostenibilidad para la provincia de Márquez, pensada como un destino turístico integral, se puede resaltar en términos generales, que el criterio de gestión sostenible, se encuentra por encima de la media de 11 puntos que evalúa este ítem, teniendo como resultado 6,1; lo cual lo ubica en un nivel de cumplimiento parcial representado en 55,4%.

En relación a los criterios de sostenibilidad socioeconómica, obtuvo 2,9 puntos de cumplimiento y 2,8 puntos de cumplimiento parcial, sobre un total de 8 puntos evaluados en este componente, lo cual corresponde al 71,2%.

De acuerdo con la valoración obtenida en el componente de cumplimiento de criterios de sostenibilidad cultural, de 7 puntos evaluados, obtuvo 4,2 en total, divididos en 1,8 puntos de cumplimiento y 2,4 de cumplimiento parcial, superando la media para este componente al representar el 60%.

En consideración a la evaluación de cumplimiento de los criterios de sostenibilidad ambiental, muestra un cumplimiento parcial ya que, de 12 puntos evaluados en este componente, obtuvo un puntaje de 7,8, si se suman los 2,9 puntos de cumplimiento (total) y los 4,9 de cumplimiento parcial, lo cual se ve representado en un 65% de cumplimiento.

Finalmente, respecto al criterio de valoración integrado a la metodología de sostenibilidad del GSTC, sobre el inventario de recursos y atractivos turísticos de la provincia de Márquez, también se evidencia un cumplimiento parcial, ya que al promediar la valoración de los 196 recursos y/o atractivos turísticos identificados, se cuenta con 69,11 puntos. Sobre lo mencionado anteriormente, cabe aclarar que, si se requiere consultar la estimación de cada uno de los recursos y/o atractivos, pueden remitirse al producto 2.2.1 *Actualizar y/o crear los inventarios turísticos de recursos y atractivos turísticos de acuerdo con las fichas metodológicas del MinCIT*.

De igual manera, se recomienda revisar las fichas específicas de los recursos y/o atractivos con menor valoración en términos de calidad, de acuerdo a la categoría que corresponda (patrimonio cultural, patrimonio inmaterial, festividades y eventos y sitios naturales) y de esta forma, priorizar acciones de implementación de criterios de sostenibilidad.



En conclusión, la provincia de Márquez presenta un nivel de *cumplimiento parcial*, con el 62,9% con respecto a los cuatro criterios evaluados; por lo tanto, es posible identificar los puntos críticos que requiere este destino, los cuales se describen en los apartados de necesidades de los cuatro criterios valorados, descritos a continuación; con el fin de proponer estrategias de implementación y mejora, que garantice el alcance del cumplimiento de los criterios de sostenibilidad que requiere el destino turístico con “...el fin de mejorar su competitividad, garantizar la conservación y uso responsable del capital natural y generar un mayor valor agregado” (MinCIT, 2020, p.65).

### **2.6.2.2 Necesidades y mejoras para la gestión sostenible del turismo en la Provincia de Márquez**

De acuerdo a la evaluación de sostenibilidad realizada a la provincia de Márquez pensada como destino turístico y teniendo en cuenta los criterios de sostenibilidad establecidos por GSTC (2019), se presenta a continuación en forma de tabla resumen, las necesidades y mejoras respecto a cada uno de los componentes valorados, a fin de tener bases para la formulación de lineamientos de sostenibilidad que contribuyan a la planificación de la actividad turística en este territorio y garantizar la calidad en la prestación de servicios del Producto de Turístico que se pretende diseñar en el marco de este proyecto.

| <b>A. Gestión de la sostenibilidad</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Mejoras</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>_Reactivar el Consejo Provincial de Turismo de Márquez (CPT)</li> <li>_Actualizar el plan de acción del CPT</li> <li>_Aunar esfuerzos entre entidades públicas y privadas con el fin de tener recursos propios para el desarrollo de actividades</li> <li>_Establecer el compromiso de manera participativa con los grupos de interés que hacen parte de la cadena de turismo del destino para instituir, implementar, mantener y mejorar de forma continua la sostenibilidad a través de la formulación de la política de sostenibilidad</li> <li>_Identificar los riesgos asociados a la actividad turística en relación a impactos ambientales, socioculturales y económicos, con el fin de establecer estrategias de mitigación de impactos negativos y fortalecer los impactos positivos</li> <li>_Generar estrategias de implementación de criterios de sostenibilidad contenidos en las Normas Técnicas Colombianas (NTC) del sector turismo, a través de la asesoría a PST en alianza con entidades público-privadas como el SENA y/o cámara de comercio</li> <li>_Aunar esfuerzos con la Secretaría de Turismo Departamental y el Viceministerio de Turismo para lograr la certificación en NTC del sector turismo dirigido a los PST que cuentan con la implementación de más del 80% de los requisitos de cumplimiento</li> <li>_Aplicar estudios de satisfacción periódicamente sobre el desarrollo de las actividades turísticas, criterios de calidad y sostenibilidad del destino, dirigidos a población residente, así como a turistas y visitantes</li> </ul> |



\_Establecer e implementar un plan de marketing y comunicaciones sobre los productos turísticos del destino

\_Diseñar un sistema de gestión que ayude a monitorear y controlar el número de visitantes en los sitios de interés de mayor reconocimiento en el destino.

\_Priorizar los bienes de interés cultural y las manifestaciones intangibles que requieran implementar medidas urgentes de conservación y preservación, con el fin de gestionar la formulación de los Planes Estratégicos de Manejo y Protección (PEMP) y los Planes Estratégicos de Salvaguarda (PES) ante el Ministerio de Cultura

#### **Necesidades**

\_Se requiere establecer un sistema de monitoreo de impactos generados por la actividad turística en atractivos y recursos identificados en el inventario, con el fin de evaluar las acciones implementadas e informar públicamente de manera regular los resultados

\_Realizar estudios de cálculo de huella de carbono generada por la actividad turística en el destino, con el fin de establecer e implementar medidas de mitigación del impacto y la contribución de los ecosistemas locales a la adaptación al cambio climático

\_Establecer planes de gestión del riesgo y respuesta ante emergencias en los sitios de interés turístico natural y cultural

\_ Diseñar e implementar un sistema de gestión de sostenibilidad turística en los recursos y atractivos identificados en el inventario turístico de la provincia, con el objetivo de garantizar el uso adecuado y conservación

### **B. Sostenibilidad Socioeconómica**

#### **Mejoras**

\_Establecer procesos de fortalecimiento dirigido a PST y población vinculada con el sector turismo respecto a la formalización laboral y riesgos laborales. Incluir en la política de sostenibilidad del destino, el compromiso sobre la generación de empleo en condiciones justas, dignas e igualitarias

\_Aunar esfuerzos con entidades públicas y privadas con el fin de generar sistemas de seguridad (público-privada) en los sitios de interés de mayor demanda

\_Articular acciones de vigilancia y control con secretaria de salud y policía de turismo para verificar el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene por parte de los PST

\_Mejorar la accesibilidad y responder a las necesidades tanto de turistas como de la población local con alguna discapacidad (rampas, señalética turística en braille, audioguías, entre otras)

\_Fomentar una política de comercio justo que mejore las condiciones de la prestación de servicios turísticos en la provincia.

#### **Necesidades**

\_Consolidar un sistema de registro de la contribución económica generada por el sector turismo de la Provincia de Márquez que incluya los datos reportados por cámara de comercio respecto al número de RNT activos, por entidades territoriales sobre el impuesto de industria y comercio, y la Secretaría de Turismo departamental con el registro de volumen y gastos de los visitantes, el





empleo generado y las inversiones realizadas. Estos datos deben ser divulgados entre población residente y PST de la provincia

\_Definir el código de conducta del destino con la participación de empresarios, entidades, PST y comunidad en general que presente la normatividad aplicada a la provincia de Márquez respecto a la prevención de riesgos sociales asociados a la actividad turística y la vulneración de derechos que se presente en el territorio

### 3. Sostenibilidad Cultural

#### Mejoras

\_Crear guiones interpretativos para los sitios de interés turístico que hacen parte del destino con la participación de la comunidad y la integración de narrativas populares

\_ Integrar los saberes y el valor patrimonial de las comunidades en experiencias de turismo sostenible que puedan hacer parte del producto turístico

\_Diseñar una propuesta de capacitación para fortalecer las competencias individuales y colectivas orientadas a la operación de los sitios de interés cultural, la cual debe involucrar a los intérpretes locales, comunidades campesinas, guías de turismo y PST

#### Necesidades

\_Establecer programa de rehabilitación y conservación de bienes de interés cultural

\_Crear mecanismos para utilizar los ingresos del turismo en la conservación de bienes culturales de interés turístico

\_Integrar a la comunidad y sus saberes ancestrales en el diseño de experiencias turísticas

\_Generar estrategias de protección de los derechos de propiedad intelectual en el desarrollo de experiencias culturales para los visitantes

\_Instalar señalética turística en sitios de interés turístico que cuente con la inclusión de un segundo idioma y sistema braille

### 4. Sostenibilidad Ambiental

#### Mejoras

\_Generar sistemas de monitoreo para hacer seguimiento a los impactos generados por la práctica de actividades turísticas en sitios naturales de interés

\_Establecer mecanismos para el cobro de tarifas de acceso a los sitios de interés turístico como aporte a la conservación de los activos naturales de la provincia

\_Instalación de puntos ecológicos en sitios de interés turístico (cultural) con mensajes claros para la separación adecuada de residuos.

\_Crear campañas interinstitucionales que promuevan la reducción y transformación de residuos

\_Diseñar campañas de sensibilización dirigida a población residente, PST y visitantes sobre el valor contenido en las áreas protegidas, su biodiversidad y la necesidad de conservar y proteger estos recursos naturales

\_Orientar y apoyar a PST para realizar el monitoreo y la reducción del uso del agua y la energía

\_Incentivar estrategias para incentivar el uso de tecnologías limpias por parte de los PST

\_Generar información promovida a los visitantes sobre opciones de transporte alternativo como el uso de bicicletas hacia y dentro del destino

#### Necesidades



- \_Aunar esfuerzos interinstitucionales para la formulación de planes de ordenamiento ecoturístico en áreas de interés turístico que se encuentren en ecosistemas protegidos
- \_Formular protocolos de operación de los sitios de interés turístico en áreas naturales que determine el alcance que tiene la comunidad local, los PST y las administraciones municipales
- \_Establecer estudios de capacidad de carga de los sitios de interés turístico en áreas naturales
- \_Mejorar instalaciones en parques principales de los municipios, servicios de gastronomía y alojamientos con el fin de promover el desplazamiento en bicicleta hacia los lugares de interés turístico
- \_Aunar esfuerzos interinstitucionales para el mejoramiento de infraestructura de acueductos veredales que garantice la calidad del agua para consumo humano
- \_Crear campañas de divulgación sobre la calidad del agua en sitios de interés turístico y establecimientos de turismo (alojamientos, restaurantes, museos, entre otros)
- \_Aunar estrategias interinstitucionales para el monitoreo, control y manejo de aguas residuales por parte de PST situados en áreas urbanas y rurales
- \_Crear estrategias de manejo de residuos peligrosos en establecimientos turísticos situados en áreas rurales
- \_Establecer el cálculo de huella de carbono generado por el turismo en el destino y establecer un plan de acción de estrategias y campañas que contribuyan a la mitigación de impactos ambientales
- \_ Establecer medidas de control y seguimiento a la contaminación generada por el turismo en los atractivos y recursos identificados en la provincia, y que impactan negativamente al suelo, al aire y al agua

### **2.6.3 Evaluación de impactos ambientales, socioculturales y económicos asociados a las actividades turísticas identificadas de los municipios que conforman la Provincia de Márquez**

#### **Objetivo general**

- Elaborar la matriz de evaluación de impactos ambientales, socioculturales y económicos asociados a las actividades turísticas identificadas en los municipios que conforman el proyecto de “Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez”.

#### **Objetivos específicos**

- Determinar los impactos asociados a las actividades turísticas identificadas en los municipios que conforman el proyecto de “Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez”.
- Evaluar los impactos de cada actividad en el medio ambiental, sociocultural y económico.
- Presentar resultados y recomendaciones de los impactos más considerables en el marco del proyecto.

### 2.6.3.1 Metodología

Para el análisis de la evaluación de impactos del proyecto del “Diseño del Producto Turístico de la Provincia de Márquez en el departamento de Boyacá” se utilizó la metodología de la matriz de interacciones de Leopold.

#### Matriz de Leopold

Según el doctor Víctor M. Ponce, la Matriz de Leopold, (ML) fue desarrollada en 1971 en respuesta a la ley de política ambiental de los EE. UU. de 1969, la ML establece un sistema para el análisis de los diversos impactos, “es un método universalmente empleado para realizar la evaluación del impacto ambiental que puede producir un determinado proyecto. En sí, es una matriz interactiva simple donde se muestran las acciones del proyecto o actividades en un eje y los factores o componentes ambientales posiblemente afectados en el otro eje de la matriz” (Ponce, s/f). Cuando se presume que una acción determinada va a provocar un cambio en un factor ambiental, este se apunta en el punto de la intersección de la matriz y se describe además su magnitud e importancia.

Un primer paso para la utilización de la ML, consiste en la identificación de las interacciones existentes, para lo cual se considerarán primero, todas las acciones (columnas) que pueden tener lugar dentro del proyecto en cuestión. Posteriormente, y para cada acción, se consideran todos los factores ambientales (filas) que pueden quedar afectados significativamente.

Después de haberse marcado todas las cuadrículas que representan impactos posibles se procede a una evaluación individual de los más importantes. Cada cuadrícula admite dos valores, expuestos a continuación:

- Magnitud: según un número de 1 a 10, en el que el 10 corresponde a la alteración máxima provocada en el factor ambiental considerado y 1 a la mínima.
- Importancia (ponderación): que da el peso relativo que el factor ambiental considerado tiene dentro del proyecto, o la posibilidad de que se presenten alteraciones.

A continuación, se muestra la calificación con respecto a la magnitud y la importancia tanto para impactos positivos y negativos.

Tabla 53 Calificación de la magnitud e importancia del impacto ambiental positivo

| MAGNITUD   |            |              | IMPORTANCIA |            |              |
|------------|------------|--------------|-------------|------------|--------------|
| Intensidad | Afectación | Calificación | Duración    | Influencia | Calificación |
| Baja       | Baja       | +1           | Temporal    | Puntual    | +1           |
| Baja       | Media      | +2           | Media       | Puntual    | +2           |
| Baja       | Alta       | +3           | Permanente  | Puntual    | +3           |
| Media      | Baja       | +4           | Temporal    | Local      | +4           |
| Media      | Media      | +5           | Media       | Local      | +5           |
| Media      | Alta       | +6           | Permanente  | Local      | +6           |
| Alta       | Baja       | +7           | Temporal    | Regional   | +7           |
| Alta       | Media      | +8           | Media       | Regional   | +8           |



| MAGNITUD        |      |     | IMPORTANCIA |          |     |
|-----------------|------|-----|-------------|----------|-----|
| <b>Alta</b>     | Alta | +9  | Permanente  | Regional | +9  |
| <b>Muy Alta</b> | Alta | +10 | Permanente  | Nacional | +10 |

*Fuente: Adaptado de la guía para la elaboración de la matriz de Leopold*

Tabla 54 Calificación de la magnitud e importancia del impacto ambiental negativo

| MAGNITUD   |            |              | IMPORTANCIA |            |              |
|------------|------------|--------------|-------------|------------|--------------|
| Intensidad | Afectación | Calificación | Duración    | Influencia | Calificación |
| Baja       | Baja       | -1           | Temporal    | Puntual    | +1           |
| Baja       | Media      | -2           | Media       | Puntual    | +2           |
| Baja       | Alta       | -3           | Permanente  | Puntual    | +3           |
| Media      | Baja       | -4           | Temporal    | Local      | +4           |
| Media      | Media      | -5           | Media       | Local      | +5           |
| Media      | Alta       | -6           | Permanente  | Local      | +6           |
| Alta       | Baja       | -7           | Temporal    | Regional   | +7           |
| Alta       | Media      | -8           | Media       | Regional   | +8           |
| Alta       | Alta       | -9           | Permanente  | Regional   | +9           |
| Muy Alta   | Alta       | -10          | Permanente  | Nacional   | +10          |

*Fuente: Adaptado de la guía para la elaboración de la matriz de Leopold*

Una vez se evalúa el impacto de cada actividad turística, teniendo en cuenta las tablas anteriores de magnitud e importancia para obtener el valor respectivo, se debe multiplicar el valor de la magnitud con la importancia de cada actividad e ir registrando el resultado.

Al ser calificadas todas las celdas relevantes, se hace una sumatoria algebraica de cada columna y fila para así poder registrar el resultado en la casilla de agregación de impactos.

Finalmente, y de acuerdo a la guía de elaboración de la matriz de Leopold, los valores de la agregación de impactos tanto para las acciones como para los componentes ambientales, socioculturales y económicos, el valor obtenido debe ser idéntico, representado por el valor de la celda inferior derecha de la matriz, esto indicará que la evaluación se realizó de forma adecuada. Si el signo de este valor es positivo, todo el proyecto para la etapa de análisis producirá un beneficio ambiental y para este caso de estudio, un beneficio sociocultural y económico. Si el signo es negativo, el proyecto será perjudicial, por lo cual deberán implementarse medidas de mitigación para las acciones que mayor impacto ambiental produzcan, estas serán las que tengan el más alto puntaje negativo en la agregación de impactos.

Adicionalmente para realizar el análisis de la matriz de Leopold, se debe calcular la media y la desviación estándar de la suma de las columnas y filas, los valores que estén más altos que una desviación estándar o de la media, son los impactos y/o actividades en donde se debe enfocar el plan de manejo.



### **2.6.3.2 Conceptualización de actividades turísticas**

En este apartado se presenta la conceptualización de las actividades turísticas que se identificaron en los recursos y/o atractivos turísticos que hacen parte del proyecto de Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez. Las definiciones son las establecidas en la Ley 2068 de 2020 de turismo, con la cual se modificó la Ley 300 de 1996 “Ley General de Turismo” y otras fuentes consultadas, entre las que se destacan, la política de turismo de naturaleza, la política de turismo sostenible y la política de turismo cultural.

#### **Ecoturismo**

El ecoturismo es un tipo de actividad turística especializada, desarrollada en ambientes naturales conservados, siendo la motivación esencial del visitante observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural con una actitud responsable para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural, los espacios naturales conservados y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema.

#### **Senderismo**

El senderismo es una práctica deportiva, que se realiza sobre senderos demarcados, señalizados y/o dotados con algunas adecuaciones mínimas para la seguridad y calidad de la visita. Se caracteriza por ser practicado por senderos ubicados en el medio natural; que buscan generar una conexión y sensibilización en las personas a través de elementos patrimoniales naturales y culturales presentes en el recorrido.

#### **Avistamiento de aves**

El avistamiento de aves según MinCIT (2017), es el conjunto de actividades con ánimo de lucro consistentes en facilitar a todo tipo de personas la observación de aves en zonas naturales como medio de esparcimiento o, a veces, de investigación y desarrollos científicos. Juega un papel importante en la conservación del medio ambiente porque encamina distintos esfuerzos humanos hacia la protección de los lugares y de cuanto está relacionado con las especies que los habitan.

#### **Observación de flora y fauna**

La observación de flora y fauna es una de las subactividades del turismo de naturaleza y consiste en la observación de las especies en su ecosistema natural. Esta actividad se presenta en la mayoría de recursos turísticos de naturaleza, especialmente aquellos que aún conservan bosques con vegetación nativa y páramos, los cuales generan un gran interés para los visitantes por su distintiva vegetación típica como el caso de los frailejones en el Páramo de Rabanal. De igual manera, la fauna es llamativa para nichos específicos de turistas que buscan especies endémicas y representativas, como lo son las ranas y las mariposas, entre otras.

#### **Bici turismo**

Según la RAPE (2019), el bici turismo es una práctica con fines recreativos y deportivos que contribuye con el medio ambiente y les permite a los deportistas y aficionados al ciclismo vivir una nueva experiencia turística por las zonas rurales del país.





### **Turismo de bienestar**

Según la OMT, define a este segmento como una actividad turística que genera beneficios al visitante y a equilibrar los ámbitos principales de la vida humana, entre ellos el físico, el mental, el emocional, el ocupacional, el intelectual y el espiritual mediante la realización de actividades relajantes y pasivas.

### **Turismo Rural**

El turismo rural es una modalidad de turismo sostenible en el que el visitante encuentra espacios conservados con objetivos de conservación establecidos para las áreas protegidas y para otras estrategias de conservación in situ que le permite integrarse en actividades para conocer y participar de sistemas productivos de la vida rural en donde prevalecen actividades agropecuarias y la silvicultura, costumbres, tradiciones y formas de vida tradicionales de las comunidades locales. En él participan familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos étnicos (indígenas, pueblos negros, raizales y palenqueros) así como otras organizaciones de tipo colectivo.<sup>2</sup>

Dentro de las actividades de turismo rural identificadas en la Provincia de Márquez, se resaltan los oficios y saberes relacionados a la artesanía, la gastronomía, la apicultura y agroturismo, éste último, entendido como un tipo de turismo especializado en el cual el turista se involucra con el campesino en las labores agrícolas.

### **Turismo cultural**

Es una actividad turística cuya motivación por parte de turistas y visitantes, es conocer, aprender y experimentar junto a las comunidades anfitrionas sus modos de vida y los saberes contenidos en ellas. Igualmente, al acercarse a las comunidades y sitios de interés cultural, el turista desea consumir los atractivos y/o productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. “Estos atractivos y/o productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones” (OMT, 2019, citado en MinCIT, 2021).

Estas actividades de turismo se manifiestan en la provincia de Márquez, a través del reconocimiento de la arquitectura propia de sus municipios, el recorrido por sus calles principales, las actividades religiosas que se congregan en los templos parroquiales, así como, en sitios de valor cultural ubicados en áreas rurales. Igualmente, las manifestaciones materiales e inmateriales, son transmitidas a través de los festivales y eventos que exaltan el valor patrimonial contenido en estas comunidades.

#### **2.6.3.3 Identificación de actividades turísticas vs recursos turísticos a intervenir**

Este apartado evidencia e identifica aquellas actividades turísticas que en la actualidad se realizan de manera general, en los atractivos y/o recursos identificados dentro del inventario turístico de cada uno de los nueve (9) municipios que hacen parte del proyecto de “Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez” y que han sido resaltados dentro de este informe, teniendo en cuenta las zonas

<sup>2</sup> Definición tomada de los lineamientos para la planificación y gestión del turismo de naturaleza en áreas protegidas públicas y otras estrategias de conservación in situ.



que requieren priorizar la gestión de residuos sólidos, planes de manejo ambiental, análisis de capacidad de carga o cualquier otra medida de mitigación.

Tabla 55 Relación de atractivos y/o recursos turísticos vs actividades turísticas identificadas

| MUNICIPIO     | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                                 | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|---------------|-------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|               |                                                                   | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|               |                                                                   | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
| BOYACÁ-BOYACÁ | Templo Parroquial Iglesia de los Santos Felipe y Martin de Porres |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|               | Lito Prehispánico                                                 |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|               | Casa de la Cultura                                                |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|               | Parque Principal                                                  |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|               | Casa Kokopeli                                                     |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|               | Santuario La Santísima Trinidad                                   | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|               | Vestigio Plantas Hidroeléctricas                                  | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|               | Casa Cural                                                        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|               | Monumento a la Virgen de Fátima en Rupaguata                      |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|               | Saberes del Fique y la Alpargata                                  |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|               | Fiesta de San Isidro Labrador                                     |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         | X                    |
|               | Festividad Aguinaldo Boyacense                                    |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|               | Semana Santa                                                      |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|               | Alto de San Pedro                                                 | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|               | Mesa Alta                                                         | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
| CIÉNEGA       | Basílica Menor Inmaculada Concepción                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|               | Ermita del Divino Niño                                            |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|               | Ermita de la Virgen del Carmen                                    |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|               | Piedra del Sol y de la Luna                                       | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|               | Quitapesares o los Jeroglíficos                                   | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|               | Santuario al Señor de los Imposibles                              | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |



| MUNICIPIO | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                                              | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|           |                                                                                | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|           |                                                                                | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|           | Enchapado de Piedra                                                            |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Tejeduría en Lana                                                              |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Esquile de Ovejas                                                              |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Elaboración de Lazos                                                           |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Elaboración de Juncos                                                          |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Festivales de la Piedra y la Labranza                                          |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Reinado de la Vaca y Festival Artesanal Demostrativo                           |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Semana Santa                                                                   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         | X                    |
|           | Cerro de San Vicente o de la Torre                                             | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Laguna La Calderona                                                            | X                      | X                    |                              | X                    |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Parque Natural El Cañal                                                        | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
| JENESANO  | Concurso de Cuento La Pera de Oro                                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Festival Gastronómico, Cultural y Artístico                                    |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Festival de Bota, Ruana y Sombrero                                             |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 | X           |                                               |           | X                    |
|           | Ferias y Fiestas en Honor a la Virgen del Buen Consejo                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|           | Casa de la Cultura                                                             |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Cementerio Municipal de Jenesano                                               |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|           | Parque Galería                                                                 |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|           | Parque Principal                                                               |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Templo Parroquial y Casa Cural de la Parroquia Nuestra Señora del Buen Consejo |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|           | Puente Colgante Los Recuerdos de Ella                                          | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Puente de los Novios o Puente del Amor                                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |



| MUNICIPIO   | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                                                             | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|-------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|             |                                                                                               | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|             |                                                                                               | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|             | Productos Elaborados en Gaita y Chusque                                                       |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Productos Elaborados en Fique                                                                 |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Quebrada Los Murciélagos                                                                      | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|             | Cascada la Chorrera                                                                           | X                      | X                    | X                            |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|             | Sendero Alto de Rodríguez                                                                     | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
| NUEVO COLÓN | Monumento a la Vendedora de Frutas                                                            |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|             | Parroquia Nuestra Señora de la Antigua                                                        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         | X                    |
|             | Parque Principal                                                                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Hacienda Sevilla                                                                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|             | Casa del Fundador/ Hacienda Aposentos                                                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|             | Capilla o Humilladero                                                                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|             | Tejidos en Lana de Oveja                                                                      |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Cestería en Chusque                                                                           |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Concurso Nacional de Música Campesina                                                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Tradicionales ferias y fiestas en Honor a Nuestra Señora de la Antigua Patrona de Nuevo Colón |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         | X                    |
|             | Feria Frutícola                                                                               |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Festival de la Ahuyama                                                                        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Concurso de Silletas Agrícolas                                                                |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Festival de Comparsas                                                                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Mercados Campesinos                                                                           |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|             | Sendero Ecoturístico Ojo de Agua                                                              | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Mirador La Mesalta                                                                            | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Sendero Siete Puertas                                                                         | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|             | Paisaje Frutícola                                                                             | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |



| MUNICIPIO               | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                    | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|-------------------------|------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|                         |                                                      | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|                         |                                                      | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|                         | Sendero Aula 10                                      | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|                         | Sendero Cañón de las Águilas                         | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           |                      |
|                         | Sendero Pico de águila                               | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           |                      |
|                         | Tour Nuevo Colón                                     |                        |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
| RAMIRÍQUÍ               | Capilla del Buen Consejo                             |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|                         | Capilla del Alto de la Cruz                          | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|                         | Capilla de los Tunos                                 | X                      |                      |                              |                      |             |                | X                |                 |             | X                                             |           |                      |
|                         | Parroquia Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|                         | Parque José Ignacio de Márquez                       |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|                         | Lito Tallado - Parque José Ignacio de Márquez        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           |                      |
|                         | Litos Tallados - carretera Tunja-Ramiriquí           |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           |                      |
|                         | Pictografías y Petroglifos-vereda Faravita,          |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           |                      |
|                         | Parque Ecológico OASIS el Endrinal                   |                        |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|                         | Museo Privado Casa del Balcón Rojo                   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           |                      |
|                         | Saberes de la Transformación del Fique               |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|                         | Fiesta de los Tunos (Sr de los Alabastros)           |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|                         | Festival Internacional del Maíz                      |                        |                      |                              |                      |             | X              | X                |                 |             |                                               | X         |                      |
|                         | Festival de Cometas Mercedes Gamba Duitama           |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|                         | Concurso de Declamación el Verso de Oro              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
| Cascada Agua Blanca     | X                                                    |                        |                      |                              | X                    |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
| Cueva de las Guacamayas | X                                                    | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
| TI                      | Festival Cultural y de la Arriería                   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |





| MUNICIPIO | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                                          | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|           |                                                                            | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|           |                                                                            | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
| ÚMBITA    | Concurso Nacional de Tractomulas y Fiestas en Honor a la Virgen del Carmen |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Artesanías en Paja Blanca                                                  |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Hacienda Baza                                                              | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Casa del Viejo                                                             | X                      |                      |                              |                      |             | X              | X                | X               | X           |                                               |           |                      |
|           | Hacienda el Molino                                                         |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Piedras de Bayeta                                                          | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Pinturas Rupestres Mombita                                                 |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Monumento al Arriero                                                       |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Fuente de Agua Histórica                                                   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Centro Histórico / ZCHA                                                    |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|           | Parque General Santander                                                   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|           | Palacio Municipal                                                          |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Templo San Laureano                                                        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|           | Capilla del Humilladero                                                    |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|           | Sendero Alto de la Laja                                                    | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Puente Colgante la Roca                                                    | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Loma Azul                                                                  | X                      | X                    | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Laguna del Pato                                                            | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Reserva Natural Rancho de Sabana                                           | X                      | X                    |                              |                      |             |                |                  | X               |             |                                               |           |                      |
|           | DRMI Cuchilla Mesalta                                                      | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Alto de la Virgen de Fátima                                                | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
| ÚMBITA    | Alto de la Piedra Que Responde                                             | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Capilla Santa Brígida – Pavas                                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|           | Hacienda de Sisa                                                           |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Hueco del Infierno                                                         | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Humedal Laguna Seca                                                        | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Parque Natural Guanachas                                                   | X                      | X                    | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |



| MUNICIPIO    | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                                                   | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|              |                                                                                     | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|              |                                                                                     | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|              | Parroquia Santa Brígida - Icabuco                                                   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|              | Piedra las Nueve Pilas                                                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|              | Parroquia de Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá                             |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|              | Puente y Campana Del Diablo                                                         | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|              | Saberes de Artesanía con Enea                                                       |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|              | Saberes de Tejeduría en Lana                                                        |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|              | Sendero Interpretativo Cerro de Castillejo                                          | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
| VENTAQUEMADA | Parque Principal de Ventaquemada                                                    |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|              | Templo Parroquial San Antonio de Padua                                              |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|              | Casa Cuartel General del Ejército Libertador                                        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|              | Parque Histórico de la Batalla de Boyacá                                            |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|              | Conjunto Monumentos del Parque Histórico de la Batalla de Boyacá - Puente de Boyacá |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|              | Ciclorama                                                                           |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|              | Monumento a Pedro Pascasio Martínez y el Negro José                                 | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|              | Estación del Ferrocarril Noreste Ventaquemada                                       | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|              | Estación del Ferrocarril Jorge Viejo                                                | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|              | Estación del Ferrocarril Albarracín                                                 | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             | X                                             | X         |                      |
|              | Camino Real                                                                         | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|              | Envueltos de Maíz y Mazorca                                                         |                        |                      |                              |                      |             |                | X                |                 |             |                                               |           |                      |
|              | Los Jutes de Maíz                                                                   |                        |                      |                              |                      |             |                | X                |                 |             |                                               |           |                      |
|              | Biomuseo de la Papa Nativa                                                          |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 | X           |                                               |           | X                    |



| MUNICIPIO | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                 | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|-----------|---------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|----------------------|
|           |                                                   | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |                      |
|           |                                                   | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|           | Saberes de Tejeduría en Lana de Oveja             |                        |                      |                              |                      |             | X              |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Mercado Campesino                                 |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Ferias y Fiestas Patronales                       |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Aguinaldo Ventaquemense y Reinado de la Papa      |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Festival de la Arepa                              |                        |                      |                              |                      |             |                | X                |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Semana Santa                                      |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|           | Festival y Reinado de la Tercera Edad y la Salud  |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Festival de Danza, Copla y Agrupaciones Musicales |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Fiesta de la Libertad                             |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Páramo de Rabanal                                 | X                      | X                    | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | El Santuario                                      | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Laguna Verde                                      | X                      | X                    | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Tres Cascadas                                     | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Cascada Agua Blanca                               | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Alto del Divino Niño                              | X                      |                      |                              |                      | X           |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|           | Alto de la Virgen                                 | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
| VIRACACHÁ | Cedro, Casa Cural y Parque                        |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           | X                    |
|           | Columna de los Indios                             |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Fuente Toscana                                    |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             | X                                             |           |                      |
|           | Parroquia Nuestra Señora de Chiquinquirá          |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |
|           | Piedra Respondona                                 | X                      |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |                      |
|           | Apicultura por un Día                             |                        |                      |                              |                      |             |                |                  | X               |             |                                               |           |                      |
|           | Aguinaldo Viracachense                            |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Festival Gastronómico y Cultural de Viracachá     |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           | X                    |
|           | Fiestas Patronales en Honor a Nuestra Señora de   |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               | X         |                      |



| MUNICIPIO | ATRATIVOS Y/O RECURSOS TURÍSTICOS                | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |
|-----------|--------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|----------------|------------------|-----------------|-------------|-----------------------------------------------|-----------|
|           |                                                  | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL  |                  |                 |             | TURISMO CULTURAL                              |           |
|           |                                                  | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | A.E. ARTESANÍA | A.E. GASTRONOMÍA | A.E. APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO, ARQUEOLÓGICO (DE OBSERVACIÓN) | RELIGIOSO |
|           | Chiquinquirá, San Antonio de Padua y Santa Lucía |                        |                      |                              |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |
|           | Los Baños de Rumá                                | X                      |                      | X                            |                      | X           |                |                  |                 |             |                                               |           |
|           | Cueva de los Murciélagos                         | X                      |                      | X                            |                      |             |                |                  |                 |             |                                               |           |

### 2.6.3.4 Impactos identificados

A continuación, se evidencian los impactos identificados en el medio ambiental (Medio Biótico y abiótico), económico y sociocultural de acuerdo a las actividades anteriormente mencionadas.

Tabla 56 Impactos identificados en el proyecto

| MEDIO                                                     | COMPONENTE  | ELEMENTO                                                                                  | IMPACTO                                                                 |
|-----------------------------------------------------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| AMBIENTAL                                                 | ATMOSFÉRICO | Alteración a la calidad del aire                                                          | Emisiones de gases efecto invernadero                                   |
|                                                           | HIDROLÓGICO | Alteración en la oferta y disponibilidad del recurso hídrico superficial                  | Cambio en el caudal o volumen de los cuerpos de agua                    |
|                                                           | SUELO       | Alteración a la calidad del suelo                                                         | Cambio en las características y propiedades físicas del suelo           |
|                                                           | COBERTURA   | Alteración a cobertura vegetal                                                            | Cambio en la extensión, forma y distribución.                           |
|                                                           | FLORA       | Alteración a las comunidades de flora                                                     | Cambio en la composición, estructura y función                          |
|                                                           |             |                                                                                           | Recuperación y protección de especies en vía de extinción               |
|                                                           | FAUNA       | Alteración a las comunidades de fauna                                                     | Cambio en la composición, estructura y función                          |
| Recuperación y protección de especies en vía de extinción |             |                                                                                           |                                                                         |
| ECONÓMICO                                                 | ESPACIAL    | Modificación de la accesibilidad, movilidad y conectividad local                          | Cambio en los tipos de movilidad                                        |
|                                                           |             | Modificación de la infraestructura física y social y de los servicios públicos y sociales | Agua para consumo humano y actividades económicas                       |
|                                                           |             |                                                                                           | Gestión de residuos líquidos y solidos                                  |
|                                                           |             |                                                                                           | Consumo de energía                                                      |
|                                                           | ECONOMÍA    | Modificación de las actividades económicas de la zona                                     | Cambio en la oferta de espacios para el disfrute y contemplación pasiva |
|                                                           |             |                                                                                           | Cambio en las actividades productivas                                   |
|                                                           |             | Modificación en la demanda de bienes y servicios                                          | Cambio en las características del mercado laboral/ generación de empleo |
| SOCIOCULTURAL                                             | CULTURAL    | Cambio en el uso del suelo                                                                | Mejoramiento de la calidad de vida de comunidad                         |
|                                                           |             | Alteración en la percepción visual del paisaje                                            | Modificación en el uso, acceso y disfrute del suelo                     |
|                                                           |             |                                                                                           | Alteración en la percepción visual del paisaje                          |





| MEDIO | COMPONENTE              | ELEMENTO                                         | IMPACTO                                                                       |
|-------|-------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
|       |                         | Desempeño social                                 | Preservación de saberes e Intercambio cultural                                |
|       |                         |                                                  | Promoción del patrimonio                                                      |
|       |                         |                                                  | Recuperación de costumbres y tradiciones culturales                           |
|       | POBLACIÓN A REASENTAR   | Población a reasentar                            | Relocalización involuntaria de unidades sociales, productivas o mixtas.       |
|       | DEMOGRÁFICO             | Cambio en las variables demográficas             | Cambio en la estructura demográfica y en su distribución espacial             |
|       | POLÍTICO ADMINISTRATIVO | Generación y/o alteración de conflictos sociales | Cambio en el acceso uso distribución y conservación de los recursos naturales |
|       |                         |                                                  | Cambio en la organización comunitaria                                         |
|       |                         |                                                  | Modificación de los mecanismos de participación                               |

*Fuente: Matriz de evaluación de impactos ambientales*

### 2.6.3.5 Evaluación de impactos

Una vez se determinaron las actividades e impactos del proyecto se procede a realizar la evaluación de los impactos de cada actividad como se muestra en la siguiente tabla:

*Tabla 57 Evaluación de impactos*



| IMPACTOS  |             |                                                                          |                                                               | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       |             |                                             |           |                      |
|-----------|-------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|--------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|-------------|---------------------------------------------|-----------|----------------------|
|           |             |                                                                          |                                                               | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL                        |                                        |                                       |             | TURISMO CULTURAL                            |           |                      |
| MEDIO     | COMPONENTE  | ELEMENTO                                                                 | IMPACTO                                                       | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES ARTESANÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES GASTRONOMÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO ARQUEOLÓGICO (DE BSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
| AMBIENTAL | ATMOSFÉRICO | Alteración a la calidad del aire                                         | Emisiones de gases efecto invernadero                         |                        |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       |             | X                                           | X         | X                    |
|           | HIDROLÓGICO | Alteración en la oferta y disponibilidad del recurso hídrico superficial | Cambio en el caudal o volumen de los cuerpos de agua          |                        |                      |                              |                      |             |                                      | X                                      |                                       | X           |                                             |           | X                    |
|           | SUELO       | Alteración a la calidad del suelo                                        | Cambio en las características y propiedades físicas del suelo | X                      |                      |                              |                      | X           |                                      |                                        |                                       | X           |                                             |           |                      |
|           | COBERTURA   | Alteración a cobertura vegetal                                           | Cambio en la extensión, forma y distribución.                 | X                      |                      |                              |                      | X           |                                      |                                        |                                       | X           |                                             |           |                      |
|           | FLORA       | Alteración a las comunidades de flora                                    | Cambio en la composición, estructura y función                | X                      |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       | X           |                                             |           |                      |
|           |             |                                                                          | Recuperación y protección de especies en vía de extinción     | X                      | X                    | X                            |                      |             |                                      | X                                      |                                       |             |                                             |           |                      |
|           | FAUNA       | Alteración a las comunidades de fauna                                    | Cambio en la composición, estructura y función                | X                      |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       |             |                                             |           |                      |



| IMPACTOS  |            |                                                                                           |                                                                         | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       |             |                                             |           |                      |
|-----------|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|--------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|-------------|---------------------------------------------|-----------|----------------------|
|           |            |                                                                                           |                                                                         | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL                        |                                        |                                       |             | TURISMO CULTURAL                            |           |                      |
| MEDIO     | COMPONENTE | ELEMENTO                                                                                  | IMPACTO                                                                 | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES ARTESANÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES GASTRONOMÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO ARQUEOLÓGICO (DE BSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|           |            |                                                                                           | Recuperación y protección de especies en vía de extinción               | X                      | X                    | X                            |                      |             |                                      |                                        | X                                     |             |                                             |           |                      |
| ECONÓMICO | ESPACIAL   | Modificación de la accesibilidad, movilidad y conectividad local                          | Cambio en los tipos de movilidad                                        |                        |                      |                              |                      | X           |                                      |                                        |                                       |             | X                                           | X         |                      |
|           |            | Modificación de la infraestructura física y social y de los servicios públicos y sociales | Agua para consumo humano y actividades económicas                       | X                      | X                    | X                            | X                    |             |                                      | X                                      |                                       | X           | X                                           | X         |                      |
|           |            |                                                                                           | Gestión de residuos líquidos y sólidos                                  | X                      | X                    | X                            | X                    | X           | X                                    | X                                      |                                       | X           | X                                           | X         | X                    |
|           |            |                                                                                           | Consumo de energía                                                      |                        |                      |                              | X                    |             |                                      | X                                      |                                       |             |                                             |           | X                    |
|           |            |                                                                                           | Cambio en la oferta de espacios para el disfrute y contemplación pasiva | X                      | X                    | X                            | X                    |             |                                      |                                        | X                                     |             | X                                           | X         |                      |
|           | ECONOMÍA   | Modificación de las actividades económicas de la zona                                     | Cambio en las actividades productivas                                   | X                      | X                    | X                            | X                    |             | X                                    | X                                      | X                                     | X           |                                             |           | X                    |
|           |            |                                                                                           | Cambio en las características del mercado laboral/ generación de empleo | X                      | X                    | X                            | X                    | X           | X                                    | X                                      | X                                     | X           | X                                           | X         | X                    |



| IMPACTOS       |                       |                                                  |                                                                         | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       |             |                                             |           |                      |
|----------------|-----------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|--------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|-------------|---------------------------------------------|-----------|----------------------|
|                |                       |                                                  |                                                                         | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL                        |                                        |                                       |             | TURISMO CULTURAL                            |           |                      |
| MEDIO          | COMPONENTE            | ELEMENTO                                         | IMPACTO                                                                 | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES ARTESANÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES GASTRONOMÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO ARQUEOLÓGICO (DE BSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|                |                       | Modificación en la demanda de bienes y servicios | Mejoramiento de la calidad de vida de comunidad                         | X                      | X                    | X                            | X                    |             | X                                    | X                                      | X                                     | X           | X                                           | X         | X                    |
| SOCIO-CULTURAL | CULTURAL              | Cambio en el uso del suelo                       | Modificación en el uso, acceso y disfrute del suelo                     | X                      | X                    | X                            | X                    |             |                                      |                                        | X                                     | X           | X                                           | X         |                      |
|                |                       | Alteración en la percepción visual del paisaje   | Cambio en la percepción de la calidad visual del paisaje                | X                      | X                    | X                            | X                    | X           |                                      |                                        |                                       | X           |                                             |           |                      |
|                |                       | Desempeño social                                 | Preservación de saberes e Intercambio cultural                          | X                      | X                    | X                            | X                    | X           | X                                    | X                                      | X                                     | X           | X                                           | X         | X                    |
|                |                       |                                                  | Promoción del patrimonio                                                | X                      |                      |                              | X                    | X           | X                                    | X                                      |                                       | X           | X                                           | X         | X                    |
|                |                       |                                                  | Recuperación de costumbres y tradiciones culturales                     | X                      |                      |                              | X                    | X           | X                                    | X                                      |                                       | X           | X                                           | X         | X                    |
|                | POBLACIÓN A REASENTAR | Población a reasentar                            | Relocalización involuntaria de unidades sociales, productivas o mixtas. | X                      |                      |                              |                      |             | X                                    | X                                      |                                       | X           |                                             |           | X                    |
|                | DEMOGRÁFICO           | Cambio en las variables demográficas             | Cambio en la estructura demográfica y en su distribución espacial       | X                      |                      |                              | X                    |             | X                                    | X                                      |                                       | X           | X                                           | X         | X                    |



| IMPACTOS |                         |                                                  |                                                                               | ACTIVIDADES TURÍSTICAS |                      |                              |                      |             |                                      |                                        |                                       |             |                                             |           |                      |
|----------|-------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|--------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------|-------------|---------------------------------------------|-----------|----------------------|
|          |                         |                                                  |                                                                               | ECOTURISMO             |                      |                              |                      |             | TURISMO RURAL                        |                                        |                                       |             | TURISMO CULTURAL                            |           |                      |
| MEDIO    | COMPONENTE              | ELEMENTO                                         | IMPACTO                                                                       | SENDERISMO             | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES ARTESANÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES GASTRONOMÍA | ACTIVIDADES EXPERIENCIALES APICULTURA | AGROTURISMO | ARQUITECTÓNICO ARQUEOLÓGICO (DE BSERVACIÓN) | RELIGIOSO | FESTIVALES Y EVENTOS |
|          | POLÍTICO ADMINISTRATIVO | Generación y/o alteración de conflictos sociales | Cambio en el acceso uso distribución y conservación de los recursos naturales | X                      |                      |                              | X                    |             |                                      | X                                      | X                                     | X           | X                                           | X         |                      |
|          |                         |                                                  | Cambio en la organización comunitaria                                         | X                      |                      |                              | X                    |             | X                                    | X                                      | X                                     | X           | X                                           | X         |                      |
|          |                         |                                                  | Modificación de los mecanismos de participación                               | X                      |                      |                              | X                    |             | X                                    | X                                      | X                                     | X           | X                                           | X         |                      |

Fuente: Adaptada de matriz de evaluación de impactos ambientales





Una vez realizada la evaluación de los impactos se realiza la valoración de la magnitud e importancia, continuando con la multiplicación de los mismos, como se puede observar en la siguiente tabla, (Matriz completa Anexo. 3: **Matriz de impactos ambientales, socioculturales y económicos, Documento Excel, ver en medio magnético- CD con anexos**)

Tabla 58 Valoración de impactos ambientales, actividades turísticas de ecoturismo

| MEDIO     | COMPONENTE  | ELEMENTO                                                                 | IMPACTO                                                       | ECOTURISMO |     |                      |     |                              |     |                      |     |             |     |
|-----------|-------------|--------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|------------|-----|----------------------|-----|------------------------------|-----|----------------------|-----|-------------|-----|
|           |             |                                                                          |                                                               | SENDERISMO |     | AVISTAMIENTO DE AVES |     | OBSERVACIÓN DE FLORA Y FAUNA |     | TURISMO DE BIENESTAR |     | BICITURISMO |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | MAG        | IMP | MAG                  | IMP | MAG                          | IMP | MAG                  | IMP | MAG         | IMP |
| AMBIENTAL | ATMOSFÉRICO | Alteración a la calidad del aire                                         | Emisiones de gases efecto invernadero                         |            |     |                      |     |                              |     |                      |     |             |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | 0          |     | 0                    |     | 0                            |     | 0                    |     | 0           |     |
|           | HIDROLÓGICO | Alteración en la oferta y disponibilidad del recurso hídrico superficial | Cambio en el caudal o volumen de los cuerpos de agua          |            |     |                      |     |                              |     |                      |     |             |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | 0          |     | 0                    |     | 0                            |     | 0                    |     | 0           |     |
|           | SUELO       | Alteración a la calidad del suelo                                        | Cambio en las características y propiedades físicas del suelo | -2         | 1   |                      |     |                              |     |                      |     | -4          | 1   |
|           |             |                                                                          |                                                               | -2         |     | 0                    |     | 0                            |     | 0                    |     | -4          |     |
|           | COBERTURA   | Alteración a la cobertura vegetal                                        | Cambio en la extensión, forma y distribución.                 | -5         | 5   |                      |     |                              |     |                      |     | -5          | 5   |
|           |             |                                                                          |                                                               | -25        |     | 0                    |     | 0                            |     | 0                    |     | -25         |     |
|           | FLORA       | Alteración a las comunidades de flora                                    | Cambio en la composición, estructura y función                | -3         | 1   |                      |     |                              |     |                      |     |             |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | -3         |     | 0                    |     | 0                            |     | 0                    |     | 0           |     |
|           |             |                                                                          | Recuperación y protección de especies en vía de extinción     | 6          | 5   | 6                    | 5   | 6                            | 8   |                      |     |             |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | 30         |     | 30                   |     | 48                           |     | 0                    |     | 0           |     |
|           | FAUNA       | Alteración a las comunidades de fauna                                    | Cambio en la composición, estructura y función                | -2         | 2   |                      |     |                              |     |                      |     |             |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | -4         |     | 0                    |     | 0                            |     | 0                    |     | 0           |     |
|           |             |                                                                          | Recuperación y protección de especies en vía de extinción     | 6          | 5   | 6                    | 8   | 6                            | 8   |                      |     |             |     |
|           |             |                                                                          |                                                               | 30         |     | 48                   |     | 48                           |     | 0                    |     | 0           |     |

Fuente: Adaptado de matriz de evaluación de impactos ambientales



Para obtener la matriz de resultados se procede a organizar la información y realizar los cálculos respectivos como se evidencia a continuación, para verificar la matriz completa ver en **Anexo. 3: Matriz de impactos ambientales, socioculturales y económicos (Documento Excel)**

Tabla 59 Resultados de valoración de impactos, actividades turísticas de ecoturismo

| MEDIO     | COMPONENTE  | ELEMENTO                                                                                  | IMPACTO                                                                 | ECOTURISMO |                      |                              |                      |             |
|-----------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|
|           |             |                                                                                           |                                                                         | SENDERISMO | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO |
|           |             |                                                                                           |                                                                         | R          | R                    | R                            | R                    | R           |
| AMBIENTAL | ATMOSFÉRICO | Alteración a la calidad del aire                                                          | Emisiones de gases efecto invernadero                                   | 0          | 0                    | 0                            | 0                    | 0           |
|           | HIDROLÓGICO | Alteración en la oferta y disponibilidad del recurso hídrico superficial                  | Cambio en el caudal o volumen de los cuerpos de agua                    | 0          | 0                    | 0                            | 0                    | 0           |
|           | SUELO       | Alteración a la calidad del suelo                                                         | Cambio en las características y propiedades físicas del suelo           | -2         | 0                    | 0                            | 0                    | -4          |
|           | COBERTURA   | Alteración a cobertura vegetal                                                            | Cambio en la extensión, forma y distribución.                           | -25        | 0                    | 0                            | 0                    | -25         |
|           | FLORA       | Alteración a las comunidades de flora                                                     | Cambio en la composición, estructura y función                          | -3         | 0                    | 0                            | 0                    | 0           |
|           |             |                                                                                           | Recuperación y protección de especies en vía de extinción               | 30         | 30                   | 48                           | 0                    | 0           |
|           | FAUNA       | Alteración a las comunidades de fauna                                                     | Cambio en la composición, estructura y función                          | -4         | 0                    | 0                            | 0                    | 0           |
|           |             |                                                                                           | Recuperación y protección de especies en vía de extinción               | 30         | 48                   | 48                           | 0                    | 0           |
| ECONÓMICO | ESPACIAL    | Modificación de la accesibilidad, movilidad y conectividad local                          | Cambio en los tipos de movilidad                                        | 0          | 0                    | 0                            | 0                    | 30          |
|           |             | Modificación de la infraestructura física y social y de los servicios públicos y sociales | Agua para consumo humano y actividades económicas                       | -4         | -4                   | -4                           | -25                  | 0           |
|           |             |                                                                                           | Gestión de residuos líquidos y sólidos                                  | -4         | -15                  | -15                          | -4                   | -4          |
|           |             |                                                                                           | Consumo de energía                                                      | 0          | 0                    | 0                            | -4                   | 0           |
|           |             |                                                                                           | Cambio en la oferta de espacios para el disfrute y contemplación pasiva | 25         | 36                   | 36                           | 20                   | 0           |



| MEDIO         | COMPONENTE              | ELEMENTO                                              | IMPACTO                                                                       | ECOTURISMO                                                              |                      |                              |                      |             |
|---------------|-------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|----------------------|------------------------------|----------------------|-------------|
|               |                         |                                                       |                                                                               | SENDERISMO                                                              | AVISTAMIENTO DE AVES | OBSERVACION DE FLORA Y FAUNA | TURISMO DE BIENESTAR | BICITURISMO |
|               |                         |                                                       |                                                                               | R                                                                       | R                    | R                            | R                    | R           |
|               | ECONOMÍA                | Modificación de las actividades económicas de la zona | Cambio en las actividades productivas                                         | 4                                                                       | 25                   | 25                           | 25                   | 0           |
|               |                         |                                                       | Cambio en las características del mercado laboral/ generación de empleo       | 15                                                                      | 30                   | 30                           | 15                   | 10          |
|               |                         |                                                       | Cambio en la oferta de espacios para el disfrute y contemplación pasiva       | 64                                                                      | 30                   | 30                           | 30                   | 0           |
| SOCIOCULTURAL | CULTURAL                | Cambio en el uso del suelo                            | Modificación en el uso, acceso y disfrute del suelo                           | 48                                                                      | 25                   | 25                           | 48                   | 0           |
|               |                         | Alteración en la percepción visual del paisaje        | Cambio en la percepción de la calidad visual del paisaje                      | 72                                                                      | 30                   | 48                           | 25                   | 25          |
|               |                         | Desempeño social                                      | Preservación de saberes e Intercambio cultural                                | 80                                                                      | 64                   | 64                           | 64                   | 40          |
|               |                         |                                                       | Promoción patrimonio cultural                                                 | 25                                                                      | 0                    | 0                            | 64                   | 48          |
|               |                         |                                                       | Recuperación de costumbres y tradiciones culturales                           | 25                                                                      | 0                    | 0                            | 42                   | 25          |
|               |                         | POBLACIÓN A REASENTAR                                 | Población a reasentar                                                         | Relocalización involuntaria de unidades sociales, productivas o mixtas. | 4                    | 0                            | 0                    | 0           |
|               | DEMOGRÁFICO             | Cambio en las variables demográficas                  | Cambio en la estructura demográfica y en su distribución espacial             | 25                                                                      | 0                    | 0                            | 25                   | 0           |
|               | POLÍTICO ADMINISTRATIVO | Generación y/o alteración de conflictos sociales      | Cambio en el acceso uso distribución y conservación de los recursos naturales | 72                                                                      | 0                    | 0                            | 72                   | 0           |
|               |                         |                                                       | Cambio en la organización comunitaria                                         | 48                                                                      | 0                    | 0                            | 48                   | 0           |
|               |                         |                                                       | Modificación de los mecanismos de participación                               | 25                                                                      | 0                    | 0                            | 25                   | 0           |
|               | Afectaciones +          |                                                       |                                                                               | 16                                                                      | 9                    | 9                            | 12                   | 6           |
|               | Afectaciones -          |                                                       |                                                                               | 6                                                                       | 2                    | 2                            | 3                    | 3           |
|               | Agregación de impactos  |                                                       |                                                                               | 550                                                                     | 299                  | 335                          | 470                  | 145         |

Fuente: Adaptado de matriz de evaluación de impactos ambientales

### 2.6.3.6 Resultados

Como se mencionó anteriormente y como se puede verificar en el **Anexo. 3: Matriz de impactos ambientales, socioculturales y económicos (Documento Excel, ver en medio magnético- CD con anexos)**, el valor del resultado de la suma de las columnas y las filas fue de **4585**, esto indica que el proyecto es viable teniendo en cuenta que es un valor positivo, finalmente para determinar en qué actividades se debe enfocar las medidas de manejo ambiental se calcula la media y la desviación estándar tanto para las filas como para las columnas de la casilla de agregación de impactos, los valores que estén más grandes que una desviación estándar o de la media, son los impactos/actividades en donde se debe enfocar las acciones de manejo ambiental.

A continuación, se presenta el cálculo de la media y la desviación estándar tanto de las columnas como de las filas de la matriz de resultados.

Tabla 60 Análisis estadístico de las columnas

| MEDIDA ESTADÍSTICA  | VALOR      |
|---------------------|------------|
| Media               | 382,083333 |
| Desviación Estándar | 136,059117 |
| Rango               | 428        |

Fuente: Matriz de evaluación de impactos ambientales

Los resultados de la agregación de impactos en las columnas fueron de (550), (299), (335), (470), (145), (458), (413), (513), (370), (448), (462), (122). Como podemos observar los impactos que están más allá de la media y de la desviación estándar son impactos positivos.

Tabla 61 Análisis estadístico de las filas

| MEDIDA ESTADÍSTICA  | VALOR      |
|---------------------|------------|
| Media               | 176,346154 |
| Desviación Estándar | 224,678783 |
| Rango               | 874        |

Fuente: Matriz de evaluación de impactos ambientales

Los resultados de la agregación de impactos en las filas fueron de (-29), (-54), (-36), (-80), (-33), (144), (-4), (130), (65), (-145), (-102), (-19), (192), (187), (249), (432), (354), (196), (729), (478), (445), (92), (180), (326), (464), (424),

Para el caso de las filas, la mayoría de los impactos que superan la media y la desviación estándar son positivos, sin embargo se evidencian impactos relacionados con las emisiones de gases efecto

invernadero, cambio en el caudal o volumen de los cuerpos de agua, cambio en las propiedades físicas del suelo, cambio en la extensión, forma y distribución de la cobertura, cambio en la composición estructura y función de la flora y de la fauna, agua para consumo humano y actividades económicas, gestión de residuos sólidos y líquidos y el consumo de energía, a continuación se presentan una serie de recomendaciones para las actividades que generan impacto negativo en la ejecución del proyecto.

#### 2.6.3.7 Recomendaciones y conclusiones

- ✓ Teniendo en cuenta que el impacto más negativo en el marco del proyecto a nivel general es el consumo de agua para todas las actividades que se desarrollan, se recomienda formular e implementar el programa de uso eficiente y ahorro de agua, de acuerdo a lo establecido en el decreto 1090 de junio de 2018 expedido por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- ✓ Para mitigar y compensar el impacto negativo a la cobertura vegetal y al suelo, se recomienda adoptar buenas prácticas agrícolas para las actividades correspondientes, incluyendo también la producción de abonos verdes y la reforestación como actividad principal, especialmente en las áreas que hacen parte de ecosistemas estratégicos y en las zonas de influencia de los senderos ecológicos y recursos turísticos como miradores naturales.
- ✓ Determinar y/o actualizar los estudios de capacidad de carga de los senderos ecológicos que hacen parte de los nueve (9) municipios del proyecto y generar protocolos de control y mantenimiento de éstos, con el fin de mitigar el impacto asociado a la cobertura vegetal, al suelo y la alteración de las comunidades de fauna y flora.
- ✓ Tener en cuenta el inventario de flora y fauna existente en cada municipio que hace parte de la provincia y del proyecto, y generar estrategias de conservación, con el fin de fortalecer su preservación, protección y mejoramiento de la calidad de su hábitat.
- ✓ Para la gestión adecuada de los residuos sólidos se recomienda revisar el plan de gestión integral PGIRS, de cada municipio para dar cumplimiento del mismo con las actividades que se enmarcan en el proyecto, así mismo dar cumplimiento a la Resolución No. 2184 de 2019, que expidió el Ministerio del Medio Ambiente, por la cual se establece el código de colores blanco, negro y verde, para la separación en la fuente, que empezó a regir a partir del año 2021.
  - ✓ Color Blanco: Residuos aprovechables como plástico, vidrio, metales, multicapa, papel y cartón
  - ✓ Color Negro: Residuos No aprovechables como servilletas, residuos higiénicos, papeles metalizados, contaminados con comida.
  - ✓ Color Verde: Residuos Orgánicos: Para depositar residuos orgánicos aprovechables como restos de comida y desechos agrícolas.
- ✓ Así mismo es importante fortalecer la sensibilización y capacitación a los habitantes y visitantes de cada municipio para la adecuada separación y disposición de residuos sólidos con el fin de impulsar el aprovechamiento de los mismos.



- ✓ Se requiere implementar programas de posconsumo de residuos en las zonas rurales de los municipios vinculados al proyecto, para que sus materiales sean aprovechados y no generen impactos a la salud y al ambiente.
- ✓ De igual manera, se recomienda implementar acciones para mitigar la acumulación de residuos sólidos en los senderos ecológicos y sitios naturales de interés turístico, donde se evidencia mayor contaminación, puntualmente en el Cerro de San Vicente, Laguna La Calderona, y Parque Natural El Cañal en el municipio de Ciénega; Sendero Interpretativo Cerro de Castillejo y Parque Natural Guanachas en el municipio de Úmbita; Laguna Verde y Páramo de Rabanal en el municipio de Ventaquemada.
- ✓ En el caso del consumo de energía, se recomienda impulsar el uso de energías limpias y la formulación de programas para reducir el consumo de energía, actividades como el uso de lámparas de bajo consumo o lámpara LED en las áreas comunes de los municipios que hacen parte del Proyecto (parques o plazas principales). Establecer campañas de consumo de ahorro y uso eficiente de la energía en sitios de interés turístico, ayudarán a reducir el consumo de energía considerablemente y así mismo la reducción de la huella de carbono.
- ✓ En relación a la actividad de festivales y eventos, esta actividad al generar gran afluencia de personas tiene un impacto especialmente en la generación de residuos, para este caso se recomienda instalar puntos ecológicos con la codificación de colores en puntos estratégicos donde se vayan a desarrollar las actividades, así mismo para fortalecer el aprovechamiento de residuos reciclables también se pueden instalar recipientes de fácil utilización para la disposición exclusiva de material reciclable como (envases plásticos, tapas, aluminio, entre otros), facilitando así la labor que realizan los recicladores de oficio, cabe mencionar nuevamente que la sensibilización de como separar los residuos adecuadamente es la base para que las actividades ya mencionadas se ejecuten de la mejor manera.
- ✓ Es necesario que para el desarrollo de las actividades en el marco del presente proyecto se tenga en cuenta la normatividad legal vigente iniciando por el decreto único reglamentario del sector ambiente y desarrollo sostenible decreto 1076 de 2015.
- ✓ Es pertinente la revisión de los Esquemas de Ordenamiento Territorial (EOT) y Planes de Ordenamiento Territorial (POT) según corresponda, con el fin de establecer las características de uso del suelo en el desarrollo de las actividades turísticas, ya que en algunos municipios de la Provincia está muy general, y se requiere precisar qué tipo de actividad turística se puede realizar de acuerdo a la zonificación establecida, atendiendo las directrices de los planes de manejo ambiental con jerarquía superior establecidos por la Corporación Autónoma Regional de Chivor - CORPOCHIVOR.

En general respecto al componente ambiental, se recomienda la implementación estratégica de campañas de educación ambiental para mitigar impactos negativos causados por las actividades turísticas, siendo el recurso natural, uno de los aspectos que mueve la atracción de turistas y visitantes que desean conocer y recorrer la Provincia de Márquez. Se debe promover, la organización y operación adecuada de los senderos ecológicos, la implementación y seguimiento a medidas de manejo ambiental, mejorar las condiciones de accesibilidad (entendida como las cualidades del lugar para atender visitantes con discapacidad y otras limitantes), la certificación de destino a través de la implementación de normas técnicas colombianas, la certeza de realizar recorridos en condiciones

seguras y la aplicación del plan atención de emergencias para turistas y visitantes. Dada la sensibilidad ecológica que representa la presencia masiva de personas en los senderos ecológicos y miradores naturales, se puntualiza en los riesgos ambientales, con el fin de establecer estrategias de prevención y protección hacia los entornos naturales y culturales, la vida de las especies de flora y fauna, minimizar las emisiones de gases efecto invernadero, reducción de la huella de carbono, protección de agua (calidad y seguridad), el manejo de aguas residuales, reducción de residuos sólidos, contaminación acústica y medios de transporte de bajo impacto.

Respecto a los impactos socioculturales y económicos generados por las actividades turísticas identificadas, a través de la aplicación de la matriz de impactos y la contribución por parte de personas de las comunidades y grupos de interés, se evidencia que son mayores los impactos positivos que generan las actividades turísticas desarrolladas actualmente en la Provincia de Márquez, lo cual permiten una recuperación de la cultura local y es altamente impactada de forma positiva, a su vez contribuyen a la reactivación económica y a la generación de nuevas tendencias de la actividad turística. Esto expresa que las actividades experienciales junto a la comunidad en relación a sus saberes y oficios, el senderismo, la observación de flora y fauna, entre otros, son actividades que contribuyen al crecimiento socioeconómico de los municipios de la provincia de Márquez.

No obstante, para que estos impactos sean potencializados, se requiere promover el aumento de la competitividad a través de oportunidades económicas desde el turismo para las comunidades locales y prestadores de servicios turísticos con estrategias en cuanto a la preservación de la cultura, sus saberes y sus modos de vida.

El desarrollo del producto turístico debe contar con la participación activa en la planificación del destino, a través del proceso de escucha de puntos de vista de todos los actores que hacen parte de la cadena de turismo, en cuanto a las aspiraciones, preocupaciones y satisfacciones con el modelo de gestión que se consolide. El desarrollo de nuevos emprendimientos plantea el impulso al fomento de negocios verdes en torno a la cadena del turismo para resaltar las ofertas locales e impulsar políticas de comercio justo.

En cuanto a la potencialización de los beneficios e impactos positivos de las actividades turísticas, se requiere promover la protección de los lugares con la gestión apropiada al visitante, con medidas de conservación de los bienes de interés cultural (con o sin declaratoria), entre los que se encuentran, las casas de cultura y los templos parroquiales, garantizando la protección del patrimonio cultural.

De igual manera, se debe generar procesos de interpretación del entorno turístico y el respeto por la propiedad intelectual que le compete a los colectivos y personas (caso específico; comunidades campesinas, sabedores, asociaciones, entre otros). La estrategia resalta en prevenir aspectos negativos como la excesiva dependencia de la actividad turística, la inflación como consecuencia del aumento de la demanda sobre la oferta establecida, la especulación, la informalidad laboral, la tensión social generada por los desacuerdos de pensamiento que produce la actividad turística en diferentes estratos sociales.

Por último, se recomienda diseñar una propuesta de capacitación para fortalecer las competencias individuales y colectivas orientadas a la operación de los sitios de interés, la cual involucra a los



MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

# Capítulo 3

DISEÑO PARTICIPATIVO DEL PRODUCTO  
TURÍSTICO DE MÁRQUEZ



EJECUTADO POR:

**FONTUR**   
COLOMBIA



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA



## CAPITULO 3

## 3.1 Conceptualización de producto turístico

La propuesta sobre la conceptualización de la experiencia que enmarca el producto turístico se ha construido desde varios aspectos que se han podido identificar a través de la teoría propia de diseño de productos turísticos, los diagnósticos realizados en etapas anteriores del proyecto y los talleres realizados con la comunidad de la provincia Márquez. En la primera parte del informe presenta una revisión básica sobre producto turístico y sus etapas, después encontramos la identificación del producto turístico potencial, una comparación de la oferta versus perfil de la demanda de la provincia y de cada municipio, y por último encontramos los componentes de cada tipología de turismo para ser evaluados en la matriz de producto turístico.

Hablar de producto turístico requiere una fundamentación desde aspectos teóricos como prácticos, para el caso de fijar bases conceptuales es necesario tener en cuenta que este proceso abarca 3 fases claramente definidas, como se evidencia en el siguiente gráfico, estas fases fueron propuestas en el manual de producto turístico elaborado en el marco del proyecto Destinos del Perú, en convenio con Mincetur y PromPerú, y ejecutada por Swisscontact, ellos desarrollaron un proceso metodológico para la planificación de productos turísticos en coordinación permanente con los gobiernos locales.

Gráfico 68 Fases del producto turístico



Fuente: UT Boyacá FC, 2022.

Cada fase requiere constantemente estar siendo validada, y en especial, previo al proceso de implementación es necesario definir quién será el encargado de gestionar y administrar la implementación y el proceso de mercadeo de dicho producto, esto se denomina para este caso comité o grupo para la gestión del producto turístico.

- La etapa de planificación: La planificación del producto turístico se inicia con cuatro pasos secuenciales que son:
  1. Análisis del destino.
  2. Conceptualización del producto turístico.
  3. Diseño del producto turístico.
  4. Plan de acción para el desarrollo del producto turístico.
- La etapa de implementación: consiste en la ejecución de las actividades establecidas en la etapa de planificación. Se trata de poner en práctica las acciones previamente concebidas, permitiendo que se le dé vida a lo planificado.
- La etapa de comercialización y marketing Se refiere a la promoción del producto turístico. Es el momento en que se pone al alcance del turista lo desarrollado en la etapa de implementación.

Además, durante todo el desarrollo del producto turístico, existen componentes transversales a los que hay que prestar atención:

- La validación se refiere a un proceso de revisión constante de los resultados de algunas acciones que requieren contar con un respaldo, dependiendo del caso, de la demanda o de los mismos gestores del producto.
- La participación del comité gestor tiene un rol importante en cada momento del proceso. Se trata una coalición de diversas organizaciones públicas y privadas, junto con otros actores, que busca el logro de objetivos comunes en función del desarrollo del producto turístico.

Aspectos para considerar en el desarrollo de productos turísticos se deben tener en cuenta aspectos básicos que ayudaran a no perder el rumbo de lo que se quiere lograr: *un producto turístico exitoso*.

- El crecimiento de un destino turístico depende de la calidad y diversidad de sus productos turísticos.
- Requiere un nivel de organización local y compromiso de los involucrados.
- El desarrollo de productos turísticos puede contribuir la inclusión de micro y pequeños emprendimientos, dinamizando así economías locales y viéndose reflejado en el bienestar a de las poblaciones receptoras.
- El turismo es una actividad que para su manejo requiere de herramientas que permitan un flujo eficiente de información y una toma de decisiones coherente y en permanente ajuste.
- Es importante promover un esquema ordenado de desarrollo del turismo que prevea los efectos nocivos de su crecimiento espontáneo, en el cual el producto turístico se entienda en



- su justa dimensión. La responsabilidad social de los diversos actores del turismo hoy es, más que nunca, muy necesaria.
- Conociendo la inestabilidad de las administraciones públicas regionales y locales, la débil organización empresarial, la inexistencia de políticas públicas regionales que favorezcan el desarrollo del turismo, es necesario presentar propuestas coherentes que busquen trascender los cambios de las dinámicas territoriales actuales.
- El desarrollo ordenado implica concebir al “destino”, para su manejo, como una empresa compleja al frente de la cual debe situarse un gerente que visiones todos los procesos y tenga la capacidad de liderazgo y convocatoria frente a los diversos agentes (estatales, empresariales, comunitarios). El gerente debe ser un estratega con plena claridad acerca de la composición y el funcionamiento de la cadena productiva del turismo en sus diversos niveles, que conozca de la dinámica del negocio turístico, que sepa manejar los conflictos que surgen de la interrelación de los actores (internos y externos), que tenga buen desempeño en lo local y en lo global, que dimensione el peso de los componentes directos e indirectos de la cadena y las sinergias que se deben establecer con otros sectores de la economía y de la sociedad.

Además, la OMT (2011) considera ciertas variables que pueden afectar al proceso de desarrollo de estos productos.

- El rol de los organismos públicos en el destino turístico
- Cambios en la demanda y percepción de los turistas con respecto al destino.
- Otros destinos considerados competencia
- La conectividad aérea y terrestre.

### 3.2 Análisis del destino: Provincia Márquez

Gráfico 69 Análisis del destino



La identificación de productos turísticos depende de las condiciones y oportunidades que existen en relación con la oferta y demanda turística. Esto significa que no necesariamente se deben diseñar nuevos productos turísticos, sino que en algunos casos se requiere reestructurar los existentes según los objetivos estratégicos del destino, así como criterios de sostenibilidad - competitividad y ajustarlos a requerimientos de la demanda.

El análisis del destino aborda los siguientes puntos:

- La dinámica y organización de la actividad turística.
- La calidad y proyección de la oferta turística.
- La comercialización de la oferta turística de acuerdo con sus mercados.
- Las alianzas entre actores y los posibles socios.

De acuerdo con el entregable “Diagnóstico contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad”, elaborado por la UT Boyacá FC, la dinámica y organización de la actividad turística en la provincia Márquez, parte de un análisis del departamento de Boyacá, la provincia Márquez y de cada uno de los municipios que hacen parte del proyecto.

Boyacá cuenta con atractivos paisajísticos llenos de tranquilidad, su cercanía a Bogotá hace que sea un lugar seleccionado por visitantes nacionales y extranjeros. En el transcurso del año, se pueden

encontrar toda clase de eventos deportivos, típicos, religiosos y de festividades populares que atraen a turistas según la actividad deseada.

En la página del Sistema de Información Turística de Boyacá<sup>3</sup> – Situr se evidencia la oferta turística del departamento organizado en 4 tipologías de turismo y subproductos, se incluyen los municipios de la provincia Márquez donde se puede realizar cada una de estas tipologías, como se evidencia en el gráfico 3

Gráfico 70 Fases del producto turístico



### Turismo de Naturaleza

Avistamiento de aves. (no incluyen municipios de la provincia).  
Bici turismo. Ruta del Maíz: Ramiriquí, Jenesano, Nuevo Colón, Tibaná, Viracachá y Ciénega.



### Turismo Cultural

Gastronomía y viñedos. *“Hace parte fundamental de la diversidad cultural del departamento, es uno de los atractivos más fuertes, ya que Boyacá ofrece una riquísima variedad de comidas típicas en los 123 municipios que posee.”*

Artesanía. Paja Blanca - Tibaná

Museos. No se incluyen municipios de la provincia.

Turismo Religioso. Turmequé. Festividades en honor a la Virgen del Rosario.

Monumentos históricos. Turmequé, Ventaquemada, Ramiriquí

Arqueología. Ramiriquí

Pueblos patrimonio. No se incluyen municipios de la provincia.



### Aventura

Aventura. Parapente, Ventaquemada.

Parques temáticos. Ramiriquí, Parque Ecológico Oasis El Endrinal.



### Salud y Bienestar

Termalismo y Spa. Aguas Termales de Úmbita.

Las actividades que se ofertan en la provincia Márquez en la página de Situr se encuentran en el mapa de oferta turística organizado por provincias. La provincia recibe su nombre en memoria a José Ignacio de Márquez, presidente de Colombia durante 1837 y 1841. Dentro de sus atractivos están los hermosos cultivos frutales, la Laguna La Calderona, senderos ecológicos, la gastronomía donde se destacan las típicas arepas de maíz, sitios históricos, bicirutas y una variedad de manifestaciones culturales organizadas por los diferentes municipios.

<sup>3</sup> Situr: <https://situr.boyaca.gov.co/#>

Gráfico 71 Mapa provincia Márquez



Fuente: Situr Boyacá

### 3.2.1. Delimitación del destino turístico

Consiste en definir el ámbito en el cual se piensa intervenir, pues no necesariamente se trabajará en todo el ámbito del destino. Presentarán mejores condiciones aquellos espacios que cuenten con los recursos turísticos inventariados, cuenten con un flujo turístico permanente y constituyan zonas de desarrollo turístico prioritario.

Las características que deben existir en el ámbito son:

Se relacionan los documentos que contienen la información detallada de cada una de estas características y que sirven de insumo para la conceptualización del producto turístico.

Servicios básicos: energía, agua, salud, telecomunicaciones, bancos, seguridad, etc. Documento “*Diagnóstico contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad*”. Contexto Social, paginas 24 - 27.

Atractivos: naturales, culturales, eventos programados, etc. “*Documento Informe Inventarios Boyacá, organizado por cada uno de los municipios que hacen parte del proyecto*”.

Actividades: prácticas a realizar en diferentes espacios como paseos de diversos tipos, deportes, cursos y talleres, observación de animales, plantas u objetos, visitas a monumentos y lugares especiales, etc. “*Talleres presenciales realizados con la comunidad*”.

Servicios directamente relacionados con la actividad turística: hospedajes, restaurantes, tiendas, servicios higiénicos, lugares para comer y acampar y otros.

Accesibilidad: sistemas de transporte (rutas, terminales, vehículos, etc.) que permitan el acceso en adecuadas condiciones de precio-valor. Documento *“Diagnóstico contexto económico, social, cultural, ambiental, político y de seguridad”*.

### 3.2.2. Análisis del mercado turístico y las inversiones

#### A. Análisis de la demanda turística

La comparación entre mercados demandantes y flujos turísticos es el punto neurálgico. La finalidad de este componente es identificar en los perfiles las cualidades, atributos y exigencias de los principales consumidores, tomando en consideración las cifras de arribos y movimientos internos de excursionistas, visitantes extranjeros y nacionales. De acuerdo con la dinámica particular de cada destino, la segmentación de su mercado puede resultar compleja. Sin embargo, se puede obtener información y detalles que permitirán diversificar y perfilar correctamente las propuestas. Esto ayudará a visualizar cuál es el mercado más prometedor y con posibilidades de consumo inmediatas.

- La información de la provincia Márquez se encuentra en el informe *“Diagnóstico análisis del mercado turístico y las inversiones en la provincia de Márquez”*. Página 10
- Perfil del turista está organizado por cada uno de los municipios informe *“Definición del perfil del turista, visitante y nicho de mercado”*.

#### B. Análisis de la oferta turística

Además de contar con información clave y concreta sobre la demanda, ésta se debe complementar con todos los factores que corresponden al sistema de la oferta turística: recursos y atractivos turísticos, planta turística, infraestructura turística, servicios básicos, actividades y proveedores turísticos locales; así como factores exógenos, pero de vinculación e incidencia directa a la actividad turística.

- La información está contenida en los informes de inventario turístico por cada uno de los municipios del proyecto.

#### C. Análisis de las inversiones (públicas y privadas)

Para el análisis de las inversiones se requiere identificar los proyectos de inversión general en la zona, diferenciándolos de aquellos relacionados al turismo. Posteriormente, dentro de este último grupo, reconocer los que son públicos y privados. Es poca la información segregada sobre las inversiones puntuales que se han hecho en la Provincia de Márquez, sin embargo, sí es posible identificar a las entidades y ciertos proyectos que han beneficiado puntualmente al sector. En la siguiente tabla se consigna la información encontrada para los últimos 5 años. Esta información la podemos encontrar en el informe *“Diagnóstico análisis del mercado turístico y las inversiones en la provincia de Márquez”*.



### 3.2.3. Análisis del contexto social, político y económico

El contexto social, político y económico (a nivel local, nacional o internacional), genera una serie de factores incontrollables que se encuentran dentro del proceso de globalización. El producto turístico puede llegar a ser afectado por las influencias de dichos factores. Los aspectos para considerar pueden ser de índole económica, política, cultural, demográfica, medio ambiental, tecnológica, entre otros. Si bien no se depende directamente de ellos, es necesario considerarlos y analizarlos, para identificar de qué manera afectan el producto o los productos turísticos. Todos los productos están expuestos a los cambios en dicho contexto. Algunos serán afectados positiva o negativamente.

A. Análisis FODA del destino turístico: La matriz FODA permite establecer un panorama lo más ajustado posible a la realidad, para identificar de manera precisa los aspectos positivos sobre los que puede construir y lo negativo a superar. La información se encuentra en el informe “Análisis DOFA”.

## 3.3. Conceptualización del producto turístico provincia Márquez

Gráfico 72 Conceptualización del producto turístico



La propuesta sobre la conceptualización de la experiencia que enmarca el producto turístico se ha construido desde varios aspectos que se han podido identificar a través de los diagnósticos y talleres realizados. El primero surgió desde uno de los talleres en los cuales se trabajó sobre la temática: ¿cuál es el turismo que queremos?, esta pregunta buscó identificar las perspectivas sobre cómo la comunidad quiere que se desarrolle el turismo.

Cómo se ha mencionado, la provincia de Márquez se encuentra dando los primeros pasos hacia el fortalecimiento de una actividad turística, por lo tanto, hasta el momento no es un destino posicionado en el departamento. Esto, más que una desventaja, desde el proyecto se plantea como una potencialidad, dado que esta circunstancia permite que la actividad surja como un proceso endógeno,

de planificación y articulación de actores, desde la cual se pueda controlar y mitigar los impactos negativos que el desarrollo de una actividad turística que no es planificada puede generar al territorio. Es decir, es la comunidad la que tiene la oportunidad de centrarse en el tipo de visitantes que se quiere visiten al territorio y decidir hasta qué punto está dispuesta a aceptar las transformaciones que devienen de la actividad turística.

Los siguientes son los aspectos que enmarcan los conceptos sobre el turismo que quiere la comunidad para la Provincia de Márquez:

- No masivo, queremos que nuestro territorio siga manteniéndose como un lugar de paz y tranquilidad y que este sea uno de los principales motivos de viaje de los visitantes y turistas.
- Un turismo especializado/segmentado, orientado a personas que valoren lo que la gente hace: artesanías, productos, cultura, que respete las tradiciones, por tanto, que sea un turismo responsable.
- Un turismo organizado que sea dinamizador de la economía local, queremos que las personas que visiten nuestra provincia consuman nuestros productos y servicios: restaurantes, hoteles, que utilicen el servicio de guianza o de recorridos con los operadores locales, que compren las artesanías y demás productos que se elaboran en el territorio.
- Queremos un turismo planificado, en donde se articulen los entes públicos y privados, de manera que se evite que llegue a territorio las problemáticas que puede desencadenar esta actividad como la gentrificación, contaminación, desabastecimiento de servicios públicos.
- Un turismo formalizado, que cumpla con los estándares y normatividad, con buenas prácticas de manera que podamos caracterizarnos por la seguridad y calidad de nuestros servicios.
- Queremos fomentar un turismo sostenible para la comunidad (económico, social y ambientalmente)
- Frente a las actividades que se proponen se pueden ofertar en el territorio se destacan las relacionadas con las festividades, las tradiciones (gastronomía, artesanía, agricultura, arquitectura, herencia prehispánica), el entorno natural (senderismo, aviturismo, bici turismo)

### **3.3.1 Identificación de productos turísticos potenciales**

Para la identificación de productos turísticos de la provincia, se organizó la información en las siguientes tablas, Sitios naturales, patrimonio material, patrimonio inmaterial y festividades y eventos, teniendo en cuenta los recursos turísticos que no superan los 70 puntos, los atractivos turísticos que superan los 70 puntos, los recursos y actividades turísticas mencionados en el taller número 1 de conceptualización de producto turístico y las tipologías de turismo potenciales para desarrollar.

Tabla 62 Sitios Naturales

| Sitios Naturales                  |                                         |                                    |                                                                                         |
|-----------------------------------|-----------------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Recurso Turístico                 | Atractivo turístico                     | Taller N°1                         | Tipologías de Turismo                                                                   |
| <b>Municipio de Boyacá-Boyacá</b> |                                         |                                    |                                                                                         |
| Meseta Alta (66)                  | Alto de San Pedro (72)                  | Senderismo por caminos ancestrales | Turismo de naturaleza (Senderismo y caminatas ancestrales)<br>Bici turismo y Aviturismo |
| <b>Municipio de Ciénega</b>       |                                         |                                    |                                                                                         |
|                                   | Cerro de San Vicente o de la Torre (70) |                                    |                                                                                         |
|                                   | Laguna la Calderona (77)                |                                    |                                                                                         |
|                                   | Parque Natural el Cañal (75)            |                                    |                                                                                         |
| <b>Municipio de Jenesano</b>      |                                         |                                    |                                                                                         |
| Quebrada Los Murciélagos (51)     | Sendero Alto de Rodríguez (79)          | Sendero del Aguacate               | Turismo Naturaleza                                                                      |
| Cascada La Chorrera (55)          |                                         | Alto de la Virgen                  | Aviturismo                                                                              |
|                                   |                                         | Sendero Ancestral la gruta         | Espeleología                                                                            |
|                                   |                                         | Sendero del Fique                  |                                                                                         |
|                                   |                                         | Quebrada la rosa                   |                                                                                         |
|                                   |                                         | Alto La Pera                       |                                                                                         |
| <b>Municipio de Nuevo Colón</b>   |                                         |                                    |                                                                                         |
| Sendero Aula 10 (68)              | Sendero Ecoturístico Ojo de Agua (73)   |                                    | Bici turismo                                                                            |
|                                   | Mirador La Mesalta (71)                 |                                    |                                                                                         |
|                                   | Sendero Siete Puertas (72)              |                                    |                                                                                         |
|                                   | Paisaje Frutícola (77)                  |                                    |                                                                                         |
|                                   | Sendero Cañón de las Águilas (71)       |                                    |                                                                                         |
|                                   | Sendero Pico de las Águilas (75)        |                                    |                                                                                         |
|                                   | Tour Nuevo Colón (76)                   |                                    |                                                                                         |
| <b>Municipio de Ramiriquí</b>     |                                         |                                    |                                                                                         |
| Cascada Agua Blanca (69)          |                                         | Alto de la Cruz                    | Ecoturismo                                                                              |
| Cueva de las Guacamayas (66)      |                                         | Parque ecológico Oasis el Endrinal | Turismo deportivo (Ciclismo, tejo, torneos de futbol)                                   |
|                                   |                                         | Recorridos Ciclisticos             |                                                                                         |
|                                   |                                         | Caminatas                          |                                                                                         |
|                                   |                                         | Encuentros deportivos              |                                                                                         |
|                                   |                                         | Avistamiento de aves               |                                                                                         |
| <b>Municipio de Tibaná</b>        |                                         |                                    |                                                                                         |
| DRMI Cuchilla Mesalta (68)        | Loma Azul (74)                          | Cascada Maranta                    | Ecoturismo – Turismo Naturaleza                                                         |
| Alto de la Virgen de Fátima (68)  | Laguna del Pato (75)                    | Mirador Mesalta                    | Aviturismo                                                                              |



| <b>Sitios Naturales</b>                         |                                          |                                      |                              |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|
| <b>Recurso Turístico</b>                        | <b>Atractivo turístico</b>               | <b>Taller N°1</b>                    | <b>Tipologías de Turismo</b> |
|                                                 | Reserva Natural<br>Rancho de Sabana (72) | Alto La Laja                         | Bici turismo                 |
|                                                 |                                          | Sendero del Oso                      |                              |
|                                                 |                                          | Puente Colgante La Roca              |                              |
|                                                 |                                          | Alto de Eucalipto                    |                              |
|                                                 |                                          | Monserate                            |                              |
|                                                 |                                          | Alto del Ruche                       |                              |
|                                                 |                                          | El Portachuelo                       |                              |
|                                                 |                                          | Avistamiento de aves                 |                              |
|                                                 |                                          | Bici turismo                         |                              |
| <b>Municipio de Úmbita</b>                      |                                          |                                      |                              |
| Puente y campana del diablo (46)                |                                          | Altos portachuelo, volador y pericos | Ecoturismo                   |
| Sendero interpretativo cerro el castillejo (61) |                                          | Cerro de la Virgen de la Inmaculada  |                              |
| Humedal laguna seca (65)                        |                                          | Hueco del Infierno                   |                              |
| Piedra de las nueve pilas (47)                  |                                          | Hueco del Volador                    |                              |
| Parque natural Guanachas (61)                   |                                          |                                      |                              |
| Alto de la piedra que responde (49)             |                                          |                                      |                              |
| <b>Municipio de Ventaquemada</b>                |                                          |                                      |                              |
| Páramo El Rabanal (63)                          | El Santuario (73)                        | Aguas calientes                      | Ecoturismo (caminatas),      |
| Tres Cascadas (69)                              | Laguna Verde (77)                        | Mirador de Nerita                    | Aviturismo                   |
| Cascada Agua Blanca (69)                        |                                          | Recorrido tumba de los gigantes      | Bici turismo                 |
| Alto Del Divino Niño (66)                       |                                          | Parapente                            | Turismo aventura             |
| Alto de la Virgen (53)                          |                                          |                                      |                              |
| <b>Municipio de Viracachá</b>                   |                                          |                                      |                              |
| Los Baños de Rumá (66)                          |                                          |                                      |                              |
| Cueva de los Murciélagos (63)                   |                                          |                                      |                              |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

- Inventario turístico: Sitios Naturales: total inventariados 38 en toda la provincia, 21 están clasificados como recurso turístico y 17 como atractivo turístico.
- Talleres presenciales y encuentros virtuales se identificaron 32 sitios y actividades que se pueden desarrollar en espacios naturales que se tendrán en cuenta para la evaluación de las tipologías de turismo relacionadas.

Total: 70

## Producto Potencial: Turismo de Naturaleza

Subproductos Potenciales:

- Ecoturismo
- Aviturismo
- Bici turismo
- Turismo de aventura

Tabla 63 Patrimonio Material

| Patrimonio Material                         |                                                                |                                  |                        |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------|
| Recurso Turístico                           | Atractivo turístico                                            | Taller N°1                       | Tipologías de Turismo  |
| <b>Municipio: Boyacá-Boyacá</b>             |                                                                |                                  |                        |
| Monumento Virgen de Fátima en Rupaguata(68) | Templo Parroquial de los Santos Felipe y Martin de Porres (76) | La Gruta                         | Turismo Cultural       |
|                                             | Lito Prehispánico (80)                                         | La Virgen del Topo de Pachaquirá | Turismo Religioso      |
|                                             | Casa de la Cultura (81)                                        |                                  | Turismo Histórico      |
|                                             | Parque Principal (73)                                          |                                  |                        |
|                                             | Casa Kokopeli (73)                                             |                                  |                        |
|                                             | Santuario La Trinidad (70)                                     |                                  |                        |
|                                             | Vestigio Planta Hidroeléctrica de Boyacá (76)                  |                                  |                        |
|                                             | Casa Cural (73)                                                |                                  |                        |
| <b>Municipio de Ciénega</b>                 |                                                                |                                  |                        |
| Ermita del Divino Niño (62)                 | Templo Parroquial María Inmaculada (82)                        |                                  |                        |
| Ermita de La Virgen del Carmen (63)         | Quitapesares o Los Jeroglíficos (75)                           |                                  |                        |
| Piedra del Sol y de La Luna (69)            | Santuario al Señor de los Imposibles (70)                      |                                  |                        |
| Antigua Casa De Los Vásquez (63)            | Monumento a La Diosa Sie (76)                                  |                                  |                        |
| <b>Municipio de Jenesano</b>                |                                                                |                                  |                        |
| Puente Colgante Los Recuerdos de Ella (69)  | Casa de la Cultura (73)                                        | Centro Histórico                 | Turismo Cultural       |
|                                             | Cementerio (70)                                                | Puente de los Recuerdos de Ella  | Turismo Arquitectónico |
|                                             | Parque Galería (Recreacional y Biosaludable (72)               |                                  |                        |
|                                             | Parque Principal (72)                                          |                                  |                        |
|                                             | Parroquia Nuestra Señora del buen Consejo (74)                 |                                  |                        |
|                                             | Puente de los novios o puente del amor (76)                    |                                  |                        |
| <b>Municipio de Nuevo Colón</b>             |                                                                |                                  |                        |
| Monumento a la vendedora de frutas (51)     | Parroquia Nuestra Señora de la Antigua (71)                    |                                  | Turismo cultural       |
| Parque Principal (67)                       |                                                                |                                  |                        |
| Hacienda Sevilla (49)                       |                                                                |                                  |                        |



|                                                    |                                                             |                           |                        |
|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------|------------------------|
| Hacienda Aposentos (69)                            |                                                             |                           |                        |
| Capilla o Humilladero (57)                         |                                                             |                           |                        |
| <b>Municipio de Ramiriquí</b>                      |                                                             |                           |                        |
| Capilla del Alto de la Cruz (66)                   | Capilla del Buen Consejo (70)                               | Plaza de mercado          | Turismo Cultural       |
| Lito Tallado - Parque José Ignacio de Márquez (54) | Capilla de los Tunos (70)                                   | Caserío de Fátima         | Turismo arqueológico   |
| Litos Tallados - carretera Tunja-Ramiriquí (61)    | Parroquia Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá (76)   | Cueva de la Guacamaya     |                        |
|                                                    | Parque José Ignacio de Márquez (79)                         | City Tour                 |                        |
|                                                    | Pictografías y Petroglifos (Cueva de los Jeroglíficos) (70) |                           |                        |
|                                                    | Parque Ecológico OASIS El Endrinal (76)                     |                           |                        |
|                                                    | Museo Privado Casa del Balcón Rojo (82)                     |                           |                        |
|                                                    | Estatua Mauricio Soler (76)                                 |                           |                        |
| <b>Municipio de Tibaná</b>                         |                                                             |                           |                        |
| Hacienda el Molino (63)                            | Hacienda Baza (87)                                          |                           | Turismo Cultural       |
| Pinturas Rupestres Mombita (67)                    | Casa del viejo (76)                                         |                           | Turismo Arquitectónico |
| Busto Gustavo Romero Hernández (56)                | Piedras de Bayeta (75)                                      |                           |                        |
| Fuente Histórica (67)                              | Monumento al Arriero (76)                                   |                           |                        |
| Centro Histórico / ZCHA (67)                       | Parque General Santander (70)                               |                           |                        |
| Capilla del Humilladero (65)                       | Palacio Municipal (73)                                      |                           |                        |
| Puente de la Roca (59)                             | Templo San Laureano (70)                                    |                           |                        |
|                                                    | Sendero Alto de la laja (72)                                |                           |                        |
| <b>Municipio de Úmbita</b>                         |                                                             |                           |                        |
| Hacienda de Sisa (57)                              | Parroquia Nuestra Sra del Rosario de Chiquinquirá (78)      | Piedra de las nueve pilas |                        |
| Parroquia Santa Brígida - Icabuco (66)             |                                                             | Parque cementerio         |                        |
| Capilla Santa Brígida – Pavas (63)                 |                                                             |                           |                        |
| <b>Municipio de Ventaquemada</b>                   |                                                             |                           |                        |
| Ruinas de La Venta (39)                            | Parque principal de Ventaquemada (76)                       | Alto de la Virgen         | Turismo histórico      |
| Estación del Ferrocarril Noreste Ventaquemada (55) | Templo Parroquial San Antonio de Padua (76)                 | La ruta de los ancestros  |                        |
| Estación del Ferrocarril Jorge Viejo (53)          | Casa - Cuartel General del Libertador (70)                  | Monumento Sagrado Corazón |                        |
| Estación del Ferrocarril Albarracín (53)           | Parque Histórico de La Batalla de Boyacá (78)               |                           |                        |
| Camino Real (61)                                   | Conjunto Monumentos del Parque Histórico de La Batalla      |                           |                        |



|                                 |                                                          |  |  |
|---------------------------------|----------------------------------------------------------|--|--|
|                                 | de Boyacá - Puente de Boyacá (73)                        |  |  |
|                                 | Ciclorama (85)                                           |  |  |
|                                 | Monumento a Pedro Pascasio Martínez y El Negro José (78) |  |  |
| <b>Municipio de Viracachá</b>   |                                                          |  |  |
| Cedro, Casa Cural y Parque (65) | Fuente Toscana (72)                                      |  |  |
| Columna de los Indios (46)      | Parroquia Nuestra Señora de Chiquinquirá (72)            |  |  |
| Cruz del Castigo (65)           |                                                          |  |  |
| Piedra Respondona (69)          |                                                          |  |  |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

3. Inventario turístico: Patrimonio material: total inventariados 78 en toda la provincia, 33 están clasificados como recurso turístico y 45 como atractivo turístico.
4. Talleres presenciales y encuentros virtuales se identificaron 14 sitios y actividades que se pueden desarrollar en espacios naturales que se tendrán en cuenta para la evaluación de las tipologías de turismo relacionadas.

Total de recursos / atractivos / actividades: 92

### Producto Potencial: Turismo Cultural

Subproductos Potenciales:

- Turismo Religioso
- Turismo Histórico
- Turismo Arquitectónico
- Turismo Arqueológico

Tabla 64 Patrimonio Inmaterial

| <b>Patrimonio Inmaterial</b>      |                                       |                      |                               |
|-----------------------------------|---------------------------------------|----------------------|-------------------------------|
| <b>Recurso Turístico</b>          | <b>Atractivo turístico</b>            | <b>Taller N°1</b>    | <b>Tipologías de turismo</b>  |
| <b>Municipio de Boyacá-Boyacá</b> |                                       |                      |                               |
|                                   | Saberes del fique y la alpargata (78) | Tejidos Boyka        | Turismo patrimonio inmaterial |
|                                   | Saberes Pan de la Huerta Chica (78)   | Mata de caucho       | Turismo Gastronómico          |
|                                   |                                       | La mogolla ombligona | Agroturismo                   |
| <b>Municipio de Ciénega</b>       |                                       |                      |                               |
| Esquile de Ovejas (63)            | Amasijos (77)                         |                      |                               |
| Elaboración de Lazos (58)         | Lácteos (80)                          |                      |                               |
| Elaboración de Juncos (63)        | Enchapado en Piedra (82)              |                      |                               |
|                                   | Tejeduría en Lana (78)                |                      |                               |
| <b>Municipio de Jenesano</b>      |                                       |                      |                               |
|                                   | Amasijos en harina de maíz (82)       |                      |                               |



|                                         |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                         | productos elaborados en gaita y chusque (82)                                                                          |                                 |                                                                                                                                         |
|                                         | Productos elaborados fique (82)                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| <b>Municipio de Nuevo Colón</b>         |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| Cestería en Chusque (67)                | Amasijos con harina de maíz (72)                                                                                      |                                 | Agroturismo (frutas)                                                                                                                    |
|                                         | Cocido Boyacense (72)                                                                                                 |                                 |                                                                                                                                         |
|                                         | Tejidos en Lana de Oveja (80)                                                                                         |                                 |                                                                                                                                         |
|                                         | Tejidos en dos agujas (70)                                                                                            |                                 |                                                                                                                                         |
| <b>Municipio de Ramiriquí</b>           |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
|                                         | Arepas de maíz (82)                                                                                                   | Artesanías en piedra            | Agro/turismo (parcela, experiencia de siembra, cosecha, visita a la granja, inventario de cultivos, productos, fincas, granjas, región) |
|                                         | Saberes de Cestería (Gaita) (82)                                                                                      | Artesanías en madera            | Turismo gastronómico                                                                                                                    |
|                                         | Saberes de Fique (82)                                                                                                 | Gastronomía                     |                                                                                                                                         |
|                                         |                                                                                                                       | Cocina tradicional              |                                                                                                                                         |
|                                         |                                                                                                                       | Granja de los conejos           |                                                                                                                                         |
|                                         |                                                                                                                       | Granja del artesano             |                                                                                                                                         |
| <b>Municipio de Tibaná</b>              |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
|                                         | Fritanga Tibanense (82)                                                                                               | Piquete Tibanense               | Turismo Gastronómico                                                                                                                    |
|                                         | Amasijos Tibanenses (82)                                                                                              | Talleres Gastronómicos          | Agroturismo                                                                                                                             |
|                                         | Artesanía en paja blanca (79)                                                                                         | Talleres artesanales            | Turismo Rural                                                                                                                           |
|                                         |                                                                                                                       | Mute                            | Turismo Artesanal                                                                                                                       |
|                                         |                                                                                                                       | Talleres agroturismo            |                                                                                                                                         |
|                                         |                                                                                                                       | Apicultura                      |                                                                                                                                         |
| <b>Municipio de Úmbita</b>              |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| Saberes de artesanías con Enea (51)     | Saberes en elaboración de amasijos (71)                                                                               | Sabores ancestrales             | Agroturismo                                                                                                                             |
| Saberes de tejeduría en Lana (44)       |                                                                                                                       |                                 | Turismo Gastronómico                                                                                                                    |
| <b>Municipio de Ventaquemada</b>        |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| Cocido Boyacense (66)                   | La arepa (76)                                                                                                         | Talleres de gastronomía         | Turismo Gastronómico                                                                                                                    |
| Cuchuco con espinazo (60)               | Envueltos de maíz y mazorca (74)                                                                                      | Recorridos de frutales (uchuva) | Agroturismo                                                                                                                             |
| Bebidas de maíz - chicha y guarapo (66) | Gallina y pescuezo relleno (70)                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| Jutes de maíz (48)                      | Biomuseo de la papa (76)                                                                                              |                                 |                                                                                                                                         |
| Saberes Tejeduría en lana de Oveja (54) |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| Mercado tradicional (62)                |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| <b>Municipio de Viracachá</b>           |                                                                                                                       |                                 |                                                                                                                                         |
| Artesano en madera (60)                 | Apicultura por un día – Chiraviras (70)                                                                               |                                 |                                                                                                                                         |
| Jutes de mazorca (66)                   | Oficios: Agricultura, Ganadería, Horticultura, Tomate de Guiso, Piscicultura, Cunicultura, Champiñones y Lácteos (70) |                                 |                                                                                                                                         |

|                                                                                             |  |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| Tallerista en Tejidos en Hilo Croché y Lana (Bolsos, Figuras, Personajes, Entre Otros) (63) |  |  |  |
| Telar de Ruanas (65)                                                                        |  |  |  |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

- Inventario turístico: Patrimonio inmaterial: total inventariados 42 en toda la provincia, 16 están clasificados como recurso turístico y 26 como atractivo turístico.
- Talleres presenciales y encuentros virtuales se identificaron 18 actividades y/ productos que se pueden elaborar en espacios naturales que se tendrán en cuenta para la evaluación de las tipologías de turismo relacionadas.

Total de recursos / atractivos / actividades / productos: 60

### Producto Potencial: Turismo Cultural

Subproductos Potenciales:

- Turismo Gastronómico
- Turismo Artesanal
- Agroturismo

Tabla 65 Festividades y eventos

| Festividades y Eventos                                    |                                                                                                    |                   |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Recurso Turístico                                         | Atractivo turístico                                                                                | Taller N°1        |
| <b>Municipio de Boyacá-Boyacá</b>                         |                                                                                                    |                   |
| Fiesta de San Isidro Labrador (62)                        | Aguinaldo boyacense (74)                                                                           | Fiesta San Felipe |
| Semana santa (66)                                         |                                                                                                    |                   |
| <b>Municipio de Ciénega</b>                               |                                                                                                    |                   |
| Reinado de la vaca y festival artesanal demostrativo (66) | Festival de la piedra y la labranza (72)                                                           |                   |
| Semana Santa (61)                                         |                                                                                                    |                   |
| <b>Municipio de Jenesano</b>                              |                                                                                                    |                   |
|                                                           | Concurso de cuento la pera de oro (72)                                                             | Festival de Tunas |
|                                                           | Festival Gastronómico, cultural y artístico (82)                                                   |                   |
|                                                           | Festival de bota ruana y sombrero (71)                                                             |                   |
|                                                           | Ferias y fiestas en honor a La Virgen del Buen Consejo (82)                                        |                   |
| <b>Municipio de Nuevo Colón</b>                           |                                                                                                    |                   |
| Feria Frutícola (64)                                      | Concurso Nacional de música campesina (75)                                                         |                   |
| Festival de Comparsas (69)                                | Tradicionales ferias y fiestas en Honor a Nuestra Señora de la Antigua Patrona de Nuevo Colón (75) |                   |
|                                                           | Festival de la Ahuyama (70)                                                                        |                   |

|                                                       |                                                                                                       |                                             |
|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
|                                                       | Concurso de silletas agrícolas (80)                                                                   |                                             |
|                                                       | Mercados Campesinos y artesanales Chiriví (70)                                                        |                                             |
| <b>Municipio de Ramiriquí</b>                         |                                                                                                       |                                             |
| Fiesta de los Tunos (Sr de los Alabastros) (62)       | Festival internacional del Maíz (88)                                                                  | Iluminación Navideña                        |
| Festival de cometas (61)                              | Concurso de declamación el verso de oro (88)                                                          | Ferias Agroindustriales                     |
|                                                       |                                                                                                       | Semana Santa                                |
|                                                       |                                                                                                       | Fiestas Patronales San Isidro y Divino Niño |
| <b>Municipio de Tibaná</b>                            |                                                                                                       |                                             |
|                                                       | Festival Cultural y de la Arriería (77)                                                               |                                             |
|                                                       | Concurso Nacional de Tractomulas y fiestas en honor a la virgen del Carmen (77)                       |                                             |
| <b>Municipio de Úmbita</b>                            |                                                                                                       |                                             |
| <b>Municipio de Ventaquemada</b>                      |                                                                                                       |                                             |
| Festival y reinado de la tercera edad y la salud (69) | Ferias y fiestas patronales (72)                                                                      |                                             |
| Fiesta de la Libertad (61)                            | Aguinaldo ventaquemense y reinado de la papa (71)                                                     |                                             |
|                                                       | Festival de la arepa (82)                                                                             |                                             |
|                                                       | Celebración de Semana Santa (76)                                                                      |                                             |
|                                                       | Festival de danza, copla y agrupaciones musicales (82)                                                |                                             |
| <b>Municipio de Viracachá</b>                         |                                                                                                       |                                             |
| Aguinaldo Viracachense (66)                           | Fiestas Patronales en Honor a Nuestra Señora de Chiquinquirá, San Antonio de Padua y Santa Lucía (76) |                                             |
| Festival Gastronómico y Cultural de Viracachá (66)    |                                                                                                       |                                             |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

- Inventario turístico: Patrimonio Festividades y Eventos: total inventariados 33 en toda la provincia, 12 están clasificados como recurso turístico y 21 como atractivo turístico.
- Talleres presenciales y encuentros virtuales se identificaron 6 festividades y eventos que se pueden elaborar en espacios naturales que se tendrán en cuenta para la evaluación de las tipologías de turismo relacionadas.

Total de festividades y eventos: 39

### Producto Potencial: Turismo Cultural

Subproductos Potenciales:

- Turismo Festividades y Eventos

Los productos turísticos potenciales deben ser identificados siempre en función al mercado turístico, es decir, deben estar dirigidos a un público específico, considerando sus intereses de viaje, características de edad, ejes temáticos de preferencia y también deben considerar los aspectos



determinantes de la oferta (nivel de calidad en el servicio, nivel de calidad y estética en la infraestructura).

En el siguiente grafico se observa el total de tipologías productos y subproductos que se pueden desarrollar en la provincia de Márquez de acuerdo a los recursos y atractivos turísticos.

Gráfico 73 Productos y subproductos potenciales Provincia Márquez



A continuación, se muestran dos matrices de comparación entre producto y perfil de demanda, la primera corresponde al perfil de la provincia y la segunda de acuerdo con cada municipio. Este ejercicio busca identificar el potencial que tiene cada producto de acuerdo con el perfil del turista en la provincia Márquez.

La información del perfil de demanda se tomó del informe “Definición del perfil del turista, visitante y nicho de mercado” realizado por la UT Boyacá FC

| Matriz comparación entre producto y perfil del turista provincia Márquez |        |          |         |             |
|--------------------------------------------------------------------------|--------|----------|---------|-------------|
| Producto                                                                 | Perfil | Familias | Parejas | Deportistas |
| Ecoturismo                                                               |        |          | X       |             |
| Bici turismo                                                             |        |          |         | X           |
| Aviturismo                                                               |        |          |         |             |
| Turismo de aventura                                                      |        |          |         |             |
| Turismo Religioso                                                        |        | X        | X       |             |
| Turismo Histórico                                                        |        | X        | X       |             |

| Matriz comparación entre producto y perfil del turista provincia Márquez |          |         |             |
|--------------------------------------------------------------------------|----------|---------|-------------|
| Producto / Perfil                                                        | Familias | Parejas | Deportistas |
| Turismo Arquitectónico                                                   | X        | X       |             |
| Turismo Arqueológico                                                     |          |         |             |
| Turismo Gastronómico                                                     | X        | X       |             |
| Turismo Artesanal                                                        | X        | X       |             |
| Agroturismo                                                              | X        | X       |             |
| Turismo Festividades y Eventos                                           | X        | X       |             |

Fuente: UT Boyacá FC, 2022

Los productos turísticos potenciales de acuerdo con el perfil del turista familias y parejas son en primera instancia turismo religioso, turismo histórico, turismo arquitectónico, gastronómico, artesanal, agroturismo, festividades y eventos, en segunda instancia perfil parejas: el ecoturismo o turismo de naturaleza y en tercer instancia perfil deportistas: bici turismo.

Tabla 66 Matriz comparación entre producto y motivaciones de visita a cada municipio

| Matriz comparación entre producto y motivaciones de visita a cada municipio |               |         |          |             |           |        |        |           |           |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|---------|----------|-------------|-----------|--------|--------|-----------|-----------|
| Producto Municipio                                                          | Boyacá-Boyacá | Ciénega | Jenesano | Nuevo Colón | Ramiriquí | Tibaná | Úmbita | V/quemada | Viracachá |
| Ecoturismo                                                                  |               | X       | X        | X           | X         | X      | X      | X         | X         |
| Bici turismo                                                                |               |         |          |             | X         |        |        |           | X         |
| Aviturismo                                                                  |               |         |          |             |           |        |        |           |           |
| Turismo de aventura                                                         |               |         |          |             |           |        |        |           |           |
| Turismo Religioso                                                           | X             | X       | X        |             | X         | X      | X      | X         |           |
| Turismo Histórico                                                           |               |         |          |             |           |        |        |           |           |
| Turismo Arquitectónico                                                      |               |         |          |             |           |        |        |           |           |
| Turismo Arqueológico                                                        |               |         |          |             |           |        |        |           |           |
| Turismo Gastronómico                                                        | X             | X       | X        |             | X         | X      |        | X         | X         |
| Turismo Artesanal                                                           | X             | X       |          |             | X         | X      |        | X         | X         |
| Agroturismo                                                                 | X             | X       | X        |             | X         | X      |        | X         | X         |
| Turismo Festividades y Eventos / Deportivos                                 | X             | X       | X        | X           | X         | X      | X      | X         |           |

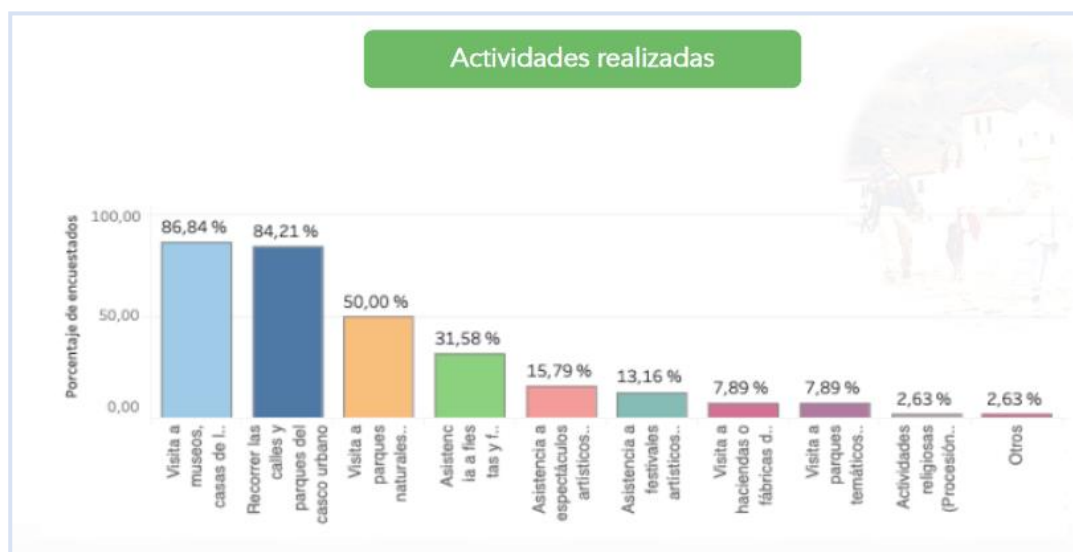
Fuente: UT Boyacá FC, 2022

Los productos turísticos potenciales de acuerdo con el perfil del turista por municipio, está motivado principalmente por el ecoturismo o turismo de naturaleza, turismo gastronómico, artesanal, agroturismo, festividades y eventos, también está el bici turismo priorizado en dos municipios.

Así mismo, en relación con los datos analizados por las encuestas aplicadas a PST, visitantes y grupos de interés en el informe “Definición del perfil del turista, visitante y nicho de mercado”, comparado

con las cifras obtenidas por SITUR y PIT de Ventaquemada, el perfil potencial que visita el departamento, lo hace motivado por aspectos culturales, mayor al 80% de los visitantes encuestados, el 50% sitios naturales y el 31% asistencia a eventos, como lo muestra la siguiente ilustración:

Gráfico 74 Actividades de motivación Situr – Pit Ventaquemada



Fuente: SITUR, 2019

De acuerdo con los tres análisis, la provincia Márquez cuenta con una demanda potencial que da soporte al producto turístico que se priorice, ya que existe una sincronía entre lo que se ofrece y lo que la demanda está buscando.

### 3.4. Identificación de las condiciones necesarias

Identificación de las condiciones necesarias (infraestructura, servicio y cumplimiento de normatividad) que debería tener el producto para poder operar de la forma ideal o esperada, se deben detallar los requerimientos mínimos y acciones necesarias para que el producto turístico propuesto sea consumido en un mínimo nivel de calidad y adecuación. Las acciones detalladas pueden ser específicas o transversales, ello depende de su interrelación. Cuando se piensa en productos turísticos se debe definir el grado mínimo de exigencia para el cumplimiento de condiciones.

La herramienta diseñada es la Matriz de evaluación del producto turístico de acuerdo con los productos turísticos potenciales, la cual se dio a conocer a cada uno de los participantes del proceso mediante encuentros virtuales por municipio, donde se ajustaron las condiciones de acuerdo con la definición de cada tipología, Normas técnicas, manuales aplicación para uso turístico y de buenas prácticas, políticas nacionales, estrategias del gobierno nacional y departamental.

A continuación, se hace una descripción de cada una de las tipologías de turismo potenciales para diseñar el producto turístico de la provincia Márquez y se incluye la matriz de evaluación para esta tipología:

### 3.4.1. Producto Turismo de Naturaleza

- Subproducto Potencial de acuerdo con la demanda: Ecoturismo

Definición: El ecoturismo es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema. (tomado de: Definiciones de turismo de la OMT - [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858) )

#### Documentos de apoyo para identificar los componentes:

- Ley 2068 de 2020: La presente ley tiene por objeto fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector.

*Art. 3 definiciones numeral 6 Ecoturismo. El ecoturismo es un tipo de actividad turística especializada, desarrollada en ambientes naturales conservados, siendo la motivación esencial del visitante observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la adversidad biológica y cultural con una actitud responsable para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural, los espacios naturales conservados y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema.*

*Art.4. Capacidad de carga. Es la intensidad de uso turístico por afluencia de personas en un periodo de tiempo, más allá de la cual el aprovechamiento de un atractivo turístico es insostenible o perjudicial para la calidad medioambiental, el patrimonio natural y cultural de dicho atractivo. Esta noción supone el establecimiento de límites máximos de uso, los cuales estarán determinados por los siguientes factores:*

- 4.1. Disponibilidad de recurso hídrico para la comunidad receptora y la actividad turística.
- 4.2. Disponibilidad de servicios públicos esenciales para la comunidad receptora y la actividad turística.
- 4.3. Riesgo de impactos ambientales.
- 4.4. Riesgo de impactos sociales y económicos.
- 4.5. Necesidad de preservación y protección del atractivo turístico.

4.6. *Búsqueda de satisfacción de los visitantes.*

4.7. *Infraestructura y planta turística con capacidad para soportar de manera sostenible el límite máximo de visitantes.*

*La capacidad de carga será fijada por la autoridad correspondiente, según el tipo de atractivo turístico y conforme a los lineamientos establecidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.*

*Capítulo III ARTÍCULO 25. Punto de control turístico. Con el fin de promover el cumplimiento de las capacidades de carga o límites establecidos para la protección de los atractivos turísticos, autorícese a los concejos municipales, distritales y, excepcionalmente, las asambleas departamentales para que establezcan un punto de control turístico, de acuerdo con el reglamento que para este efecto expida el respectivo concejo municipal. El punto de control turístico se podrá fijar en los accesos a los sitios y atractivos turísticos que determine el concejo municipal, distrital y, excepcionalmente, la asamblea departamental, previo concepto favorable emitido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Ministerio de Hacienda y Crédito Público. La tarifa que establezca el concejo municipal, distrital y, excepcionalmente, la asamblea departamental, para el punto de control turístico será proporcional y admitirá criterios distributivos, por ejemplo, tarifas diferenciales que, en todo caso, no podrán superar el equivalente a dos salarios mínimos legales diarios, y se aplicará a los turistas y excursionistas que ingresen al sitio y/o atractivo turístico. Los recursos que se obtengan por concepto del punto de control turístico formarán parte del presupuesto de rentas y gastos del municipio y se destinarán exclusivamente a mejorar, adecuar, mantener, conservar o salvaguardar los atractivos turísticos del municipio, así como al funcionamiento del punto de control turístico con miras a su sostenibilidad.*

*Título III artículo 16. Fomento del ecoturismo. El Gobierno nacional, implementará planes y programas orientados al fomento y desarrollo del turismo ecológico o ecoturismo en sus territorios, de conformidad a geográfica y diversidad de sus territorios.*

La política de turismo sostenible “Unidos por la Naturaleza” tiene como objetivo posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local. Para tal fin, esta política adopta una visión a largo plazo del sector, que se materializa en un plan estratégico al año 2030, el cual busca armonizar los objetivos de desarrollo económico y socio-cultural del turismo, con la necesidad de proteger el capital natural que hace de nuestro país un destino atractivo para un alto volumen de turistas y que es una de sus principales fuentes de riqueza y de generación de equidad. Documentos de apoyo: documento técnico de la política de turismo sostenible “Unidos por la Naturaleza” y Matriz del plan estratégico – Política de turismo sostenible. (Tomado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>).

Política para el Desarrollo del Ecoturismo: el ecoturismo ha adquirido gran importancia en el contexto internacional en las últimas décadas. Algunos países del continente americano, entre ellos Colombia,



Costa Rica y Brasil, se han posicionado como destinos ecoturísticos. Junto con el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio de Turismo, presenta esta política como una propuesta interinstitucional que busca fortalecer y diversificar la actividad ecoturística, de tal manera que las regiones del país puedan ofrecer productos competitivos, sostenibles ambiental, social, económica y culturalmente, que deriven beneficios para la comunidad receptora y la integren de manera productiva en su prestación de servicios turísticos. (Tomado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>).

Política de infraestructura: el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha venido trabajando en la formulación de la “Política de infraestructura turística”, que tiene como objetivo fortalecer los procesos de formulación, planeación, gestión, evaluación y seguimiento de proyectos para el desarrollo sostenible de una infraestructura turística que responda, de manera coherente, con las necesidades de los territorios y poblaciones locales, propendiendo por la articulación eficiente con otras instituciones que fomentan infraestructura estratégica para el país. (Tomado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>). Documentos de apoyo: matriz del plan de acción - Política de infraestructura turística. <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-infraestructura-turistica/matriz-plan-de-accion-politica-de-infraestructura.aspx>

#### Componentes Matriz Evaluación Turismo de Naturaleza:

##### Condiciones de Infraestructura:

- Señalización orientación, seguridad, informativa e interpretativa
- Infraestructura ecoturística (puentes, barandas, kioscos)
- Accesos atractivos turísticos
- Sendero demarcado
- Miradores
- Seguridad al visitante
- Estado de conservación de los recursos
- Estado de las vías acceso al atractivo
- Inventario de Flora
- Inventario de Fauna
- Estudios geomorfológicos

##### Condiciones de Servicio: Servicios de salud

- Alojamiento especializado en naturaleza
- Restaurantes / Alimentos y Bebidas
- Agencia de viajes operadora
- Guía de turismo
- Guía de turismo con experiencia en turismo de naturaleza
- Transporte especial
- Guion turístico / interpretativo
- Incluido en paquetes turísticos / Rutas turísticas

- Publicidad / marca / página web / redes
- Comunidad local incluida
- Punto Información Turística
- Punto control turístico
- Sostenibilidad del atractivo (económica)
- Bilingüismo
- Manejo de residuos
- Equipo y/o materiales para desarrollar la actividad
- Souvenir
- Encuesta de satisfacción
- Administración del sendero

#### Cumplimiento Normatividad

- Capacidad de Carga turística
- Plan de manejo ambiental
- Plan de Ordenamiento Ecoturístico
- Monitoreo de impactos
- Aplicación de buenas prácticas ambientales
- Certificación ambiental
- Permiso ambiental
- Área protegida declarada
- Código de conducta del destino
- Campañas ambientales
- Programas de educación ambiental
- Programa de mantenimiento
- Planes de contingencias para emergencias
- Reglamento de uso
- Ficha técnica del sendero
- Manejo y control dentro del cuatrienio. (inversiones que se han hecho del sendero)
- Restauración del ecosistema - plan, programa

**Matriz Evaluación Turismo de Naturaleza:** Se evalúan cada uno de los atractivos, recursos y actividades turísticas identificadas en cada uno de los municipios de la provincia Márquez, y que corresponden a esta categoría, en total 70.

Se evalúa de 1 a 3\_cada uno de los componentes, donde 1 no cumple, 2 cumple parcialmente y 3 cumple totalmente, se utiliza la técnica de semaforización, rojo, amarillo y verde. En cada una de las matrices por cada tipología, se tuvieron en cuenta la evaluación de los inventarios turísticos y los aportes de los diferentes actores.

Gráfico 75 Matriz de producto Turismo de Naturaleza

[illegible]

### 3.4.2 Producto Turismo Cultural Material e Inmaterial

- Subproducto Potencial de acuerdo con la demanda: Turismo religioso, turismo gastronómico, turismo artesanal y agroturismo.

**Definición:** El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. (tomado de: Definiciones de turismo de la OMT - [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858) ).

Dentro del producto Turismo cultural se incluye el subproducto Turismo gastronómico que por su gran motivación para visitar la provincia también se incluye dentro de las características para evaluar en la matriz de patrimonio cultural, se tiene en cuenta su definición, los documentos de apoyo para su revisión y análisis para incluir las características de este subproducto, teniendo en cuenta que se une con el subproducto agroturismo.

**Definición:** El turismo gastronómico es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (tomado de: Definiciones de turismo de la OMT - [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858)).

#### Documentos de apoyo para identificar los componentes:

- Política de turismo cultural “Colombia destino turístico, cultural, creativo y sostenible”: el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través de su Viceministerio de Turismo, ha dado cumplimiento a los compromisos establecidos en el Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 “Pacto por Colombia, Pacto por la Equidad”, el Plan Sectorial de Turismo “Turismo: un propósito que nos une (2018-2022) y el Pacto por el Crecimiento y la Generación de Empleo en el Sector Turismo (2019), liderando la actualización de la presente política pública de turismo cultural para Colombia, teniendo en cuenta las dinámicas actuales de sinergias del sector cultural y turístico, a partir de un trabajo articulado con el Ministerio de Cultura. Esta política pretende mejorar las condiciones de sostenibilidad y competitividad del turismo cultural y creativo en Colombia, propiciando la vinculación, inclusión y participación de las comunidades locales en su desarrollo; fortaleciendo la preservación, valoración y gestión responsable del patrimonio, de los activos culturales del país; impulsando la integración efectiva de las cadenas de valor de las industrias turísticas, culturales, artísticas y creativas; de manera que se eleve el posicionamiento y

reconocimiento de Colombia como destino líder en esta tipología, así como contribuya a la garantía y protección de los derechos económicos, ambientales, sociales y culturales. (Tomado de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>).

- Turismo cultural oportunidad para desestacionalizar el turismo, 2021: presentación generada por Procolombia se encuentra la definición de turismo cultural, patrimonio cultural, perfil del turista cultural, productos y subproductos donde se incluye el agroturismo dentro de esta tipología, se encuentran los segmentos y nichos de mercados, sostenibilidad del turismo cultural y marketing del turismo cultural.
- Estrategia para el posicionamiento de la gastronomía colombiana como producto turístico. (2019-2022) La estrategia Colombia a la Mesa busca el reconocimiento y apropiación de la oferta y la vinculación de la gastronomía colombiana con los productos, atractivos, planes y paquetes turísticos, el fortalecimiento empresarial, la unión de fuerzas y recursos de los actores públicos y privados para el desarrollo del producto turístico gastronómico, promover e incentivar la investigación en gastronomía y por último desarrollar acciones de promoción nacional e internacional del país como destino gastronómico. Contiene diferentes programas nuestras cocinas, nuestra identidad, una experiencia gastronómica, con potencial turístico, Colombia, un viaje de sabores, gastronomía productiva, todos a la mesa, Colombia, sí sabe y bienvenidos comensales.
- Lineamientos del Concurso el Pueblo más lindo de Boyacá: El concurso ‘Los Pueblos más Lindos de Boyacá’, nace como una iniciativa del gobierno departamental, para apoyar a los municipios en la ardua tarea de conformar destinos turísticos únicos, que reflejen la esencia boyacense y transmitan esos arraigados valores de nuestra gente. Nuestras comunidades están llenas de saberes y costumbres, que deben ser reconocidos, valorados y conservados; a través de colores, pinturas, esculturas o cualquier representación artística, podemos evidenciarlos y hacer de ellos, atractivos turísticos imperdibles. La naturaleza, también ha sido generosa con Boyacá y nos ha regalado espléndidos paisajes, que nos llenan de orgullo, que son fuente de vida, hogar de innumerables especies y que pueden ser recorridos para experimentar paz y armonía. Objetivo: Estimular y promover los valores de identidad, sentido de pertenencia y común unión de nuestros pueblos, fundamentado en la protección y conservación de los recursos naturales, culturales y turísticos, destacados por el concurso “Los Pueblos más Lindos de Boyacá”, como proceso para la reflexión, el fortalecimiento y la sostenibilidad.
- Objetivos Específicos:
  - Identificar y presentar el territorio integral bajo su riqueza natural y cultural “Paisaje Cultural”.
  - Motivar y estimular el mejoramiento, embellecimiento, caracterización, homogenización, ornato y orden de los municipios boyacenses.



- Reafirmar la identidad de los pueblos a través de la aplicación de valores sociales, culturales y tradicionales.
  - Reconocer los municipios con potencial turístico, concebido como la armonía entre el cuidado de los atractivos, el buen servicio de los establecimientos, la amabilidad de la gente y la gestión que se realiza para fortalecer y mejorar el desarrollo turístico competitivo y sostenible.
  - Promover la participación comunitaria para hallar iconos de identidad que generen sentido de pertenencia, preservación de valores ancestrales y conservación del patrimonio, como elemento diferenciador de los pueblos.
  - Ampliar la oferta turística y cultural a partir de la valoración integral del territorio, identificando la vocación de sus pobladores, su historia, costumbres, tradiciones y en general todos los elementos propios de su identidad.
  - Diseñar la ruta “Los Pueblos más Lindos de Boyacá” y fortalecer la promoción turística del departamento.
- Requerimientos semaforización de restaurantes, estrategia de la secretaria de salud departamental “Póngale color a su paladar”: “La semaforización consiste en colocar un sello en un lugar visible del restaurante, que les permita a los consumidores identificar las condiciones en las que se están ofreciendo los alimentos, de acuerdo con los resultados de la inspección y vigilancia que ejerce la Sectorial Salud, y a la vez los convierte en veedores sanitarios que pueden informar sobre las condiciones del lugar”, mencionó el Secretario de Salud.

Para tal fin, el equipo integral de la Dimensión de Seguridad Alimentaria y Nutricional visita los restaurantes y verifica las condiciones de pisos y paredes; techos, iluminación y ventilación; instalaciones sanitarias, equipos y utensilios; superficies de contacto con el alimento; reconocimiento médico; prácticas higiénicas, educación y capacitación, control de materias primas e insumos, manejo de temperaturas, condiciones de almacenamiento, suministro y calidad de agua potable, residuos líquidos y sólidos, control integral de plagas, limpieza y desinfección de áreas y soportes documentales de saneamiento, entre otros.

Una vez hecho el procedimiento generan el acta de inspección sanitaria, con el porcentaje de cumplimiento de cada restaurante y, los que hayan cumplido de 90 a 100% tendrán el sello verde; del 80 al 89.9% sello amarillo, es decir que tiene algunos aspectos por mejorar y finalmente, del 60 al 79.9%, el sello naranja, que requieren de acciones inmediatas para evitar un riesgo a la salud.

#### Componentes Matriz Evaluación Turismo Cultural:

Condiciones de Infraestructura:

- Parqueaderos
- Estado de conservación de los recursos patrimoniales

- Señalización bienes patrimoniales
- Manejo de residuos
- Baños públicos
- Embellecimiento del municipio / Atractivo (limpieza del lugar)
- Accesibilidad para personas con movilidad reducida
- Ventilación, Iluminación de los bienes patrimoniales
- Señalización salidas de emergencia
- Servicios bancarios, corresponsales bancarios
- Estaciones de servicio
- Estado de las vías
- Movilidad centro urbano
- Servicios de salud
- Facilidades de acceso al lugar
- Mobiliario urbano / mobiliario atractivo
- Fachada y letrero
- Zona verde del atractivo
- Señalización vial

#### Condiciones de servicio

- Alojamiento
- Transporte turístico
- Transporte Público (taxi, Buses)
- Restaurantes con platos típicos y establecimientos gastronómicos (semaforización secretaria de salud)
- Guías de turismo
- Agencia de Viajes de operadoras/oficina de representación
- Disponibilidad de horarios para la entrada a los atractivos
- Servicios de información turística e interpretación del patrimonio
- Punto de Información Turística
- Mapa turístico, guía, folleto, página web, redes sociales, ruedas de negocio y eventos de turismo
- Servicio de venta de artesanías
- Guiones interpretativos
- Talleres Artesanales, gastronómicos, artísticos
- Agenda cultural en el bien patrimonial
- Estrategia de apropiación social del patrimonio
- Galería de arte, escuelas de música, danza, poesía, letras, pintura, teatro, oficios, entre otros
- Evidencia de capacitación, talleres demostrativos, asociaciones y emprendimientos sobre artesanías propias de la región.



#### Cumplimiento de la Normatividad

- Aplicación de medidas de protección
- Declaratorias como bien de interés cultural - BIC y/o otras declaratorias municipales, departamentales, ministerio de cultura)
- Campañas de protección del bien patrimonial
- Campaña cultura turística
- Decreto municipal de mejoramiento de fachadas
- Protocolos de seguridad y evacuación en eventos masivos
- Plan de emergencia y contingencia

**Matriz Evaluación Turismo Cultural:** Se evalúan cada uno de los atractivos, recursos y actividades turísticas identificadas en cada uno de los municipios de la provincia Márquez, y que corresponden a esta categoría, en total 92, se organizan en dos categorías centro urbano y templo parroquial y en el caso de Ventaquemada una categoría para el parque histórico.

Se evalúa de 1 a 3\_cada uno de los componentes, donde 1 no cumple, 2 cumple parcialmente y 3 cumple totalmente, se utiliza la técnica de semaforización, rojo, amarillo y verde.



MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

Gráfico 76 Matriz de producto Turismo Cultura

|  MINISTERIO DE COMERCIO,<br>INDUSTRIA Y TURISMO                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                              | Matriz Evaluación Producto Turimo Cultural                                                                                                   |                                |                                                      |                                   |                    |                |                                                                 |                                                    |                                                       |                                                       |                                               |                        |                    |                                     |                    |                                          |          |                         |                   |            |                               |                                  |                                |                  |                                                                   |                                                             |                                                                    |                                |                                                           |                                 |                         |                                                 |                                             |                                                 |                                                                                                  |                                     |                                                                                                                               |                                             |                           |                                               |                                                         |                                   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------|--------------------|-------------------------------------|--------------------|------------------------------------------|----------|-------------------------|-------------------|------------|-------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------|---|
| Pueblos como producto turístico: está compuesto por tradiciones, parques principales, artesanía, historia, templos parroquiales, casonas resultado de la época colonial y republicana, sus gentes y en especial la tranquilidad y la seguridad que inspiran al recorrer sus calles. |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                              |                                |                                                      |                                   |                    |                |                                                                 |                                                    |                                                       |                                                       |                                               |                        |                    |                                     |                    |                                          |          |                         |                   |            |                               |                                  |                                |                  |                                                                   |                                                             |                                                                    |                                |                                                           |                                 |                         |                                                 |                                             |                                                 |                                                                                                  |                                     |                                                                                                                               |                                             |                           |                                               |                                                         |                                   |   |
| PRODUCTO<br>PÚBLICO OBJETIVO                                                                                                                                                                                                                                                        | MUNICIPIO                                                                                                                                                                                    | Recursos / Atractivos turísticos /<br>Actividades / Experiencias                                                                             | CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA |                                                      |                                   |                    |                |                                                                 |                                                    |                                                       |                                                       |                                               |                        |                    |                                     |                    |                                          |          | CONDICIONES DE SERVICIO |                   |            |                               |                                  |                                |                  |                                                                   |                                                             |                                                                    | NORMATIVIDAD                   |                                                           |                                 |                         |                                                 |                                             |                                                 |                                                                                                  |                                     |                                                                                                                               |                                             |                           |                                               |                                                         |                                   |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                              | Parqueaderos                   | Estado de conservación de los recursos patrimoniales | Señalización bienes patrimoniales | Manejo de residuos | Baños públicos | Embelllecimiento del municipio / Atractivo (limpieza del lugar) | Accesibilidad para personas con movilidad reducida | Ventilación e iluminación de los bienes patrimoniales | Señalización salidas emergencias bienes patrimoniales | Servicios bancarios, corresponsales bancarios | Estaciones de servicio | Estado de las vías | Movilidad centro urbano / atractivo | Servicios de salud | Mobiliario urbano / mobiliario atractivo | Fachadas | Zonas verdes            | Señalización vial | Allogrismo | Transporte Especial (turismo) | Transporte Público (taxi, buses) | Establecimientos gastronómicos | Guías de turismo | Agencia de Viajes Operadora / Oficina de representación turística | Disponibilidad de horarios para la entrada a los atractivos | servicios de información turística e interpretación del patrimonio | Punto de información Turística | Mega turístico, guía, folleto, página web, redes sociales | Servicio de venta de artesanías | Guiones interpretativos | Talleres Artesanales, gastronómicos, artísticos | Agenda cultural en los bienes patrimoniales | Estrategia de apropiación social del patrimonio | Galería de arte, escuelas de música, danza, poesía, letra, pintura, teatro, oficios, entre otros | Aplicación de medidas de protección | Declaratorias como bien de interés cultural - BC, y/o otras declaratorias municipales, departamentales, ministerio de cultura | Campañas de protección del bien patrimonial | Campaña cultura turística | Decreto municipal de mejoramiento de fachadas | Protocolos de seguridad y evaluación en eventos masivos | Plan de emergencia y contingencia |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                              |                                |                                                      |                                   |                    |                |                                                                 |                                                    |                                                       |                                                       |                                               |                        |                    |                                     |                    |                                          |          |                         |                   |            |                               |                                  |                                |                  |                                                                   |                                                             |                                                                    |                                |                                                           |                                 |                         |                                                 |                                             |                                                 |                                                                                                  |                                     |                                                                                                                               |                                             |                           |                                               |                                                         |                                   |   |
| Boyacá                                                                                                                                                                                                                                                                              | Parque Principal, Casa de la Cultura, Casa Kokopelli, Casa Rural, Lito Prehispánico, Murales                                                                                                 | 2                                                                                                                                            | 3                              | 2                                                    | 2                                 | 2                  | 3              | 3                                                               | 2                                                  | 1                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 1                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 1                       | 2                 | 1          | 1                             | 2                                | 2                              | 1                | 2                                                                 | 1                                                           | 1                                                                  | 2                              | 3                                                         | 1                               | 2                       | 1                                               | 2                                           | 2                                               | 1                                                                                                | 1                                   | 1                                                                                                                             | 1                                           | 1                         | 1                                             |                                                         |                                   |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              | Templo Parroquial de los Santos Felipe y Martín de Porras                                                                                    | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 3                                                               | 3                                                  | 3                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 1                                   | 2                  | 2                                        | 3        | 3                       | 1                 | 2          | 1                             | 1                                | 2                              | 2                | 1                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 2                                                         | 3                               | 2                       | 1                                               | 1                                           | 2                                               | 2                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 2                                             | 2                                                       |                                   |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Ciénega                                                                                                                                                                                      | Parque Principal, centro urbano, Monumento a la Diosa Sie                                                                                    | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 2                                                               | 3                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 3        | 3                       | 2                 | 1          | 1                             | 2                                | 2                              | 2                | 1                                                                 | 3                                                           | 1                                                                  | 3                              | 2                                                         | 1                               | 1                       | 3                                               | 2                                           | 1                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 1                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       |                                   |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              | Templo Parroquial María Inmaculada Felipe y Martín de Porras                                                                                 | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 3                  | 2              | 3                                                               | 3                                                  | 3                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 3        | 3                       | 2                 | 1          | 1                             | 2                                | 2                              | 2                | 1                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 3                                                         | 1                               | 1                       | 3                                               | 2                                           | 3                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 2                                                                                                                             | 3                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       | 2                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Jenesano                                                                                                                                                                                     | Santuario al Señor de los Imposibles                                                                                                         | 1                              | 2                                                    | 2                                 | 2                  | 3              | 2                                                               | 1                                                  | 3                                                     | 1                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 3        | 3                       | 1                 | 1          | 1                             | 1                                | 3                              | 2                | 1                                                                 | 3                                                           | 2                                                                  | 1                              | 2                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 2                                           | 2                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 2                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 | 1 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              | Parque Principal, Centro histórico, Casa de la Cultura, Parque Galería (Recreacional y Biosaludable), Puente de los novios o puente del amor | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 3                  | 2              | 3                                                               | 2                                                  | 3                                                     | 1                                                     | 2                                             | 2                      | 3                  | 3                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 3                       | 2                 | 3          | 1                             | 3                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 2                                                           | 2                                                                  | 1                              | 3                                                         | 3                               | 2                       | 3                                               | 3                                           | 3                                               | 3                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 3                                           | 2                         | 3                                             | 2                                                       | 2                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Nuevo Colón                                                                                                                                                                                  | Parroquia Nuestra Señora del buen Consejo                                                                                                    | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 3                  | 2              | 3                                                               | 3                                                  | 3                                                     | 3                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 3                  | 3                                        | 2        | 3                       | 3                 | 2          | 3                             | 1                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 3                                                           | 2                                                                  | 2                              | 2                                                         | 3                               | 2                       | 1                                               | 3                                           | 2                                               | 2                                                                                                | 1                                   | 2                                                                                                                             | 1                                           | 3                         | 1                                             | 1                                                       | 2                                 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              | Parque Principal - centro urbano                                                                                                             | 2                              | 3                                                    | 1                                 | 2                  | 2              | 2                                                               | 2                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 2        | 3                       | 2                 | 2          | 1                             | 2                                | 2                              | 1                | 3                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 2                                                         | 2                               | 1                       | 2                                               | 2                                           | 1                                               | 2                                                                                                | 2                                   | 2                                                                                                                             | 1                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 | 1 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Ramiriquí                                                                                                                                                                                    | Parroquia Nuestra Señora de la Antigua                                                                                                       | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 3                                                               | 3                                                  | 3                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 2        | 3                       | 2                 | 2          | 1                             | 2                                | 2                              | 1                | 3                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 2                                                         | 1                               | 1                       | 3                                               | 2                                           | 2                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 2                                             | 2                                                       | 2                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              | Parque José Ignacio de Márquez, Centro urbano, Museo Privado Casa del Balcón Rojo, Estatua Mauricio Soler, Lito Tallado                      | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 2                                                               | 2                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 3                                             | 3                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 2        | 3                       | 2                 | 3          | 3                             | 3                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 2                                                           | 2                                                                  | 1                              | 2                                                         | 2                               | 2                       | 3                                               | 2                                           | 2                                               | 3                                                                                                | 1                                   | 1                                                                                                                             | 3                                           | 2                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Tibaná                                                                                                                                                                                       | Parroquia Nuestra Señora del Rosario de Chiquinquirá                                                                                         | 2                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 3                                                               | 3                                                  | 3                                                     | 2                                                     | 3                                             | 3                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 3                       | 2                 | 3          | 3                             | 3                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 2                                                         | 2                               | 1                       | 1                                               | 2                                           | 2                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 2                                             | 1                                                       | 2                                 | 1 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                              | Capilla del Buen Consejo, Capilla de los Tunos                                                                                               | 2                              | 2                                                    | 1                                 | 2                  | 2              | 2                                                               | 2                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 3                                             | 3                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 2        | 3                       | 3                 | 3          | 3                             | 3                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 1                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 1                                           | 1                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 |   |
| Úmbita                                                                                                                                                                                                                                                                              | Parque General Santander, Centro urbano, Hacienda Baza, Casa del viejo, Piedras de Bayeta, Monumento al Arriero, Palacio Municipal, Sendero Alto de la Laja                                  | 2                                                                                                                                            | 2                              | 1                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 2                                                               | 2                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 2                                        | 3        | 2                       | 2                 | 1          | 2                             | 2                                | 3                              | 1                | 2                                                                 | 2                                                           | 1                                                                  | 1                              | 3                                                         | 2                               | 3                       | 1                                               | 2                                           | 2                                               | 2                                                                                                | 1                                   | 2                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Templo San Laureano                                                                                                                                                                          | 2                                                                                                                                            | 3                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 3              | 3                                                               | 3                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 2                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 2                       | 2                 | 2          | 2                             | 3                                | 1                              | 2                | 2                                                                 | 2                                                           | 3                                                                  | 1                              | 1                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 2                                           | 2                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 2                                             | 2                                                       |                                   |   |
| Ventaquemada                                                                                                                                                                                                                                                                        | Parque Principal - centro urbano                                                                                                                                                             | 1                                                                                                                                            | 2                              | 1                                                    | 1                                 | 1                  | 2              | 2                                                               | 2                                                  | 1                                                     | 2                                                     | 1                                             | 1                      | 1                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 1        | 1                       | 1                 | 1          | 2                             | 2                                | 1                              | 1                | 1                                                                 | 1                                                           | 1                                                                  | 1                              | 1                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 1                                           | 1                                               | 1                                                                                                | 1                                   | 1                                                                                                                             | 1                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Parroquia Nuestra Sra del Rosario de Chiquinquirá                                                                                                                                            | 1                                                                                                                                            | 3                              | 2                                                    | 2                                 | 1                  | 3              | 3                                                               | 3                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 1                                             | 1                      | 1                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 1                       | 1                 | 1          | 2                             | 1                                | 1                              | 1                | 2                                                                 | 1                                                           | 1                                                                  | 1                              | 1                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 1                                           | 2                                               | 2                                                                                                | 1                                   | 2                                                                                                                             | 1                                           | 2                         | 2                                             | 2                                                       |                                   |   |
| Viracachá                                                                                                                                                                                                                                                                           | Parque Principal, Centro urbano, Casa - Cuartel General del Libertador                                                                                                                       | 2                                                                                                                                            | 2                              | 2                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 3                                                               | 2                                                  | 2                                                     | 3                                                     | 3                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 2        | 2                       | 2                 | 2          | 3                             | 3                                | 3                              | 3                | 2                                                                 | 2                                                           | 2                                                                  | 3                              | 3                                                         | 3                               | 3                       | 2                                               | 2                                           | 1                                               | 2                                                                                                | 2                                   | 3                                                                                                                             | 3                                           | 2                         | 2                                             | 1                                                       | 2                                 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Templo Parroquial San Antonio de Padua                                                                                                                                                       | 2                                                                                                                                            | 3                              | 2                                                    | 2                                 | 2                  | 3              | 3                                                               | 3                                                  | 3                                                     | 2                                                     | 2                                             | 3                      | 3                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 3                       | 2                 | 2          | 2                             | 3                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 2                                                           | 2                                                                  | 1                              | 3                                                         | 2                               | 1                       | 1                                               | 2                                           | 2                                               | 1                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 2                                             | 2                                                       |                                   |   |
| Viracachá                                                                                                                                                                                                                                                                           | Parque Histórico de La Batalla de Boyacá, Conjunto Monumentos del Parque Histórico de La Batalla de Boyacá - Puente de Boyacá, Gólorama, Monumento a Pedro Pascasio Martínez y El Negro José | 3                                                                                                                                            | 3                              | 3                                                    | 2                                 | 2                  | 2              | 3                                                               | 2                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 3                                             | 3                      | 3                  | 3                                   | 2                  | 3                                        | 3        | 2                       | 3                 | 3          | 3                             | 3                                | 3                              | 3                | 3                                                                 | 3                                                           | 3                                                                  | 3                              | 3                                                         | 3                               | 3                       | 2                                               | 2                                           | 2                                               | 2                                                                                                | 3                                   | 3                                                                                                                             | 3                                           | 2                         | 1                                             | 2                                                       | 2                                 |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Parque Principal, Centro urbano, Fuente Toscana, Cedro, Casa Rural, Columna de los Indios, Cruz del Castigo, Piedra Respondeña                                                               | 1                                                                                                                                            | 2                              | 1                                                    | 1                                 | 2                  | 2              | 2                                                               | 2                                                  | 1                                                     | 2                                                     | 1                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 2                  | 3                                        | 1        | 1                       | 1                 | 1          | 1                             | 2                                | 1                              | 1                | 1                                                                 | 1                                                           | 1                                                                  | 1                              | 1                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 1                                           | 1                                               | 1                                                                                                | 1                                   | 1                                                                                                                             | 1                                           | 1                         | 1                                             | 1                                                       | 1                                 |   |
| Viracachá                                                                                                                                                                                                                                                                           | Parroquia Nuestra Señora de Chiquinquirá                                                                                                                                                     | 1                                                                                                                                            | 3                              | 2                                                    | 2                                 | 2                  | 3              | 3                                                               | 3                                                  | 2                                                     | 2                                                     | 1                                             | 2                      | 2                  | 2                                   | 3                  | 3                                        | 3        | 1                       | 1                 | 1          | 2                             | 1                                | 1                              | 1                | 1                                                                 | 1                                                           | 1                                                                  | 1                              | 1                                                         | 1                               | 1                       | 1                                               | 1                                           | 1                                               | 2                                                                                                | 2                                   | 1                                                                                                                             | 2                                           | 1                         | 2                                             | 2                                                       | 2                                 |   |

### 3.4.3 Producto Turismo Cultural Inmaterial

- Subproducto Potencial de acuerdo con la demanda: Agroturismo.

**Definición:** El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones. (tomado de: Definiciones de turismo de la OMT - [www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858) ).

**Documentos de apoyo para identificar los componentes:**

- Ley 2239 de 08 de julio de 2022 agroturismo: La presente ley tiene como objeto Impulsar el agroturismo o turismo rural como una alternativa para el desarrollo sustentable de áreas dedicadas a actividades predominantemente agrícolas de modo tal que se brinden alternativas económicas, diversifiquen los rendimientos de la actividad agropecuaria, revalorice a la agricultura como medio de desarrollo local y se promueva la asociatividad rural.

*Artículo 7°. Circuitos rurales agroturísticos. Los municipios y/o distritos podrán conformar Circuitos Rurales Agroturísticos con el fin de promover y desarrollar el agroturismo en sus regiones, generar una integración intermunicipal con el objetivo de mejorar la prestación de servicios agroturísticos a través de la cooperación, los Circuitos pueden estar compuestos por municipios de distintos departamentos, de acuerdo con lo establecido en la Ley 1454 de 2011 Ley de Ordenamiento Territorial. Estos circuitos podrán:*

- *Formular proyectos al Banco de Proyectos del Fondo Nacional del Turismo y estos circuitos estarán exentos de cofinanciación.*
- *Tener apoyo por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el diseño de productos y rutas agroturísticas, así como el establecimiento de un mapa físico y digital donde se identifiquen las rutas agroturísticas dentro del territorio colombiano y sus enlaces dentro de los departamentos y municipios de las diferentes regiones y sus cultivos.*
- *El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y el Fondo Nacional de Turismo, apoyarán con acciones de promoción y competitividad los Circuitos Rurales Agroturísticos.*
- *Los vehículos de servicio público terrestre automotor individual de Pasajeros en Vehículos Taxi y Jeep Willys que transporten turistas dentro de los Circuitos metropolitanos no requerirán planillas para trasladarlos entre los municipios que hacen parte del correspondiente Circuito.*



- Decreto 1845 del 24 de dic de 2021: Objeto. Determinar a los operadores de parques de ecoturismo y agroturismo como nuevos prestadores de servicios turísticos, para promover el desarrollo de estos tipos de turismo. *Parques de agroturismo: Son aquellos que desarrollan actividades y servicios de turismo especializado en la enseñanza, promoción y participación en actividades vinculadas a la agricultura, ganadería, porcicultura, piscicultura u otra actividad similar que se encuentre relacionada en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme -CIIU, Sección A, división 01, excepto el grupo 017, adoptada por Departamento Administrativo Nacional de Estadística -DANE. Se sitúan en un espacio geográfico delimitado, de carácter permanente y con atractivos turísticos de interés agropecuario. Con ello, fomentan la diversificación de las actividades agropecuarias y promueven la comercialización de los productos generados por estas actividades y por las comunidades campesinas de la región.*

*Artículo 2.2.4.4.13.7. Medidas de sostenibilidad de los parques de ecoturismo y agroturismo. Sin perjuicio del cumplimiento de lo dispuesto en las normas legales y reglamentarias vigentes y de conformidad con lo establecido en el Decreto 646 de 2021 que adopta la Política de Turismo Sostenible, los parques de ecoturismo y agroturismo deberán cumplir con las siguientes medidas generales tendientes a garantizar la sostenibilidad de sus atractivos, para su funcionamiento, operación, uso y explotación:*

- *Participar directamente en el mantenimiento, conservación y manejo del área asociada al desarrollo de los servicios de ecoturismo o agroturismo y apoyar las labores que, en tal sentido, desarrollen otras instituciones u organizaciones.*
- *Brindar información detallada y generar procesos de sensibilización sobre la importancia de las áreas de interés especial o natural en las que se desarrollan los servicios ecoturísticos o agroturísticos y sobre el comportamiento requerido en dichas áreas para la protección de la biodiversidad y de los valores históricos y culturales de la región.*
- *Conocer y cumplir las normas, reglamentación y directrices de manejo estipuladas para realizar actividades de ecoturismo y agroturismo, junto con su divulgación a los usuarios.*
- *Dar cumplimiento al instrumento de planificación territorial del correspondiente municipio o distrito.*
- *Contar con los permisos ambientales correspondientes, en particular la concesión de aguas y el permiso de vertimientos, expedidos por la autoridad ambiental competente, cuando se requiera.*
- *Implementar medidas para ahorrar agua y energía, cuando haya consumo de estos recursos.*
- *Implementar procesos y acciones de protección de la fauna y flora silvestre, adoptando las medidas necesarias para evitar en sus instalaciones la extracción de plantas o animales silvestres, la presencia de animales en cautiverio, la comercialización de especies o productos derivados de flora y fauna vedados por la ley, la introducción de especies de flora y fauna y la alimentación artificial de los animales silvestres.*

- *Tomar acciones que propendan por eliminar plásticos problemáticos de un solo uso, utilizar productos que no tienen contraindicaciones ambientales y limitar al máximo el uso de productos desechables, no reciclables o no biodegradables.*
- *Propiciar el uso de productos frescos y en lo posible de origen local o provenientes de fuentes de agricultura orgánica, sistemas agroforestales y sistemas de producción sostenibles para preparar y servir alimentos.*
- *implementar acciones para un manejo integral de los residuos sólidos, incluyendo reducción en la fuente, reutilización, reciclaje y disposición final.*
- *Minimizar los impactos negativos sobre la cobertura vegetal, la fauna, el recurso hídrico y el paisaje, generados por la construcción y mantenimiento de la planta turística y la infraestructura.*
- *Respetar y utilizar los elementos paisajísticos y culturales de la región en el diseño de la planta turística y la infraestructura.*
- *Delimitar la red de senderos y la infraestructura de apoyo con precisión y con señalizaciones claras, para evitar que los turistas se salgan de estos y para fomentar la apreciación del entorno natural, asumiendo normas de conducta apropiadas.*
- *Implementar un programa de interpretación ambiental que articule y direcciona las diferentes actividades ofrecidas con el fin de dar un valor agregado educativo, cuando el servicio contemple la interpretación del patrimonio natural.*
- *Realizar en forma controlada la operación y tránsito de vehículos terrestres y de embarcaciones, evitando transitar en zonas sensibles, minimizando la contaminación, y evitando el uso de combustibles con plomo y los derrames de aceites y otras sustancias contaminantes.*
- *Involucrar activamente a las comunidades locales, mediante procesos de participación y concertación, de tal modo que se puedan beneficiar, directa o indirectamente, de las actividades desarrolladas y de las iniciativas de conservación. Además, demostrar apoyo y respeto por sus tradiciones, patrimonio y manifestaciones culturales.*
- *Contribuir a dinamizar la economía local*

#### Componentes Matriz Evaluación Agroturismo:

##### Condiciones de Infraestructura:

- Señalización turística de cada uno de los espacios de la finca y/o cultivo.
- Infraestructura agroturística (senderos, escaleras, iluminación, desinfección, corrales, puentes, barandas, espacios para descansar, para las degustaciones, para observar, para interactuar)
- Acceso a los espacios permitidos de la finca.
- Seguridad al visitante
- Estado de conservación de los recursos y lugares de la finca.

- Estado de las vías de acceso a la finca.
- Servicios de salud del municipio para emergencias.

#### Condiciones de Servicio:

- Alojamiento en la finca o cerca de ella que guarde características de espacios naturales y/o rurales
- bilingüismo (francés, alemán, etc.)
- restaurante o servicios de alimentación en la finca o cerca de ella (decreto 343 de 2021) (semaforización)
- personal cualificado en las temáticas agropecuarias de la finca
- prácticas de turismo sostenible en la prestación del servicio
- guion de cada una de las áreas, guion de la finca, granja, huerta
- ficha de los animales con las características especiales de cada uno (peso, edad, raza, cuidados, nombre)
- ficha de los cultivos con las características especiales de cada uno (nombre producto, tamaño, variedad, cuidados, enfermedades, consumo, preparaciones, etc.)
- transporte especial para llegar a la finca
- operación y comercialización turística (ruta turística, paquete turístico, folleto, mapa, página web, redes sociales)
- servicio al cliente

#### Cumplimiento de normatividad

- capacidad de carga turística (aforo en la finca y en cada uno de los espacios).
- buenas prácticas agropecuarias
- certificaciones según su actividad
- plan de manejo ambiental de la finca.
- monitoreo de impactos
- protocolos de bioseguridad
- reglamentación de uso de suelo



- **Matriz Evaluación Agroturismo:** Se evalúan cada uno de los atractivos, recursos y actividades turísticas identificadas en cada uno de los municipios de la provincia Márquez, y que corresponden a esta categoría, se evalúa de 1 a 3\_cada uno de los componentes, donde 1 no cumple, 2 cumple parcialmente y 3 cumple totalmente, se utiliza la técnica de semaforización, rojo, amarillo y verde

Gráfico 77 Matriz de producto Agroturismo

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |              | Matriz Evaluación Producto Agroturismo                        |                                                                             |                                                                                                                                                                                               |                                               |                        |                                                               |                                            |                                          |                                                    |                                                                                                        |                                    |                                                                                                            |                                                                 |                                                               |                                                                   |                                                                                                           |                                                                                                                                                                |                                            |                                                                                                                       |                     |                                                                                 |                                |                                    |                                       |                       |                            |                                |   |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|-----------------------|----------------------------|--------------------------------|---|---|
| Es la forma de turismo en la cual la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se parece al ecoturismo, pero no se trata de atraer turistas con la naturaleza, sino sobre todo con paisajes cultivados. Para hacer agroturismo es indispensable desarrollar primero una cultura de cultivos sanos y como consecuencia de su sanidad vegetal, cultivos eficientes, rentables y competitivos. |              |                                                               |                                                                             |                                                                                                                                                                                               |                                               |                        |                                                               |                                            |                                          |                                                    |                                                                                                        |                                    |                                                                                                            |                                                                 |                                                               |                                                                   |                                                                                                           |                                                                                                                                                                |                                            |                                                                                                                       |                     |                                                                                 |                                |                                    |                                       |                       |                            |                                |   |   |
| PÚBLICO OBJETIVO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | MUNICIPIO    | Recursos / Atractivos turísticos / Actividades / Experiencias | CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA                                              |                                                                                                                                                                                               |                                               |                        |                                                               |                                            |                                          |                                                    |                                                                                                        | CONDICIONES DE SERVICIO            |                                                                                                            |                                                                 |                                                               |                                                                   |                                                                                                           |                                                                                                                                                                |                                            |                                                                                                                       |                     |                                                                                 |                                | CUMPLIMIENTO NORMATIVIDAD          |                                       |                       |                            |                                |   |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |              |                                                               | señalización turística de cada una de los espacios de la finca y/o cultivo. | Infraestructura agroturística (senderos, escaleras, iluminación, desinfección, corrales, puentes, barandas, espacios para descansar, para las degustaciones, para observar, para interactuar) | Acceso a los espacios permitidos de la finca. | Seguridad al visitante | Estado de conservación de los recursos y lugares de la finca. | Señalización de seguridad para emergencias | Estado de las vías de acceso a la finca. | Servicios de salud del municipio para emergencias. | Albergamiento en la finca o cerca de ella que guarde características de espacios naturales y/o rurales | Bilingüismo (francés, Alemán, etc) | Restaurante o servicios de alimentación en la finca o cerca de ella (decreto 343 de 2021) (semaforización) | Personal cualificado en las temáticas agropecuarias de la finca | prácticas de turismo sostenible en la prestación del servicio | Guion de cada una de las áreas, guion de la finca, granja, huerta | Ficha de los animales con las características especiales de cada uno (peso, edad, raza, cuidados, nombre) | Ficha de los cultivos con las características especiales de cada uno (nombre producto, tamaño, variedad, cuidados, enfermedades, consumo, preparaciones, etc.) | Transporte especial para llegar a la finca | Operación y comercialización turística (ruta turística, paquete turístico, folleto, mapa, página web, redes sociales) | Servicio al cliente | Capacidad de Carga turística (aforo en la finca y en cada uno de los espacios). | Buenas prácticas agropecuarias | Certificaciones según su actividad | Plan de manejo ambiental de la finca. | Monitoreo de impactos | Protocolos de Bioseguridad | Reglamentación de uso de suelo |   |   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Ciénega      | Bee Life Apicultura                                           | 2                                                                           | 2                                                                                                                                                                                             | 3                                             | 3                      | 1                                                             | 2                                          | 2                                        | 3                                                  | 1                                                                                                      | 1                                  | 3                                                                                                          | 3                                                               | 3                                                             | 1                                                                 | 2                                                                                                         | 1                                                                                                                                                              | 2                                          | 3                                                                                                                     | 3                   | 1                                                                               | 2                              | 1                                  | 2                                     | 1                     | 1                          | 1                              | 2 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Jenesano     | Casa de los Abuelos                                           | 1                                                                           | 2                                                                                                                                                                                             | 3                                             | 3                      | 2                                                             | 1                                          | 3                                        | 2                                                  | 3                                                                                                      | 1                                  | 3                                                                                                          | 2                                                               | 3                                                             | 2                                                                 | 1                                                                                                         | 1                                                                                                                                                              | 1                                          | 2                                                                                                                     | 3                   | 1                                                                               | 2                              | 1                                  | 2                                     | 1                     | 1                          | 1                              | 2 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Nuevo Colón  | Finca Agroturística Papiros Campestre                         | 1                                                                           | 2                                                                                                                                                                                             | 3                                             | 3                      | 2                                                             | 1                                          | 3                                        | 2                                                  | 3                                                                                                      | 1                                  | 3                                                                                                          | 2                                                               | 2                                                             | 1                                                                 | 1                                                                                                         | 1                                                                                                                                                              | 1                                          | 2                                                                                                                     | 1                   | 1                                                                               | 1                              | 1                                  | 1                                     | 1                     | 1                          | 1                              | 2 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Ramiriquí    | Granja Los Conejos                                            | 3                                                                           | 3                                                                                                                                                                                             | 3                                             | 3                      | 3                                                             | 1                                          | 3                                        | 2                                                  | 3                                                                                                      | 1                                  | 3                                                                                                          | 3                                                               | 3                                                             | 2                                                                 | 2                                                                                                         | 1                                                                                                                                                              | 1                                          | 2                                                                                                                     | 3                   | 2                                                                               | 2                              | 1                                  | 1                                     | 1                     | 1                          | 2                              | 2 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Ventaquemada | Tesoros Nativos SAS - Biomuseo de la Papa                     | 3                                                                           | 3                                                                                                                                                                                             | 3                                             | 3                      | 3                                                             | 1                                          | 2                                        | 2                                                  | 1                                                                                                      | 1                                  | 3                                                                                                          | 3                                                               | 3                                                             | 3                                                                 | 1                                                                                                         | 1                                                                                                                                                              | 2                                          | 3                                                                                                                     | 3                   | 2                                                                               | 2                              | 1                                  | 1                                     | 1                     | 1                          | 2                              | 2 | 2 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Viracachá    | Don Baudilio Apicultura Los Cerezos                           | 3                                                                           | 3                                                                                                                                                                                             | 3                                             | 3                      | 3                                                             | 2                                          | 3                                        | 2                                                  | 1                                                                                                      | 1                                  | 1                                                                                                          | 3                                                               | 3                                                             | 2                                                                 | 2                                                                                                         | 1                                                                                                                                                              | 1                                          | 2                                                                                                                     | 3                   | 2                                                                               | 2                              | 1                                  | 1                                     | 1                     | 1                          | 2                              | 2 | 2 |

### 3.4.4 Producto Turismo Cultural

- Subproducto Potencial de acuerdo con la demanda: Turismo Gastronómico

Definición: Los eventos como producto turístico en cada uno de los pueblos y municipios se sustentan en la oferta de eventos deportivos, gastronómicos, artísticos, culturales y populares.

#### Componentes Matriz Evaluación Turismo Gastronómico

##### Condiciones de Infraestructura:

- Señalización turística de cada uno de los espacios del taller / lugar donde se realizará la experiencia
- Adecuación del espacio (mesones, mesas, mobiliario, cocina, etc.)
- Acceso a los espacios permitidos
- Seguridad al visitante
- Estado de conservación de los lugares
- Señalización de seguridad para emergencias
- Estado de las vías de acceso al lugar
- Parqueaderos
- Servicios de salud del municipio para emergencias.

##### Condiciones Servicio:

- Alojamiento
- Restaurante
- Agencia de viajes (actividad incluida en sus servicios)
- Guía de turismo / Cocinero / Sabedor
- Personal cualificado en la temática a desarrollar
- Prácticas de turismo sostenible en la prestación del servicio
- Guion de la experiencia
- Ficha técnica de cada actividad / receta
- Transporte especial para llegar
- Comercialización (ruta turística, paquete turístico, folleto, mapa, página web, redes sociales)
- Servicio al cliente (instalaciones, producto, atención, precio)

##### Cumplimiento de Normatividad

- Aforo de cada uno de los espacios
- Manipulación de alimentos (kit)
- Planes de contingencia y emergencia
- Kit de emergencias (botiquín) Permisos secretaria de salud





- Protocolos de Bioseguridad
- Matriz Evaluación Turismo Gastronómico: Se evalúan cada una de las experiencias identificadas en cada uno de los municipios de la provincia Márquez, y que corresponden a esta categoría. Se evalúa de 1 a 3 cada uno de los componentes, donde 1 no cumple, 2 cumple parcialmente y 3 cumple totalmente, se utiliza la técnica de semaforización, rojo, amarillo y verde.

Gráfico 78 Matriz de producto Turismo Gastronómico

| MINISTERIO DE COMERCIO,<br>INDUSTRIA Y TURISMO |              | Matriz Evaluación Producto Turismo Gastronómico               |                                                                                                        |                                                                   |                                  |                        |                                       |                                            |                                       |              |                                                    |             |                         |                                                         |                                        |                                                   |                                                               |                         |                                          |                                 |                                                                                                 |                                                                 |                                   |                                 |                                     |                               |                              |                            |   |
|------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------|------------------------|---------------------------------------|--------------------------------------------|---------------------------------------|--------------|----------------------------------------------------|-------------|-------------------------|---------------------------------------------------------|----------------------------------------|---------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|----------------------------|---|
| PÚBLICO OBJETIVO                               | MUNICIPIO    | Recursos / Atractivos turísticos / Actividades / Experiencias | CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA                                                                         |                                                                   |                                  |                        |                                       |                                            |                                       |              |                                                    |             | CONDICIONES DE SERVICIO |                                                         |                                        |                                                   |                                                               |                         |                                          |                                 |                                                                                                 |                                                                 |                                   |                                 | CUMPLIMIENTO NORMATIVIDAD           |                               |                              |                            |   |
|                                                |              |                                                               | Señalización turística de cada una de los espacios del tale<br>lugar donde se realizará la experiencia | Adecuación del espacio (mesones, mesas, mobiliario, color<br>etc) | Acceso a los espacios permitidos | Seguridad al visitante | Estado de conservación de los lugares | Señalización de seguridad para emergencias | Estado de las vías de acceso al lugar | Parqueaderos | Servicios de salud del municipio para emergencias. | Alojamiento | Restaurante             | Agencia de viajes (actividad incluida en sus servicios) | Guía de turismo / Cocinero / Saborador | Personal cualificado en la temática a desarrollar | Prácticas de turismo sostenible en la prestación del servicio | Guion de la experiencia | Ficha técnica de cada actividad / receta | Transporte especial para llegar | Comercialización (ruta turística, paquete turístico, folleto, ma<br>pagina web, redes sociales) | Servicio al cliente (instalaciones, producto, atención, precio) | Aforo de cada uno de los espacios | Manipulación de alimentos (kit) | Planes de contingencia y emergencia | Kit de emergencias (botiquín) | Permisos secretaría de salud | Protocolos de Bioseguridad |   |
|                                                | Boyacá       | Portal Sanay                                                  | 1                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 1                                          | 2                                     | 2            | 2                                                  | 2           | 2                       | 1                                                       | 2                                      | 2                                                 | 3                                                             | 2                       | 1                                        | 1                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 2                                 | 1                               | 1                                   | 2                             | 1                            | 3                          |   |
|                                                |              | Pan de la huerta chica                                        | 1                                                                                                      | 2                                                                 | 3                                | 2                      | 1                                     | 3                                          | 3                                     | 3            | 2                                                  | 2           | 2                       | 1                                                       | 2                                      | 3                                                 | 2                                                             | 1                       | 1                                        | 1                               | 1                                                                                               | 1                                                               | 2                                 | 1                               | 1                                   | 3                             | 1                            | 1                          |   |
|                                                | Jenesano     | Sabina Café, Sabores y Saberes                                | 1                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 2                                     | 1                                          | 2                                     | 2            | 3                                                  | 3           | 3                       | 2                                                       | 3                                      | 3                                                 | 2                                                             | 1                       | 1                                        | 3                               | 1                                                                                               | 3                                                               | 1                                 | 1                               | 1                                   | 1                             | 1                            | 1                          |   |
|                                                |              | Ahuyama                                                       | 2                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 2                                          | 3                                     | 3            | 3                                                  | 3           | 3                       | 3                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 1                       | 1                                        | 3                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 3                               | 1                                   | 3                             | 1                            | 3                          |   |
|                                                | Ramiriquí    | Del Fogón Sabores Ancestrales                                 | 2                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 2                                     | 1                                          | 2                                     | 2            | 2                                                  | 3           | 3                       | 3                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 2                       | 2                                        | 3                               | 2                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 2                               | 2                                   | 2                             | 2                            | 3                          |   |
|                                                |              | Zea Mayz Sabores del Maíz                                     | 2                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 1                                          | 3                                     | 3            | 2                                                  | 3           | 3                       | 3                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 1                       | 1                                        | 3                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 2                               | 2                                   | 2                             | 2                            | 3                          |   |
|                                                |              | Postres Nay                                                   | 2                                                                                                      | 2                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 1                                          | 3                                     | 3            | 2                                                  | 3           | 3                       | 3                                                       | 3                                      | 3                                                 | 2                                                             | 1                       | 1                                        | 3                               | 1                                                                                               | 3                                                               | 2                                 | 2                               | 2                                   | 2                             | 2                            | 3                          |   |
|                                                | Tibaná       | Casa del Viejo Territorio Muisca                              | 2                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 2                                          | 3                                     | 2            | 2                                                  | 2           | 2                       | 2                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 3                       | 2                                        | 2                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 3                               | 3                                   | 2                             | 1                            | 3                          |   |
|                                                |              | Productos Del Campo Atao                                      | 2                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 2                                          | 3                                     | 2            | 2                                                  | 2           | 2                       | 2                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 2                       | 3                                        | 2                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 3                               | 3                                   | 2                             | 2                            | 3                          | 3 |
|                                                | Ventaquemada | Tesoros Nativos SAS – Biomuseo de la papa nativa              | 3                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 3                                          | 2                                     | 2            | 3                                                  | 2           | 3                       | 3                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 3                       | 3                                        | 3                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 3                               | 3                                   | 2                             | 1                            | 3                          | 3 |
|                                                |              | Restaurante Estime Sumercé                                    | 3                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 3                                          | 3                                     | 3            | 3                                                  | 1           | 3                       | 3                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 2                       | 3                                        | 3                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 3                               | 3                                   | 2                             | 3                            | 3                          | 3 |
|                                                | Viracachá    | Don Baudilio Apicultura Los Cerezos                           | 3                                                                                                      | 3                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 3                                          | 3                                     | 2            | 2                                                  | 1           | 2                       | 1                                                       | 3                                      | 3                                                 | 3                                                             | 2                       | 3                                        | 1                               | 3                                                                                               | 3                                                               | 3                                 | 3                               | 3                                   | 3                             | 3                            | 3                          | 3 |
|                                                |              | Chiraviras                                                    | 2                                                                                                      | 2                                                                 | 3                                | 3                      | 3                                     | 3                                          | 3                                     | 3            | 2                                                  | 2           | 1                       | 2                                                       | 1                                      | 3                                                 | 3                                                             | 3                       | 3                                        | 3                               | 1                                                                                               | 2                                                               | 3                                 | 3                               | 3                                   | 3                             | 3                            | 3                          | 3 |

De acuerdo con los recursos, atractivos y actividades identificadas en el inventario de atractivos turísticos se evidencia que el producto de turismo potencial para ser desarrollado es el *Turismo Cultural con el subgrupo Turismo arquitectónico o también conocido turismo centros urbanos*, se evidencia el trabajo que están desarrollando cada uno de los municipios, ya que, la mayoría de los municipios que comprenden la provincia Márquez se encuentran participando y preparando para ser el ganador o un digno representante en el concurso departamental “El Pueblo más lindo de Boyacá” según la categoría que les corresponde. Jenesano, Ventaquemada, Ciénega, Nuevo Colón, Boyacá-Boyacá, Tibaná, Turmequé y Ramiriquí. Visitar los parques principales “pueblar”. Esta es la actividad que generalmente realizan todos los turistas que visitan la región. Conocer el parque, las casas coloniales que aún se mantienen y visitar su templo parroquial, pero que debe tener un componente diferenciador para que sea atractivo para atraer más demanda.

Los festivales son otra de las actividades que más son las visitadas por los turistas, sin embargo, estas celebraciones suelen ser de tanta acogida que precisamente servicios de los hoteles y restaurantes colapsan. Por lo que, en este caso, aunque se resaltaría estas actividades, el propósito del diseño del producto turístico estaría enfocado a dinamizar actividades que permitan que la dinámica turística sea más estable y que no dependan solo de los festivales como principal atractivo.

Es necesario revisar y analizar los ecosistemas estratégicos, en especial los DRMI, con los que cuenta la provincia para fortalecer el producto turismo de naturaleza, subproducto ecoturismo, debido a que dentro de la actividad propuesta mapeo participativo la mayoría de los actores de los municipios hace referencia a sus entornos naturales y el verde que rodea la provincia. Visitar cerros, montañas o lomas desde los cuales se puede disfrutar de una panorámica del territorio, estos lugares son más especiales en la medida en que se puede observar el mayor número de municipios.

Se fortalecerá el Producto Turismo Cultural subproducto Turismo gastronómico, identificando la cocina tradicional de cada municipio, ya que es uno de los motivantes de la visita a la provincia, y dentro del inventario se hizo especial énfasis en los amasijos como producto principal de su gastronomía. Disfrutar de la gastronomía tradicional: en las diferentes rutas urbanas o rurales que se proponen, se destaca que la experiencia va acompañada de la degustación de las cocinas tradicionales, con preparaciones de amasijos como arepas, garullas, panes etc. o de platos como los cocidos, al igual que la visita de los cultivos relacionados con esta gastronomía.

Conocer el área rural constituida por las veredas, que, aunque no suelen ser las más frecuentadas para el turismo, son los espacios en donde se encuentra una serie de prácticas que pueden ser de disfrute como: caminar entre cultivos, coleccionar la cosecha, apreciar la vida campesina y observar casas de adobe o antiguas casas coloniales y sobre todo acercar al visitante a los productos que caracterizan la provincia y por los cuales son reconocidos como los cultivos de papas y frutales. Esto hace necesario que se refuerce la tipología de agroturismo caracterizando los diferentes cultivos, fincas, huertas del territorio, se establezca un calendario de cultivo y cosecha de cada producto, para así ir garantizando

una sostenibilidad del territorio y en especial una seguridad alimentaria, como se dio a conocer en pandemia.

Visitar los lugares asociados a vestigios arqueológicos: particularmente casi en todos los municipios se cuenta con pictogramas, litos o caminos ancestrales que son la manifestación de la herencia prehispánica, y del arraigo de los antiguos pobladores. Sin embargo, son pocos los lugares que realmente se encuentran dispuestos para convertirse en un atractivo ya que no cuentan con un plan de manejo arqueológico y que, es mejor no aventurarse a visitarlos porque en vez de seguir conservándolos, puedan llegar a desaparecer.

Municipios como Turmequé y Ventaquemada cuentan con dos atractivos muy diferenciales y de reconocimiento nacional. El primero, con el famoso juego al turmequé, deporte nacional y el segundo, contar con el monumento del puente de Boyacá, referente de la gesta libertadora. Ambos atractivos son representativos pero con respecto a la posición geográfica deja en desventaja a la provincia Márquez, uno porque es fácil de visitar el campo de batalla del puente de Boyacá y que puede desviar la atención de los turistas hacia otras provincias que guardan más relación con este hecho histórico, y el otro porque el municipio que lo representa y que lleva su nombre original cuenta con débil infraestructura vial haciendo que el visitante o turista lo piense dos veces y encuentre esta actividad en otros municipios con mayor facilidad, esto nos motiva a generar una estrategia comercial que fortalezca la provincia Márquez.

Otra actividad asociada a lo rural y a los caminos, es el de las romerías, visita a santuarios o monumentos religiosos, actividad que, aunque es realizada normalmente por la comunidad local, puede ser de interés para visitantes que quieran disfrutar de la particularidad de estas celebraciones y sobre todo aquellos lugares que por su ubicación resaltan el paisaje del lugar.

A reflexionar en todo lo que ofrece y puede ofrecer la provincia Márquez se identifica que el **“Paisaje Cultural”**, puesto a consideración a los diferentes actores que han venido participando, lo encuentran interesante como Producto Turístico para la provincia Márquez, denominándolo **“Paisaje Cultural Campesino Boyacense”** y como una de las mejores opciones para unir el Paisaje Cultural que observamos en los espacios rurales y naturales de la provincia y que sirve de entrada al departamento de Boyacá, conocido como colcha de retazos, con el Paisaje Cultural de los centros urbanos.

Se hace énfasis en la definición de Paisaje Cultural que se encuentra en la cartilla de información del concurso lo pueblos más lindos de Boyacá, tomado del decreto 2358 de 2019, Título III Paisajes Culturales, artículo 2.4.3.1.

“Son los territorios producto de la interrelación entre grupos sociales, comunidades o colectividades con su territorio o la naturaleza, de procesos históricos, económicos, sociales, políticos, culturales o espirituales, que ilustran las formas de ocupación y manejo del territorio, por lo tanto, son factores de identidad, pertenencia o ciudadanía, contienen bienes,

manifestaciones, productos y todos aquellos elementos que son expresiones de la identidad cultural y que son representativos de una región claramente definida e ilustran los elementos culturales esenciales y distintivos; mediante la valoración y el manejo sostenible de estos lugares se posibilita, de manera efectiva, el goce de los derechos culturales”.

Profundizaremos en la temática Paisajes Culturales: son los territorios producto de la interrelación entre grupos sociales, comunidades o colectividades con su territorio o la naturaleza, de procesos históricos, económicos, sociales, políticos, culturales o espirituales, que ilustran las formas de ocupación y manejo del territorio, por lo tanto, son factores de identidad, pertenencia o ciudadanía, contienen bienes, manifestaciones, productos y todos aquellos elementos que son expresiones de la identidad cultural y que son representativos de una región claramente definida e ilustran los elementos culturales esenciales y distintivos; mediante la valoración y el manejo sostenible de estos lugares se posibilita, de manera efectiva, el goce de los derechos culturales.

De acuerdo con la conferencia 12 “Componentes del patrimonio en los paisajes culturales”, contenida en el programa de desarrollo de capacidades para el caribe, gestión de paisajes culturales de la Unesco plantea:

“Los paisajes culturales se asientan sobre un territorio natural que se transforma mediante la actividad humana en mayor o menor grado. Su valor patrimonial según las definiciones de la UNESCO está dado por la interacción entre cultura y naturaleza. Se extienden generalmente sobre amplios territorios y presentan muchas veces una variedad de manifestaciones del patrimonio natural y del legado cultural material o inmaterial. Por esta razón constituyen grandes contenedores patrimoniales. Las escalas de valores de estas manifestaciones son diferentes. Algunos paisajes poseen un valor universal excepcional y se inscriben en la Lista del Patrimonio Mundial o podrían integrarla. Muchos otros no alcanzan esa categoría, pero la confluencia y diversidad de valores puede ser significativa para un país, localidad o área geográfica.

Los paisajes culturales generalmente contienen elementos naturales que es imprescindible conservar por su significado científico, didáctico o estético. Estos pueden ser, por ejemplo, formaciones geológicas o fisiográficas, flora, fauna, ecosistemas, sitios con una alta diversidad biológica, reservas de la biosfera, áreas que constituyen el hábitat de especies de animales o plantas, corredores migratorios, sitios naturales que muestren una gran belleza o valores escénicos. Una de las características de la provincia Márquez es que su centro urbano está rodeado de franjas de naturaleza, gracias a los Distritos Regionales de Manejo Integrado - DRMI que existen en la región.

Las distintas manifestaciones materiales del quehacer humano sobre los mismos constituyen componentes esenciales que testimonian la cultura de los habitantes de estos territorios en diferentes etapas de la historia. Al mismo tiempo devienen recursos fundamentales para la

supervivencia y la sostenibilidad. Estas expresiones pueden abarcar una variedad muy amplia de bienes o sistemas

patrimoniales como pueden ser los siguientes: Las formas de ordenamiento del territorio y del uso de la tierra, las maquinarias, instrumentos y utensilios empleados, los medios de transporte, las obras viales, puentes y caminos, canales, muelles, embarcaderos, las vallas o cercados, los sistemas hidráulicos, de riego y sanitarios, la arquitectura vernácula o popular ya sea habitacional, productiva, religiosa, recreativa, defensiva o de otro tipo, enfatizando los materiales y técnicas utilizados, la respuesta a las condicionantes socio culturales y económicas, religiosas, físicas (geomorfológicas, climáticas) u otras.

En los paisajes culturales se presentan formas del patrimonio inmaterial o intangible que expresan la identidad cultural y social de los pueblos que los han conformado y habitado. Estas expresiones-que forman parte de la diversidad cultural del mundo y del genio humano-se transmiten oralmente, por imitación o de otras maneras.

Pueden abarcar: Las lenguas y tradiciones orales, las artes escénicas, los usos sociales, ritos y ceremonias religiosas, conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo, mitos y leyendas, fiestas, juegos y celebraciones, técnicas artesanales tradicionales, artes culinarias, en el estudio y tratamiento de los paisajes culturales son particularmente importantes las formas de relación entre las comunidades y la naturaleza. Por una parte, son fundamentales los saberes relacionados con la agricultura y la producción. Al mismo tiempo, muchas tradiciones religiosas y espirituales se vinculan a sitios naturales o paisajes. Estas manifestaciones son frágiles frente a la globalización, a los excesos comerciales, a la manipulación y a la difusión de patrones que no reconocen tales valores. Tratándose de un acervo tan relevante y fuente de desarrollo sostenible, es fundamental preservarlo, su conservación implica también proteger a sus portadores de modo de cuidar su autenticidad y pervivencia. Hoy en día, muchas organizaciones en el mundo abogan por la preservación de ese legado trascendental, de especial importancia resulta la convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial de la UNESCO aprobada en 2003.

La forma y estructura urbana de los poblados o grupos de construcciones. Vistas y perspectivas de paisajes contruidos de valor histórico o estético. La señalización, la gráfica y componentes del mobiliario exterior en caso de que existan. Producciones y denominaciones de origen. Restos arqueológicos”.

Es así como analizando la información y basándose en los mismos conceptos que los asistentes a los talleres han compartido respecto a lo que es: un paisaje campesino, la importancia de los caminos y rutas, activar las tradiciones veredales, los tours rurales o la valoración de la cultura campesina se ha propuesto que sea el paisaje cultural como una categoría de valoración patrimonial el que se pueda convertir en el principal atractivo de la provincia. Esta idea surge en respuesta a encontrar un atractivo que pueda ser único y distintivo de la provincia, pero que a su vez sea articulador de las experiencias





que ya están surgiendo o de las que se ha identificado que se pueden fortalecer. Todas ellas estas asociadas a elementos materiales o saberes inmateriales que están vinculados al paisaje particular de esta provincia. El imaginario de la cultura boyacense que se relaciona con los campesinos de ruana y sombrero, con unas montañas llenas de retazos de colores, con un campo productivo y de diversidad de cultivos, con sus pueblos tranquilos, que conservan la economía local, las plazas de mercado, los saberes artesanales de las alpargatas y canastos, los sabores de las arepas elaboradas en laja, de los ciclistas que se entrenan por sus rutas para ser destacados campeones...todo esto se encuentra en la provincia de Márquez.

En el estudio de mercado se señaló que la principal motivación de los turistas que visitan la provincia de Márquez es la tranquilidad, el contacto con la naturaleza y la oferta gastronómica que encuentran en la provincia, así mismo los precios accesibles para los visitantes. Posiblemente lo que más les guste a los turistas es no sentirse como turistas, cansados de los lugares en los que se les estafa con los precios, lugares que han excedido su capacidad de carga, en donde las artesanías son importadas o en donde es imposible conseguir productos o sabores locales. Es por esto la importancia de posicionar un producto turístico orientado a poner en valor las diferentes manifestaciones culturales de las que la comunidad se siente orgullosa y valora y así mismo, que motive un tipo de turismo especializado, que actualmente se ha identificado con la tendencia de turismo slow. Más que un tipo de turismo es una forma de vida, manifiesta en una forma de viajar en la que se disfruta del contacto genuino con las personas, la cultura y medio ambiente “hacer que el turismo sea lento, sostenible y responsable, para descubrir los lugares, para conocerlos, vivirlos, probarlos y al mismo tiempo mantenerlos como un patrimonio de valor de inestimable riqueza que debe salvaguardarse para el bienestar común” (Innovatur, s.f).

Los paisajes culturales reflejan las técnicas con las cuales se ha logrado habitar y relacionarse al espacio, las cuales se particularizan y recrean entornos únicos gracias a las características y los límites del entorno natural en el que están establecidos, así como una relación espiritual específica con la naturaleza. Es por esto que la protección de los paisajes culturales puede contribuir a las técnicas modernas de utilización viable de las tierras, conservando al mismo tiempo, o realzando, los valores naturales del paisaje (La serena paisaje cultural, s.f). La protección de los paisajes culturales tradicionales es útil para mantener la diversidad cultural y biológica y para promover el desarrollo económico local de numerosas regiones del mundo que han usado esta categoría para salvaguardar su patrimonio.

En este sentido los paisajes culturales “representan un campo de estudio emergente y de gran valor patrimonial dado que sintetizan el acervo patrimonial de una comunidad y evidencian grandes potenciales para el desarrollo territorial y el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones” (Alcaldía de Cartagena, 2021). Así, la consideración del territorio como patrimonio y a la conciencia del espacio como construcción social, se ha urdido el concepto de paisaje cultural, para la UNESCO son ellos la representación que combina la labor de la naturaleza y los seres humanos. En esta nueva capa sobre el paisaje que sería la del patrimonio, se entreteje una serie de procesos sujetos de reconocimiento y valoración, desbordando los límites de lo material o inmaterial, ambiental o

cultural, urbano o rural. Ruiz-Barajas (2018) plantea que es necesario analizar las formas en que se establece las conexiones entre el paisaje y el patrimonio, facilitando que este vínculo surja como un proceso de apropiación territorial desde acuerdos entre las comunidades locales.

¿Por qué el paisaje de la provincia de Márquez es un paisaje cultural?

- Trayectoria histórica sobre el uso del espacio que surge por el proceso de mestizaje de aspectos que se impusieron con la colonización con la herencia de las comunidades prehispánicas. Visible en la parcelación y minifundio, el conocimiento agrícola en el cultivo de especies andinas, pero también del pecuario con especies que llegaron al territorio como el ganado o los bovinos. De este proceso se conforma la cultura campesina del altiplano.
- Una forma observable característica del uso del espacio presente en la parcelación de la tierra, en la diversidad de verdes que conforman la “colcha de retazos”, en los caminos que conectan los diversos municipios, cercas de piedra o adobe que delimitan las parcelas. Esta estética precisamente es compartida por los municipios que conforman la provincia y que lo diferencian visualmente de otros territorios cercanos, como, por ejemplo, de Lengupá, que es más caluroso, con mayores árboles y una biodiversidad más imperante, por estas condiciones el café el plátano son algunos de sus productos más representativos. Se diferencia también del Valle de Tenza que tiene montañas más agrestes y su biodiversidad es más alta, y un clima similar a Lengupá, ya que son áreas de pie de monte llanero. Otro ejemplo es el Alto Ricaurte, escenario que se caracteriza por ser más árido y por sus vestigios paleontológicos.
- El espacio rural sigue siendo ocupado mayoritariamente por habitantes campesinos que mantienen tradiciones en torno al cultivo, el conocimiento de la tierra, de los lugares, del mantenimiento de los animales o la religiosidad.
- Vestigios de casas de adobe o bahareque como tradición vernácula de construcción. Cada espacio con un uso y forma relacionada al uso del paisaje como el zarzo: lugar donde se guardaba las semillas y cosechas, las cocinas que permitían ahumar la comida para asegurar su conservación, etc.
- Diversidad de producción de alimentos, el territorio es reconocido como la despensa agrícola de Colombia gracias a que cuenta con diversidad de pisos térmicos y a que cada municipio se destaca por ciertos cultivos. Ejemplo: Nuevo Colón por encontrarse en la parte más baja se destaca por los frutales o Ventaquemada que se encuentra cerca al páramo por la papa.
- Cuenta con diversidad de vestigios arqueológicos que dan cuenta de la presencia de los antiguos habitantes, manifiesto también en mitos del origen del mundo indígena.
- Lugar de origen de uno de los productos más representativos de la gastronomía boyacense que es la arepa de maíz, que se elabora en Ventaquemada y Ramiriquí, municipios que le rinden homenaje con festivales.
- Hace parte de la historia patriótica del país, gracias a que allí se dio la batalla del puente de Boyacá y se encuentran lugares como el museo de la casa del fundador en Ventaquemada.

- Los parques principales de sus municipios son el principal atractivo, gracias a que se han hecho inversiones en el mejoramiento de estos espacios. Allí se encuentran los templos, que caracterizan cada municipio, algunos conservan su centro histórico colonial como Jenesano.
- Diversidad de expresiones artesanales para crear productos tan representativos de la cultura boyacense como las alpargatas, que se elaboran en Boyacá -Boyacá y Ramiriquí o los canastos en gaita o chusque que se elaboran en Jenesano, Ramiriquí y Tibaná y las Ruanas en lana de ovejo que se siguen haciendo en Ciénega.

**El Paisaje Cultural** está conformado por las actividades, recursos y atractivos contenidos en cada una de las tipologías de turismo identificadas, por tal motivo en el cuarto taller se pone a consideración de los actores participantes, estando todos de acuerdo que los identifica y los hace únicos como territorio, por tal motivo se procede al siguiente paso: validación de productos turísticos propuestos, al llegar a este punto se contará con las propuestas de productos turísticos potenciales, cuya información haya sido retroalimentada con la participación de los actores involucrados. Se contará entonces con suficientes datos y elementos de juicio para comenzar un proceso de validación de cada producto turístico.

#### **Recomendaciones para los productos turísticos identificados en la provincia Márquez**

Las recomendaciones y contenidos planteados en el documento se soportan en el desarrollo del producto turístico de la provincia Márquez determinado desde la oferta de productos y servicios, el perfil de demanda según motivaciones de viaje y los resultados de los diferentes talleres que se han realizado, donde el principal insumo son los aportes de los actores de la cadena de turismo, y la apropiación social sobre este, es el **Paisaje Cultural Campesino Boyacense** y los subproductos que se desarrollaran son *Turismo Cultural* y *Turismo de Naturaleza*, por la estrecha relación que tienen con el Producto principal.

El informe está organizado teniendo en cuenta los cuatro componentes dentro de los lineamientos de sostenibilidad: 1). *gestión sostenible – planificación turística* 2). *sostenibilidad cultural – alistamiento de la oferta* 3). *sostenibilidad ambiental – alistamiento de la oferta* y 4). *sostenibilidad socioeconómica – calidad turística* los cuales deben implementarse de manera armonizada para alcanzar la sostenibilidad del destino, estos componentes nos permiten establecer las recomendaciones en temas de planificación turística, alistamiento de la oferta, calidad turística, infraestructura turística y atractivos que integren los lineamientos de sostenibilidad y de conceptualización, para el producto turístico principal y los subproductos.

Las recomendaciones recogen los aspectos considerados como relevantes al momento de diseñar un producto turístico, para lo cual se espera que cada actor las adecue de acuerdo con la realidad de su negocio, iniciativa, emprendimiento o experiencia en formulación o desarrollo. Por tanto, este documento se constituye en una guía, la cual es un acercamiento a los pasos requeridos para el buen desarrollo del producto, realizando algunas propuestas para evitar errores aprendidos y rescatar buenas prácticas vistas en otros productos.

### ***Gestión Sostenible – planificación turística***

Dentro de este componente se establece la corresponsabilidad de los gobiernos locales del destino, así como de los prestadores de servicios turísticos y de las entidades públicas y privadas, en busca del desarrollo de una gobernanza que articule a todos los actores de la cadena de valor de turismo, alrededor de la implementación de prácticas adecuadas, con el fin de consolidar un turismo sostenible.

Dentro de este componente, es importante señalar la importancia de identificar una organización de gestión, como punto de partida para la gestión sostenible del destino, quien debe ser el responsable de generar un enfoque coordinado y articulador para que haya participación tanto del sector público como del privado y, que para el caso del Proyecto del Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez, debe estar relacionado al comité de gestión local con miras a garantizar la sostenibilidad del ***Paisaje Cultural Campesino***.

Para la conformación del comité de gestión local se recomienda tener en cuenta el sistema turístico de un destino, de acuerdo con la propuesta de Sergio Molina, citado en el manual diagnóstico turístico local, guía para planificadores, 2000, el sistema turístico está compuesto por seis elementos a los que llamaremos subsistemas que agrupan a todos los actores sociales del turismo, así como a los atractivos, servicios turísticos y básicos que son necesarios para el funcionamiento de la actividad, se incluye en cada uno de ellos las recomendaciones de cada subsistema para la provincia Márquez.

- GOBERNANZA. Es el subsistema regulador, se encarga de dirigir a la actividad turística y está compuesto por las organizaciones públicas privadas y no gubernamentales que toman decisiones o de alguna manera inciden en el desarrollo turístico. Se incluyen además los documentos normativos como leyes, políticas, regulaciones, planes y proyectos que cumplen la misma función. Para este subsistema se tiene en cuenta los actores del sector público que hacen presencia en la provincia Márquez, identificados en el taller mapeo de actores: un representante de la secretaría de turismo departamental enlace con las entidades nacionales un representante de la alcaldías municipales, un representante de la entidad ambiental Corpochivor, un representante de la Cámara de Comercio de Tunja, un representante del Consejo provincial de turismo, ya que es un órgano consultivo y asesor, un representante del sector cultura, un representante del sector agropecuario, un representante de la academia (Sena – Universidades) y un representante de la policía (de turismo, de carreteras).

- DEMANDA. Su función es hacer uso de los espacios, servicios y atracciones turísticas a la vez que inyecta divisas en el destino y mantiene la dinámica del sistema. La demanda está compuesta por los visitantes, que, según la OMT, dependiendo de su origen pueden ser internacionales o internos. La demanda de un destino también puede caracterizarse en real, potencial o futura. Para la provincia Márquez se debe tener en cuenta que el representante de la secretaría de turismo departamental informe sobre las estadísticas relacionadas con el sector a través del Sistema de Información Turística de Boyacá – Situr y la información del Punto de Información Turística del Puente de Boyacá, también se tendrá en cuenta las



estadísticas territoriales del turismo del portal de información turística de Colombia, sitio web que consolida, actualiza y permite encontrar en un solo lugar, la información oficial del sector turismo. La información del portal acoge los lineamientos y recomendaciones para el procesamiento de información realizadas por la OMT, el Banco Mundial y el DANE. Y se ajusta a los lineamientos del Sistema Estadístico Nacional según el decreto 2404 de 2019. <https://portucolombia.mincit.gov.co/>

- COMUNIDAD RECEPTORA. De acuerdo con la modalidad de gestión turística del territorio puede tener mayor o menor participación en el desarrollo. La comunidad receptora puede ser caracterizada por su nivel de participación en la dirección del sistema (en ese caso formaría parte de la superestructura) o por su intervención en la actividad turística a través de empleos directos, indirectos e inducidos. Un representante de la comunidad, se recomienda que sea de las Juntas de acción comunal que tenga cercanía con los atractivos turísticos de la provincia, una de sus funciones principales, es el de comunicar a las comunidades sobre las actividades a desarrollar en sus territorios y la actividad principal sería implementar el indicador de empleabilidad del enfoque social de las Normas Técnicas Colombianas de sostenibilidad – NTC SGS por cada tipo de prestador de servicio turístico, el objetivo de este indicador es señalar la capacidad que tiene el PST para proporcionar empleo formal a la población disponible en la región, teniendo de línea base un mes antes de la implementación del producto turístico de la provincia Márquez, medición de impacto, 6 meses después de la puesta en marcha del producto turístico, teniendo en cuenta que se incluya temporada alta, esta medición está sujeta al análisis desde el Comité de Gestión Local del producto turístico.

Fórmula: Personas de la comunidad local contratadas por el PST (numerador) se divide por el total de personas contratadas por el PST (denominador) y todo se multiplica por cien para expresarlo como porcentaje.

$$\left( \frac{\text{Personas de la comunidad contratadas por el PST}}{\text{Total de personas contratadas por el PST}} \right) \times 100$$

- ATRACTIVOS. Se los considera como el origen del sistema turístico ya que territorialmente, el sistema se genera alrededor de estos. Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo con su capacidad de generar una demanda o de acuerdo con su potencialidad de desarrollo. Los atractivos, recursos y experiencias turísticas se clasificaron en cada una de las tipologías de turismo, que hacen parte de los subproductos del producto turístico **Paisaje Cultural Campesino Boyacense**, Turismo Cultural y Turismo Naturaleza se recomienda en el comité de gestión incluir un representante de cada una de las dos tipologías, cada uno encargado de fortalecer estas tipologías.

- OFERTA DE SERVICIOS. Incluye a los servicios propiamente turísticos como la alimentación, alojamiento, esparcimiento y otros, cuya función es facilitar y extender la

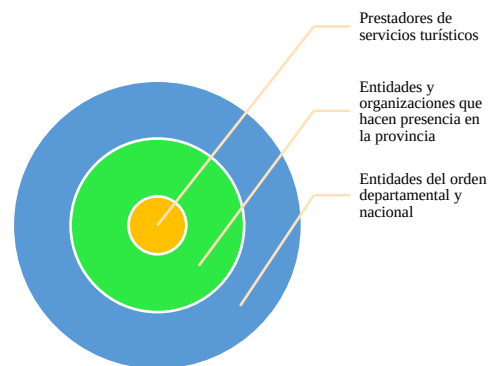


estadía del visitante. También se incluye la oferta de actividades turísticas que tiene un destino. Este subsistema puede caracterizarse a través de inventarios que aglutina a todas las empresas e instalaciones de carácter turístico de un lugar determinado. Se recomienda incluir un representante de cada tipo de prestador de servicio turístico, alojamiento, establecimientos gastronómicos, agencias de viajes, guías de turismo, transporte especial, parques ecoturísticos y/o agroturísticos y artesanos.

- **INFRAESTRUCTURA.** Su función es sostener la producción, es decir apoyar a la oferta de servicios, por eso es considerado un elemento del sistema. Se incluyen servicios básicos como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado, pero también servicios de salud y gasolineras. Aquí se identifican además los servicios de transporte, vías y terminales que permiten la llegada de la demanda y su traslado desde y hacia otros espacios turísticos. Para la conformación del comité de gestión local, la Alcaldía municipal invitará a sus secretarios a participar de las reuniones y actividades de acuerdo con el plan de acción y plan de trabajo. Se recomienda tener como invitados a un representante de la Empresa de Servicios Públicos de la Provincia de Márquez - Servimarquez SA. y un representante de la Concesión Briceño-Tunja-Sogamoso (BTS).

Se recomienda para la creación del comité de gestión local por niveles:

- Un primer nivel integrado por los prestadores de servicios turísticos – Red de PST
- Un segundo nivel las entidades del territorio
- Un tercer nivel las autoridades del orden departamental y nacional



### ***Sostenibilidad cultural – alistamiento de la oferta***

Este componente está enfocado en la implementación de acciones que promuevan la conservación y protección del patrimonio cultural de las comunidades locales a partir del reconocimiento, apropiación y la puesta en valor del patrimonio que hace parte de la provincia de Márquez.

De acuerdo con este componente y al producto turístico priorizado para la provincia Márquez, ***Paisaje Cultural Campesino, subproducto Turismo Cultural***, se harán las siguientes recomendaciones teniendo en cuenta las condiciones de infraestructura, condiciones de servicio y cumplimiento de la normatividad, de la matriz de evaluación de producto turístico.



### **Recomendaciones Subproducto Turismo Cultural Pueblos**

**Pueblos** como producto turístico está compuesto por tradiciones, parques principales, gastronomía típica, historia, el legado de templos parroquiales, casonas resultado de la época colonial y republicana, sus gentes y en especial la tranquilidad y la seguridad que inspiran al recorrer sus calles.

#### **Condiciones de infraestructura**

- **Parqueaderos:** cada municipio en temporada de mayor afluencia de visitantes debe contar con los sitios establecidos para tal fin, llegar a un acuerdo de tarifas con los propietarios, indicar con anticipación la ubicación y cumplir con las normas y permisos correspondientes. Evitar que alrededor del parque duren por mucho tiempo los vehículos estacionados, ya que hacen perder movilidad y belleza arquitectónica a cada parque y bienes inmuebles ubicados alrededor.
- **Estado de conservación de los recursos patrimoniales:** declarar atractivo turístico los bienes inmuebles del municipio para poder asignarle presupuesto municipal para su conservación y recuperación, como lo menciona el artículo 24 de la Ley 2068 de 2020 efectos de la declaratoria, 2. Cuando el bien objeto de la declaratoria sea público, deberá contar con un programa y un presupuesto de reconstrucción, restauración y conservación a cargo del presupuesto de la entidad territorial en cuya jurisdicción se encuentre ubicado.
- **Señalización bienes patrimoniales:** implementar una señalización del bien inmueble acorde a su arquitectura, que no genere contaminación visual, clara y ubicada a una altura adecuada para poderla observar. Incluir señalética accesible. Tener en cuenta el manual de señalización turística nacional “señalizar es culturizar” elaborado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como reglamento oficial en materia de señalización turística peatonal del año 2005, actualmente el ministerio a través de la política de infraestructura como proyecto tiene la creación de un manual de señalización turística.
- **Manejo de residuos:** hacer un listado de los residuos que se generan en el Bien inmueble para establecer las canecas indicadas para el manejo de los residuos y con la capacidad adecuada, indicar los residuos que se deben depositar en ese lugar, contar con un adecuado programa de limpieza y recolección, especialmente en las áreas abiertas al público, como el parque principal y sobre todo en época de mayor afluencia de visitantes como fin de semana, puente y vacaciones.
- **Baños públicos:** identificar los baños con servicio al público alrededor de los bienes patrimoniales, indicar claramente la tarifa, mantenerlos con adecuada higiene hasta el final del servicio, temporadas con actividades nocturnas y mayor afluencia de clientes contar con una persona que esté pendiente de su higiene.

- Seguridad al visitante: realizar una revisión del bien patrimonial identificando los puntos críticos donde pueda ocurrir algún accidente, tomar las medidas correspondientes como señalización, mantenimiento e intervenciones que se requieran.
- Embellecimiento del municipio / Atractivo: programar jornadas de limpieza, aseo, mantenimiento de jardines, mobiliario, bienes muebles: fuentes, cabezas, bustos, estatuas, banderas, placas, paredes, arcos, y mejoramiento de fachadas, establecer por decreto municipal de mejoramiento de fachadas, programar jornadas de cultura ciudadana
- Accesibilidad para personas con movilidad reducida: identificar los accesos con movilidad reducida en cada uno de los bienes inmuebles, señalar para evitar el bloqueo de esas entradas, como el vehículo mal ubicado, verificar que las rampas cumplan con las características requeridas, ancho e inclinación. Tener en cuenta las estrategias de entornos sin barreras del manual de turismo para todos: accesos, itinerarios, dependencias, mobiliario y señalética accesible, la estrategia criterios básicos para entornos, espacios y servicios accesibles en el turismo y la estrategia protocolos de servicios de atención accesibles e inclusivos. Emplear la iniciativa o empresa prestadora de servicios turísticos a población vulnerable de la comunidad local.
- Accesibilidad para personas con movilidad reducida: identificar los accesos con movilidad reducida en cada uno de los bienes inmuebles, señalar para evitar el bloqueo de esas entradas, como el vehículo mal ubicado, verificar que las rampas cumplan con las características requeridas, ancho e inclinación. Tener en cuenta la
- estrategia de entornos sin barreras del manual de turismo para todos: accesos, itinerarios, dependencias, mobiliario y señalética accesible, la estrategia criterios básicos para entornos, espacios y servicios accesibles en el turismo y la estrategia protocolos de servicios de atención accesibles e inclusivos.
- Servicios bancarios, corresponsales bancarios: uno de los servicios que no se debe descuidar es el servicio de bancos, cajeros, corresponsales bancarios, para colaborarle al turista con la fluidez de efectivo, disponibilidad de este en cada uno de los sitios donde se presta el servicio, verificar los sistemas de pagos con los que cuenta el sector turismo y el sector comercio, para facilitar el pago de productos y/o servicios adquiridos.
- Estaciones de servicio: verificar el buen funcionamiento de las estaciones de servicio, tenerlas identificadas, conocer los servicios que prestan, horarios de atención y las tarifas que manejan.
- Estado de las vías: aunque es una actividad específica del gobierno municipal, departamental o nacional, se recomienda estar pendiente de las actividades que se puedan realizar para el cuidado y mantenimiento como comunidad, informar sobre los puntos críticos a turistas, comunidad y alcaldía municipal.



- Movilidad vehicular centro urbano: programar, informar y comunicar un plan de movilidad en las zonas de mayor movilidad de vehículos, teniendo en cuenta afluencia de visitantes y turistas.
- Servicios de salud: aunque el servicio se presta en primera instancia a la población local, el número de habitantes determina el nivel del servicio de salud en un municipio, se recomienda tener un protocolo de servicio de acuerdo con el aumento de población, visitantes y turistas, para no saturar y brindar así un servicio adecuado.
- Facilidades de acceso al lugar: este ítem contempla en especial, el horario de atención en cada bien inmueble y el permiso para ingresar, se recomienda llegar a acuerdos con los propietarios y/o administradores del lugar, sobre todo en temporadas altas, fin de semana, puentes, vacaciones, contar con una adecuada señalización y protegidos los objetos que puedan sufrir algún daño.
- Protección del espacio público, mobiliario urbano: programar campañas de sensibilización, cuidado y protección de estos espacios, son la imagen de nuestro municipio, campañas de mantenimiento, mejoramiento y embellecimiento.
- Evidencia de la recuperación de la memoria y tradiciones: programar mensualmente, semestral o anualmente jornadas para la recuperación de la memoria de cada uno de los bienes inmuebles, como: conversatorios, videos, lecturas, entrevistas e implementar una estrategia de comunicación de los valores patrimoniales de cada atractivo.
- Zona verde del atractivo: adecuar espacios en el bien inmueble que permita tener zonas verdes, jardines, jardines verticales, materas, programar su cuidado y mantenimiento, esta condición también permite darle vida, color y tranquilidad al lugar.

### Condiciones de servicio

- Alojamiento: se recomienda cumplir con la normatividad correspondiente RNT, estar registrado antes de iniciar operación, incluir el RNT en toda la publicidad, renovarlo los primeros tres meses del año. Dentro del Subproducto Turismo Cultural se recomienda que la decoración, los entornos y servicios gastronómicos estén relacionados con la cultura de cada municipio, incluir una vitrina, stand, con productos artesanales de la región, para motivar su compra.

Restaurantes con platos típicos y establecimientos gastronómicos: es indispensable en la gastronomía típica de una región realizar la presentación del plato y sus ingredientes, ya sea en la carta física, o que la realice el mesero o al personal que se designe para tal fin.

- Estrategia de (semaforización secretaria de salud): los municipios que ya cuentan con esta estrategia por favor articularla con la oficina de turismo y los prestadores de servicios, incluirla en la página web y redes sociales, continuar fortaleciendo la estrategia, y los municipios solicitar el acompañamiento, asesoría de la secretaría de salud departamental.



- Guías de turismo: según el decreto 1379 de 2021 que tiene por objeto reglamentar el guionaje turístico establece que dentro de las actividades del guía de turismo están: diseñar recorridos turísticos según los requerimientos técnicos y normativos, diseñar guiones interpretativos, fomentar la conservación, protección y bienestar del patrimonio cultural y natural, entre la comunidad y los turistas, viajeros, visitantes o pasajeros según protocolos, técnicas de comunicación y requerimientos técnicos o normativos, apoyar la gestión y desarrollo de destinos turísticos teniendo en cuenta la normativa del sector, transmitir sus conocimientos sobre el patrimonio natural y cultural de su territorio, informar sobre el patrimonio local de acuerdo con las características geográficas, requerimientos técnicos, normativos y protocolo de

la comunidad local, narrar historias y anécdotas de la comunidad a visitantes y turistas de acuerdo con los principios de protección del patrimonio natural y cultural, mediar sobre los intereses y alcance de intervención entre el visitante y la comunidad e Intervenir entre los prestadores de servicios turísticos locales del territorio facilitando la operación turística.

- Agencia de Viajes: Diseñar, promocionar y vender recorridos y paquetes cumpliendo con los acuerdos comerciales con turistas, proveedores y comunidad, respetando la normativa de cada uno de los atractivos turísticos de los municipios.
- Servicios de información turística e interpretación del patrimonio: cada uno de los atractivos turísticos debe contar con un guion turístico para darlo a conocer a propios y extraños, articularse con los guías de turismo del territorio.
- Punto de Información Turística: la información del destino debe estar ubicada en el punto de información del puente de Boyacá, dándosela a conocer a las personas que estén designadas en este punto.
- Mapa turístico, guía, folleto, página web, redes sociales, ruedas de negocio y eventos de turismo: cada uno de los atractivos y experiencias turísticas, de cada municipio debe estar incluidos en la estrategia de comunicación y promoción de cada municipio, del departamento y de los prestadores de servicios turísticos, incluyendo horarios de atención, reservas, tarifas y contactos.
- Servicio de venta de artesanías: las artesanías deben estar ubicadas en cada uno de los lugares resaltando su valor, si es posible contar con etiqueta que mencione la artesana o artesano que la realizó. Servicio de venta de artesanías
- Servicios básicos: luz, agua, gas, baños públicos, cajeros automáticos, servicios bancarios: el agua debe ser potable, si por el momento no se cuenta con esa calidad, se debe informar al turista, igual si la energía falla, para evitar que sus aparatos electrónicos se dañen, deben existir opciones de servicios bancarios



- Guiones interpretativos: cada uno de los atractivos debe contar con un guion para dar a conocer los bienes patrimoniales desde su historia y cultura, traducir del lenguaje técnico a un lenguaje común, socializar con los Guías de turismo, los prestadores de servicios turísticos, el sector comercio, estudiantes y la comunidad en general, como estrategia social del patrimonio.
- Actividades turísticas: cada uno de los bienes patrimoniales debe contar con una actividad, para fortalecerlo como patrimonio vivo, ya sea, recorridos turísticos, museo, galería, muestras culturales, talleres demostrativos artesanales, gastronómicos, artísticos, salas de exhibición itinerantes, conversatorios, entre otras.
- Agenda cultural en el bien patrimonial: las actividades turísticas deben tener una agenda cultural en cada bien y ser publicada, para que desde las diferentes estrategias de promoción estén incluidas, al igual que en los paquetes y/o recorridos turísticos diseñadas por los guías y agencias de viajes o para que la comunidad y visitantes se programen.
- Estrategia de apropiación social del patrimonio: el municipio debe diseñar una estrategia incluyendo el plan de comunicación de esa misma estrategia, al igual que su manejo en redes sociales, darla a conocer a los prestadores de servicios turísticos teniendo en cuenta sus aportes. Incluir procesos de sensibilización con los turistas sobre el valor patrimonial que tiene la cultura, en particular para la comunidad. En lo posible, direccionar todas las acciones de prestación del servicio turístico hacia una organización de autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios y la gobernanza.
- Capacitación, talleres demostrativos, asociaciones y emprendimientos sobre artesanías propias de la región: se debe programar anualmente una estrategia de capacitación, teniendo en cuenta las instituciones idóneas para que brinden estas capacitaciones: universidades, Sena, vigías del patrimonio, ministerio de cultura, secretaria de cultura y patrimonio departamental, artesanías de Colombia. Las diferentes capacitaciones deben estar dirigidas a toda la comunidad. Realizar permanente un trabajo de motivación con la comunidad local (autoridades, prestadores de servicios turísticos, comunidad en general, instituciones educativas y comercio, entre otros) para una adecuada gestión de los bienes culturales materiales e inmateriales.

### Cumplimiento de normatividad

Se recomienda siempre estar actualizados y dar cumplimiento, de acuerdo con lineamientos internacionales y nacionales.

- Aplicación de medidas de protección: es importante que cada uno de los bienes patrimoniales o en su conjunto cuenten con medidas de protección para garantizar su continuidad.
- Declaratorias como bien de interés cultural - BIC y/o otras declaratorias municipales, departamentales, ministerio de cultura: cada declaratoria permite que cada bien patrimonial



cuenta con su medida de protección, programa de mantenimiento, y lo más importante que existan. Es un proceso que requiere de tiempo e inversión pero que es fundamental lograrlas para que las nuevas generaciones conozcan su patrimonio.

- Plan especial de manejo del patrimonio – PEMP: es un instrumento de gestión de los bienes de interés cultural mediante el cual se establecen acciones necesarias para garantizar la protección, la conservación y la sostenibilidad de los BIC o de los bienes que pretendan declararse como tales.

Inversiones en el equipamiento cultural: desde la normatividad turística Ley 2068 de 2020, si un buen patrimonial es declarado como atractivo turístico se debe incluir en el presupuesto municipal su restauración, cuidado, preservación y protección. "ARTÍCULO 23. Atractivos turísticos. Los concejos distritales o municipales y las asambleas departamentales, por iniciativa de la respectiva autoridad territorial, previo concepto del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, o por iniciativa de este último, podrán declarar como atractivos turísticos de utilidad pública e interés social aquellas zonas urbanas, de expansión o rurales, ecosistemas, paisajes, plazas, vías, monumentos, construcciones y otros que deban desarrollarse con sujeción a planes especiales, adquirirse por el Estado o preservarse, restaurarse o reconstruirse, que igualmente deberán ser incluidos en el renglón turístico del siguiente plan de desarrollo distrital o municipal. En todo caso, en la declaratoria de atractivo turístico se garantizarán los derechos adquiridos y las situaciones jurídicas de carácter particular y concreto en tanto estén vigentes o hayan sido consolidadas adoptando las medidas de manejo correspondientes”.

- Plan de emergencia y contingencia: diseñar, validar y dar a conocer el plan de emergencia a administradores, prestadores de servicios turísticos, turistas y visitantes.
- Principales instrumentos normativos internacionales: tomados de la política de turismo cultural.

**Carta Internacional sobre Turismo Cultural:** En 2021, resalta la necesidad de reforzar la protección del patrimonio cultural y la resiliencia de la comunidad a través de una gestión responsable y sostenible. Contiene tres objetivos, en primer lugar, la protección del patrimonio cultural, la resiliencia y los derechos de la comunidad como centro de las políticas y proyectos de turismo del patrimonio cultural. El segundo hace referencia a la gobernanza participativa en la administración y el tercero la importancia de los ODS en la orientación de la gestión del patrimonio cultural y turismo, vinculando aspectos de contribución a la adaptación y mitigación contra el cambio climático.

**Carta de Turismo y Código del Turista.** El primer documento está dirigido a los estados con el fin de promover las actividades turísticas, toda vez que derivan del derecho fundamental al descanso y tiempo libre. El código expone los derechos y deberes de los turistas en su ejercicio del desplazamiento de su lugar de origen a uno fuera de su entorno. En ambos instrumentos se reconoce la protección del patrimonio y el intercambio cultural que genera la actividad turística (OMT, 1985).

**Código Ético Mundial para el Turismo** orienta a los actores esenciales del desarrollo turístico como un marco de referencia para el turismo responsable y sostenible, mediante 9 principios que involucran a la comunidad directa e indirectamente implicada en la gestión turística. Resalta cómo el turismo se sustenta cada vez más en el patrimonio cultural y contribuye a su exaltación (OMT, 1999).

**Convención Marco sobre Ética del Turismo**, por medio del cual se busca el desarrollo responsable y sostenible del turismo, con especial mención de la contribución del turismo al entendimiento y desarrollo de la sociedad, así como los derechos de los empleados del sector turismo. En su artículo 7, relaciona: “El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento de los recursos culturales” (OMT, 2020).

**Objetivos de Desarrollo Sostenible, vinculados al turismo y la cultura, de los 17 ODS**, el turismo tiene relación con 2 de ellos: Objetivo 8, sobre crecimiento económico y empleo; Objetivo 12, sobre producción y consumo sostenibles; Para la Unesco la cultura tiene un papel central en los ODS, a través de la salvaguarda y promoción de la cultura, se contribuye a lograr ciudades seguras y sostenibles, fomentar el crecimiento económico y el trabajo decente, reducir la desigualdad y en especial el Objetivo 11. “Conseguir que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles” (ONU, 2015).

**Declaración de Estambul sobre Turismo y Cultura**, se reafirma la voluntad de fortalecer las sinergias entre turismo, cultura y comunidad local, reconociendo la importancia y oportunidad brindada por el turismo responsable como aliado para el patrimonio material, así como la salvaguarda del patrimonio inmaterial (OMT, 2018).

- Marco normativo nacional relacionado con la cultura: se recomienda revisar y profundizar en cada una de ellas de acuerdo con la actividad y/o servicio prestado.

**Ley 1185 de 2008, por la cual se modifica y adiciona la Ley 397 de 1997**

**Política Indicativa de Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial - PCI, de 2009 Política Nacional de Museos**

**Documento Conpes 3658 de 2010**, Lineamientos de política para la recuperación de los centros históricos en Colombia, en el cual se reconoce que estos espacios “son oportunidades de desarrollo para un grupo de municipios del país que, por sus características patrimoniales particulares, representan un potencial excepcional para la dinamización de ciudades y municipios, a través de la oferta de espacio público, turismo cultural, vivienda y servicios de calidad” (DNP, 2010).

**Política para el conocimiento, salvaguardia y fomento de la alimentación y las cocinas tradicionales de Colombia de 2012** esta tiene como objetivo “valorar y salvaguardar la diversidad y riqueza cultural de los conocimientos, prácticas y productos alimenticios de las cocinas tradicionales de Colombia, como factores fundamentales de la identidad, pertenencia y bienestar de su población” (Mincultura, 2009). La política reconoce que la cocina tradicional se asocia al turismo cultural y es una oportunidad para generar empleo e ingresos a las comunidades locales; facilitando la posibilidad



de generar procesos de innovación culinaria a partir de estos saberes y prácticas patrimoniales. Por tal razón, la política recomienda trabajar entre MinCIT y Mincultura, varios aspectos para el fortalecimiento de las empresas familiares y comunitarias de alimentos en el marco del turismo cultural y comunitario; implementar un programa de rutas culinarias que promueva la conformación de redes de restaurantes y cocinas tradicionales; diseñar un programa de apoyo a las asociaciones de cocineros de las plazas de mercado, así como mecanismos de protección y recuperación de comedores y cocinas en edificaciones de mercado de alto valor patrimonial; diseñar e implementar una campaña e incentivos para que la cocina colombiana tenga lugar en los hoteles y restaurantes, al igual que certificaciones y distintivos que acrediten la calidad y autenticidad de los platos de comida tradicional que allí se sirven. De otra parte, se busca promover el uso de derechos de propiedad intelectual, de manera conjunta, como las denominaciones de origen, marcas colectivas e individuales, entre otras alternativas, para bocados típicos y platos emblemáticos regionales.

**Decreto 2120 de 2018**, por el cual se modifica la estructura del Ministerio de Cultura. Esta norma da competencias al Ministerio de Cultura sobre las economías creativas, entre las cuales se contempla al turismo. Igualmente crea el Viceministerio de la Economía Creativa, con competencias en caracterización de sectores productivos, empresariado, propiedad intelectual, directrices a entidades territoriales, sectores económicos y agentes productivos para industrias culturales y creativas, entre las cuales se vincula el turismo.

**Decreto 286 de 2020**, dirigido a empresas, cuyo objeto social esté exclusivamente ligado al desarrollo de actividades culturales, creativas y/o de base tecnológica, contribuyentes del impuesto sobre la renta y complementarios del régimen ordinario, domiciliados dentro del territorio colombiano. En este decreto se definen las actividades referentes al Turismo Cultural para efecto del Estatuto Tributario y su clasificación, comprendiendo las siguientes: 1. Actividades de producción y comercialización de artesanías colombianas y oficios del patrimonio cultural dirigidos a la protección de bienes muebles e inmuebles considerados patrimonio cultural material. 2. Actividades de administración y promoción de atractivos culturales que se encuentren incluidos en el inventario que administra el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que tengan declaratoria como bienes de interés cultural o hagan parte de las manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial. 3. Actividades de transporte turístico con temáticas asociadas al patrimonio cultural colombiano que se presten exclusivamente en chiva, navegación de ribera tradicional, jeepaos, carrozas o cabalgatas, entre otros afines, que no incluyan ningún tipo de transporte moderno motorizado. 4. Servicios de interpretación y guianza prestados en recursos y atractivos turísticos.

**Decreto 880 de 2021**, mediante la cual se reglamenta parcialmente la Ley 2070 de 2020, en lo relacionado con el Fondo para la Promoción del Patrimonio, la Cultura, las Artes y la Creatividad (Foncultura), estableciendo su naturaleza, financiación y funcionamiento. En el cual se consigna que los recursos de dicho fondo se destinarán a viabilizar y ejecutar proyectos encaminados a la promoción de la cultura, las artes, el patrimonio cultural y la creatividad, en todo el territorio nacional.



### **Ley 2068 de 2020, por el cual se modifica la Ley General de Turismo**

**Ley 2144 de 2021**, por medio de la cual se dictan normas encaminadas a salvaguardar, fomentar y reconocer la gastronomía colombiana como integrante del patrimonio cultural, por medio de un sello de calidad que identifique el origen y la tradición, el diseño de las rutas turísticas de gastronomía tradicional colombiana, el desarrollo de incentivos que estimulen la adopción del sello, así como actividades de promoción turística, entre otros. **Artículo 11. Ruta turística.** Las rutas turísticas de gastronomía tradicional colombiana serán diseñadas por los Ministerios de Cultura y Comercio, Industria y Turismo, con el fin de fomentar el turismo gastronómico en Colombia. Se promocionará los restaurantes y espacios abiertos al público que tengan al menos cuatro (4) platos con el sello gastronómico colombiano en las diferentes regiones del país. Este diseño debe responder a los lineamientos de turismo sostenible y debe contar con un proceso de fortalecimiento de los prestadores de servicios turísticos y agentes culturales asociados a las rutas, así como una promoción turística exaltando los valores de la cocina tradicional colombiana.

**Política de turismo cultural. Destino turístico, cultural y creativo y sostenible 2021 se incluyen varias estrategias en este caso y para la provincia Márquez se tendrá en cuenta la estrategia 2.** Innovación y especialización del producto turístico cultural y creativo, dado el alcance de esta política al fomento de una tipología de turismo de alto valor para país, como es el cultural, esta estrategia busca desarrollar las iniciativas para elevar las condiciones diferenciales del producto y sus subtipologías prioritarias, según los retos de sostenibilidad, inclusión y participación, así como el ajuste a la evolución cultural y las preferencias de la demanda. En este sentido, la especialización e innovación de los productos turísticos, se realizará por medio de propuestas que se asocien y posicionen esta oferta en torno a los elementos identitarios y únicos del país, considerando las visiones de las comunidades locales sobre el turismo cultural deseado, así como las necesidades y segmentos específicos de la demanda, con especial énfasis hacia el turismo creativo.

Los programas previstos para esta estrategia son tres: 2.1 Impulso al desarrollo del producto de turismo cultural y creativo El desarrollo del producto turístico cultural y creativo requiere un programa de impulso decidido que favorezca la colaboración y cooperación público-privada para la innovación de actividades y servicios especializados que se vinculen a la oferta de este tipo de turismo en los territorios del país. De igual forma, se propiciará el fortalecimiento de los contenidos, narrativas y temáticas de este producto, favoreciendo un uso sostenible de la cultura que fomente la promoción cultural de los destinos.

- Asistencia técnica para el desarrollo del producto turístico cultural y creativo
- Mejora de las experiencias del producto de turismo cultural y creativo
- Redes temáticas de turismo cultural y creativo
- Nuevas rutas de turismo cultural y creativo: A la fecha de formulación de la política, se identificaron 28 rutas turísticas culturales, algunas creadas por mandato legal, que requieren mejorar su diseño, estructuración, promoción y comercialización, las cuales serían objeto prioritario de intervención en la ejecución de la política, Ruta Leyenda El Dorado, Ruta por



los Caminos Reales de Colombia, Rutas de turismo patrimonial de las haciendas coloniales y republicanas de Colombia y Rutas turísticas de gastronomía tradicional colombiana, Ley 2144 de 2021.

**Fortalecimiento de los productos de turismo cultural y creativo de Colombia** se contarán con proyectos especiales para la oferta turística cultural asociada a la gastronomía, a las ferias y fiestas, a la música, al patrimonio material e inmaterial y a las artesanías. De igual forma, dadas las condiciones particulares del país y los intereses de la demanda en segmentos especializados, se priorizan las subtipologías de turismo cultural ligadas al turismo urbano, al turismo religioso, al etnoturismo y el turismo creativo. Esta iniciativa se desarrollará mediante nueve proyectos, así, dentro de los que se destacan para la provincia Márquez:

- Colombia a la mesa
- Colombia, destino de fiesta
- Colombia, vive su patrimonio
- Colombia: destino turístico religioso, místico y de fe
- Colombia artesanal
- Colombia, destino de turismo creativo

#### **Sostenibilidad ambiental – alistamiento de la oferta**

Este componente busca fomentar las prácticas socio ambientales para la identificación, mitigación y manejo integral de impactos con el fin de mantener el destino turístico en óptimas condiciones. Este aspecto recomienda la implementación estratégica de campañas de educación ambiental para mitigar impactos ambientales causados por la

actividad turística, siendo el recurso natural, uno de los motivos que atrae a turistas y visitantes. Dentro de este componente, se promueve la organización de los atractivos turísticos y el seguimiento a medidas de manejo ambiental. Dada la sensibilidad ecológica que representa la presencia masiva de personas en sitios de interés.

#### **Recomendaciones Subproducto Turismo Naturaleza**

##### **Condiciones de infraestructura**

- Señalización orientación, seguridad, informativa e interpretativa: el objetivo tradicional de la señalética es el de localizar un sitio determinado, pero la señalización en sitios naturales abarca un concepto mucho más amplio en el que se incluye el trayecto mismo y se involucran veredas, caminos y recorridos cuyos elementos estéticos, naturales, deportivos o culturales contienen un valor y atractivo propio. Cada uno de los senderos debe contar con: **Señalización de orientación**: nos brinda información de cómo movilizarnos en el recorrido,

hacia qué lugar seguir, sobre todo cuando nos encontramos varios caminos, o es difícil observar el lugar por donde continuar. **Señalización informativa:** nos brinda información precisa, es una de las más grandes herramientas del turista, información geográfica, distancias, actividades, información del entorno cercano y los servicios disponibles. **Señalización interpretativa:** revela a los visitantes el significado y el valor de un determinado elemento natural de una forma emocionante y provocativa. Su objetivo es cambiar la forma que los visitantes tienen de ver la naturaleza, a través de una mayor comprensión que permite un mayor disfrute y aprecio. **Señalización de seguridad:** la prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista, ya sea, por inexperiencia del visitante, ignorancia o simplemente falta de voluntad, esta señalización marca los límites de tolerancia. Se recomienda también especificar las sanciones por incumplimiento a las reglas del lugar. Por el momento no existe una guía o manual de señalización de orden nacional que especifique la señalización en ambientes naturales, las corporaciones ambientales han ido diseñando sus propios manuales, los cuales se deben tener en cuenta, como referente.

- Infraestructura ecoturística (puentes, barandas, kioscos): colocar mobiliario en el sendero, permitirá que la estancia del visitante sea más placentera y segura, para que su recorrido resulte una experiencia significativa. El mobiliario es un apoyo clave en la interpretación, ya que, con el uso de sus estructuras, se facilita la transmisión de la información por medio de los diferentes materiales didácticos. Algunos ejemplos de mobiliario básico en un sendero, que se utilizará acorde a los requerimientos locales son: bancas, mesas, techos, cercas, mamparas de información, postes para señalamientos interpretativos, escaleras y escalinatas, pasarelas, puentes, miradores, torres de observación, muelles, alcantarillas, rampas, drenes, entre otros.
- Accesos atractivos turísticos: permite la llegada del visitante y/o turistas con facilidad, seguridad y comodidad, se debe contar con un plan de mantenimiento, adecuaciones e implementación de la infraestructura necesaria. Se debe diseñar un plan para que las adecuaciones, mobiliario y acceso al lugar para personas con alguna limitación, tener en cuenta el manual de turismo accesibles, turismo para todos.
- Sendero marcado: la ruta como la estructura física del sendero deben ser tal que estimule al visitante y/o turista a mantenerse en él, se cuide y proteja el ecosistema, se recomienda delimitar con material de la zona, tener en cuenta el ancho del sendero, entre más corto el ancho el paso será más lento, mínimo 80 cms y máximo 2 metros, a mayor pendiente menor ancho para tener en cuenta su estabilidad, eliminar vegetación que estorba, es importante analizar el entorno y de acuerdo a ello marcar el sendero evitando daño al ecosistema, incluir el drenaje para evitar anegamientos o erosión a causa del agua, sería necesario redefinir el trazado del sendero, si se encuentran obstáculos grandes analizar si se pueden quitar, para evitar que las personas transiten por diferentes lugares y se abran nuevos caminos.



- Miradores: son puntos de observación, son lugares destacados desde los que se obtienen las mejores vistas del paisaje, en cualquier recorrido, ruta o sendero, son lugares que permiten un momento de observación y encuentro con el paisaje, ganar perspectiva y continuar la ruta, en entornos naturales generalmente aprovechan alguna elevación o prominencia del terreno para conseguir la mejor vista de algún tipo de recurso natural (cascada, valle, laguna, cañón, cascos urbanos de municipios). Los miradores pueden encontrarse aislados de cualquier tipo de infraestructura turística o formar parte de ella como es el caso de senderos, deben ser accesible a todos los públicos, acondicionar caminos para mejorar el acceso si es necesario pensando en personas de cualquier edad, niños y personas discapacitadas, debe estar bien señalizado, con una señalización nos oriente hacia el mirador, la señalización debe responder todas las preguntas que el observador puede tener y conseguir interpretar el paisaje de una manera global consiguiendo transmitir e inspirar al visitante, el tipo de estructura y materiales debe ser el adecuado en cada mirador, un mirador debe ser seguro y transmitir sensación de seguridad aunque algunas partes de él sobresalen de manera destacada. Adaptado del blog turismo de observación.<sup>4</sup>
- Seguridad al visitante: con la señalización y adecuaciones se brinda en parte esa seguridad, pero es importante también contar con el plan de emergencia, el plan de contingencia, protocolos, registro de visitas, punto de control en cada sendero, informar a las autoridades correspondientes que estarán visitando el lugar, solo transitarlo en horas permitidas y adecuadas, tener en cuenta las restricciones y recomendaciones del lugar, contar con la indumentaria requerida y el estado físico necesario. Se recomienda contar con mecanismos de comunicación diferentes al celular, como radios de comunicación o frecuencias de radios locales para dar aviso en caso necesario. Revisar en los senderos y entornos los puntos de señal de celular, incluirlo en los protocolos de emergencia y de información de cada lugar.
- Estado de conservación de los recursos: cada uno de los escenarios debe contar con un plan de mantenimiento y restauración del ecosistema, contar con las adecuaciones pertinentes, información de la conducta del visitante, evitar ofrecer actividades que atenten contra la protección del ecosistema, como entrada de vehículos, bicicletas, motos y caballos, prohibir la instalación de antenas de comunicación y otras que afecten el entorno.
- Estado de las vías acceso al atractivo: por lo general los accesos a los atractivos naturales se realiza por vías destapadas que requieren atención continua para evitar su deterioro, mantenimiento de canaletas y evitar que las transiten vehículos de carga pesada.
- Inventario de flora y fauna: es fundamental que cada sendero cuente con un inventario para incluirlo en el guion interpretativo y así dar a conocer sus valores ambientales,

4

<https://www.turismodeobservacion.com/miradores/blog/45/#:~:text=Los%20miradores%20son%20puntos%20de,perspectiva%20y%20continuar%20la%20ruta.>

interrelaciones, y características generales para motivar su conservación con propios y extraños. Identificar la flora y fauna que pueda ocasionar un riesgo al visitante e informar al turista como se deben comportar y qué hacer en caso de tener contacto con alguna de ellas, informar al servicio de salud que posibles emergencias se pueden presentar para que cuenten con los elementos necesarios.

- Estudios geomorfológicos: las características del paisaje parte de la geomorfología del lugar, el estudio geomorfológico es la principal vía de acceso a las dinámicas de formación de la geografía de nuestro territorio, es decir, permite responder por qué el relieve es como es, por qué hay montañas donde las hay, en fin, por qué la corteza terrestre actúa como actúa y posee las formas que posee, y así comprender porque la provincia Márquez guarda esas características que la hacen única.

### Condiciones de servicio

El servicio ofrecido debe estar pensado en el perfil del turista de naturaleza que requiere para que su estadía en el territorio sea la mejor y debe estar articulado con las actividades que ellos van a realizar.

- Cada uno de los atractivos naturales, senderos, debe contar con un administrador y responsable del lugar, guion turístico, si su desplazamiento es largo (más de cuatro horas), un guion interpretativo si el sendero es corto donde se incluya la flora y fauna y la estructura geomorfológica del lugar, su historia y procesos culturales. Cada atractivo debe estar incluido en paquetes turísticos, rutas turísticas, contar con publicidad / marca / página web / redes, incluir a la comunidad local en alguna de las actividades y/o servicios ofrecidos, desde que cumplan con las condiciones de higiene y calidad, debe contar con un punto de control turístico para registrar el número de visitas permitidas en los estudios de capacidad de carga y el pago de entrada al sendero, desde que este autorizada, para garantizar una sostenibilidad económica y recursos para su cuidado y mantenimiento, debe contar con diferentes medios de pagos y una encuesta de satisfacción.
- Servicios de salud y emergencias: debe estar activo para atender emergencias, incidentes y accidentes en entornos naturales y con disposición en el horario de atención de los atractivos naturales, contar con personal capacitado para atender estas situaciones, apoyar en la construcción del plan de emergencia y contingencia de cada uno de los entornos naturales, diseñar un plan de sensibilización y capacitación de primeros auxilios para prestadores de servicios turísticos y comunidad en general, en especial, la que se encuentra cerca de los senderos para que puedan apoyar o sepan qué deben hacer en caso de que se presenten accidentes. Revisar y analizar junto con los demás cuerpos de seguridad, emergencias y PST, la matriz de riesgos de emergencias, desastres y accidentes del municipio para verificar que estén incluidos los atractivos turísticos donde se ofrecen actividades en especial las que se



desarrollan en espacios naturales. Colaborar en la construcción de un protocolo para PST y turistas para darlo a conocer antes y durante el recorrido. Tener en cuenta los protocolos diseñados en los destinos de San Agustín, paisaje cultural cafetero, y caño cristales. Contar con personal que manejen diferentes idiomas o tener en cuenta traductores para poder brindar la atención necesaria a turista extranjero.

- Alojamiento especializado en naturaleza: las instalaciones deben guardar armonía con el entorno, ofrecer una excelente vista del paisaje natural, tranquilidad y comodidad. En su servicio son flexibles y están articulados con los horarios de visita a los atractivos naturales, ofrecer espacios para higiene y limpieza de la indumentaria que lleva cada turista y que es requerida por su comodidad y seguridad, contar con un espacio para guardar equipaje si es necesario. Conocer las recomendaciones de los escenarios naturales para poder informar a sus huéspedes. Contar con elementos para la buena disposición de residuos generados por este perfil de cliente como botellas de plástico y residuos orgánicos como cáscaras y semillas de frutas. Informar si el agua del alojamiento es apta para el consumo humano, si no lo es, contar con opciones para poderla ofrecer.
- Restaurantes / Alimentos y Bebidas: los establecimientos gastronómicos deben prestar su servicio de acuerdo con el horario de visita de cada atractivo turístico, ser flexible en el horario de su servicio, evitar el uso de plásticos de un solo uso o que genere contaminación ambiental, contar con una carta amplia para este perfil de turista, comida vegetariana, comida vegana, comida rápida, comida típica.
- Agencia de viajes operadora: incluir en los paquetes turísticos las actividades que están autorizadas en los entornos naturales de cada uno de los municipios, acatar todas las recomendaciones e informar a los turistas, ser claros con tiempos, movimientos, nivel de dificultad, horarios de atención, código de comportamiento, capacidad de carga, permisos e incluir servicios ofrecidos por la comunidad, participar de campañas ambientales en cada uno de los lugares donde ofrece el servicio, participar en la elaboración de los protocolos de seguridad y emergencia, participar de las actividades a realizar en el programa de adecuación y mantenimiento, propender por el cuidado de la señalización, adecuaciones y mobiliario de los senderos, informar a las entidades correspondientes algún hallazgo que atente por la seguridad del ecosistema, turistas y comunidad. Informar a la autoridad correspondiente fecha de la visita, hora de ingreso, persona y/o guía de turismo responsable. Cada uno de los turistas como el guía de turismo debe contar con tarjeta de asistencia médica para la visita al lugar.
- Guía de turismo: para ofrecer su servicio es indispensable contar con RTN, si no es del territorio se recomienda contar con el apoyo de un guía local, al igual que seguir las recomendaciones, proteger y cuidar el ecosistema, señalización, adecuaciones y mobiliario.



Informar ante cualquier hallazgo a la entidad correspondiente. Conocer e investigar sobre las características del lugar donde ofrece su servicio. Contar con un guion interpretativo. Informar al turista las recomendaciones para visitar al lugar. Ser responsable con la información que ofrece. Conocer los protocolos de emergencia y seguridad de cada lugar. Informar a la autoridad correspondiente la visita al lugar. Se recomienda que el guía de turismo maneje un segundo idioma en lo posible relacionado con el turista extranjero que más visita el destino y/o contra con una estrategia de comunicación, informar su nivel de idioma. Debe estar capacitado en primeros auxilios como primer respondiente. Contar con medios de comunicación necesarios para el recorrido y los puntos de señal del celular.

- Guía de turismo con experiencia en turismo de naturaleza: para este tipo de turismo y de acuerdo con las sub tipologías debe estar capacitado, informado y actualizado, contar con los equipos y herramientas necesarias para el desarrollo de la actividad, contar con un guion interpretativo, ser responsable con la información que brinda, contar con los permisos necesarios para la realización de sus actividades. Informar al turista sobre las recomendaciones para visitar el lugar. Respetar capacidad de carga. Estar informado sobre los protocolos de emergencia y seguridad. Informar a la autoridad correspondiente la visita, hora, número de turistas, responsable de la actividad y empresa que le ofrece los servicios de tarjeta de asistencia médica. Se recomienda que el guía de turismo maneje un segundo idioma en lo posible relacionado con el turista extranjero que más visita el destino y/o contra con una estrategia de comunicación, informar su nivel de idioma, por si se presenta cualquier eventualidad. Debe estar capacitado en primeros auxilios como primer respondiente. Contar con los contactos necesarios ante cualquier emergencia. Contar con medios de comunicación necesarios para el recorrido y los puntos de señal del celular.
- Transporte especial: debe cumplir con la normatividad emitida por el ministerio de transporte y el Mincit, contar con los permisos de movilidad en cada una de las vías que transitan, contar con las pólizas correspondientes para transporte de pasajeros, Responsabilidad Civil Contractual y Extracontractual. Contar con un protocolo ante emergencias, eventualidades y accidentes. Trabajar articuladamente con el guía de turismo. El conductor debe estar capacitado para prestar el servicio, saber de mecánica y primeros auxilios como primer respondiente.
- Manejo de residuos: cada atractivo y sendero debe contar con un plan de manejo de residuos, no se recomienda dejar canecas en el transcurso del sendero, si hay alguien responsable de su aseo se permitiría una caneca a la entrada del sendero, informar al turista y visitante que está prohibido botar algún residuo incluido cáscaras y semillas para no alterar el ecosistema, por higiene y embellecimiento del lugar. Se recomienda la metodología no dejar rastro y que cada uno de los turistas lleven sus residuos a su ciudad de origen.



- Souvenir: incluir un recordatorio con material permitido de la región en cada uno de los recorridos relacionado con la temática y como estrategia de apoyo a los artesanos y artistas del municipio.

### Cumplimiento de normatividad

- Cada uno de los senderos y/o atractivos turísticos naturales debe contar
- Capacidad de Carga turística: el decreto 190 del 7 de febrero de 2022 en la sección 3 “lineamientos para la fijación de la capacidad de un atractivo turístico”, a quien le corresponde la competencia para establecer la capacidad, PNN, Icanh, Dimar, el municipio o distrito, recomienda dos metodologías capacidad de carga turística - CCT y Límites de cambio aceptable – LCA, se encuentran en los anexos del decreto. Los estudios de capacidad deberán determinar las medidas de manejo del atractivo turístico a través de un análisis de infraestructura, personal, equipamiento y valores ambientales y socioculturales del atractivo. Estas medidas deben incluir acciones de mejoramiento en caso de que los estudios identifiquen que se está sobrepasando el límite establecido o generando un impacto sobre el entorno. Los estudios deberán ser entregados a la autoridad competente dentro del término y los formatos establecidos por esta, y deberán incluir al menos la siguiente información: documento técnico final, formatos de recolección de datos en campo, matriz de cálculos y medidas de manejo, cartografía resultante y plan de mejoramiento.

**Plazo para fijar capacidad del atractivo turístico.** El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo requerirá a las autoridades dentro de los 3 meses siguientes a la expedición del presente decreto para la fijación de la capacidad de los atractivos turísticos, quienes deberán fijarla dentro del año siguiente a la vigencia de este decreto.

- Plan de manejo ambiental (PMA): es el conjunto detallado de actividades, que producto de una evaluación ambiental, están orientadas a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales que se causen por el desarrollo de las actividades en un área ambiental geográfica determinada, se establecen los servicios y actividades permitidas, las zonas donde se pueden desarrollar, en este caso la actividad turística. Para proyectos turísticos especiales de gran escala en suelo rural, tener en cuenta la resolución 263 de 2021 por el cual se expiden los términos de referencia para la elaboración del plan de manejo ambiental. La provincia Márquez cuenta con los planes de manejo ambiental de los DRMI.
- Plan de Ordenamiento Ecoturístico (POE): es un instrumento Público, de planeación institucional de carácter específico, que hace parte integral y constitutiva del Plan de Manejo del Área Protegida; y cuyo objetivo es el de ordenar, manejar y direccionar de manera técnica, jurídica y políticamente, las actividades recreativas, en el marco de la conservación In situ de los valores naturales y culturales existentes en el área, a través de medidas regulatorias,



medidas de Manejo y líneas estratégicas proyectadas a cinco años. Este instrumento permite aportar en la valoración social del territorio, a través del mejoramiento y el fortalecimiento de las relaciones con los visitantes, las poblaciones locales, la empresa privada y la interinstitucionalidad, el POE busca contribuir al reto misional de armonización con otros instrumentos y herramientas de planificación y ordenamiento del turismo, que se encuentren en el área de influencia del área protegida.

- Monitoreo de impactos: según el decreto 190 del 7 de febrero de 2022, la autoridad competente deberá establecer un plan de monitoreo de los impactos generados por las actividades turísticas que incorpore como indicador la capacidad determinada. Para el seguimiento a dicho indicador, la autoridad competente deberá realizar el monitoreo conforme a las características del atractivo y por lo menos una vez al año durante la temporada alta del atractivo turístico.
- Aplicación de buenas prácticas ambientales: el gobierno nacional diseñó guías de buenas prácticas en sostenibilidad para prestadores de servicios de naturaleza, incluye las recomendaciones para la prevención de enfermedades contagiosas y se basa en los nuevos lineamientos de la Política de Turismo Sostenible y en la reforma de la Ley General de Turismo. Implementar estas guías elevará la competitividad de los prestadores y permitirá la recepción de turistas de mayor gasto, entre otros beneficios, cada una de las guías están publicadas en la página [www.colombiaproductiva.com](http://www.colombiaproductiva.com)<sup>5</sup> una guía general y una por cada tipo de prestador de servicio turístico.
- Permiso ambiental: cada uno de los senderos y atractivos turísticos debe contar con el permiso ambiental de la autoridad correspondiente, tanto para sus adecuaciones como para su operación.
- Área protegida regional declarada: la provincia de Márquez cuenta con Distritos Regionales de Manejo Integrado - DRMI definidos como “aquellas áreas en la que los paisajes y ecosistemas mantienen su composición y función, aunque su estructura haya sido modificada y cuyos valores naturales y culturales asociados se ponen al alcance de la población humana para destinarlos a su uso sostenible.
- Código de comportamiento del destino: cada uno de los municipios debe contar con un código y en especial para los sitios naturales donde se especifique el comportamiento de visitantes, comunidad, prestadores de servicios turísticos y alcaldía. Generar una estrategia de comunicación antes, durante y después de la visita al destino.

<sup>5</sup> <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-turismo-de-bienestar/guia-de-buenas-practicas-en-sostenibilidad-prestad>



- Ficha técnica del sendero: cada sendero debe contar con una ficha técnica con la información incluida en las condiciones de infraestructura, servicio y normatividad, contar con un plan de mantenimiento y un programa de restauración, campañas y programas de educación ambiental.

### **Sostenibilidad socioeconómica - calidad**

Este componente establece acciones que promuevan el aumento de la competitividad a través de oportunidades económicas desde el turismo para las comunidades locales y los prestadores de servicios turísticos del destino con líneas de preservación de la cultura y sus modos de vida. A continuación, se encuentran diferentes procesos, normas, sistemas que deben implementar los prestadores de servicios turísticos en Colombia, su implementación y cumplimiento según corresponda, fortalece los procesos del prestador y la cadena de valor del Producto turístico de la provincia Márquez *Paisaje Cultural Campesino*.

### **Establecimientos de Alojamiento y Hospedajes**

Este componente establece acciones que promuevan el aumento de la competitividad a través de oportunidades económicas desde el turismo para las comunidades locales y los prestadores de servicios turísticos del destino con líneas de preservación de la cultura y sus modos de vida.

### **Normas Calidad Establecimientos de Alojamiento y Hospedajes - NTSH**

El gobierno nacional dentro de los procesos de normalización generó unas Normas Técnicas Sectoriales - NTS dirigidas al sector turismo como referente para mejorar la calidad de cada tipo de prestador de servicio turístico, su implementación no es de carácter obligatorio, pero son referente para el mejoramiento de calidad en cada uno de los establecimientos.

Las primeras Normas técnicas están dirigidas al personal del establecimiento de alojamiento, son Normas de Competencial Laboral, NTSH 001 – NTSH 004 se evalúa es al personal, sirven de referente para diseñar cada uno de los protocolos de servicio del establecimiento. Cada una cuenta con un enlace para que se puedan descargar.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003.
- NTSH 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo con políticas de servicio, 2003.
- NTSH 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes, 2003.



- NTSH 004. Establecimientos de alojamiento y hospedaje.
- Norma de competencia laboral. Atención del área de conserjería de acuerdo con el manual de procedimientos, 2003.

Las siguientes normas están dirigidas para la estructura del establecimiento teniendo en cuenta su infraestructura, servicios y procesos, revisar cual le corresponde e implementarla como referente para mejorar la calidad, su implementación no es obligatoria. Cada una cuenta con un enlace para su descarga. La NTSH 0011 estaba dirigida a hoteles boutique, pero la eliminaron por el momento.

- NTSH 005. Establecimientos de alojamiento y hospedaje.
- NTSH 006 I actualización. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos, 2009.
- NTSH 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios, 2005.
- NTSH 008 I actualización. Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, 2011.
- NTSH 009. Apartamentos turísticos, requisitos de planta y servicios, 2008.
- NTSH 0010. Apartahoteles, requisitos de planta y servicios, 2008.
- NTSH 0012. Recintos de campamento o camping, requisitos de planta y servicios, 2014.
- NTHS 0013 Hostales. Requisitos de planta y servicios

Dentro de la Normas Técnicas Sectoriales están las Normas de Sostenibilidad NT STS, pero actualmente se actualizaron y se cambiaron a Normas Técnicas Colombianas – Sistema de Gestión de Sostenibilidad - NTC SGS para cada uno de los prestadores de servicios turísticos, en el caso de alojamientos cambia de NT STS 002 a NTS SGS 6503.

- NTC 6503-2021 - Sistema de gestión de la sostenibilidad para establecimientos de alojamiento - Requisitos.

Para su implementación el gobierno nacional ha generado unas herramientas de ayuda, Herramientas de apoyo para Normas Técnicas Colombianas (NTC) de turismo sostenible las cuales se encuentran en la página de calidad turística <https://calidadturistica.gov.co/>

- Guía explicativa ntc-6503 sostenibilidad establecimiento de alojamiento y hospedaje.pdf

También se puede encontrar una sección de material de apoyo como videos, formatos, matrices y/o documentos descargables que le ayudarán a comprender los requisitos de las nuevas Normas Técnicas Colombianas de sistema de gestión de la sostenibilidad para el sector turismo, lo que permitirá orientar al prestador de servicios turísticos en la implementación de estos estándares<sup>6</sup>.

### **Sistema de Información de Alojamiento Turístico - SIAT**

El gobierno nacional dando cumplimiento a la Ley general de turismo diseño la plataforma para el Sistema de Información de Alojamiento Turístico - SIAT<sup>7</sup> - es un desarrollo tecnológico realizado

<sup>6</sup> [https://calidadturistica.gov.co/courses/topics\\_new/14](https://calidadturistica.gov.co/courses/topics_new/14)

<sup>7</sup> <https://siat.mincit.gov.co/>





por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en el cual se sistematiza la Tarjeta de Registro de Alojamiento TRA, que por norma deben adelantar todos los establecimientos de alojamiento, como prueba del contrato de hospedaje. Está clasificada en tres grupos: grupo (1) prestadores con PMS<sup>8</sup> - cuenta con un software de alojamiento, grupo (2) prestadores usuarios directos conectados<sup>9</sup> - los que cuentan con servicio de internet y no tienen ningún software, grupo (3) prestadores usuarios no conectados<sup>10</sup>, en la resolución 700 de 15 de julio de 2021 se encuentra la clasificación, en esta resolución se determinó unos tiempos para cada usuario iniciara su uso, pero fue modificada por la resolución 409 del 23 de marzo de 2022, la cual modifica los tiempos para su implementación.

La implementación en su totalidad del sistema para los prestadores de servicios de alojamiento, 3 meses grupo (1) y (2), 6 meses grupo (3), después de los 5 meses que tenía el Mincit para realizar las modificaciones tecnológicas para estabilizar la interoperabilidad con el RNT y la sensibilización a los diferentes actores:

- Grupo (1) y Grupo (2): 24 de noviembre de 2022
- Grupo (3): 24 de febrero de 2023

### **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SG-SST**

El Ministerio del Trabajo comprometido con las políticas de protección de los trabajadores colombianos y en desarrollo de las normas y convenios internacionales, estableció el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), el cual debe ser implementado por todos los empleadores y consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, lo cual incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora con el objetivo de anticipar, reconocer, evaluar y controlar los riesgos que puedan afectar la seguridad y la salud en los espacios laborales.

El sistema de gestión aplica a todos los empleadores públicos y privados, los trabajadores dependientes e independientes, los trabajadores cooperados, los trabajadores en misión, los contratantes de personal bajo modalidad de contrato civil, comercial o administrativo, las organizaciones de economía solidaria y del sector cooperativo, las empresas de servicios temporales, las agremiaciones u asociaciones que afilian trabajadores independientes al Sistema de Seguridad Social Integral; las administradoras de riesgos laborales; la Policía Nacional en lo que corresponde a su personal no uniformado y al personal civil de las Fuerzas Militares.

El gobierno ha generado diferentes resoluciones para la implementación del SG- SST, generó la guía técnica de implementación del SG SST para MiPymes<sup>11</sup>, dentro de las novedades del Sistema le pide a todas las empresas que emitan un reporte de autoevaluación de estándares mínimos del SG SST en

<sup>8</sup> <https://siat.mincit.gov.co/servicios/alojamientos-con-pms>

<sup>9</sup> <https://siat.mincit.gov.co/servicios/usuarios-directos-del-sistema-de-informacion-de-al>

<sup>10</sup> <https://siat.mincit.gov.co/servicios/alojamientos-sin-conexion-a-internet>

<sup>11</sup> [https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/publicaciones/-/asset\\_publisher/adfJk4kuWotx/content/guia-tecnica-de-implementacion-del-sg-sst-para-mipymes](https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/publicaciones/-/asset_publisher/adfJk4kuWotx/content/guia-tecnica-de-implementacion-del-sg-sst-para-mipymes)

diciembre de 2022, las diferentes empresas encargadas de capacitar o brindar asesoría del SG SST están generando videos para socializar los últimos cambios que el gobierno está generando, se recomienda observar el siguiente video reporte de autoevaluación del SG – SST 2022<sup>12</sup> (Resolución 0312 de 2019, Plan Nacional de Seguridad y Salud en el Trabajo 2022-203, Reportes 2019-2021, Documentos publicados por Mintrabajo, Lanzamiento del sistema de información, Circular 037 de 2022, Pruebas de las Administradoras de Riesgos Laborales, Nueva ARL en Colombia, Registro anual de autoevaluaciones 2022, Acceso al Manual de usuario empresa Contenido del manual de usuario del sistema de riesgos laborales, Sistema de Afiliación Transaccional, Registro de empresa y representante legal, Menú de opciones del sistema de información, Centros de trabajo, Registro de datos del responsable del SG-SST, Calificación de estándares mínimos y nueva calificación de cumplimiento parcial).

### Manual de turismo accesible “Turismo para todos”

- Manual de turismo accesible “*Turismo para todos*”: es una herramienta para incentivar la oferta de servicios turísticos accesibles a partir de la identificación de los ajustes necesarios que se deben realizar para ser incluyentes y a la vez, sirve como hilo conductor en el momento de atender a las personas con algún requerimiento específico. En las páginas de la 160 a la 164 encontrarán recomendaciones específicas para los alojamientos.

### Recomendaciones hotel y alojamiento accesible:

- El vestíbulo se debe encontrar en el acceso de la edificación al mismo nivel del itinerario de acceso. De no ser así, se encontrará una rampa con los requerimientos pertinentes (ancho mínimo de 100 cm, pasamanos a doble altura y una pendiente de máximo 10%). 2) El vestíbulo garantizará en su área y según la disposición del mobiliario, circulaciones de un ancho mínimo de 90 cm y zonas con posibilidad de giro de 360°, con un diámetro de 150 cm. 3) El lugar debe estar bien iluminado y señalizado. 4) Es de gran apoyo ubicar en la entrada un plano táctil si el lugar es muy grande, para personas con discapacidad visual. 5) Se sugiere acondicionar un área de servicios, en las que se encuentren teléfonos públicos, Wifi, directorio telefónico, prensa, cajero, entre otros. 6) La recepción debe tener sistemas de aplicación y mejoramiento de sonido, como es el caso de bucles magnéticos. 7) Se recomienda contar en la recepción con ayudas técnicas como sistemas de sujeción de bastones, muletas o similares. 8) Se dispondrá de paneles informativos, estando la información a una altura entre 80 y 140 cm, respecto al acabado del piso. La información relevante se encontrará en braille y de ser posible se ubicarán pantallas con videos que entreguen información audiovisual y audio. 9) Si existen vitrinas de vidrio, éstas no deberán producir deslumbramiento. Al mismo tiempo deberán estar bien señalizadas para evitar golpes. 10) Para que cualquier mesa donde se desarrolle una actividad, bien sea puesto de trabajo o temporal, deberá cumplir las siguientes dimensiones, altura libre por debajo del

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=86VGL-KG8qo>

mesón mínima: 75 cm, altura límite del mesón de trabajo: 80 cm, ancho libre mínimo: 80 cm, profundidad mínima: 60 cm. 11) El establecimiento debe prever un itinerario accesible que comunique desde el acceso principal de la edificación hasta las habitaciones accesibles. 12) Para permitir el paso de una persona usuaria de silla de ruedas y un caminante, el ancho libre de paso sin obstáculos para circulaciones será de 150 cm. 13) La puerta deberá tener un ancho mínimo de 90 cm. En caso de ser un edificio de patrimonio cultural, se aceptará un ancho de 80 cm. Las mismas deberán contrastar con el entorno y deben tener mecanismos de apertura tipo palanca o de presión. 14) En las habitaciones estrechas se debe garantizar que se pueda realizar la transferencia en al menos uno de los dos lados de la cama, consiste en un espacio libre de 120 cm de ancho. 15) Desde la cama se debe poder alcanzar el teléfono, lámpara de noche y regulador de temperatura. 16) Tanto en la habitación como en el baño habrá un sistema de alarma de solicitud de ayuda ante posibles caídas o emergencias. 17) Es indispensable que la circulación del baño de la habitación cumpla con los anchos y diámetros adecuados (ancho de mínimo 90 cm y diámetro de 150 cm). 18) El sistema de apertura de los armarios será preferiblemente con puerta corredera. 19) La mesa o escritorio debe permitir la aproximación frontal de una persona en silla de ruedas, para ello tendrá una altura libre de 75 cm por debajo. 20) Se recomienda que la habitación tenga un espejo de cuerpo completo. 21) Frente a la caja fuerte debe existir una zona libre de obstáculos, para facilitar la maniobra a personas en silla de ruedas. La caja fuerte se encontrará a una altura entre 40 y 140 cm. 22) El clóset debe ser utilizado con autonomía por personas de talla baja, alta o en silla de ruedas.

### Protocolo para Hoteles y Alojamientos:

Estos establecimientos junto con los restaurantes concentran la mayoría de las personas que acceden al turismo; por lo tanto, se presentan algunas recomendaciones para que sean lo más incluyentes posible:

- Tenga una atención cálida y amable con todos los huéspedes.
  - Se debe implementar la mayor cantidad de ayudas de comunicación (escritas y audiovisuales) con el fin de garantizar la correcta interpretación de los espacios y servicios que presta el establecimiento.
  - Se debe permitir el ingreso de perros guías a las instalaciones de la edificación, sin ninguna restricción, siempre y cuando este cumpla con todos los requerimientos de ley. Implemente un ejemplar de la carta en braille y lengua de señas / signos.
  - Diríjase siempre a la persona con discapacidad, no a su acompañante.
  - Para el caso puntual de las personas con discapacidad visual, permita que se tome de su hombro para ser guiado por el hotel o alojamiento, indíquele la silla colocándole la mano en el espaldar o banca. Indíquele el orden de alimentos, objetos o bebidas, bien sea por las manecillas del reloj o mediante puntos cardinales.
- Contemple al menos un baño accesible; y no le dé un uso distinto; recuerde que, en cualquier momento, llegarán clientes con discapacidad.



### **Código de conducta prestadores de servicios turísticos**

Código de conducta Ley 1336 de Compromisos mínimos que deben asumir todos los prestadores de servicios turísticos (resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009) (En virtud de la Ley 1336 de 2009, la adopción y adhesión a este Código de Conducta, es requisito para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y para su actualización).

Con el fin de contrarrestar la explotación sexual de los niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo, los prestadores de servicios turísticos adoptarán un código de conducta que deberán observar sus representantes legales, directores, administradores, empleados, contratistas vinculados a la prestación de servicios turísticos, con el fin de hacer efectivas las obligaciones contempladas en los artículos 16 y 17 de la Ley 679 de 2001, así como a prevenir las conductas tipificadas en el artículo 19 de la misma Ley e igualmente que incorpore las siguientes medidas mínimas de control, el cual debe estar publicado en lugar visible en el establecimiento, en sus redes y página web:

1. Abstenerse de ofrecer en los programas de promoción turística y en planes turísticos, expresa o subrepticamente, planes de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes.
2. Abstenerse de dar información a los turistas, directamente o por interpuesta persona acerca de lugares desde donde se coordinen o donde practique explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
3. Abstenerse de conducir a los turistas, directamente o a través de terceros a establecimientos o lugares donde se practique la explotación sexual comercial de niños, niñas, así como conducir a éstos a los sitios donde se encuentran hospedados los turistas, incluso si se trata de lugares localizados en altamar, con fines de explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
4. Abstenerse de facilitar vehículos en rutas turísticas con fines de explotación o de abuso sexual con niños, niñas y adolescentes.
5. Impedir el ingreso de niños, niñas y adolescentes a los hoteles o lugares de alojamiento y hospedaje, bares, negocios similares y demás establecimientos en los que se presten servicios turísticos, con fines de explotación o de abuso sexual.
6. Adoptar las medidas tendientes a impedir que el personal vinculado a cualquier título con la empresa ofrezca servicios turísticos que permitan actividad sexual con niños, niñas y adolescentes.
7. Proteger a los niños, niñas y adolescentes nacionales o extranjeros de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros.
8. Denunciar ante el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y demás conocimiento por cualquier medio, así como la sospecha de estos, relacionados con explotación sexual de niños, niñas y adolescentes y asegurar que al interior de la empresa existan canales para denunciar ante las autoridades competentes tales hechos.
9. Diseñar y divulgar al interior de la empresa y con sus proveedores de bienes y servicios, una política en la que el prestador establezca medidas para prevenir y contrarrestar toda forma de explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en viajes y turismo.



10. Capacitar a todo el personal vinculado y que vaya vinculando a la empresa, así como a los proveedores que por la naturaleza de sus actividades tengan contactos con turistas, frente al tema de prevención de la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.
11. Informar a sus usuarios sobre las consecuencias legales en Colombia de la explotación y el abuso sexual de niños, niñas y adolescentes.
12. Fijar en lugar público y visible del establecimiento o establecimientos de comercio el presente Código de Conducta y los demás compromisos que el prestador desee asumir con el fin de proteger a los niños, niñas y adolescentes.

NÚMERO DE REGISTRO RNT: \_\_\_\_\_

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO: \_\_\_\_\_

FIRMA REPRESENTANTE LEGAL Y/O GERENTE: \_\_\_\_\_ C.C.

### Normas Calidad Establecimientos de Gastronomía

Según el decreto 343 de abril 6 de 2021 los establecimientos de gastronomía son establecimientos de comercio cuya actividad económica principal consiste en la venta al público de alimentos preparados, procesados o frescos, acompañados o no de bebidas alcohólicas y donde el espectáculo, de existir, tiene un carácter secundario, entre los cuales se encuentran los siguientes:

- Restaurantes: Establecimiento gastronómico que ofrece servicio a la mesa y que generalmente cuenta con una carta o menú.
- Restaurantes de autoservicio: Establecimiento gastronómico que sirve a grandes volúmenes de clientes y expone sus productos en formato buffet.
- Restaurantes de comidas rápidas: Establecimiento gastronómico donde el tiempo de entrega es máximo de 10 minutos.
- Comidas callejeras que se encuentren reglamentadas y debidamente autorizadas por los gobiernos locales: Alimentos y bebidas vendidos por comerciantes en puestos fijos o móviles en la vía y espacios públicos.
- Camiones de comida debidamente autorizados por la autoridad local: Vehículo adaptado en el que se puede cocinar y vender comida, que se puede mover de un lugar a otro o permanecer en el mismo punto.
- Fruterías: Establecimiento de venta de preparaciones con frutas como ingrediente principal.
- Heladerías: Establecimiento que ofrece una variada gama de paletas, raspados de hielo y helados artesanales o de producción industrial.
- Salsamentarías: Establecimientos de venta de embutidos y otros productos cárnicos y preparaciones con estos.



- Panaderías, reposterías, pastelerías o chocolaterías. Establecimientos de elaboración. y venta de panes, amasijos, galletas, pasteles, tortas, postres, chocolates y en algunos casos comidas saladas.
- Cafés o cafeterías: Establecimientos que tienen como actividad principal la venta de café, infusiones y otras bebidas calientes y en algunos casos comidas.
- Piqueteaderos: Establecimientos de venta de comida picada para compartir a centro de mesa que generalmente consisten en fritanga, chorizo, rellena, carnes y amasijos, entre otros.
- Cevicherías y pescaderías: Establecimiento gastronómico o puesto en el que se vende pescados y mariscos preparados y listos para el consumo inmediato.
- Las demás que determine el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- 

### **Normas Técnicas Sectoriales – USNA – sector gastronomía**

El gobierno nacional diseñó las Normas Técnicas Sectoriales NTS USNA (Unidad Sectorial de Normalización) para el sector gastronómico para mejorar los estándares de calidad en cada uno de los establecimientos.

Las primeras Normas son Normas de Competencia Laboral están dirigidas al personal, sirven de referente para diseñar los protocolos de servicio de esa área. Cada norma cuenta con un enlace para su descarga.

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción. 2015.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS- USNA 002. Servicio de alimentos y bebidas de acuerdo con estándares técnicos. 2015.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS –USNA 003 Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad. 2016.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo con el presupuesto y el plan de trabajo definido por el establecimiento gastronómico. 2016.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 005 I. Actualización. Coordinación de la Producción de Alimentos de acuerdo con los Estándares procedimientos y estándares establecidos, 2018.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - USNA 007 Norma Sanitaria de manipulación de alimentos, 2017
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 011. Buenas prácticas para la prestación del servicio en restaurantes 2012

Las otras normas están diseñadas para la estructura del establecimiento, cada norma cuenta con un enlace para su descarga.



- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 006 I actualización. Infraestructura básica en establecimientos de la industria gastronómica, 2012.
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 008 II actualización. Categorización de restaurantes por tenedores, 2018
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007

### **Normas Técnicas Colombianas – NTC SGS – sector gastronomía**

La Norma Técnica Colombiana de Turismo Sostenible NTC SGS 6496 Sistema de Gestión de la sostenibilidad para los establecimientos gastronómicos, bares y similares. Requisitos, reemplaza a la Norma Técnica Sectorial NTS TS 004 establecimientos gastronómicos y bares requisitos de sostenibilidad. La norma y las herramientas de apoyo se encuentran en la plataforma de calidad turística <https://calidadturistica.gov.co/>

- NTC\_6496 Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para los establecimientos gastronómicos, bares y similares. Requisitos.pdf
- Guía explicativa ntc-6496 sostenibilidad para establecimiento gastronómicos, bares y similares.pdf
- Material de apoyo: Videos explicativos nuevas NTC de turismo sostenible / Requisitos numeral 4. Contexto de la organización<sup>13</sup>

### **Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo – SG-SST – establecimientos gastronómicos**

Los establecimientos gastronómicos también deben implementar el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo - SG SST (ver en este documento establecimientos de alojamiento).

### **Manual de turismo accesible “Turismo para todos” – restaurantes**

Manual de turismo accesible “*Turismo para todos*”: es una herramienta para incentivar la oferta de servicios turísticos accesibles a partir de la identificación de los ajustes necesarios que se deben realizar para ser incluyentes y a la vez, sirve como hilo conductor en el momento de atender a las personas con algún requerimiento específico.

### **Recomendaciones Restaurantes pág. 166 - 167:**

1) Preferiblemente, debe contar con un estacionamiento propio o, en lo posible, cercano a un estacionamiento accesible. 2) Estos recintos requieren de taquillas o mostradores accesibles: deben disponer principalmente de doble altura, buena iluminación, bucles magnéticos y atención en lengua de señas / signos. 3) El acceso al restaurante, bar o discoteca y todo su recorrido externo e interno

<sup>13</sup> [https://calidadturistica.gov.co/courses/topics\\_view\\_new/37](https://calidadturistica.gov.co/courses/topics_view_new/37)

debe tener un ancho de mínimo 150 cm, en los cuales se deben evitar los desniveles. 4) La barra debe tener una altura de mínimo 100 cm y debajo debe existir un espacio libre en las mesas que permita la aproximación frontal de una persona en silla de ruedas. 5) Se recomienda que algunas mesas y el módulo de baños estén situados en la planta baja, sin escalones o desniveles aislados. 6) Debe existir mínimo una cabina de aseo adaptada para personas con discapacidad, la cual debe contar con una puerta que abra hacia afuera con un ancho de paso de mínimo 100 cm. Dentro de la misma debe existir un espacio libre de giro de 150 cm de diámetro; el inodoro debe disponer de una altura adecuada y una barra abatible de apoyo a cada lado. El lavamanos debe estar situado a una altura de máximo 90 cm y bajo el mismo un espacio libre de mínimo 45 cm, además de contar con un grifo de tipo palanca. 7) La superficie debe ser homogénea y antideslizante. 8) Se recomienda que la carta tenga una tipografía adecuada con tamaño legible y con contraste cromático respecto al fondo para las personas con baja visión. Así mismo es favorable que haya opción de carta en sistema braille. 9) El establecimiento debe estar señalizado con rótulos que indiquen la ubicación del bar, área de mesas y baños. Los mismos deben seguir un mismo patrón (diseño, tamaño, altura, distancia). 10) Es importante tener en consideración que el restaurante, bar o discoteca cuente con mesas redondas, debido a que éstas hacen más eficaz la comunicación para las personas con discapacidad auditiva. 11) Evitar el uso de alfombras, obstáculos o elementos en voladizo no proyectados que puedan dificultar la circulación y ocasionar daños. 12) Se recomienda destinar espacios libres de sillas, que permitan la ubicación de personas usuarias de silla de ruedas en algunas de las mesas, barra de bar y demás espacios de integración.

**Protocolo para restaurantes pág. 244:**

- Garantice el acceso y desplazamiento al establecimiento; en caso de ser necesario se deben implementar ayudas técnicas que faciliten dicha acción.
- Se deben implementar la mayor cantidad de ayudas de comunicación (escritas y audiovisuales) con el fin de garantizar la correcta interpretación de los espacios y servicios que presta el establecimiento.
- Se deben garantizar la prestación de servicios sanitarios accesibles dentro del establecimiento.
- Dicho espacio no deberá ser destinado para prestar un servicio diferente al cual fue concebido.
- Se debe permitir el ingreso de perros guías a las instalaciones de la edificación, sin ninguna restricción, siempre y cuando este cumpla con todos los requerimientos de ley.

**Código de conducta prestadores de servicios turísticos**

Código de conducta Ley 1336 de Compromisos mínimos que deben asumir todos los prestadores de servicios turísticos (resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009) (En virtud de la Ley 1336 de 2009, la adopción y adhesión a este Código de Conducta, es requisito para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y para su actualización). (ver en este documento establecimientos de alojamientos)



### **Normas Calidad Agencia de Viajes – Naturaleza de sus actividades**

De acuerdo con el capítulo 3 de las normas que regulan a las Agencias de Viajes sección 1 Generalidades de las Agencias de Viajes del decreto 1074 de 2015

Art. 2.2.4.3.1.1. Clasificación de las Agencias de Viajes. Por razón de las funciones que deben cumplir y sin perjuicio de la libertad de empresa, las Agencias de Viajes son de tres clases, a saber: Agencias de Viajes y Turismo, Agencias de Viajes Operadoras y Agencias de Viajes Mayoristas. (Decreto 502 de 1997, art. 1).

Art. 2.2.4.3.1.2. De las Agencias de Viajes y Turismo. Son Agencias de Viajes y Turismo las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos. (Decreto 502 de 1997, art. 2)

Art. 2.2.4.3.1.3. Funciones de las Agencias de Viajes y Turismo. Las Agencias de Viajes y Turismo cumplirán las siguientes funciones: 1. Organizar, promover y vender planes turísticos nacionales, para ser operados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas legalmente en el país; 2. Organizar, promover y vender planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional; 3. Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos; 4. Tramitar y prestar asesoría al viajero en la obtención de la documentación requerida para garantizarle la facilidad de desplazamiento en los destinos nacionales e internacionales; 5. Prestar atención y asistencia profesional al usuario en la selección, adquisición y utilización eficiente de los servicios turísticos requeridos; 6. Reservar cupos y vender pasajes nacionales e internacionales en cualquier medio de transporte; 7. Operar turismo receptivo, para lo cual deberán contar con un departamento de turismo receptivo y cumplir con las funciones propias de las Agencias de Viajes Operadoras. (Decreto 502 de 1997, art. 3)

Art. 2.2.4.3.1.4. De las Agencias de Viajes Operadoras. Son Agencias de Viajes Operadoras las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos. (Decreto 502 de 1997, art. 4)

Art. 2.2.4.3.1.5. Funciones de las Agencias de Viajes Operadoras. Las Agencias de Viajes Operadoras cumplirán las siguientes funciones: 1. Operar dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de Viajes del exterior y del país; 2. Organizar y promover planes turísticos para ser operados por ellas mismas, sus sucursales y agencias si las tuviere, de acuerdo con la ubicación de cada una de ellas dentro del territorio nacional; 3. Prestar los servicios de transporte turístico de acuerdo con las disposiciones que reglamentan la materia; 4. Brindar equipo especializado tal como implementos de caza y pesca, buceo y otros elementos deportivos, cuando la actividad lo requiera; 5. Prestar el servicio de guianza con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de turismo (Decreto 502 de 1997, art. 5)



Art. 2.2.4.3.1.6. De las Agencias de Viajes Mayoristas. Son Agencias de Viajes Mayoristas las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos. (Decreto 502 de 1997, art. 6)

Art. 2.2.4.3.1.7. Funciones de las Agencias de Viajes Mayoristas. Las Agencias de Viajes Mayoristas cumplirán las siguientes funciones: 1. Programar y organizar planes turísticos nacionales e internacionales, para ser ejecutados por Agencias de Viajes Operadoras y vendidos por Agencias de Viajes y Turismo; 2. Programar y organizar planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional por sus corresponsales o agentes y para ser vendidos por las Agencias de Viajes y Turismo; 3. Promover y vender planes turísticos hacia Colombia, para ser ejecutados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas en el país; 4. Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos, para ser vendidos por las Agencias de Viajes y Turismo. PARÁGRAFO. Las Agencias de Viajes Mayoristas no podrán vender directamente al público, no pudiendo por lo tanto establecer ni mantener contacto comercial con este. Sin embargo, responderán solidariamente con la agencia vendedora ante el usuario por las reclamaciones que se presentaren. (Decreto 502 de 1997, art. 7).

### **Reglas aplicables a las Agencias de Viajes**

#### **SECCIÓN 2 Decreto 1074 de 2015**

Art. 2.2.4.3.2.1. Reglas. Las Agencias de Viajes en la prestación de sus servicios, deberán observar las siguientes reglas:

1. Extender a los usuarios un comprobante que especifique los servicios contratados.
2. Suministrar en forma completa la información sobre los servicios solicitados por los usuarios, indicando al viajero con precisión la hora estimada de llegada y de salida del destino y la duración de la estadía.
3. Informar al usuario la facultad del organizador del viaje de efectuar modificaciones al plan o servicio turístico contratado en eventos de fuerza mayor o caso fortuito, sin que se requiera aceptación del usuario.
4. Llevar un archivo con todos los soportes, eventualidades y circunstancias en las que se desarrolló el plan o servicio turístico.
5. Cuando las agencias requieran la intermediación de otros prestadores de servicios turísticos, deberán celebrar convenios escritos o contar con ofertas o cotizaciones escritas en los que conste o compruebe tal calidad y los servicios que dicha intermediación comprende, los derechos y obligaciones de las partes, las condiciones de su operación y su responsabilidad frente al viajero.
6. Informar y asesorar a los usuarios sobre las condiciones de sus reservas y en general, sobre sus obligaciones para la utilización de los servicios turísticos contratados.
7. Informar y asesorar a los usuarios en el momento de solicitar las reservas, sobre las medidas de salud preventivas conocidas, que deban observar para el desplazamiento.



8. Orientar al usuario en los eventos de extravío de documentos e informar que el cuidado de los efectos personales le corresponde exclusivamente al viajero, siempre y cuando su custodia no esté a cargo de los operadores turísticos o de las empresas de transporte.
9. Contratar o intermediar la prestación de servicios turísticos en Colombia sólo con empresas que cumplan sus obligaciones frente al Registro Nacional de Turismo.
10. Advertir al usuario sobre las restricciones a las que puede verse sometido el plan o servicio turístico o uno de sus componentes, cómo es el caso de las cargas máximas o personas permitidas en los atractivos o sitios turísticos, e informarle si es del caso, que el acceso a tales sitios puede verse impedido o limitado por regulaciones que afecten el cupo máximo de turistas.
11. Informar a los usuarios sobre los servicios de asistencia al viajero.
12. Velar por el cabal cumplimiento de los servicios contratados. (Decreto 2438 de 2010, art. 1)

Art. 2.2.4.3.2.2. Requisitos para la publicidad e información. Toda publicidad o información escrita sobre los planes o servicios turísticos ofrecidos por las Agencias de Viajes, deberá contener cómo mínimo lo siguiente: clase de alojamiento; categoría del establecimiento si se encontrare categorizado; tarifas; duración del plan turístico; medios de transporte; servicios complementarios; nombre y dirección del prestador y el correspondiente número de inscripción en el Registro Nacional de Turismo. Así mismo, deberá especificar claramente los servicios que no incluye. El material publicitario utilizado en la promoción de los servicios de las agencias de viajes deberá ser claro, evitando el uso de términos que, por su ambigüedad, pudieran inducir en los usuarios expectativas sobre el servicio, superiores a las que realmente presta.

Parágrafo. Para todos los efectos, se adoptan las siguientes definiciones: Plan o paquete Turístico: Es la combinación previa de, por lo menos, dos o más servicios de carácter turístico, vendida u ofrecida cómo un sólo producto y por un precio global. La facturación por separado de algunos de los servicios del plan o paquete turístico no exime a la Agencia de Viajes del cumplimiento de las obligaciones del presente título. Servicios complementarios: Servicios turísticos adicionales a los básicos de alojamiento y de transporte, que pueden o no estar incluidos en el plan turístico. (Decreto 2438 de 2010, art. 2)

Art. 2.2.4.3.2.3. Responsabilidad frente al usuario o viajero por el servicio de transporte aéreo. La agencia de viajes no asume responsabilidad alguna frente al usuario o viajero por el servicio de transporte aéreo, salvo que se trate de vuelos fletados y de acuerdo con lo especificado en el contrato de transporte. La prestación de tal servicio se rige por las normas legales aplicables al servicio de transporte aéreo. Los eventos tales cómo retrasos o modificaciones imprevistas en los horarios de los vuelos dispuestos por las aerolíneas, los derechos del usuario y los procedimientos para hacer efectivas las devoluciones de dinero a que estos hechos den lugar, se regirán por las disposiciones legales pertinentes y en particular por las contenidas en el Reglamento Aeronáutico Colombiano (RAC). Cuando en razón a la tarifa o por cualquier otro motivo existan restricciones para efectuar



modificaciones a la reserva aérea, endosos o reembolsos; tales limitaciones deberán ser informadas al usuario. (Decreto 2438 de 2010, art. 3)

Art. 2.2.4.3.2.4. De los servicios, planes o paquetes turísticos. Los servicios, planes o paquetes turísticos deberán consignar una cláusula de responsabilidad que contemple cómo mínimo, los siguientes aspectos:

1. Responsabilidad del organizador del plan o paquete turístico ante los usuarios por la prestación y calidad de los servicios descritos de conformidad con los términos y condiciones establecidos en el programa, indicando claramente la responsabilidad en el caso del transporte, de acuerdo con lo previsto en el artículo 3 del presente decreto.
2. Los términos y las condiciones en que se efectuará el reintegro de los servicios turísticos no utilizados y que puedan ser objeto de devolución, cuando el viaje o la participación del usuario en el mismo se cancele con anterioridad a su inicio o cuando una vez iniciado el viaje deba interrumpirse, por razones tales como, caso fortuito o fuerza mayor, enfermedad del viajero, negación de visados o permisos de ingreso, decisión del país de destino de impedir el ingreso del viajero, retiro del viajero por conductas que atenten contra la realización del viaje, problemas legales y otras causas no atribuibles a las agencias de viajes. Para este efecto, se tendrán en cuenta las deducciones o penalidades previamente establecidas que los proveedores efectúen, cuando los servicios no son utilizados. El derecho al pasaje aéreo de regreso estará sujeto a las regulaciones de la tarifa aérea adquirida.
3. Salvo manifestación expresa en contrario en las condiciones del plan turístico, el organizador, sus operadores y agentes no asumen responsabilidad por eventos tales como accidentes, huelgas, asonadas, terremotos, fenómenos climáticos o naturales, condiciones de seguridad, factores políticos, negación de permisos de ingreso, asuntos de salubridad y cualquier otro caso de fuerza mayor que pudiere ocurrir durante el viaje y sólo se comprometerán prestar los servicios y a hacer las devoluciones de que trata este decreto, según el caso.
4. Circunstancias en las cuáles la agencia de viajes se reserva el derecho de hacer cambios en el itinerario, fechas de viaje, hoteles de similar o superior categoría, transporte y los demás que sean necesarios para garantizar el éxito del viaje.
5. La obligación a cargo de la agencia de viajes de informar al viajero sobre la documentación requerida para facilitar su desplazamiento en los destinos nacionales e internacionales, siendo obligación del usuario el cumplimiento de los requisitos informados.
6. Cuantía del anticipo y plazo para el pago de esta suma por parte del usuario, con el objeto de asegurar su participación en el viaje. Este valor será abonado al costo total del plan turístico. Las reservaciones y boletas para la participación en cruceros, eventos deportivos y culturales, congresos, ferias, exposiciones y similares se sujetarán a las condiciones que



señalen las empresas organizadoras de tales eventos, las cuales deben ser claramente informadas al usuario.

Parágrafo. Las devoluciones del dinero a los usuarios en los casos previstos en los artículos 63, 64 y 65 de la Ley 300 de 1996 y en el presente artículo, deberán efectuarse a más tardar en los treinta (30) días calendario siguientes a la fecha en que se efectuó la reclamación ante la agencia o a la fecha la ejecutoria de la decisión proferida por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la que imponga dicha obligación al prestador. En el evento previsto en el artículo 65 de la Ley 300 de 1996, la devolución establecida en este parágrafo procederá cuando el usuario haya pagado total o parcialmente al prestador de servicios turísticos los servicios contratados. (Decreto 2438 de 2010, art. 4)

Art. 2.2.4.3.2.5. Sobre la promoción y venta de cruceros. La información que suministre el agente de viajes en la promoción y venta de cruceros será la establecida y proporcionada por cada compañía naviera, para lo cual deberá indicarle al usuario adicionalmente, la página web en la cual puede consultar los términos y condiciones de realización del crucero. (Decreto 2438 de 2010, art. 5)

Art. 2.2.4.3.2.6. De la no presentación o utilización de los servicios pactados. De acuerdo con lo previsto en el artículo 65 de la Ley 300 de 1996, cuando el usuario de los servicios turísticos incumpla por no presentarse o no utilizar los servicios pactados, cualquiera que sea la causa, el prestador de servicios turísticos podrá exigir a su elección el pago del 20% de la totalidad del precio o tarifa establecida o retener el depósito o anticipo que previamente hubiere recibido del usuario, si así se hubiere convenido y constare por escrito. (Decreto 2438 de 2010, art. 6)

Art. 2.2.4.3.2.7. De la continuidad y cumplimiento de los planes o servicios ofrecidos. En eventos tales como la venta del establecimiento de comercio, cambio de propietario, o cesación temporal o definitiva en la prestación de los servicios turísticos y estando en curso la operación de planes o servicios turísticos, se garantizará la continuidad y el cumplimiento de estos en los términos ofrecidos. (Decreto 2438 de 2010, art. 7)

Art. 2.2.4.3.2.8. Del cumplimiento de las obligaciones legales. Cualquier persona natural o jurídica que organice, promocióne y comercialice servicios, planes o paquetes turísticos, deberá cumplir las disposiciones del presente capítulo previo el cumplimiento de los requisitos establecidos para operar legalmente. (Decreto 2438 de 2010, art. 8)

Art. 2.2.4.3.2.9. Otras funciones que requieren inscripción. En los eventos en que las agencias de viajes pretendan desempeñar adicionalmente las funciones de otro prestador de servicios turísticos, deberán realizar la inscripción en el Registro Nacional de Turismo con el cumplimiento de los requisitos establecidos para tales prestadores. (Decreto 2438 de 2010, art. 9)



### Normas Técnicas Sectoriales Agencias de Viajes – calidad

El gobierno nacional estableció las Normas Técnicas sectoriales para cada uno de los prestadores de servicios turísticos, a continuación están las Normas para agencias de viajes que sirven de referencia para establecer las funciones y protocolos de servicio de cada una de las áreas. Cada norma cuenta con un enlace para su descarga.

- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 001: Reservas en agencias de viajes, 2002.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 002. Atención al cliente en agencias de viajes, 2014.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 003. Infraestructura en agencias de viaje, 2002.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 004.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 005. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, 2004.
- Norma técnica Sectorial NTS – AV 006. Norma de competencia laboral. Dirigir el área comercial en agencias de viajes, 2014.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2014.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 008. Norma de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. Bogotá: ICONTEC, 2006.

Dentro de las Normas Técnicas sectoriales para Agencias de Viajes se encuentra la Norma para transporte turístico terrestre automotor.

- Norma técnica Sectorial NTS – AV 009. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico terrestre automotor. Requisitos normativos, 2007.

También se encuentran las Normas Técnicas Sectoriales para turismo de aventura, de todas las Normas son las únicas de carácter obligatorio su certificación.

- Norma Técnica Sectorial NTS - AV 010 Requisitos para la operación de actividades de Rafting en turismo de aventura
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 011. Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura, 2007.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 012. Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura, 2008.
- Norma Técnica Sectorial NTS – AV 013. Requisitos para la operación de actividades de Parapente en turismo de aventura, 2010.
- Norma Técnica Sectorial NTS- AV 014. Requisitos para la operación de actividades de cabalgata en turismo de aventura.
- Norma Técnica Sectorial NTS-AV 015. Requisitos para la operación de actividades de canyoning en turismo de aventura



### **Normas Técnicas Colombianas Agencias de Viajes - Sostenibilidad**

La Norma Técnica Colombiana 6502 reemplaza la NTS TS 003 Agencias de Viajes requisitos de sostenibilidad. La norma, guía de implementación y herramientas de apoyo se encuentran en la plataforma calidad turística.

- NTC\_6502 Sistema de Gestión de la Sostenibilidad para Agencias de Viajes. Requisitos .pdf
- Guía explicativa NTC-6502 sgsostenibilidad para agencias de viajes.pdf
- Material de apoyo: Videos explicativos nuevas NTC de turismo sostenible / Requisitos numeral 4. Contexto de la organización<sup>14</sup>.

### **Sistema de gestión Seguridad y Salud en el Trabajo**

El Ministerio del Trabajo comprometido con las políticas de protección de los trabajadores colombianos y en desarrollo de las normas y convenios internacionales, estableció el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SG-SST), el cual debe ser implementado por todos los empleadores y consiste en el desarrollo de un proceso lógico y por etapas, basado en la mejora continua, lo cual incluye la política, la organización, la planificación, la aplicación, la evaluación, la auditoría y las acciones de mejora, las agencias de viajes deben implementar el SG SST (ver en este documento SG SST para alojamientos).

### **Manual de turismo Accesible**

Manual de turismo accesible “*Turismo para todos*”: es una herramienta para incentivar la oferta de servicios turísticos accesibles a partir de la identificación de los ajustes necesarios que se deben realizar para ser incluyentes y a la vez, sirve como hilo conductor en el momento de atender a las personas con algún requerimiento específico. Se recomienda que las Agencias de Viajes tengan en cuenta todo el manual ya que sus servicios recogen diferentes prestadores de servicios turísticos y lugares del destino.

### **Código de conducta prestadores de servicios turísticos**

Código de conducta Ley 1336 de Compromisos mínimos que deben asumir todos los prestadores de servicios turísticos (resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009) (En virtud de la Ley 1336 de 2009, la adopción y adhesión a este Código de Conducta, es requisito para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y para su actualización). (ver en este documento código de conducta alojamientos).

### **Normas Calidad Guías de turismo**

Según el Decreto 1379 de octubre 28 de 2021 tiene por objeto reglamentar el guionaje turístico

Art. 2.2.4.4.10.2. Funciones del guía de turismo. Son funciones del guía de turismo:

<sup>14</sup> [https://calidadturistica.gov.co/courses/topics\\_view\\_new/37](https://calidadturistica.gov.co/courses/topics_view_new/37)



1. Orientar al turista, viajero o pasajero acerca de los puntos de referencia generales del destino visitado y ofrecer la información que facilite su desenvolvimiento en el lugar.
2. Conducir al turista, viajero o pasajero por los atractivos o sitios turísticos, de acuerdo con el plan de viaje o servicios convenidos.
3. Instruir al turista, viajero o pasajero en forma veraz, acerca de los lugares visitados y su entorno económico, social, cultural y ambiental.
4. Asistir al turista, viajero o pasajero oportunamente de acuerdo con el plan de viaje o servicios convenidos, así como en las eventualidades e imprevistos que se deriven de estos.

Art. 2.2.4.4.10.3. Actividades del guía de turismo. Para la prestación del servicio de guionaje turístico, el guía de turismo podrá desarrollar las siguientes actividades:

1. Planear y controlar el servicio de guionaje turístico de acuerdo con el servicio contratado, así como los requerimientos técnicos y normativos.
2. Diseñar recorridos turísticos según los requerimientos técnicos y normativos.
3. Diseñar guiones interpretativos de acuerdo con la normativa del sector.
4. Conducir grupos de turistas, de acuerdo con el servicio contratado o especialidad, según los requerimientos técnicos y normativos.
5. Fomentar la conservación, protección y bienestar del patrimonio cultural y natural, entre la comunidad y los turistas, viajeros, visitantes o pasajeros según protocolos, técnicas de comunicación y requerimientos técnicos o normativos.
6. Apoyar la gestión y desarrollo de destinos turísticos teniendo en cuenta la normativa del sector.
7. Transmitir sus conocimientos sobre el patrimonio natural y cultural de su territorio según protocolos de servicio y técnicas de comunicación.
8. Informar sobre el patrimonio local de acuerdo con las características geográficas, requerimientos técnicos, normativos y protocolo de la comunidad local.
9. Narrar historias y anécdotas de la comunidad a visitantes y turistas de acuerdo con los principios de protección del patrimonio natural y cultural.
10. Mediar sobre los intereses y alcance de intervención entre el visitante y la comunidad.
11. Intervenir entre los prestadores de servicios turísticos locales del territorio facilitando la operación turística.

Art. 2.2.4.4.10.4. Obligaciones y derechos del guía de turismo. El guía de turismo tendrá a su cargo las siguientes obligaciones y derechos:

Son obligaciones del guía de turismo:

1. Prestar sus servicios en los términos ofrecidos y pactados con el turista o con la empresa que lo contrate, según corresponda.



2. Prestar sus servicios dando cumplimiento a las políticas del sector turismo, a las normas tributarias y las obligaciones frente al sistema integral de seguridad social en salud, pensión y riesgos laborales.
3. Respetar la identidad y diversidad cultural de las comunidades encontradas en las zonas donde se preste el servicio, evitando que los visitantes a su cargo o bajo su orientación causen algún daño o irrespeten las etnias que se encuentren en el territorio.
4. Informar previamente a los usuarios o a las empresas que lo contraten: i) el idioma en el que prestará el servicio, ii) las tarifas, expresando el costo total de los servicios, incluyendo cualquier tipo de tasa, cargo, sobrecargo o tarifa que afecte el precio final, iii) el tiempo de duración de sus servicios, iv) el número máximo de personas que integran el grupo, y v) los demás elementos que permitan conocer con certeza el alcance de sus servicios.
5. Informar previamente al turista, viajero o pasajero las condiciones generales del lugar objeto de la visita, los riesgos, el equipamiento que conviene utilizar, así como la conveniencia de ser amparados por pólizas de seguros de accidente.
6. Observar los más altos niveles de calidad, oportunidad y eficiencia.
7. Abstenerse de exigir propinas.
8. Cumplir con las normas de protección del patrimonio cultural de la nación y de preservación del ambiente, disuadiendo a los visitantes.

### **Normas Técnicas Sectoriales Guías de Turismo – Calidad**

El Gobierno Nacional estableció las Normas Técnicas Sectoriales de calidad para los guías de turismo. Cada una de las normas tienen un enlace para su descarga.

- NTS-GT005. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos, 2003.pdf
- NTS-GT008. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos, 2004.pdf
- NTS-GT009. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña, 2004.pdf
- NTS-GT010. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el pasajero de cruceros, sujeto a un itinerario de llegada y salida del barco, 2010.pdf
- NTS-GT011. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos de cabalgata, 2015.pdf
- NTS-GT 013. Norma de competencia laboral. Conducción de la actividad de canyoning, 2017.pdf
- NTS-GT 014. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza turística en una segunda lengua, 2018.pdf



### Normas Técnica Colombiana Guías de Turismo

El Gobierno nacional estableció la Norma Técnica Colombia para guías de turismo reemplaza la Norma Técnica Sectorial NTS GT – 012

- NTC-6507 requisitos para la prestación del servicio de guionaje (guianza) turístico.pdf
- Guía explicativa NTC-6507 prestación del servicio de guionaje turístico.pdf

### Código de Conducta para Prestadores de servicios Turísticos

Código de conducta Ley 1336 de Compromisos mínimos que deben asumir todos los prestadores de servicios turísticos (resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009) (En virtud de la Ley 1336 de 2009, la adopción y adhesión a este Código de Conducta, es requisito para la inscripción en el Registro Nacional de Turismo y para su actualización). (ver en este documento código de conducta alojamientos). Los Guías deben acogerse al código de conducta.

### 3.5 Mapeo de actores Producto turístico “Paisaje Cultural Campesino”

El sector turístico, es un sistema complejo donde convergen diferentes actores en continua interacción e interdependencia. De allí que el cambio o modificación de alguno de ellos tenga necesariamente un impacto en el resto del sistema. Esta es una de las razones por las cuales se entiende que toda propuesta tendiente a incidir en el producto turístico, en este caso en el ***Paisaje Cultural Campesino en la provincia Márquez***, requiera necesariamente tener en cuenta el conocimiento, las necesidades, intereses y perspectivas de los diversos actores que directa o indirectamente se encuentran incluidos en el diseño e implementación del producto turístico. Lo contrario en ocasiones conlleva conflictos, costos e impactos no deseados; así como también pérdida de oportunidades, tiempo, inversiones y confianza.

La participación de los actores relevantes es crucial para el éxito de cualquier tipo de modelo de crecimiento territorial, el contar con un proceso previo de identificación, reconocimiento y articulación, es necesario para la puesta en marcha del modelo y es en forma práctica lo que busca desarrollar el mapeo de actores, no solo es el sacar un listado de los posibles actores de un territorio, sino conocer sus acciones y los objetivos del porque están en el territorio.

El mapeo de actores debe ser considerando como un primer paso para identificar los posibles actores claves. Los talleres participativos que se han desarrollado en el marco del proyecto han servido de insumo para reconocer los diferentes actores, que deben estar o con los cuales, de acuerdo con las acciones, nos debemos relacionar, articular, sentarnos a trabajar, con ello no solo se asegura el número sino la representatividad de las personas o entes que se están invitando a participar.



El presente informe pretende mostrar los diferentes actores que deben articularse para el desarrollo del producto turístico de la provincia Márquez, el ***Paisaje Cultural Campesino***, debe aún ser enriquecido y adaptado de acuerdo con la estructura en primera instancia del comité local, que se conformará para la gestión y desarrollo del producto turístico identificado, sus integrantes deben ser actores públicos y privados de los municipios que conforman la Provincia de Márquez.

Comprendemos actores claves a aquellas personas, organizaciones y/o instituciones cuya participación es indispensable y obligada para el logro del propósito, objetivos y metas del producto turístico. Los actores clave tienen el poder, la capacidad y los medios para decidir e influir en diferentes espacios que permitan o no el desarrollo del producto turístico.

El desarrollo del producto turístico conlleva en primera instancia que identifiquemos los actores presentes en el territorio y que inciden directa o indirectamente en la dinámica del turismo de la provincia. Para la identificación se realizó un taller con los actores que han venido participando de las diferentes actividades del proyecto, se implementó la metodología Mapeo de Actores, herramienta que permite la realización de contactos, coordinación y cogestión de actividades, con lo que se asegura la participación de los actores del territorio en el proceso de planificación integral, el plan de acción y ejecución del producto turístico denominado ***Paisaje Cultural Campesino Boyacense*** en la provincia de Márquez.

Los actores se organizaron por municipios y cada uno de ellos identificó actores que hacen presencia en su territorio teniendo en cuenta el producto turístico identificado, fueron mencionando los actores que se deben tener en cuenta para la buena gestión del producto turístico.

De acuerdo con la dinámica turística del territorio, los recursos, atractivos y experiencias turísticas, se identificaron cuatro tipologías de turismo, turismo de naturaleza, festividades y eventos, agroturismo y turismo cultural siendo este último el más representativo, ya que encontramos recorridos por centros urbanos, técnicas artesanales y gastronómicas, que son los motivantes principales de visita a la provincia, pero que por sí solo, no es tan fuerte para que la provincia Márquez se posicione como destino turístico, por tal motivo se decidió recopilar las cuatro tipologías en lo que hace fuerte a Márquez que es el ***Paisaje Cultural<sup>15</sup> Campesino Boyacense***, convirtiendo a las cuatro tipologías, en los cuatro subproductos, los paisajes culturales se asientan sobre un territorio natural, en la provincia encontramos los distritos regionales de manejo integrados<sup>16</sup> – DRMI, los cuales han

<sup>15</sup> **Paisaje Cultural:** Son los territorios producto de la interrelación entre grupos sociales, comunidades o colectividades con su territorio o la naturaleza, de procesos históricos, económicos, sociales, políticos, culturales o espirituales, que ilustran las formas de ocupación y manejo del territorio, por lo tanto, son factores de identidad, pertenencia o ciudadanía, contienen bienes, manifestaciones, productos y todos aquellos elementos que son expresiones de la identidad cultural y que son representativos de una región claramente definida e ilustran los elementos culturales esenciales y distintivos; mediante la valoración y el manejo sostenible de estos lugares se posibilita, de manera efectiva, el goce de los derechos culturales.

<sup>16</sup> Definidos como “aquella área en la que los paisajes y ecosistemas mantienen su composición y función, aunque su estructura haya sido modificada y cuyos valores naturales y culturales asociados se ponen al alcance de la población humana para destinarlos a su uso sostenible, preservación, restauración, conocimiento y disfrute”.

permite que se desarrollen diferentes actividades como la agropecuaria, siendo despensa agrícola de Boyacá, y que por sus mismas características sea referente gastronómico en especial de las arepas boyacenses, de la papa y de frutas, dándole al paisaje ese aspecto de colcha de retazos, que se observa apenas se entra al departamento de Boyacá.

Para la identificación de actores se realizaron dos talleres con la comunidad y se clasificaron de acuerdo con el nivel de presencia y permanencia en el territorio, nacional, regional y local, temporal presencia por proyectos y permanente (delegaciones).

*Ilustración 1 Fotografías talleres*



Fotografías de talleres realizados

Dentro de los talleres realizados, las actividades se centraron en identificar los actores públicos, privados, comunitarios, que se encuentran en cada uno de los municipios, los cuales se ven involucrados o podrían articularse en beneficio de la planificación de la actividad turística. Se coincidió en reconocer la importancia de las direcciones de turismo municipales, sin embargo, se cuestionó la falta de recursos asignados desde el presupuesto municipal y de la poca continuidad en los procesos, problemáticas que limitan el apoyo a la actividad turística. Por otra parte, también se planteó la urgente necesidad del arreglo de las vías que permita la conexión de los municipios que integran la provincia.

En los talleres participativos, se concluyó que una actividad turística planificada no compete únicamente a los prestadores de servicios turísticos (alojamientos, restaurantes, guías, operadoras de turismo) sino que es necesaria la articulación con otros actores que de una u otra forma inciden en el desarrollo de esta actividad, por ejemplo, el SENA en cuanto a la capacitación, Corpochivor en la protección de los Distritos de Manejo Integrado DRMI y ejercicio de la autoridad ambiental del

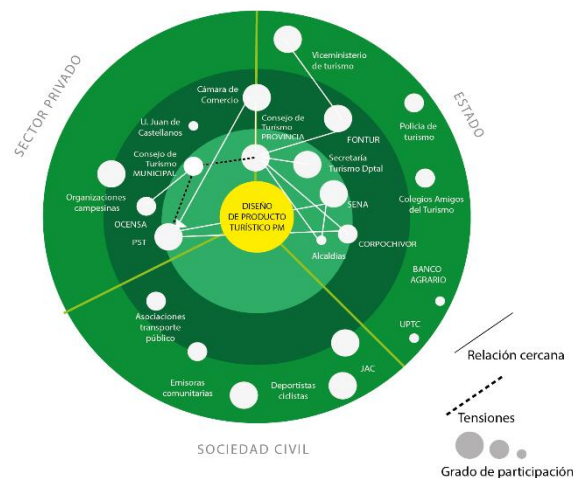




territorio, la policía de turismo o de infancia o adolescencia en cuanto a la inspección del cumplimiento de normas o la prevención de delitos sexuales.

Gráfico 79 Mapa de actores

MAPA DE ACTORES DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN LA PROVINCIA DE MÁRQUEZ



Cada uno de los diversos actores identificados tiene o puede tener una articulación con el sector turístico, de ahí la relevancia de fortalecer escenarios como los consejos municipales y provinciales de turismo ya que ellos son un organismo consultivo destinado para asesorar y promover el desarrollo participativo, sustentable e inclusivo de la actividad turística. Como reflexiones finales se planteó la importancia de ampliar el panorama y participación de personas o representantes de los diversos actores en estos consejos y se presentó la necesidad de la conformación del Comité Local para la gestión, seguimiento y desarrollo del producto turístico resultado de la ejecución de este proyecto de “Diseño de producto Turístico para la Provincia de Márquez”. A continuación, se muestra los diferentes actores clasificados por municipios:



3.5.1 Clasificación de actores por municipios

Gráfico 80 Clasificación de actores por municipios

| Sistematización Información Taller Mapeo de Actores - Diseño de Producto Turístico de la Provincia Márquez - Tibaná 19 de agosto                                                                             |                           |                                 |                                              |                                                                                           |                                                               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Identificación de actores públicos, privados y comunidad en general, teniendo en cuenta el orden local, regional y nacional - se organizaron por municipios y se implementó la metodología mapeo de actores. |                           |                                 |                                              |                                                                                           |                                                               |
| Municipio                                                                                                                                                                                                    | Nacional                  | Regional                        | Local                                        | Prestadores de servicios turísticos                                                       | Otros                                                         |
| Nuevo Colón                                                                                                                                                                                                  |                           | CCT                             | Productores frutales                         | Fincas agroturísticas                                                                     | Piscina                                                       |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Secretaría de turismo           | Emisora                                      | Bares y cafés                                                                             | Canchas de tejo                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Corpochivor                     | Escuelas de formación                        | Operador de turismo                                                                       | Fiestas                                                       |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | DRMI                            | Consejo municipal de turismo                 | Transporte público - privado                                                              | Almacenes                                                     |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Banco Agrario                                | Artisanos                                                                                 | Veterinarios                                                  |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Colegios Amigos del turismo                  | Restaurantes                                                                              | Fruiter                                                       |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Estación de policía                          | Alojamientos                                                                              | Artistas                                                      |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Bomberos                                     |                                                                                           | Miradores                                                     |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | ESE                                          |                                                                                           | Droguería                                                     |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | ESP                                          |                                                                                           | Estaciones de servicio                                        |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Alcaldía                                     |                                                                                           | Talleres mecánicos                                            |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Parroquia                                    |                                                                                           | Sitios de interés                                             |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 |                                              |                                                                                           | 5400 hab                                                      |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 |                                              |                                                                                           | Mercados verdes                                               |
| Boyacá                                                                                                                                                                                                       | Viceministerio de turismo | SENA                            | Organizaciones RT CB                         | Alojamientos                                                                              | Estaciones de servicio                                        |
|                                                                                                                                                                                                              | Fontur                    | Secretaría de turismo dptal     | Juntas de Acción Comunal                     | Restaurantes                                                                              | Estudiantes de turismo                                        |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Consejo Provincial de turismo   | Jóvenes ambientalistas                       | Artisanos                                                                                 | Artistas (talladores de madera, piedra, pintores, escritores) |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Secretaría de agricultura       | Parroquia                                    | Cafeterías                                                                                |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Corpochivor                     | Policía                                      |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Secretaría de ambiente          | Consejo municipal                            |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Cámara de Comercio Tunja        | Centro de Salud                              |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Bomberos                                     |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Unidad Gestión del riesgo                    |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Secretaría de gobierno                       |                                                                                           |                                                               |
| Jenesano                                                                                                                                                                                                     | Fontur                    | Gobernación de Boyacá           | Alcaldía Municipal                           | Prestadores de servicios turísticos                                                       | Comercio en general                                           |
|                                                                                                                                                                                                              | Viceministerio de turismo | Secretaría de turismo de Boyacá | Dirección de cultura, turismo y deporte      | Transporte público - privado                                                              | Comunidad Urbana y Rural                                      |
|                                                                                                                                                                                                              | Ministerio de Cultura     |                                 | Umata                                        |                                                                                           | Medios de comunicación                                        |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Planeación                                   |                                                                                           | Estaciones de servicio                                        |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Infraestructura                              |                                                                                           | Talleres mecánicos                                            |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Desarrollo Económico                         |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Tesorería municipal                          |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Instituciones educativas                     |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Sector agropecuario                          |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Policía                                      |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Bomberos                                     |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Puesto de salud                              |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Sector financiero                            |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Parroquia                                    |                                                                                           |                                                               |
| Ramiriquí                                                                                                                                                                                                    | Fontur                    | Corpochivor                     | Hospital                                     | Bictur - Agencia de viajes                                                                | Escritores                                                    |
|                                                                                                                                                                                                              | Artesanías de Colombia    | Consejo Provincial de turismo   | Policía turismo - infancia y adolescencia    | Transporte Los delfines, Ertrac, Ocatí, Cooperativa de lecherías, Taxi Márquez, Arte mari | Escuelas de Música, danza, pintura y deportiva                |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | CTI                             | Bomberos                                     | Respira Turismo                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Universidades                   | Juntas de Acción Comunal                     | Quetalito                                                                                 |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | ICBF                            | Comunidades religiosas                       | Guías                                                                                     |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | SENA                            | Personería municipal                         | Alojamientos rurales - urbanos                                                            |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Gobernación de Boyacá           | Consejo municipal de turismo                 | Restaurantes                                                                              |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Cámara de Comercio de Tunja     | Consejo municipal                            | Artisanos (cestería, fique, lana, piedra y madera)                                        |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           | Ocensa                          | Acueducto                                    | Fabrica de amasijos                                                                       |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Emisora comunitaria                          |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Sabedores y gestores culturales              |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Colectivo la Totuma                          |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Unidad de servicios públicos                 |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Corresponsales bancarios                     |                                                                                           |                                                               |
|                                                                                                                                                                                                              |                           |                                 | Instituciones educativas públicas - privadas |                                                                                           |                                                               |



| Sistematización Información Taller Mapeo de Actores - Diseño de Producto Turístico de la Provincia Márquez - Tibaná 19 de agosto                                                                           |                           |                                     |                                                                                                    |                                                      |                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------|
| Identificación de actores públicos, privados y comunidad en general, teniendo en cuenta el orden local, regional y nacional - se organizan por municipios y se implementó la metodología mapeo de actores. |                           |                                     |                                                                                                    |                                                      |                          |
| Municipio                                                                                                                                                                                                  | Nacional                  | Regional                            | Local                                                                                              | Prestadores de servicios turísticos                  | Otros                    |
| Ventaquemada                                                                                                                                                                                               | Ministerio de Cultura     | ICBF                                | Concejo municipal                                                                                  | Hotels, alojamientos rurales                         | Grupo de la tercera edad |
|                                                                                                                                                                                                            | Viceministerio de turismo | Gobernación de Boyacá               | Guardianes del planeta                                                                             | Restaurantes                                         | Emprendedores            |
|                                                                                                                                                                                                            | Fontur                    | Ejército                            | Parroquia                                                                                          | Artesanos                                            |                          |
|                                                                                                                                                                                                            | Ani                       | Ocensa                              | PIT                                                                                                | Paradores                                            |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Gasoducto                           | Consejo de turismo                                                                                 | Amasijos                                             |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Cámara de Comercio de Tunja         | Corporación Cidemos                                                                                | Guías de turismo                                     |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Sena                                | Instituto de cultura y turismo                                                                     | Informadores                                         |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Corpohivir                          | Alcaldía                                                                                           | Técnicos en operación turística                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Universidades                       | Organizaciones campesinas (coimpaventa, proquaven, covila, asoproenboy, asmovent, tesoros nativos) | Transporte Público (Cootrasven, Patriotas) y Privado |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Consejo Provincial de turismo       | Emisora municipal Independencia Stereo                                                             |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | BTS                                 | Juntas de Acción Comunal                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Secretaría de turismo departamental | Empresa de servicios públicos                                                                      |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Vigías del patrimonio                                                                              |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Policía                                                                                            |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | ESE                                                                                                |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Colegios                                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Bomberos                                                                                           |                                                      |                          |
| Ciéneaga                                                                                                                                                                                                   | Viceministerio de turismo | Consejo Provincial de turismo       | Asociaciones campesinas                                                                            | Transporte                                           | Publicidad               |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | ICA                                 | Policía de turismo                                                                                 | Hotels, alojamientos rurales                         | Comunidad local          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Sena                                | Corresponsales bancarios                                                                           | Guías de turismo                                     | Comercio en general      |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Universidades                       | Campamentos juveniles                                                                              | Artesanos                                            |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Cámara de Comercio de Tur           | Guardaparamos                                                                                      |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Corpohivir                          | Consejo de cultura                                                                                 |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | ServiMárquez                        | Emisora comunitaria                                                                                |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Juntas de Acción Comunal                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Instituciones educativas públicas-privadas                                                         |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Consejo de turismo municipal                                                                       |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Secretaría de gobierno                                                                             |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Secretaría de planeación                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Puesto de salud                                                                                    |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Bomberos                                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Alcaldía                                                                                           |                                                      |                          |
| Tibaná                                                                                                                                                                                                     | Fontur                    | Universidades                       | Organizaciones campesinas                                                                          | Prestadores de servicios turísticos                  | Inversionistas           |
|                                                                                                                                                                                                            | ICANH                     | Aseguradoras                        | Iglesias                                                                                           | Agencias de Viajes                                   | TV                       |
|                                                                                                                                                                                                            | Artesanías de Colombia    | Cámara de Comercio de Tur           | Entidades bancarias                                                                                | Transporte Especial y público                        | Prensa                   |
|                                                                                                                                                                                                            | Ministerios               | Corpohivir                          | Bomberos                                                                                           |                                                      | Redes Sociales           |
|                                                                                                                                                                                                            | DIAN                      | Sena                                | Clubes deportivos                                                                                  |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | ServiMarquez                        | Defensa Civil                                                                                      |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Consejo Provincial de turismo       | Emisoras                                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Universidades                       | Juntas de Acción Comunal                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Gobernación de Boyacá               | Comites de fiestas                                                                                 |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Colegios                                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Instituciones educativas                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Alcaldía                                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Policía                                                                                            |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Banco Agrario                                                                                      |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | ESE                                                                                                |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Consejo de Turismo                                                                                 |                                                      |                          |
| Umbita                                                                                                                                                                                                     | Ejército                  | Corpohivir                          | Oficina de Cultura y Turismo                                                                       | Transporte Especial y público                        |                          |
|                                                                                                                                                                                                            | Fontur                    | Secretaría de Turismo de Boyacá     | Bomberos                                                                                           | Hotels y alojamientos rurales                        |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Sena                                | Defensa Civil                                                                                      | Restaurantes                                         |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           | Universidades                       | Policía                                                                                            | Agencias de Viajes                                   |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Planeación municipal                                                                               | Guías de turismo                                     |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Consejo municipal de turismo                                                                       | Servicios de Piscina y SPA                           |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Alcaldía Municipal                                                                                 | Artesanos                                            |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | ESE                                                                                                | Fincas Temáticas                                     |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Colegios                                                                                           |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Gremio Agricultor                                                                                  |                                                      |                          |
|                                                                                                                                                                                                            |                           |                                     | Emisora                                                                                            |                                                      |                          |



### 3.5.2 Clasificación de actores por nivel de presencia Actores orden nacional

Gráfico 81 Actores orden nacional

| Mapeo de Actores - Diseño de Producto Turístico de la Provincia Márquez - Actores Nacionales |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Entidad / Organización                                                                       | Que es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Objeto / Funciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 1<br>Agencia Nacional de Infraestructura - ANI                                               | La Agencia Nacional de Infraestructura - ANI, es una Agencia Nacional Estatal de Naturaleza Especial, del sector descentralizado de la Rama Ejecutiva del Orden Nacional, con personería jurídica, patrimonio propio y autonomía administrativa, financiera y técnica, adscrita al Ministerio de Transporte, según decreto 4165 del 03 noviembre de 2011.                                                                                                                                                                                              | La Agencia Nacional de Infraestructura - ANI, tiene por objeto planear, coordinar, estructurar, contratar, ejecutar, administrar y evaluar proyectos de concesiones y otras formas de Asociación Público Privada - APP, para el diseño, construcción, mantenimiento, operación, administración y/o explotación de la infraestructura pública de transporte en todos sus modos y de los servicios conexos o relacionados y el desarrollo de proyectos de asociación público privada para otro tipo de infraestructura pública cuando así lo determine expresamente el Gobierno Nacional respecto de infraestructuras semejantes a las enunciadas en este artículo. Dentro del respeto a las normas que regulan la distribución de funciones y competencias y su asignación. Su domicilio es la ciudad de Bogotá D.C.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 2<br>Ejército Nacional                                                                       | El Ejército Nacional de Colombia es la fuerza militar terrestre legítima que opera en la República de Colombia. De acuerdo a la Constitución política de ese país, su misión principal consiste en la defensa de la soberanía, la independencia, la integridad del territorio nacional y el                                                                                                                                                                                                                                                            | El Ejército Nacional conduce operaciones militares orientadas a defender la soberanía, la independencia y la integridad territorial y proteger a la población civil y los recursos privados y estatales para contribuir a generar un ambiente de paz, seguridad y desarrollo, que garantice el orden constitucional de la nación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
| 3<br>Fondo Nacional de Turismo - Fontur                                                      | El Fondo Nacional de Turismo - FONTUR, es un Patrimonio Autónomo adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creado para ser el brazo ejecutor de los lineamientos de su política turística, dando manejo a los recursos provenientes de la contribución fiscal y parafiscal, la cual se debe destinar a la infraestructura, competitividad y promoción en aras del fortalecimiento del                                                                                                                                                   | Articular comunidades particulares, actores públicos y privados, en torno a la política general del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, para invertir y ejecutar en proyectos de impacto y de gran alcance, los cuales permiten desarrollar de manera conjunta programas en materia de infraestructura, competitividad y promoción de los destinos que contribuyen al desarrollo sostenible de la industria turística en Colombia.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
| 4<br>Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible                                          | El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible es el rector de la gestión del ambiente y de los recursos naturales renovables, encargado de orientar y regular el ordenamiento ambiental del territorio y de definir las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente de la nación, a fin de asegurar el desarrollo sostenible, sin perjuicio de las funciones asignadas a otros sectores. | Diseñar y formular la política nacional en relación con el ambiente y los recursos naturales renovables, y establecer las reglas y criterios de ordenamiento ambiental de uso del territorio, las condiciones generales para el saneamiento del ambiente, y el uso, manejo, aprovechamiento, conservación, restauración y recuperación de los recursos naturales, a fin de impedir, reprimir, eliminar o mitigar el impacto de actividades contaminantes, deteriorantes o destructivas del entorno o del patrimonio natural, en todos los sectores económicos y productivos, orientar, en coordinación con el Sistema Nacional de Prevención y Atención de Desastres, las acciones tendientes a prevenir el riesgo ecológico, coordinar, promover y orientar las acciones de investigación sobre el ambiente y los recursos naturales renovables y sobre modelos alternativos de desarrollo sostenible, entre otras.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
| 5<br>Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Viceministerio de turismo                 | El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia es un ministerio de la República de Colombia encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones.                                                                                                                                                                                                                                                                                          | El Viceministerio de Turismo acuerda, ejecuta y evalúa la política turística, así como los planes y programas derivados de esta, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado, con el fin de mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos, y promover el turismo doméstico y receptivo.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
| 6<br>Artesanías de Colombia                                                                  | Es una sociedad de economía mixta del orden nacional, sometida al régimen de las empresas industriales y comerciales del Estado, vinculada al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, constituida mediante Escritura Pública No. 1998 del 6 de mayo de 1964, otorgada en la Notaría 9a. del Circuito de Bogotá. Contribuye al mejoramiento integral del sector artesanal y a la preservación, rescate y valoración del patrimonio cultural del país.                                                                                              | Objetivo principal es incrementar la participación de los artesanos en el sector productivo nacional, para de esta forma, lograr un desarrollo integral sostenido que se manifieste en el mejoramiento del nivel de vida, visto tanto en un aumento de los ingresos de los artesanos así como de los espacios de participación social y en una mayor productividad y posicionamiento de las artesanías en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
| 7<br>Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales - DIAN                                      | La Unidad Administrativa Especial Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (conocida como DIAN son sus siglas) es una unidad administrativa especial (UAE) del estado colombiano. Es una entidad gubernamental técnica y especializada de carácter nacional que goza de personería jurídica propia, autonomía presupuestal y administrativa, adscrita al Ministerio de Hacienda y Crédito Público.                                                                                                                                                  | El objetivo principal de la UAE DIAN es ayudar la seguridad fiscal del Estado colombiano y la protección del orden público económico nacional, mediante la administración y control al debido cumplimiento de las obligaciones tributarias, aduaneras y cambiarias, y la facilitación de las operaciones de comercio exterior en condiciones de equidad, transparencia y legalidad en las aduanas extranjeras y colombianas y complementarios el impuesto sobre las ventas, el impuesto de timbre nacional y de los demás impuestos internos del orden nacional cuya competencia no esté asignada a otras entidades del Estado, así como la recaudación y el cobro de los derechos de aduana y demás impuestos al comercio exterior y de las sanciones cambiarias.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 8<br>Instituto Colombiano de Antropología e Historia - ICANH                                 | El ICANH es una entidad pública del orden nacional perteneciente al sector cultura, aporta al desarrollo de lineamientos de política pública a través de la investigación, generación y divulgación del conocimiento técnico y científico en los campos de antropología, arqueología e historia, y es la máxima autoridad en materia de patrimonio arqueológico de la Nación.                                                                                                                                                                          | El decreto 2667 de 1999 establece las siguientes funciones para el ICANH: establecer los criterios científicos y técnicos y planificar el desarrollo de la investigación en los campos de la antropología social, arqueología, bioantropología, lingüística aborigen, historia colonial, etnohistoria y patrimonio arqueológico y etnográfico colombiano, difundir y publicar los resultados de sus investigaciones, fomentar, asesorar y apoyar las investigaciones en las áreas afines al Instituto que efectúen instituciones e investigadores nacionales y extranjeros, prestar asesoría científica a los organismos de carácter público o privado en el diseño y ejecución de estudios de impacto cultural, arqueológico y antropológico, promover, desarrollar y divulgar la investigación científica sobre los trabajos realizados por la Expedición Botánica del Nuevo Reino de Granada, mantener actualizado el registro del patrimonio arqueológico y etnográfico Nacional, desarrollando y aplicando metodologías y programas actualizados, velar por la conservación y el mantenimiento de los parques arqueológicos cuya custodia le sea encargada, como espacios depositarios de bienes de interés cultural, entre otras. |  |
| 9<br>Ministerio de Cultura                                                                   | Es la entidad rectora del sector cultural colombiano la cual tiene como objetivo formular, coordinar, ejecutar y vigilar la política del Estado en materia cultural de modo coherente con los planes de desarrollo, con los principios fundamentales y de participación contemplados en la Constitución Política y en la ley y le corresponde formular y adoptar políticas, planes generales, programas y proyectos del sector.                                                                                                                        | Formular, coordinar e implementar la política cultural del Estado colombiano para estimular e impulsar el desarrollo de procesos, proyectos y actividades culturales y artísticas que reconozcan la diversidad y promuevan la valoración y protección del patrimonio cultural de la nación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |

### 3.5.3 Actores de orden regional

Dentro de estos actores se establece la corresponsabilidad del gobierno departamental del destino, sus dependencias y demás organizaciones públicas y privadas, en busca del desarrollo de una gobernanza que articule a todos los actores de la cadena de valor de turismo, alrededor de la implementación de prácticas adecuadas, con el fin de consolidar un turismo sostenible.

Gráfico 82 Actores de orden regional

| Mapeo de Actores - Diseño de Producto Turístico de la Provincia Márquez<br>Actores Regionales |                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                               | Entidad / Organización                                                                            |
| 1                                                                                             | Aseguradoras                                                                                      |
| 2                                                                                             | Consejo Provincial de turismo                                                                     |
| 3                                                                                             | Corporación Autónoma Regional De Chivor – Corpochivor                                             |
| 4                                                                                             | Distrito Regional de Manejo Integrado – DRMI                                                      |
| 5                                                                                             | Secretaria de agricultura                                                                         |
| 6                                                                                             | Secretaria de ambiente                                                                            |
| 7                                                                                             | Secretaria de turismo de Boyacá                                                                   |
| 8                                                                                             | Empresa De Servicios públicos Domiciliarios De La Provincia De Márquez<br>Servimarquez S A E S P. |
| 9                                                                                             | Concesionario Vial - BTS (Briceño - Tunja -Sogamoso)                                              |
| 10                                                                                            | Cámara de Comercio de Tunja                                                                       |
| 11                                                                                            | Cuerpo Técnico de Investigación – CTI                                                             |
| 12                                                                                            | Gasoducto                                                                                         |
| 13                                                                                            | Gobernación de Boyacá                                                                             |
| 14                                                                                            | Instituto Colombiano Agropecuario – ICA                                                           |
| 15                                                                                            | Instituto Colombiano de Bienestar Familiar – ICBF                                                 |
| 16                                                                                            | Oleoducto Central S.A. (Ocensa)                                                                   |
| 17                                                                                            | Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA                                                           |
| 18                                                                                            | Instituto departamental del deporte – Indeportes                                                  |
| 19                                                                                            | Universidades                                                                                     |

### 3.5.4 Actores de orden local

Dentro de esta categoría es importante señalar que los actores identificados servirán como punto de partida para la gestión sostenible del destino, quienes deben ser los responsables de generar un enfoque coordinado y articulador para que haya participación tanto del sector público como del privado y, que para el caso del Proyecto del Diseño de Producto Turístico de la Provincia de Márquez, deben estar vinculados al comité de gestión local con miras a garantizar la sostenibilidad del **Paisaje Cultural Campesino**, de acuerdo con su priorización.





Gráfico 83 Actores de orden local

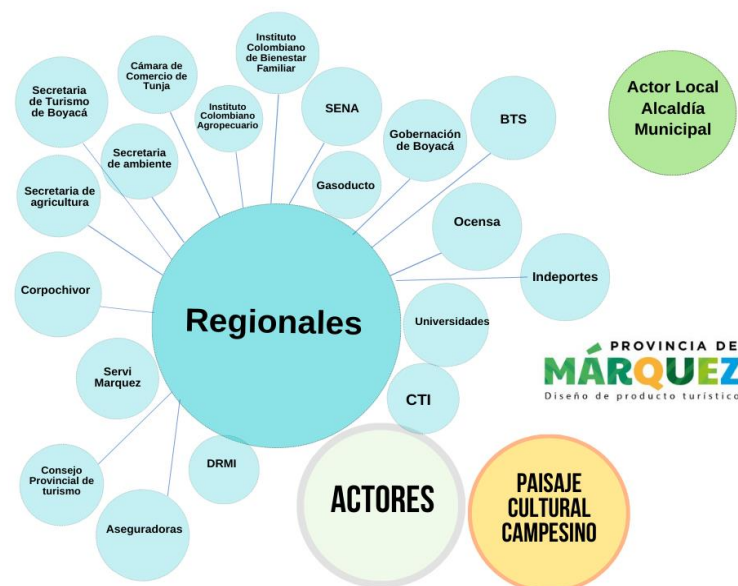
| Mapeo de Actores - Diseño de Producto turístico de la Provincia Márquez |                                                |    |                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Actores Locales                                                         |                                                |    |                                                                                                     |
| Nº                                                                      | Entidad / Organización /Colectivo / Asociación |    |                                                                                                     |
| 1                                                                       | Acueducto                                      | 29 | Gremio Agricultor                                                                                   |
| 2                                                                       | Alcaldía Municipal                             | 30 | Guarda páramos                                                                                      |
| 3                                                                       | Asociaciones campesinas                        | 31 | Guardianes del planeta                                                                              |
| 4                                                                       | Banco Agrario                                  | 32 | Templos parroquiales - iglesias                                                                     |
| 5                                                                       | Bomberos                                       | 33 | Infraestructura                                                                                     |
| 6                                                                       | Campamentos juveniles                          | 34 | Instituciones educativas públicas - privadas                                                        |
| 7                                                                       | Centro de Salud                                | 35 | Instituto de cultura y turismo                                                                      |
| 8                                                                       | Clubes deportivos                              | 36 | Jóvenes ambientalistas                                                                              |
| 9                                                                       | Prestadores de Servicios Turísticos            | 37 | Juntas de Acción Comunal                                                                            |
| 10                                                                      | Colegio Amigo del turismo                      | 38 | Oficina de Cultura y Turismo                                                                        |
| 11                                                                      | Colegios públicos y privados                   | 39 | Organizaciones campesinas (coimpaventa, procuaven, covilac, asoproenboy, asmovent, tesoros nativos) |
| 12                                                                      | Comités de fiestas                             | 40 | Organizaciones RT CB                                                                                |
| 13                                                                      | Comunidades religiosas                         | 41 | Parroquia                                                                                           |
| 14                                                                      | Concejo municipal                              | 42 | Personería municipal                                                                                |
| 15                                                                      | Consejo de cultura                             | 43 | PIT                                                                                                 |
| 16                                                                      | Consejo municipal de turismo                   | 44 | Planeación municipal                                                                                |
| 17                                                                      | Corporación Cuidemos                           | 45 | Policía turismo - infancia y adolescencia                                                           |
| 18                                                                      | Corresponsales bancarios                       | 46 | Productores frutales                                                                                |
| 19                                                                      | Defensa Civil                                  | 47 | Puesto de salud                                                                                     |
| 20                                                                      | Desarrollo Económico                           | 48 | Sabedores y gestores culturales                                                                     |
| 21                                                                      | Dirección de cultura, turismo y deporte        | 49 | Secretaría de gobierno                                                                              |
| 22                                                                      | Emisora comunitaria                            | 50 | Sector agropecuario                                                                                 |
| 23                                                                      | Emisora municipal                              | 51 | Sector financiero                                                                                   |
| 24                                                                      | Empresa de servicios públicos                  | 52 | Tesorería municipal                                                                                 |
| 25                                                                      | Entidades bancarias                            | 53 | Unidades Municipales de Asistencia Técnica Agropecuaria - Umata                                     |
| 26                                                                      | Escuelas de formación                          | 54 | Unidad de servicios públicos                                                                        |
| 27                                                                      | Empresa Social del Estado                      | 55 | Unidad Gestión del riesgo                                                                           |
| 28                                                                      | Estación de policía                            | 56 | Vigías del patrimonio                                                                               |

### 3.6 Mapeo de Actores y elementos que intervienen en el producto turístico

Las relaciones de actores en el sector turismo por lo general se dan en primera instancia entre los prestadores de servicios y la oferta turística del destino.



Después se dan las relaciones en especial con los actores de orden regional, son entidades de gestión, planificación y recursos, por eso la primera relación se da con ellos y con el orden local, en la mayoría de los casos, solo con la alcaldía municipal. A continuación, se encuentran los actores regionales que hacen presencia en la provincia Márquez.

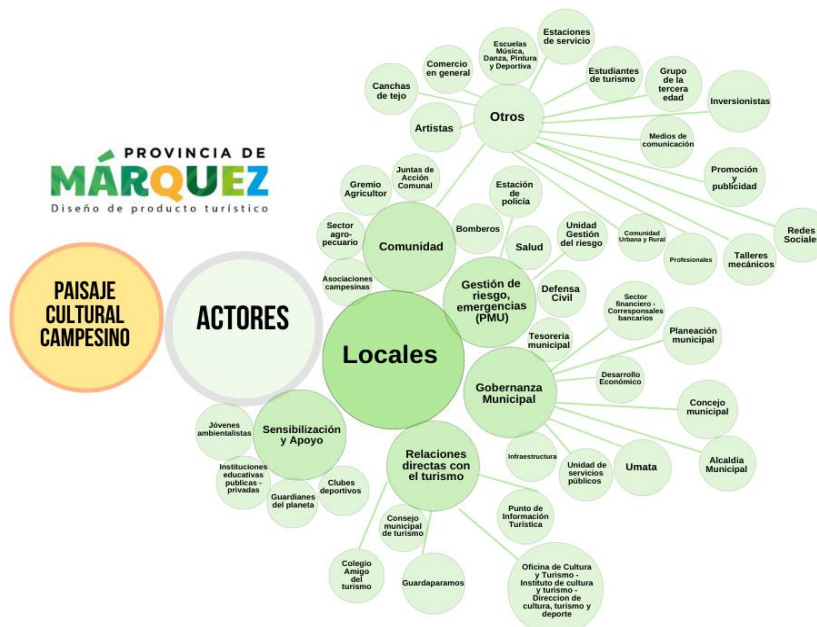




La relación con los actores de orden regional y con la alcaldía municipal es el enlace con los actores de turismo de orden nacional o las que competen, para la gestión y ejecución de proyectos, de acuerdo con las políticas nacionales. A continuación, se encuentran los actores del orden nacional identificados con los enlaces de turismo y prestadores de servicio turísticos de la provincia Márquez.



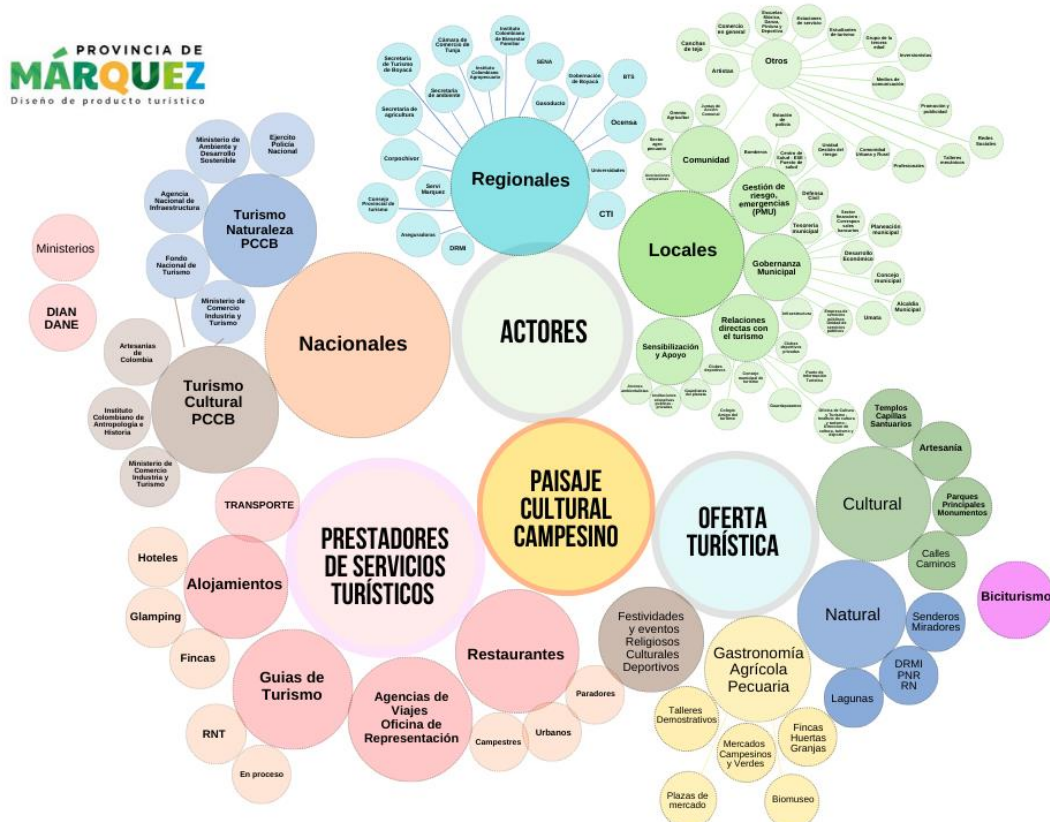
En muchos casos la relación con los actores locales se da cuando se está ejecutando un proyecto o realizando actividades puntuales, a veces no alcanzan a ser parte del desarrollo del proyecto. En la siguiente grafica se evidencian los actores locales identificados, de acuerdo con su misión o relación directa.



El **Paisaje Cultural Campesino**, producto turístico de la provincia Márquez, es el espacio perfecto donde concurren todos los actores de orden nacional, regional y local, los prestadores de servicios y la oferta turística organizada en los subproductos turísticos identificados, en este espacio no se puede

desconocer ninguno de los actores, ya que se establecerán relaciones de acuerdo con el plan de acción para implementar el producto turístico, liderado por el comité de gestión local.

En el siguiente gráfico se observan todos los actores articulados entorno al ***Paisaje Cultural Campesino*** en la provincia Márquez



Su relación se dará de forma circular, si las acciones parten del orden nacional, su relación será con el orden regional y local, si parte de algún orden, pero relacionado con cada uno de los subproductos identificados, sus relaciones se darán de acuerdo con cada uno de los actores que intervienen.

La relación de actores del proyecto “*Diseño del producto turístico para la provincia Márquez*” es un claro ejemplo como se pueden dar las relaciones de acuerdo con el desarrollo del proyecto. La relación entre actores está dada desde el orden nacional a través de Fondo Nacional de Turismo – Fontur, La Unión Temporal Boyacá FC, las alcaldías municipales, a través de los enlaces municipales, los prestadores de servicios y la oferta turística de los 9 municipios que participan en el proyecto, Ramiriquí, Jenesano, Boyacá-Boyacá, Tibaná, Ciénega, Viracachá, Ventaquemada, Nuevo Colón y Úmbita





### Recomendaciones

La relación de actores para la implementación del producto turístico ***Paisaje Cultural Campesino*** se recomienda tener en cuenta:

- Identificar claramente la misión, funciones y alcance de cada uno de los actores que harán parte de la implementación del Paisaje Cultural Campesino.
- La clasificación de actores claves, debe de ser validada a través de la conformación del comité de gestión local.
- Los actores claves deben visualizarse como actores de toma de decisión y no solo como un mero listado de futuros participantes a talleres o reuniones de trabajo.
- Es conveniente desarrollar una “base de datos” de cada actor, que permita en forma periódica (cada año o semestral) su actualización, tenemos un inconveniente en el sector turismo, que los representantes de cada una de las organizaciones o entidades los cambian constantemente.
- Establecer una reunión general con todos los actores una vez al año, para dar a conocer cada una de las acciones realizadas en el territorio.
- Diseñar una estrategia de comunicación con todos y cada uno de los actores que harán parte de manera directa e indirectamente en la implementación del producto turístico.
- Establecer la gestión documental de cada una de las acciones del producto turístico, para así poderle hacer el respectivo seguimiento y revisión desde cada uno de los actores que intervienen.
- Incluir a los actores representativos en el Comité de gestión Local, tener en cuenta las líneas estratégicas del Plan Sectorial de Turismo nacional “turismo con armonía a la vida” en áreas como la de democratización del turismo desde la cual se incluye la importancia de los nuevos modelos de gobernanza y actualización de los instrumentos de planificación.





### 3.7 Diseño de Rutas Turísticas

#### 3.7.1 Presentación

Resulta indudable que el turismo mundial ha aumentado de manera continua, pero no es menos cierto que el sector turístico se encuentra en un período de cambios y nuevas tendencias, existiendo en el mercado turístico mayor preferencia hacia destinos y modalidades que aporten un sello de autenticidad, así como por productos capaces de mezclar la cultura, el patrimonio, la naturaleza y el confort.

El creciente desarrollo del turismo mundial demanda de la labor del guía de turismo cada día más, por ser este un profesional que ofrece un relevante servicio turístico e informativo, como exponente fundamental del patrimonio de cualquier país o región turística; patrimonio que no puede quedar relegado solo al interior de un museo o a un sitio histórico, sino que incluye también sus múltiples expresiones culturales, las cuales, tomadas en su conjunto, constituyen el legado de sus comunidades.

Sin embargo, los guías que realizan los recorridos cuentan con escasos medios para su preparación, básicamente, esta se limita al seguimiento de información de forma empírica y que en algunos casos puede encontrarse mal estructurada. Esta situación incide de forma negativa en la adecuada puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos y revela dificultades en la planificación y organización de las acciones la actividad turística.

Dentro del contrato, fueron diseñados tres guiones temáticos, de acuerdo con los subproductos del Paisaje Cultural Campesino Boyacense. En primera instancia encontraremos el guion temático “pueblos” que corresponde al subproducto turismo cultural organizado en dos guiones, el primero que contempla información relevante de la construcción e historia de los Templos Católicos en la provincia Márquez; el segundo guion, está relacionado con la actividad artesanal, oficio que hace parte de la memoria biocultural del territorio. En el segundo documento encontremos un guion relacionado con subproducto turismo de naturaleza, temática “caminos y senderos”, allí se presenta una información general de los senderos naturales con los que cuenta la provincia. El último guion hace referencia al subproducto turismo gastronómico y la importancia de cada uno de los ingredientes que le dan esencia a cada plato y a la actividad de agroturismo, denominado “saberes”.

Estos son insumos que sirven de apoyo para que en cada ruta que se cuente con la información puntual de cada lugar, al igual son base para que cada agencia de viajes operadora y guía de turismo diseñen sus propios guiones.

Agradecemos a las personas que han aportado información para la construcción de estos documentos, desde el equipo de consultor esperamos que sean de gran utilidad y se constituyan en la base para nuevas experiencias que inviten a los visitantes a experimentar la esencia de la provincia de Márquez, a encontrar su raíz.



**Ver anexo 6 Guiones Temáticos (ver en medio magnético- CD con anexos**



Portadas Guiones Temáticos

### 3.8 Determinar las necesidades de intervención pública y privada – Provincia Márquez

Las necesidades de intervención están dadas a partir del producto turístico identificado para la provincia Márquez el *Paisaje Cultural Campesino Boyacense* y sus subproductos para realmente unir esfuerzos entre todos los actores desde el orden nacional, regional y local, públicos y privados. Es de conocimiento que se hacen intervenciones para mejorar las condiciones del sector turismo, pero en su mayoría de manera aislada y desarticulada, obras muy básicas que no cubren la necesidad real de la actividad turística del destino. Al identificar cada una de las necesidades y su posible fuente de financiación, el comité de gestión local se concentrará en gestionarlos y traerlos al territorio.

Para definir las necesidades se implementó la matriz de validación de cada subproducto teniendo en cuenta las condiciones de infraestructura, servicios y normatividad, se evaluaron cada uno los atractivos que hace parte de ese subproducto de 1 a 3, siendo el 1 el que no cumple y 3 si cumple totalmente, de cada condición se sumó el puntaje total de todos los atractivos, a continuación, se muestra una parte de la matriz de gastronomía condición infraestructura.


*Tabla 67 Condiciones de infraestructura - gastronomía*

| MUNICIPIO     | Recursos / Atractivos<br>turísticos / Actividades /<br>Experiencias | CONDICIONES DE INFRAESTRUCTURA                              |                           |                          |                           |                                             |                                                  |                                             |              |                                                             |
|---------------|---------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------|---------------------------|--------------------------|---------------------------|---------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------|
|               |                                                                     | señalización<br>turística de<br>cada uno de los<br>espacios | Adecuación del<br>espacio | Acceso a los<br>espacios | Seguridad al<br>visitante | Estado de<br>conservación de<br>los lugares | Señalización de<br>seguridad para<br>emergencias | Estado de las<br>vías de acceso<br>al lugar | Parqueaderos | Servicios de<br>salud del<br>municipio para<br>emergencias. |
| Boyacá-Boyacá | Portal Sanay                                                        | 1                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 1                                                | 2                                           | 2            | 2                                                           |
| Jenesano      | Sabina Café, Sabores y Saberes                                      | 1                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 2                                           | 1                                                | 2                                           | 2            | 3                                                           |
|               | Ahuyama                                                             | 2                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 2                                                | 3                                           | 3            | 3                                                           |
| Ramiriquí     | Del Fogón Saberes Ancestrales                                       | 2                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 2                                           | 1                                                | 2                                           | 2            | 2                                                           |
|               | Zea Mayz Sabores del Maíz                                           | 2                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 1                                                | 3                                           | 3            | 2                                                           |
|               | Postres Nay                                                         | 2                                                           | 2                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 1                                                | 3                                           | 3            | 2                                                           |
| Tibaná        | Casa del Viejo Territorio<br>Muisca                                 | 2                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 2                                                | 3                                           | 2            | 2                                                           |
|               | Productos Del Campo Atao                                            | 2                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 2                                                | 3                                           | 2            | 2                                                           |
| Ventaquemada  | Tesoros Nativos SAS –<br>Biomuseo de la papa nativa                 | 3                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 3                                                | 2                                           | 2            | 3                                                           |
|               | Restaurante Estime Sumercé                                          | 3                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 3                                                | 3                                           | 3            | 3                                                           |
| Viracachá     | Don Baudilio Apicultura Los<br>Cerezos                              | 3                                                           | 3                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 3                                                | 3                                           | 2            | 2                                                           |
|               | Chiraviras                                                          | 2                                                           | 2                         | 3                        | 3                         | 3                                           | 3                                                | 3                                           | 2            | 2                                                           |
|               |                                                                     | 25                                                          | 34                        | 36                       | 36                        | 34                                          | 23                                               | 32                                          | 28           | 28                                                          |

La puntuación máxima para cada condición está entre 25 - 36 puntos, la puntuación media 13 - 24 y la condición con menor puntaje es de 1 – 12, determinando así, cuál de las condiciones necesita intervención a corto plazo, cuál a mediano plazo y cuál a largo plazo o qué aspecto se debe seguir fortaleciendo.

Para cada subproducto se realizó una matriz, turismo cultural, turismo de naturaleza, agroturismo y turismo gastronómico y su respectiva temática pueblos, caminos y senderos y sabores, a continuación, se observa cada una de las condiciones según el subproducto, su puntuación, unas observaciones y las posibles fuentes de financiación.

### 3.8.1 Necesidades de intervención subproducto Turismo Cultural – Temática Pueblos

**Pueblos** como producto turístico está compuesto por tradiciones, parques principales, gastronomía típica, historia, el legado de templos parroquiales, casonas resultado de la época colonial y republicana, sus gentes y en especial la tranquilidad y la seguridad que inspiran al recorrer sus calles.


*Tabla 68 Necesidades de intervención subproducto Turismo Cultural – condiciones de infraestructura*

| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos</b> |                                                                 |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                               |
|--------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                            | Criterio de Evaluación                                          | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Posibles Fuentes de Financiación                                                                              |
| <b>Condiciones de Infraestructura</b>                  | Parqueaderos                                                    | 38             | Cada municipio en temporada de mayor afluencia de visitantes debe contar con los sitios establecidos para tal fin, llegar a un acuerdo de tarifas con los propietarios, indicar con anticipación la ubicación y cumplir con las normas y permisos correspondientes. Evitar que alrededor del parque duren por mucho tiempo los vehículos estacionados, ya que hacen perder movilidad y belleza arquitectónica a cada parque y bienes inmuebles ubicados alrededor.                                                                                                                                       | Alcaldías municipales<br>Prestadores de servicios turísticos                                                  |
|                                                        | Estado de conservación de los recursos patrimoniales            | 57             | Declarar atractivo turístico los bienes inmuebles del municipio para poder asignarle presupuesto municipal para su conservación y recuperación, como lo menciona el artículo 24 de la Ley 2068 de 2020 efectos de la declaratoria, 2. Cuando el bien objeto de la declaratoria sea público, deberá contar con un programa y un presupuesto de reconstrucción, restauración y conservación a cargo del presupuesto de la entidad territorial en cuya jurisdicción se encuentre ubicado.                                                                                                                   | Ministerio de Cultura<br>secretaría de Turismo departamental<br>Alcaldías Municipales<br>Concejos municipales |
|                                                        | Señalización bienes patrimoniales                               | 39             | Implementar una señalización del bien inmueble acorde a su arquitectura, que no genere contaminación visual, clara y ubicada a una altura adecuada para poderla observar. Incluir señalética accesible.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Fontur<br>Secretaría de turismo departamental<br>Alcaldías Municipales                                        |
|                                                        | Manejo de residuos                                              | 43             | Realizar un listado de los residuos que se generan en el Bien inmueble para establecer las canecas indicadas para el manejo de los residuos y con la capacidad adecuada, indicar los residuos que se deben depositar en ese lugar, contar con un adecuado programa de limpieza y recolección, especialmente en las áreas abiertas al público, como el parque principal y sobre todo en época de mayor afluencia de visitantes como fin de semana, puente y vacaciones.                                                                                                                                   | ServiMárquez<br>Alcaldías Municipales<br>Corporchivor                                                         |
|                                                        | Baños públicos                                                  | 41             | Identificar los baños con servicio al público alrededor de los bienes patrimoniales, indicar claramente la tarifa, mantenerlos con adecuada higiene hasta el final del servicio, temporadas con actividades nocturnas y mayor afluencia de clientes contar con una persona que este pendiente de su higiene.                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Alcaldía Municipal<br>Establecimientos de Comercio<br>ServiMárquez                                            |
|                                                        | Embelllecimiento del municipio / Atractivo (limpieza del lugar) | 53             | Programar jornadas de limpieza, aseo, mantenimiento de jardines, mobiliario, bienes muebles: fuentes, cabezas, bustos, estatuas, banderas, placas, paredes, arcos, y mejoramiento de fachadas, establecer por decreto municipal de mejoramiento de fachadas, programar jornadas de cultura ciudadana                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Alcaldía Municipal<br>ServiMárquez<br>PSTcos<br>Comunidad                                                     |
|                                                        | Accesibilidad para personas con movilidad reducida              | 51             | Identificar los accesos con movilidad reducida en cada uno de los bienes inmuebles, señalar para evitar el bloqueo de esas entradas, como el vehículo mal ubicado, verificar que las rampas cumplan con las características requeridas, ancho e inclinación. Tener en cuenta las estrategias de entornos sin barreras del manual de turismo para todos: accesos, itinerarios, dependencias, mobiliario y señalética accesible, la estrategia criterios básicos para entornos, espacios y servicios accesibles en el turismo y la estrategia protocolos de servicios de atención accesibles e inclusivos. | Alcaldía Municipal<br>Fontur<br>Ministerio de Salud y<br>Protección Social<br>Administrador del Bien          |
|                                                        | Ventilación e iluminación de los bienes patrimoniales           | 56             | Los bienes patrimoniales deben contar con espacios ventilados e iluminados para evitar consecuencias de salud pública                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Alcaldía municipal<br>Administración de los Bienes Patrimoniales<br>Ministerio de Cultura y Patrimonio        |



| Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos |                                                       |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                     | Criterio de Evaluación                                | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                   |
|                                                 | Señalización Salidas emergencias bienes patrimoniales | 37             | Con la finalidad de incrementar la seguridad personal y proteger nuestro patrimonio y bienes en general ante la posible ocurrencia de fenómenos destructivos, se establece señales y avisos con el propósito de que los turistas y personal del bien patrimonial identifique los mensajes de: información, precaución, prohibición y obligación, a utilizar con el fin de facilitar la evacuación en un caso de emergencia. | Alcaldía municipal<br>Administración de los Bienes Patrimoniales<br>Ministerio de Cultura y Patrimonio                             |
|                                                 | Servicios bancarios, corresponsales bancarios         | 45             | Uno de los servicios que no se debe descuidar es el servicio de bancos, cajeros, corresponsales bancarios, para colaborar al turista con la fluidez de efectivo, disponibilidad de este en cada uno de los sitios donde se presta el servicio, verificar los sistemas de pagos con los que cuenta el sector turismo y el sector comercio, para facilitar el pago de productos y/o servicios adquiridos.                     | Entidades Financieras<br>Sector Comercio<br>Alcaldías Municipales<br>Sena                                                          |
|                                                 | Estaciones de servicio                                | 43             | Verificar el buen funcionamiento de las estaciones de servicio, tenerlas identificadas, conocer los servicios que prestan, horarios de atención y las tarifas que manejan.                                                                                                                                                                                                                                                  | Administración de cada estación de Servicio<br>Sena                                                                                |
|                                                 | Estado de las vías                                    | 45             | Aunque es una actividad específica del gobierno municipal, departamental o nacional, se recomienda estar pendiente de las actividades que se puedan realizar para el cuidado y mantenimiento como comunidad, informar sobre los puntos críticos a turistas, comunidad y alcaldía municipal.                                                                                                                                 | Alcaldía municipal<br>Ministerio de Transporte<br>Secretaría de Tránsito y Transporte de Boyacá<br>Instituto de Tránsito de Boyacá |
|                                                 | Movilidad centro urbano / atractivo                   | 41             | Programar, informar y comunicar un plan de movilidad en las zonas de mayor movilidad de vehículos, teniendo en cuenta afluencia de visitantes y turistas.                                                                                                                                                                                                                                                                   | Alcaldía municipal<br>Secretaría de Tránsito y Transporte de Boyacá<br>Instituto de Tránsito de Boyacá                             |
|                                                 | Servicios de salud                                    | 43             | Aunque el servicio se presta en primera instancia a la población local, el número de habitantes determina el nivel del servicio de salud en un municipio, se recomienda tener un protocolo de servicio de acuerdo con el aumento de población, visitantes y turistas, para no saturarlo y brindar así un servicio adecuado.                                                                                                 | Secretaría de Salud de Boyacá<br>Alcaldía municipal<br>Sena                                                                        |
|                                                 | Mobiliario urbano / mobiliario atractivo              | 50             | Cada uno de los elementos que se encuentran en el bien patrimonial debe contar con un plan de mantenimiento, conservación y restauración, campañas de cuidado de cada uno de estos elementos y señalización prohibiendo usos inadecuados.                                                                                                                                                                                   | Alcaldía municipal<br>Administrador del Bien Patrimonial                                                                           |
|                                                 | Fachadas                                              | 53             | La fachada es la primera mirada del lugar por eso es importante establecer un plan de mantenimiento y cuidado, respetar el entorno donde se encuentra ubicado y su valoración patrimonial                                                                                                                                                                                                                                   | Alcaldía municipal<br>Administrador del Bien Patrimonial                                                                           |
|                                                 | Zonas verdes                                          | 62             | Adecuar espacios en el bien inmueble que permita tener zonas verdes, jardines, jardines verticales, materas, programar su cuidado y mantenimiento, esta condición también permite darle vida, color y tranquilidad al lugar.                                                                                                                                                                                                | Alcaldía municipal                                                                                                                 |
|                                                 | Señalización vial                                     | 36             | La ubicación de cada atractivo es fundamental, igual que la seguridad del visitante                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Alcaldía municipal<br>Ministerio de Transporte<br>Secretaría de Boyacá y Transporte de Boyacá<br>Instituto de Tránsito de Boyacá   |




**Necesidades de intervención subproducto Turismo Cultural – condiciones de servicio**
*Tabla 69 Necesidades de intervención subproducto Turismo Cultural – condiciones de servicio*

| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos</b> |                                  |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Condiciones</b>                                     | <b>Criterio de Evaluación</b>    | <b>Puntaje Matriz</b> | <b>Recomendaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <b>Posibles Fuentes de Financiación</b>                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Condiciones de Servicios</b>                        | Alojamiento                      | 41                    | Se recomienda cumplir con la normatividad correspondiente RNT, estar registrado antes de iniciar operación, incluir el RNT en toda la publicidad, renovarlo los primeros tres meses del año. Dentro del Subproducto Turismo Cultural se recomienda que la decoración, los entornos y servicios gastronómicos estén relacionados con la cultura de cada municipio, incluir una vitrina, stand, con productos artesanales de la región, para motivar su compra.                                                                                                                                                                                                    | Fontur<br>Prestadores de servicios turísticos EAH<br>Secretaría de Turismo dptal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa                                                                                                                   |
|                                                        | Transporte Especial (turismo)    | 32                    | De acuerdo con el Decreto Único Reglamentario del Sector Transporte 1079 de 2015, modificado por el Decreto 431 de 2017, es aquel que presta una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas que tengan una característica común y homogénea en su origen y destino que requieren de un servicio expreso, siempre que hagan parte de un grupo determinable.<br>Formato Único de Extracto de Contrato – FUEC: Según la Resolución 6652 de 2019, es el documento de transporte que deben portar los conductores que están prestando servicio de pasajeros en la modalidad especial. | Prestador de servicio turístico<br>Fontur<br>Acoltés<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa<br>Policía Nacional                                                                                                                                                    |
|                                                        | Transporte Público (taxi, Buses) | 49                    | Las empresas de transporte publico serán un gran aliado para la implementación del producto turístico por eso se hace necesario que mejoren en su servicio, mejoren las condiciones de sus vehículos, cumplan con toda la normatividad exigida, que actualicen su flota de buses y que implementen las normas de calidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Ministerio de Transporte<br>Empresas de Transporte<br>Cámara de Comercio<br>RAPE - Región Administrativa y de Planeación Especial<br>ANI - Agencia Nacional de Infraestructura<br>Ocensa                                                                    |
|                                                        | Establecimientos gastronómicos   | 47                    | Restaurantes con platos típicos y establecimientos gastronómicos: es indispensable en la gastronomía típica de una región realizar la presentación del plato y sus ingredientes, ya sea en la carta física, o que la realice el mesero o al personal que se designe para tal fin.<br>Estrategia de (semaforización secretaria de salud): los municipios que ya cuentan con esta estrategia por favor articularla con la oficina de turismo y los prestadores de servicios, incluirla en la página web y redes sociales, continuar fortaleciendo la estrategia, y los municipios solicitar el acompañamiento, asesoría de la secretaria de salud departamental.   | MinCIT<br>La Superintendencia de Industria y Comercio - SIC,<br>MinCultura<br>MinSalud<br>INVIMA<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Secretaría de Salud Dptal<br>Gobernación de Boyacá<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Sena<br>RAPE<br>Ocensa |



| Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos |                                                                               |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                     | Criterio de Evaluación                                                        | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                    |
|                                                 | Guías de turismo                                                              | 46             | Según el decreto 1379 de 2021 que tiene por objeto reglamentar el guionaje turístico establece que dentro de las actividades del guía de turismo están: diseñar recorridos turísticos según los requerimientos técnicos y normativos, diseñar guiones interpretativos, fomentar la conservación, protección y bienestar del patrimonio cultural y natural, entre la comunidad y los turistas, viajeros, visitantes o pasajeros según protocolos, técnicas de comunicación y requerimientos técnicos o normativos, apoyar la gestión y desarrollo de destinos turísticos teniendo en cuenta la normativa del sector, transmitir sus conocimientos sobre el patrimonio natural y cultural de su territorio, informar sobre el patrimonio local de acuerdo con las características geográficas, requerimientos técnicos, normativos y protocolo de la comunidad local, narrar historias y anécdotas de la comunidad a visitantes y turistas de acuerdo con los principios de protección del patrimonio natural y cultural, mediar sobre los intereses y alcance de intervención entre el visitante y la comunidad e intervenir entre los prestadores de servicios turísticos locales del territorio facilitando la operación turística. | MinCit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Confeguías<br>Asociaciones de Guías |
|                                                 | Agencia de Viajes<br>Operadora /<br>Oficina de<br>representación<br>turística | 41             | Diseñar, promocionar y vender recorridos y paquetes cumpliendo con los acuerdos comerciales con turistas, proveedores y comunidad, respetando la normativa de cada uno de los atractivos turísticos de los municipios.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Mincit<br>Fontur<br>Anato<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Corpochivor<br>RAPE                                         |
|                                                 | Servicios de información turística e interpretación del patrimonio            | 31             | Cada uno de los atractivos turísticos debe contar con un guion turístico para darlo a conocer a propios y extraños, articularse con los guías de turismo del territorio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | PSTcos<br>Mincit<br>Fontur<br>ICANH<br>Vigías del patrimonio<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Sena<br>Ocensa                                                       |
|                                                 | Punto de Información Turística                                                | 24             | La información del destino debe estar ubicada en el punto de información del puente de Boyacá, dándosela a conocer a las personas que estén designadas en este punto.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de turismo Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>PSTCos                                                                                     |
|                                                 | Mapa turístico, guía, folleto, página web, redes sociales                     | 41             | Cada uno de los atractivos y experiencias turísticas, de cada municipio debe estar incluidos en la estrategia de comunicación y promoción de cada municipio, del departamento y de los prestadores de servicios turísticos, incluyendo horarios de atención, reservas, tarifas y contactos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Fontur<br>Mincit<br>Mintic<br>Prestadores de servicios turísticos EAH<br>Secretaría de Turismo dptal<br>Cámara de Comercio<br>Sena                                  |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos</b> |                                                                |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                            | Criterio de Evaluación                                         | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                        | Servicio de venta de artesanías                                | 36             | Las artesanías deben estar ubicadas en cada uno de los lugares resaltando su valor, si es posible contar con etiqueta que mencione la artesana o artesano que la realizó. Servicio de venta de artesanías.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Cultura y Patrimonio<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Artesanías de Colombia<br>Sena<br>PSTcos                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                        | Guiones interpretativos                                        | 27             | Cada uno de los atractivos debe contar con un guion para dar a conocer los bienes patrimoniales desde su historia y cultura, traducir del lenguaje técnico a un lenguaje común, socializar con los Guías de turismo, los prestadores de servicios turísticos, el sector comercio, estudiantes y la comunidad en general, como estrategia social del patrimonio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Fontur<br>Ministerio de cultura<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>PSTcos<br>Vigías del Patrimonio<br>Sena<br>Universidades<br>Colegios                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                        | Talleres Artesanales, gastronómicos, agropecuarios, artísticos | 55             | Cada uno de los bienes patrimoniales debe contar con una actividad, para fortalecerlo como patrimonio vivo, ya sea, recorridos turísticos, museo, galería, muestras culturales, talleres demostrativos artesanales, gastronómicos, artísticos, salas de exhibición itinerantes, conversatorios, entre otras.<br><br>Capacitación, talleres demostrativos, asociaciones y emprendimientos sobre artesanías propias de la región: se debe programar anualmente una estrategia de capacitación, teniendo en cuenta las instituciones idóneas para que brinden están capacitaciones, deben estar dirigidas a toda la comunidad. Realizar permanente un trabajo de motivación con la comunidad local (autoridades, prestadores de servicios turísticos, comunidad en general, instituciones educativas y comercio, entre otros) para una adecuada gestión de los bienes culturales materiales e inmateriales. | Mincit<br>Ministerio de Cultura<br>Ministerio de Agricultura<br>Universidades<br>Sena<br>Vigías del patrimonio<br>Secretaría de cultura y patrimonio departamental<br>Instituto Colombiano Agropecuario - ICA<br>Ocensa<br>Secretaría de Agricultura<br>Artesanías de Colombia<br>Alcaldía Municipal<br>Red de Eventos<br>Gastronómicos de Colombia<br>RAPE<br>Corpochivor |
|                                                        | Agenda cultural en los bienes patrimoniales                    | 35             | Las actividades turísticas deben tener una agenda cultural en cada bien y ser publicada, para que desde las diferentes estrategias de promoción estén incluidas, al igual que en los paquetes y/o recorridos turísticos diseñadas por los guías y agencias de viajes o para que la comunidad y visitantes se programen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Cultura y Patrimonio<br>Ministerio de Cultura<br>Vigías del patrimonio                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                        | Estrategia de apropiación social del patrimonio                | 41             | El municipio debe diseñar una estrategia incluyendo el plan de comunicación de esa misma estrategia, al igual que su manejo en redes sociales, darla a conocer a los prestadores de servicios turísticos teniendo en cuenta sus aportes. Incluir procesos de sensibilización con los turistas sobre el valor patrimonial que tiene la cultura, en particular para la comunidad. En lo posible, direccionar todas las acciones de prestación del servicio turístico hacia una organización de autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios y la gobernanza.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Cultura y Patrimonio<br>Ministerio de Cultura<br>Vigías del patrimonio<br>Emisoras<br>Colegios Amigos del Turismo<br>ICANH<br>Ocensa<br>Cámara de Comercio                                                                                                                                                                             |



| Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos |                                                                                                   |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                     | Criterio de Evaluación                                                                            | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                         |
|                                                 | Galería de arte, escuelas de música, danza, poesía, letras, pintura, teatro, oficios, entre otros | 55             | Se debe aprovechar las escuelas de formación artística como escenario para dar a conocer el patrimonio inmaterial del municipio a propios y extraños por tal motivo se recomienda que se establezca un lugar, un horario de atención, personal permanente y se programen actividades los fines de semana y temporadas altas, y que sirva de estrategia para el manejo del tiempo libre. | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Cultura y Patrimonio<br>Ministerio de Cultura<br>Vigías del patrimonio<br>Emisoras<br>Colegios Amigos del Turismo<br>ICANH<br>Artesanías de Colombia |

### Necesidades de intervención subproducto Turismo Cultural – condiciones de normatividad

| Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos |                                                                                                                     |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                      |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                     | Criterio de Evaluación                                                                                              | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Posibles Fuentes de Financiación                                                                     |
| <b>Condiciones de Normatividad</b>              | Aplicación de medidas de protección                                                                                 | 38             | Es importante que cada uno de los bienes patrimoniales o en su conjunto cuenten con medidas de protección para garantizar su continuidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Ministerio de Cultura y patrimonio<br>Secretaría de Cultura y patrimonio dptal<br>Alcaldía municipal |
|                                                 | Declaratorias como bien de interés cultural - BIC y/o otras declaratorias municipales, departamentales, nacionales. | 26             | Cada declaratoria permite que cada bien patrimonial cuente con su medida de protección, programa de mantenimiento, y lo más importante que existan. Es un proceso que requiere de tiempo e inversión pero que es fundamental lograrlas para que las nuevas generaciones conozcan su patrimonio.<br><br>El Plan de Manejo Especial del patrimonio PEMP es un instrumento de gestión de los bienes de interés cultural mediante el cual se establecen acciones necesarias para garantizar la protección, la conservación y la sostenibilidad de los BIC o de los bienes que pretendan declararse como tales. | Ministerio de Cultura y patrimonio<br>Secretaría de Cultura y patrimonio dptal<br>Alcaldía municipal |
|                                                 | Campañas de protección del bien patrimonial                                                                         | 40             | El patrimonio constituye una señal de identidad y favorece la cohesión de las comunidades que no asimilan bien los cambios rápidos o que sufren el impacto de la crisis económica. El patrimonio y la creatividad contribuyen a la construcción de sociedades del conocimiento dinámicas, innovadoras y prósperas.                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Ministerio de Cultura y patrimonio<br>Secretaría de Cultura y patrimonio dptal<br>Alcaldía municipal |



| Necesidades de Intervención Subproducto Pueblos |                                                         |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                     | Criterio de Evaluación                                  | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                             |
|                                                 | Campaña cultura turística                               | 28             | Además de reeducar a la población local y mostrar el turismo como una actividad representativa en la región, se debe motivar a los ciudadanos en la promoción turística, de una manera emocional, haciendo aflorar un sentimiento de orgullo y de pertenencia a una región poseedora de múltiples potenciales turísticos que se deben mostrar.                                | Secretaría de Turismo departamental<br>Alcaldía municipal<br>Colegios amigos del turismo<br>Policía de Turismo                                                               |
|                                                 | Decreto municipal de mejoramiento de fachadas           | 42             | En la provincia de Márquez cuenta con municipios que tiene por decreto el estilo que debe tener las fachadas de las viviendas de su municipio, muchas veces los propietarios no cuentan con los recursos necesarios para implementarlo o mantenerla por eso se requiere gestionarlos para que siga manteniendo esa homogeneidad que los hace únicos y embellece su municipio. | Alcaldía Municipal                                                                                                                                                           |
|                                                 | Protocolos de seguridad y evacuación en eventos masivos | 32             | Sin importar el tipo de evento, establecer un protocolo de seguridad es esencial para garantizar que todo marche de la mejor forma posible. Al planear un evento se reconoce que la cantidad de personas asistentes son un factor determinante en temas de seguridad                                                                                                          | Alcaldía Municipal<br>UNGRD (Unidad Nacional Gestión del Riesgo y Desastres)<br>Bomberos<br>Policía de turismo<br>Defensa Civil<br>Secretaría de Salud<br>Diócesis           |
|                                                 | Plan de emergencia y contingencia                       | 32             | Estos planes permiten identificar las amenazas, determinar la vulnerabilidad, definir niveles de riesgos, estructurar un procedimiento de evacuación tanto para los prestadores, colaboradores, turistas y visitantes, al igual que establecer un esquema operativo para la atención de posibles lesionados.                                                                  | Alcaldía Municipal<br>UNGRD (Unidad Nacional Gestión del Riesgo y Desastres)<br>Bomberos<br>Policía de turismo<br>Defensa Civil<br>Secretaría de Salud<br>Diócesis<br>PSTcos |

### 3.8.2 Necesidades de intervención subproducto Turismo de Naturaleza – Temática caminos y Senderos

**Caminos y Senderos** como producto turístico está compuesto Tour veredal (gastronomía, artesanía, miradores, arte rupestre / Cultura Muisca) / Senderismo / avistamiento de aves / Romerías / caminos espirituales / Bici turismo / páramo / bosque alto andino / Distritos Regionales de Manejo Integrado.





## Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de infraestructura

Tabla 70 Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de infraestructura

| Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos |                                                                   |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                              | Criterio de Evaluación                                            | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Condiciones de Infraestructura                           | Señalización orientación, seguridad, informativa e interpretativa | 21             | <p>Cada uno de los senderos debe contar con: <b>Señalización de orientación:</b> nos brinda información de cómo movilizarnos en el recorrido, hacia qué lugar seguir, sobre todo cuando nos encontramos varios caminos, o es difícil observar el lugar por donde continuar.</p> <p><b>Señalización informativa:</b> nos brinda información geográfica, distancias, actividades, información del entorno cercano y los servicios disponibles.</p> <p><b>Señalización interpretativa:</b> revela a los visitantes el significado y el valor de un determinado elemento natural de una forma emocionante y provocativa.</p> <p><b>Señalización de seguridad:</b> la prohibición de ciertas actividades o actitudes es determinante en la seguridad y comportamiento del turista, ya sea, por inexperiencia del visitante, ignorancia o simplemente falta de voluntad, esta señalización marca los límites de tolerancia. Se recomienda también especificar las sanciones por incumplimiento a las reglas del lugar. Por el momento no existe una guía o manual de señalización de orden nacional que especifique la señalización en ambientes naturales, las corporaciones ambientales han ido diseñando sus propios manuales, los cuales se deben tener en cuenta, como referente. En la política de infraestructura se tiene contemplado el diseño de la señalización.</p> | <p>Principales entidades con las que se puede gestionar financiamiento para las condiciones de Infraestructura</p> <p>Mincit</p> <p>Mintransporte</p> <p>Ministerio del interior</p> <p>Minciencias</p> <p>Minambiente</p> <p>Invias</p> <p>Fontur</p> <p>Alcaldías municipales</p> <p>Corporchivior</p> <p>Ocensa</p> <p>Rape</p> <p>Findeter (banca de desarrollo territorial)</p> <p>Enterritorio (Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial).</p> <p>FND (Financiera de Desarrollo Nacional)</p> <p>Banco Agrario</p> <p>Bancoldex</p> <p>Sistema General de Regalías</p> <p>Incentivo tributario de la ley de crecimiento</p> <p>FDN (Financiera Desarrollo Nacional)</p> <p>FCM (Federación Colombiana de Municipios)</p> |
|                                                          | Infraestructura ecoturística (puentes, barandas, kioscos)         | 21             | Colocar mobiliario en el sendero, permitirá que la estancia del visitante sea más placentera y segura, para que su recorrido resulte una experiencia significativa. El mobiliario es un apoyo clave en la interpretación, ya que, con el uso de sus estructuras, se facilita la transmisión de la información por medio de los diferentes materiales didácticos. Algunos ejemplos de mobiliario básico en un sendero, que se utilizará acorde a los requerimientos locales son: bancas, mesas, techos, cercas, mamparas de información, postes para señalamientos interpretativos, escaleras y escalinatas, pasarelas, puentes, miradores, torres de observación, muelles, alcantarillas, rampas, drenes, entre otros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                          | Sendero marcado                                                   | 29             | La ruta como la estructura física del sendero deben ser tal que estimule al visitante y/o turista a mantenerse en él, se cuide y proteja el ecosistema, se recomienda delimitar con material de la zona, tener en cuenta el ancho del sendero, entre más corto el ancho el paso será más lento, mínimo 80 cms y máximo 2 metros, a mayor pendiente menor ancho para tener en cuenta su estabilidad, eliminar vegetación que estorba, es importante analizar el entorno y de acuerdo a ello marcar el sendero evitando daño al ecosistema, incluir el drenaje para evitar anegamientos o erosión a causa del agua, sería necesario redefinir el trazado del sendero, si se encuentran obstáculos grandes analizar si se pueden quitar, para evitar que las personas transiten por diferentes lugares y se abran nuevos caminos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <p>Mincit</p> <p>Mintransporte</p> <p>Ministerio del interior</p> <p>Minciencias</p> <p>Minambiente</p> <p>Invias, Fontur</p> <p>Alcaldías municipales</p> <p>Corporchivior</p> <p>Ocensa, Rape</p> <p>Findeter (banca de desarrollo territorial)</p> <p>Enterritorio (Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial).</p> <p>FND (Financiera de</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos</b> |                                        |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                                     | Criterio de Evaluación                 | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                 | Miradores (adecuación)                 | 19             | Son puntos de observación, son lugares destacados desde los que se obtienen las mejores vistas del paisaje, en cualquier recorrido, ruta o sendero, son lugares que permiten un momento de observación y encuentro con el paisaje, ganar perspectiva y continuar la ruta, en entornos naturales generalmente aprovechan alguna elevación o prominencia del terreno para conseguir la mejor vista de algún tipo de recurso natural (cascada, valle, laguna, cañón, cascos urbanos de municipios). Los miradores pueden encontrarse aislados de cualquier tipo de infraestructura turística o formar parte de ella como es el caso de senderos, deben ser accesible a todos los públicos, acondicionar caminos para mejorar el acceso si es necesario pensando en personas de cualquier edad, niños y personas discapacitadas, debe estar bien señalizado, con una señalización nos oriente hacia el mirador, la señalización debe responder todas las preguntas que el observador puede tener y conseguir interpretar el paisaje de una manera global consiguiendo transmitir e inspirar al visitante, el tipo de estructura y materiales debe ser el adecuado en cada mirador, un mirador debe ser seguro y transmitir sensación de seguridad aunque algunas partes de él sobresalen de manera destacada. | Desarrollo Nacional)<br>Banco Agrario,<br>Bancoldex<br>Sistema de Regalías ,<br>Incentivo tributario de la ley de crecimiento FDN (Financiera Desarrollo Nacional)<br>FCM (Federación Colombiana de Municipios)                                                                    |
|                                                                 | Seguridad al visitante                 | 19             | Con la señalización y adecuaciones se brinda en parte esa seguridad, pero es importante también contar con el plan de emergencia, el plan de contingencia, protocolos, registro de visitas, punto de control en cada sendero, informar a las autoridades correspondientes que estarán visitando el lugar, solo transitarlo en horas permitidas y adecuadas, tener en cuenta las restricciones y recomendaciones del lugar, contar con la indumentaria requerida y el estado físico necesario. Se recomienda contar con mecanismos de comunicación diferentes al celular, como radios de comunicación o frecuencias de radios locales para dar aviso en caso necesario. Revisar en los senderos y entornos los puntos de señal de celular, incluirlo en los protocolos de emergencia y de información de cada lugar.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Mincit<br>Mintransporte<br>Ministerio del interior<br>Minciencias<br>Minambiente<br>Invias, Fontur<br>Alcaldías municipales<br>Corporchivor<br>Ocensa, Rape<br>Findeter (banca de desarrollo territorial)<br>Enterritorio (Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial). |
|                                                                 | Estado de las vías acceso al atractivo | 27             | Por lo general los accesos a los atractivos naturales se realiza por vías destapadas que requieren atención continua para evitar su deterioro, mantenimiento de canaletas y evitar que las transiten vehículos de carga pesada.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | FND (Financiera de Desarrollo Nacional)<br>Banco Agrario<br>Bancoldex<br>Sistema General de Regalías                                                                                                                                                                               |
|                                                                 | Accesos atractivos turísticos          | 28             | Permite la llegada del visitante y/o turistas con facilidad, seguridad y comodidad, se debe contar con un plan de mantenimiento, adecuaciones e implementación de la infraestructura necesaria. Se debe diseñar un plan para que las adecuaciones, mobiliario y acceso al lugar para personas con alguna limitación, tener en cuenta el manual de turismo accesibles, turismo para todos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Incentivo tributario de la ley de crecimiento FDN (Financiera Desarrollo Nacional)<br>FCM (Federación Colombiana de Municipios)                                                                                                                                                    |
|                                                                 | Estado de conservación de los recursos | 24             | Cada uno de los escenarios debe contar con un plan de mantenimiento y restauración del ecosistema, contar con las adecuaciones pertinentes, información de la conducta del visitante, evitar ofrecer actividades que atenten contra la protección del ecosistema, como entrada de vehículos, bicicletas, motos y caballos, prohibir la instalación de antenas de comunicación y otras que afecten el entorno.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Minambiente<br>Secretaría de ambiente y desarrollo sostenible departamental<br>Alcaldía municipal<br>Universidades<br>Corporchivor<br>PSTcos                                                                                                                                       |



| Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos |                          |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                              | Criterio de Evaluación   | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                            |
|                                                          | Inventario de Flora      | 17             | Es fundamental que cada sendero cuente con un inventario para incluirlo en el guion interpretativo y así dar a conocer sus valores ambientales, interrelaciones, y características generales para motivar su conservación con propios y extraños. identificar la flora y fauna que pueda ocasionar un riesgo al visitante e informar al turista como se deben comportar y qué hacer en caso de tener contacto con alguna de ellas, informar al servicio de salud que posibles emergencias se pueden presentar para que cuenten con los elementos necesarios. |                                                                                                                                             |
|                                                          | Inventario de Fauna      | 18             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                             |
|                                                          | Estudios geomorfológicos | 10             | Las características del paisaje parte de la geomorfología del lugar, el estudio geomorfológico es la principal vía de acceso a las dinámicas de formación de la geografía de nuestro territorio, es decir, permite responder por qué el relieve es como es, por qué hay montañas donde las hay, en fin, por qué la corteza terrestre actúa como actúa y posee las formas que posee, y así comprender porque la provincia Márquez guarda esas características que la hacen única.                                                                             | Minambiente<br>Secretaría de ambiente y desarrollo sostenible departamental<br>Alcaldía municipal<br>Universidades<br>Corporación<br>PSTcos |

### Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de servicio

Tabla 71 Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de servicio

| Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos |                                         |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                              | Criterio de Evaluación                  | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                |
| <b>Condiciones de Servicios</b>                          | Alojamiento especializado en naturaleza | 19             | Las instalaciones deben guardar armonía con el entorno, ofrecer una excelente vista del paisaje natural, tranquilidad y comodidad. En su servicio son flexibles y están articulados con los horarios de visita a los atractivos naturales, ofrecer espacios para higiene y limpieza de la indumentaria que lleva cada turista y que es requerida por su comodidad y seguridad, contar con un espacio para guardar equipaje si es necesario. Conocer las recomendaciones de los escenarios naturales para poder informar a sus huéspedes. Contar con elementos para la buena disposición de residuos generados por este perfil de cliente como botellas de plástico y residuos orgánicos como cáscaras y semillas de frutas. Informar si el agua del alojamiento es apta para el consumo humano, si no lo es, contar con opciones para poderla ofrecer. | Fontur<br>Prestadores de servicios turísticos<br>EAH<br>Secretaría de Turismo<br>dptal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa |
|                                                          | Transporte Especial (turismo)           | 15             | Debe cumplir con la normatividad emitida por el ministerio de transporte y el Mincit, contar con los permisos de movilidad en cada una de las vías que transitan, contar con las pólizas correspondientes para transporte de pasajeros, Responsabilidad Civil Contractual y Extracontractual. Contar con un protocolo ante emergencias, eventualidades y accidentes. Trabajar articuladamente con el guía de turismo. El conductor debe estar capacitado para prestar el servicio, saber de mecánica y primeros auxilios como primer respondiente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Prestador de servicio turístico<br>Fontur<br>Acoltés<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa<br>Policía Nacional                                        |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos</b> |                                                          |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                                     | Criterio de Evaluación                                   | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                 | Establecimientos gastronómicos                           | 26             | Los establecimientos gastronómicos deben prestar su servicio de acuerdo con el horario de visita de cada atractivo turístico, ser flexible en el horario de su servicio, evitar el uso de plásticos de un solo uso o que genere contaminación ambiental, contar con una carta amplia para este perfil de turista, comida vegetariana, comida vegana, comida rápida, comida típica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | MinCIT<br>La Superintendencia de Industria y Comercio - SIC,<br>MinCultura<br>MinSalud<br>INVIMA<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal Secretaría de Salud<br>Dptal Gobernación de Boyacá<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Sena<br>RAPE<br>Ocensa |
|                                                                 | Guías de turismo                                         | 22             | Para ofrecer su servicio es indispensable contar con RTN, si no es del territorio se recomienda contar con el apoyo de un guía local, al igual que seguir las recomendaciones, proteger y cuidar el ecosistema, señalización, adecuaciones y mobiliario. Informar ante cualquier hallazgo a la entidad correspondiente. Conocer e investigar sobre las características del lugar donde ofrece su servicio. Contar con un guion interpretativo. Informar al turista las recomendaciones para visitar al lugar. Ser responsable con la información que ofrece. Conocer los protocolos de emergencia y seguridad de cada lugar. Informar a la autoridad correspondiente la visita al lugar. Se recomienda que el guía de turismo maneje un segundo idioma en lo posible relacionado con el turista extranjero que más visita el destino y/o contra con una estrategia de comunicación, informar su nivel de idioma. Debe estar capacitado en primeros auxilios como primer respondiente. Contar con medios de comunicación necesarios para el recorrido y los puntos de señal del celular.                                                                                                                                       | MinCit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Confeguías<br>Asociaciones de Guías<br>Policía                                                                           |
|                                                                 | Guía de turismo con experiencia en turismo de naturaleza | 18             | Para este tipo de turismo y de acuerdo con las sub - tipologías debe estar capacitado, informado y actualizado, contar con los equipos y herramientas necesarias para el desarrollo de la actividad, contar con un guion interpretativo, ser responsable con la información que brinda, contar con los permisos necesarios para la realización de sus actividades. Informar al turista sobre las recomendaciones para visitar el lugar. Respetar capacidad de carga. Estar informado sobre los protocolos de emergencia y seguridad. Informar a la autoridad correspondiente la visita, hora, número de turistas, responsable de la actividad y empresa que le ofrece los servicios de tarjeta de asistencia médica. Se recomienda que el guía de turismo maneje un segundo idioma en lo posible relacionado con el turista extranjero que más visita el destino y/o contra con una estrategia de comunicación, informar su nivel de idioma, por si se presenta cualquier eventualidad. Debe estar capacitado en primeros auxilios como primer respondiente. Contar con los contactos necesarios ante cualquier emergencia. Contar con medios de comunicación necesarios para el recorrido y los puntos de señal del celular. | MinCit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Confeguías<br>Asociaciones de Guías<br>Policía                                                                           |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos</b> |                                                                   |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                                     | Criterio de Evaluación                                            | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                 | Agencia de Viajes Operadora / Oficina de representación turística | 20             | Incluir en los paquetes turísticos las actividades que están autorizadas en los entornos naturales de cada uno de los municipios, acatar todas las recomendaciones e informar a los turistas, ser claros con tiempos, movimientos, nivel de dificultad, horarios de atención, código de comportamiento, capacidad de carga, permisos e incluir servicios ofrecidos por la comunidad, participar de campañas ambientales en cada uno de los lugares donde ofrece el servicio, participar en la elaboración de los protocolos de seguridad y emergencia, participar de las actividades a realizar en el programa de adecuación y mantenimiento, propender por el cuidado de la señalización, adecuaciones y mobiliario de los senderos, informar a las entidades correspondientes algún hallazgo que atente por la seguridad del ecosistema, turistas y comunidad. Informar a la autoridad correspondiente fecha de la visita, hora de ingreso, persona y/o guía de turismo responsable. Cada uno de los turistas como el guía de turismo debe contar con tarjeta de asistencia médica para la visita al lugar                                                                                                     | Mincit<br>Fontur<br>Anato<br>Secretaria de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Corpochivor<br>RAPE<br>Policía<br>Sena                                                                                  |
|                                                                 | Manejo de residuos                                                | 20             | Cada atractivo y sendero debe contar con un plan de manejo de residuos, no se recomienda dejar canecas en el transcurso del sendero, si hay alguien responsable de su aseo se permitiría una caneca a la entrada del sendero, informar al turista y visitante que está prohibido botar algún residuo incluido cáscaras y semillas para no alterar el ecosistema, por higiene y embellecimiento del lugar. Se recomienda la metodología no dejar rastro y que cada uno de los turistas lleven sus residuos a su ciudad de origen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Alcaldía Municipal<br>Servimarquez<br>Colegios<br>Policía de Turismo                                                                                                                                                               |
|                                                                 | Souvenir relacionado con el atractivo                             | 12             | Incluir un recordatorio con material permitido de la región en cada uno de los recorridos relacionado con la temática y como estrategia de apoyo a los artesanos y artistas del municipio.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Artesanías de Colombia<br>PSTcos<br>Sena                                                                                                                                                                                           |
|                                                                 | Servicios de salud y emergencias                                  | 28             | Debe estar activo para atender emergencias, incidentes y accidentes en entornos naturales y con disposición en el horario de atención de los atractivos naturales, contar con personal capacitado para atender estas situaciones, apoyar en la construcción del plan de emergencia y contingencia de cada uno de los entornos naturales, diseñar un plan de sensibilización y capacitación de primeros auxilios para prestadores de servicios turísticos y comunidad en general, en especial, la que se encuentra cerca de los senderos para que puedan apoyar o sepan qué deben hacer en caso de que se presenten accidentes. Revisar y analizar junto con los demás cuerpos de seguridad, emergencias y PST, la matriz de riesgos de emergencias, desastres y accidentes del municipio para verificar que estén incluidos los atractivos turísticos donde se ofrecen actividades en especial las que se desarrollan en espacios naturales. Colaborar en la construcción de un protocolo para PST y turistas para darlo a conocer antes y durante el recorrido. Contar con personal que manejen diferentes idiomas o tener en cuenta traductores para poder brindar la atención necesaria a turista extranjero. | Ministerio de Salud y Protección Social<br>Secretaria de Salud Departamental<br>Alcaldía Municipal<br>PSTcos<br>Bomberos<br>Defensa Civil<br>Policía de Turismo<br>UNGRD (Unidad Nacional para la Gestión del Riesgo de Desastres) |





| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos</b> |                                                     |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                   |
|-----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Condiciones</b>                                              | <b>Criterio de Evaluación</b>                       | <b>Puntaje Matriz</b> | <b>Recomendaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>Posibles Fuentes de Financiación</b>                                                                           |
|                                                                 | Guion turístico / interpretativo                    | 21                    | El Guion turístico es una herramienta metodológica que permite ordenar, sintetizar, sistematizar y adaptar los servicios turísticos a las necesidades de los diferentes segmentos de turistas. Conlleva la elaboración de un estudio previo para identificar los valores naturales de cada uno de los atractivos.                                                                                     | Guías de Turismo<br>Vigías del Patrimonio<br>Alcaldía Municipal<br>Corporchivor                                   |
|                                                                 | Incluido en paquetes turísticos / Rutas turísticas  | 19                    | La promoción comercialización de cada atractivo turístico es fundamental, se deben generar alianzas con las agencias de viajes operadoras y los guías de turismo para que los incluyan en su oferta de paquetes turísticos. También es fundamental que en las páginas oficiales se incluyan desde que cuenten con una operación organizada.                                                           | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Agencia de Viajes<br>Guías de Turismo |
|                                                                 | Publicidad / marca / página web / redes             | 16                    | La venta de servicios turísticos es intangible por eso es necesario que se plantee un plan comercial para cada uno de los atractivos articulados entre el sector público y sector privado.                                                                                                                                                                                                            | Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Cámara de Comercio<br>PSTcos                              |
|                                                                 | Comunidad local incluida                            | 23                    | La comunidad juega un papel importante dentro del sistema turístico para que las cosas se lleven por un buen camino, se debe incluir desde el inicio y debe ser uno de los beneficiarios de los procesos turísticos que se desarrollen en su territorio de una manera justa y equitativa.                                                                                                             | Alcaldía Municipal<br>Sena<br>Corporchivor<br>PSTcos                                                              |
|                                                                 | Bilingüismo (guion, guía de turismo)                | 11                    | La comunicación es indispensable en cada uno de los atractivos por eso es fundamental que el local se prepare para atender estos requerimientos.                                                                                                                                                                                                                                                      | PSTcos<br>Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Universidades<br>Sena                             |
|                                                                 | Punto de Información Turística                      | 13                    | La información del destino debe estar ubicada en el punto de información del puente de Boyacá, dándosela a conocer a las personas que estén designadas en este punto.                                                                                                                                                                                                                                 | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de turismo<br>Dptal<br>Alcaldía Municipal                                          |
|                                                                 | Punto control turístico                             | 11                    | En la última Ley General de Turismo 2068 especifica las características de un Punto de Control Turístico, su objetivo y quien lo puede solicitar para controlar capacidad de carga turística de un atractivo turístico y su sostenibilidad.                                                                                                                                                           | Mincit<br>Minhacienda<br>Alcaldía Municipal<br>Concejo Municipal                                                  |
|                                                                 | Sostenibilidad económica (pago de entrada)          | 14                    | Con el Punto de Control Turístico se puede establecer el pago de una entrada a cada uno de los atractivos turísticos que le pertenecen o tiene la administración la alcaldía municipal, en predios privados el dueño es el que establece el pago o no pago y si es el caso el valor de entrada, los recursos serán destinados a la conservación, protección, mantenimiento y operación del atractivo. | Mincit<br>Minhacienda<br>Alcaldía Municipal<br>Concejo Municipal<br>Administración del Lugar                      |
|                                                                 | Equipo y/o materiales para desarrollar la actividad | 22                    | La calidad de la experiencia también está dada por las herramientas y estrategias de comunicación que emplee el guía de turismo en la operación de la experiencia. Las personas tenemos diferentes estilos de aprendizaje y para tenerlos siempre atentos se debe emplear diferentes alternativas, para el que escucha, el que observa, el que toca y el que percibe.                                 | Prestadores de servicios turísticos<br>Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Turismo<br>dptal<br>Sena               |
|                                                                 | Encuesta de satisfacción                            | 14                    | Se debe estar siempre en constante mejora, por tal motivo se hace necesario conocer las diferentes percepciones del servicio y de la experiencia.                                                                                                                                                                                                                                                     | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>PSTcos                                                    |



| Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos |                            |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                  |
|----------------------------------------------------------|----------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Condiciones                                              | Criterio de Evaluación     | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Posibles Fuentes de Financiación |
|                                                          | Administración del sendero | 19             | Todos los atractivos deben contar con un administrador del sendero un "responsable" puede ser designado por la alcaldía municipal, la entidad ambiental, los prestadores de servicios turísticos o la comunidad local para así garantizar el cuidado, control y protección de cada uno de ellos. | Alcaldía Municipal<br>PSTcos     |

### Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de normatividad

Tabla 72 Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de normatividad

| Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos |                              |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------|------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                              | Criterio de Evaluación       | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                            |
| Condiciones de Normatividad                              | Capacidad de Carga Turística | 16             | El decreto 190 del 7 de febrero de 2022 en la sección 3 "lineamientos para la fijación de la capacidad de un atractivo turístico", a quien le corresponde la competencia para establecer la capacidad, PNN, Icanh, Dimar, el municipio o distrito, recomienda dos metodologías capacidad de carga turística - CCT y Límites de cambio aceptable - LCA, se encuentran en los anexos del decreto. Los estudios de capacidad deberán determinar las medidas de manejo del atractivo turístico a través de un análisis de infraestructura, personal, equipamiento y valores ambientales y socioculturales del atractivo. Estas medidas deben incluir acciones de mejoramiento en caso de que los estudios identifiquen que se está sobrepasando el límite establecido o generando un impacto sobre el entorno. Los estudios deberán ser entregados a la autoridad competente dentro del término y los formatos establecidos por esta, y deberán incluir al menos la siguiente información: documento técnico final, formatos de recolección de datos en campo, matriz de cálculos y medidas de manejo, cartografía resultante y plan de mejoramiento. | Minambiente<br>Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Corporchivior<br>Universidades |
|                                                          | Plan de manejo ambiental     | 10             | Es el conjunto detallado de actividades, que producto de una evaluación ambiental, están orientadas a prevenir, mitigar, corregir o compensar los impactos y efectos ambientales que se causen por el desarrollo de las actividades en un área ambiental geográfica determinada, se establecen los servicios y actividades permitidas, las zonas donde se pueden desarrollar, en este caso la actividad turística. Para proyectos turísticos especiales de gran escala en suelo rural, tener en cuenta la resolución 263 de 2021 por el cual se expiden los términos de referencia para la elaboración del plan de manejo ambiental. La provincia Márquez cuenta con los planes de manejo ambiental de los DRMI.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Alcaldía Municipal<br>Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Corporchivior<br>Universidades                |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos</b> |                                            |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                                     | Criterio de Evaluación                     | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                          |
|                                                                 | Plan de Ordenamiento Ecoturístico          | 11             | Es un instrumento Público, de planeación institucional de carácter específico, que hace parte integral y constitutiva del Plan de Manejo del Área Protegida; y cuyo objetivo es el de ordenar, manejar y direccionar de manera técnica, jurídica y políticamente, las actividades recreativas, en el marco de la conservación in situ de los valores naturales y culturales existentes en el área, a través de medidas regulatorias, medidas de Manejo y líneas estratégicas proyectadas a cinco años. Este instrumento permite aportar en la valoración social del territorio, a través del mejoramiento y el fortalecimiento de las relaciones con los visitantes, las poblaciones locales, la empresa privada y la Inter institucionalidad, el POE busca contribuir al reto misional de armonización con otros instrumentos y herramientas de planificación y ordenamiento del turismo, que se encuentren en el área de influencia del área protegida. | Alcaldía Municipal<br>Corporación<br>Universidades                                                                                                                        |
|                                                                 | Monitoreo de impactos                      | 11             | Según el decreto 190 del 7 de febrero de 2022, la autoridad competente deberá establecer un plan de monitoreo de los impactos generados por las actividades turísticas que incorpore como indicador la capacidad determinada. Para el seguimiento a dicho indicador, la autoridad competente deberá realizar el monitoreo conforme a las características del atractivo y por lo menos una vez al año durante la temporada alta del atractivo turístico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Alcaldía Municipal<br>Corporación<br>Universidades<br>Comunidad Local<br>PSTcos                                                                                           |
|                                                                 | Aplicación de buenas prácticas ambientales | 21             | El gobierno nacional diseña guías de buenas prácticas en sostenibilidad para prestadores de servicios de naturaleza, incluye las recomendaciones para la prevención de enfermedades contagiosas y se basa en los nuevos lineamientos de la Política de Turismo Sostenible y en la reforma de la Ley General de Turismo. Implementar estas guías elevará la competitividad de los prestadores y permitirá la recepción de turistas de mayor gasto, entre otros beneficios, cada una de las guías están publicadas en la página <a href="http://www.colombiaproductiva.com">www.colombiaproductiva.com</a> una guía general y una por cada tipo de prestador de servicio turístico.                                                                                                                                                                                                                                                                         | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Corporación<br>Universidades<br>PSTcos<br>Comunidad Local<br>Colegios<br>policía de Turismo |
|                                                                 | Certificación ambiental                    | 10             | La certificación ambiental es una acreditación otorgada por un organismo de evaluación que certifica que determinados productos, servicios, procesos, o sistemas de gestión se han llevado a cabo de manera respetuosa con el medioambiente y, en su caso, conforme a la normativa ambiental respectiva.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Mincit<br>Minambiente<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Corporación<br>Universidades                                       |
|                                                                 | Permiso ambiental                          | 28             | Cada uno de los senderos y atractivos turísticos debe contar con el permiso ambiental de la autoridad correspondiente, tanto para sus adecuaciones como para su operación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Alcaldía Municipal<br>Corporación                                                                                                                                         |
|                                                                 | Área protegida declarada                   | 30             | La provincia de Márquez cuenta con Distritos Regionales de Manejo Integrado - DRMI definidos como “aquellas áreas en la que los paisajes y ecosistemas mantienen su composición y función, aunque su estructura haya sido modificada y cuyos valores naturales y culturales asociados se ponen al alcance de la población humana para destinarlos a su uso sostenible.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Mincit<br>Minambiente<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Alcaldía Municipal                                                                       |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos</b> |                                                   |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Condiciones</b>                                              | <b>Criterio de Evaluación</b>                     | <b>Puntaje Matriz</b> | <b>Recomendaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Posibles Fuentes de Financiación</b>                                                                     |
|                                                                 |                                                   |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Corporchivor<br>Universidades                                                                               |
|                                                                 | Código de comportamiento del sendero / reglamento | 11                    | Cada uno de los municipios debe contar con un código y en especial para los sitios naturales donde se especifique el comportamiento de visitantes, comunidad, prestadores de servicios turísticos y alcaldía. Generar una estrategia de comunicación antes, durante y después de la visita al destino.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Alcaldía Municipal<br>Corporchivor<br>Universidades<br>PSTcos<br>Comunidad Local                            |
|                                                                 | Campañas ambientales                              | 21                    | Las campañas de educación ambiental tienen el objetivo de concienciar sobre temas medioambientales desde edades cada vez más tempranas. Es mucho más sencillo que un niño aprenda un hábito y lo lleve a cabo durante el resto de su vida a que se intenten cambiar las costumbres de los adultos, aunque repetimos que es cuestión de hábitos y que tampoco es imposible.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Alcaldía Municipal<br>Corporchivor<br>Universidades<br>Colegios<br>PSTcos<br>Policía de Turismo y Ambiental |
|                                                                 | Programas de educación ambiental                  | 15                    | El objetivo de desarrollar programas de educación ambiental es lograr que nuestro planeta sea más sostenible. Todas las acciones deben estar planeadas y organizadas para que realmente impacten y así contrarrestar el cambio climático que cada vez está más presente en nuestras vidas, y prueba de ello son todas las catástrofes naturales y las elevadas temperaturas que estamos viviendo incluso en las épocas del año en las que en otras circunstancias debería hacer mucho más frío.                                                                                                                                                                                                                                                     | Alcaldía Municipal<br>Corporchivor<br>Universidades<br>Colegios<br>PSTcos<br>Policía de Turismo y Ambiental |
|                                                                 | Programa de mantenimiento                         | 12                    | La búsqueda de caminos señalizados corresponde a la necesidad de sentirse seguro y a salvo mientras realiza una actividad que le resulta placentera, por lo que es imprescindible garantizar el buen estado de la señalización. De hecho, está comprobado que lo que más se valora a la hora de elegir un destino u otro es un buen trazado y la seguridad que ofrece, para lo que es imprescindible realizar un adecuado mantenimiento. Para prevenir riesgos es necesario elaborar un plan de mantenimiento y realizar la supervisión periódica de los senderos; siempre de la mano de profesionales. Un trabajo correcto previene el deterioro de la señalización, manteniendo la homologación y garantizando el éxito y continuidad de la ruta. | Alcaldía Municipal<br>Corporchivor<br>PSTcos                                                                |
|                                                                 | Planes de contingencias para emergencias          | 12                    | Todos los atractivos deberían contar con un plan de contingencia actualizado, valiosa herramienta basada en un análisis de riesgo. Permitirá ejecutar un conjunto de normas, procedimientos y acciones básicas de respuesta que se debería tomar para afrontar de manera oportuna, adecuada y efectiva, ante la eventualidad de incidentes, accidentes y/o estados de emergencias que pudieran ocurrir. Los riesgos los puedes eliminar, transferir, mitigar o aceptar. Ello dependerá de varios factores tales como la probabilidad de ocurrencia o impacto del riesgo.                                                                                                                                                                            | Alcaldía Municipal<br>Corporchivor<br>Universidades<br>UGRD<br>Bomberos<br>Defensa Civil<br>Policía         |
|                                                                 | Ficha técnica del sendero                         | 18                    | Cada sendero debe contar con una ficha técnica con la información incluida en las condiciones de infraestructura, servicio y normatividad, contar con un plan de mantenimiento y un programa de restauración, campañas y programas de educación ambiental.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Alcaldía Municipal<br>Corporchivor<br>Universidades<br>PSTcos                                               |



| Necesidades de Intervención Subproducto Caminos/Senderos |                                                                                    |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                              | Criterio de Evaluación                                                             | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                          |
|                                                          | Manejo y control dentro del cuatrienio. (inversiones que se han hecho del sendero) | 14             | Cada una de las intervenciones que se requieran deben estar articulados con el Plan sectorial de Turismo, el plan de desarrollo departamental y el plan de desarrollo municipal. Por tal motivo es fundamental conocer cada una de ellas, y gestionar para que sean incluidas, hacer seguimiento y control de cada una de las inversiones que se realicen.                                                        | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades                     |
|                                                          | Restauración del ecosistema                                                        | 15             | La restauración forestal y ecológica ofrece múltiples beneficios ecológicos, incluyendo la reconexión de fragmentos forestales, el fortalecimiento de la infraestructura verde, la conservación de la biodiversidad y los recursos genéticos, una mayor cobertura forestal y la conservación de servicios ambientales, como los hídricos los vinculados al clima, además de múltiples beneficios socioeconómicos. | Minambiente<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades |

### 3.8.3 Necesidades de intervención subproducto Agroturismo– Temática Sabores

**El subproducto agroturismo con temática de sabores comprende** Talleres de gastronomía usando los productos agropecuarios / Rutas gastronómicas – agrícolas / Rutas de las plazas de mercado / mercados campesinos / Festivales / Cultura Muisca

#### Necesidades de intervención subproducto Agroturismo– Temática Sabores – condiciones de infraestructura

| Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo |                                                                             |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                                                      | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Condiciones de Infraestructura</b>               | Señalización turística de cada una de los espacios de la finca y/o cultivo. | 13             | Cada uno de los espacios debe estar señalizados para identificar la actividad que se realiza, debe contar con señalización de orientación, información y de seguridad.                                                                                                                                             | Min Agricultura<br>Fontur<br>Corpochivor<br>Fondo Emprender<br>Alcaldía municipal<br>ICA<br>Ocensa<br>Sistema Nacional de regalías                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                     | Infraestructura agroturística                                               | 15             | El lugar debe estar adecuado para la prestación de un mejor servicio, (senderos, escaleras, iluminación, desinfección, corrales, puentes, barandas, espacios para descansar, para las degustaciones, para observar, para interactuar) y en especial seguridad para los que visitan y los que trabajan en el lugar, | Alcaldías municipales<br>Corpochivor<br>Ocensa<br>Rape<br>Findeter (banca de desarrollo territorial)<br>Enterritorio (Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial).<br>FND (Financiera de Desarrollo Nacional)<br>Banco Agrario<br>Bancoldex<br>Sistema General de regalías<br>Incentivo tributario de la ley de crecimiento<br>FDN (Financiera Desarrollo Nacional)<br>FCM (Federación Colombiana de Municipios) |





| Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo |                                                               |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                                        | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                   |
|                                                     | Acceso a los espacios permitidos de la finca.                 | 18             | Debe quedar claro que espacios están y cuales no están permitidos, para evitar daños e inconvenientes y su acceso debe estar definido y adecuado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Min Agricultura<br>Fontur<br>Corpochivor<br>Fondo Emprender<br>Alcaldía municipal<br>ICA<br>Ocensa<br>Sistema Nacional de regalías |
|                                                     | Seguridad al visitante                                        | 18             | La finca, granja, huerta debe contar con todos los elementos de seguridad y atención a emergencias, personal capacitado, identificación de riesgos, protocolos, plan de contingencia y lugares adecuados y señalizados.                                                                                                                                                                                                                                      | Fontur<br>Corpochivor<br>Fondo Emprender<br>Alcaldía municipal<br>ICA<br>Ocensa<br>Sistema Nacional de regalías<br>UNGRD           |
|                                                     | Señalización de seguridad para emergencias                    | 7              | Fuera de la señalización indicada para la realización de la experiencia turística todos los espacios donde haya trabajadores deben contar con señalización para la seguridad y salud el trabajo, espacios demarcados para identificar que debemos hacer ante una emergencia, esta misma preparación es indispensable para la atención a visitantes y turistas, al inicio de la actividad se debe informar que existe esta señalización y como identificarla. |                                                                                                                                    |
|                                                     | Estado de conservación de los recursos y lugares de la finca. | 16             | Tanto para el buen manejo del lugar como para la atención a turistas, el lugar debe contar con espacios en buen estado, los cultivos, animales en óptimas condiciones, debe existir un plan de mantenimiento y de mejoramiento del lugar.                                                                                                                                                                                                                    | Fontur<br>Corpochivor<br>Fondo Emprender<br>Alcaldía municipal<br>ICA<br>Ocensa<br>Sistema Nacional de regalías                    |
|                                                     | Estado de las vías de acceso a la finca.                      | 16             | Por lo general la ubicación de estas experiencias están en lugares donde las vías no están pavimentadas, pero deben contar con vías carretables y en buen estado, se debe indicar que vehículos son los aptos para el ingreso a estos lugares.                                                                                                                                                                                                               | Mintransporte<br>Minagricultura<br>Mincit<br>Invias<br>Alcaldía municipal<br>Ocensa<br>Sistema Nacional de regalías                |
|                                                     | Servicios de salud del municipio para emergencias.            | 12             | El servicio de salud del municipio debe contar con los equipos y protocolos para atender las situaciones que se presenten, analizar los riesgos y principales emergencias, contar con personal disponible en temporadas altas.                                                                                                                                                                                                                               | MinSalud<br>Secretaría de Salud departamental<br>Alcaldía municipal                                                                |


**Necesidades de intervención subproducto Agroturismo– Temática Sabores – condiciones de servicios**

| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo</b> |                                              |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Condiciones</b>                                         | <b>Criterio de Evaluación</b>                | <b>Puntaje Matriz</b> | <b>Recomendaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Posibles Fuentes de Financiación</b>                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>Condiciones de Servicios</b>                            | Alojamiento                                  | 12                    | El servicio de alojamiento debe quedar en la finca o cerca de ella que guarde características de espacios naturales y/o rurales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Fontur<br>Prestadores de servicios turísticos<br>EAH<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa                                                                                                             |
|                                                            | Bilingüismo (francés, alemán, etc.)          | 6                     | La ventaja que tenemos en este caso es que los productos ancestrales no tienen traducción, pero eso no significa que se tenga formación en otros idiomas, debemos coincidir en un medio de comunicación para dar a comprender lo que queremos decir.                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Prestador de servicio turístico<br>Fontur<br>Cámara de Comercio<br>Policía de turismo<br>Sena<br>Universidades                                                                                                                                              |
|                                                            | Restaurante (establecimientos gastronómicos) | 14                    | <p>Sería ideal que en los mismos lugares donde se lleva la experiencia se puedan adquirir los servicios de alimentación o un lugar donde se encuentren los productos que han hecho parte de la actividad, por tal motivo el restaurante debe cumplir con buenas prácticas de manufactura, ofrecer una carta amplia y que al servir describa el plato.</p> <p>Se debe fortalecer los servicios y la calidad en los diferentes establecimientos gastronómicos de cada uno de los municipios, incluidas heladerías, panaderías, fritangerías y plazas de mercado.</p> | MinCIT<br>La Superintendencia de Industria y Comercio - SIC,<br>MinCultura<br>MinSalud<br>INVIMA<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal Secretaría de Salud Dptal<br>Gobernación de Boyacá<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Sena<br>RAPE<br>Ocensa |
|                                                            | Personal cualificado                         | 16                    | Se debe contar con personal cualificado en las diferentes temáticas agropecuarias de la finca, huerta, granja, es indispensable conocer muy bien el manejo, producción, cuidados, de cada uno de los cultivos y animales que estén disponibles al turista.                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | MinCit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Secretaría de Agricultura<br>Alcaldía municipal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Asociaciones de Guías                                                                       |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo</b> |                                                                   |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Condiciones</b>                                         | <b>Criterio de Evaluación</b>                                     | <b>Puntaje Matriz</b> | <b>Recomendaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Posibles Fuentes de Financiación</b>                                                                                                                                                           |
|                                                            | Prácticas de turismo sostenible en la prestación del servicio     | 17                    | Actualmente existe una modalidad de prestador de servicio turístico "Parque Agroturístico", donde se contemplan las medidas de sostenibilidad: Implementar medidas para ahorrar agua y energía, cuando haya consumo de estos recursos, eliminar plásticos problemáticos de un solo uso, utilizar productos que no tienen contraindicaciones ambientales y limitar al máximo el uso de productos desechables, no reciclables o no biodegradables, propiciar el uso de productos frescos y en lo posible de origen local o provenientes de fuentes de agricultura orgánica, sistemas agroforestales y sistemas de producción sostenibles para preparar y servir alimentos, implementar acciones para un manejo integral de los residuos sólidos, incluyendo reducción en la fuente, reutilización, reciclaje y disposición final, involucrar activamente a las comunidades locales, mediante procesos de participación y concertación, de tal modo que se puedan beneficiar, directa o indirectamente, de las actividades desarrolladas y de las iniciativas de conservación, además, demostrar apoyo y respeto por sus tradiciones, patrimonio y manifestaciones culturales y contribuir a dinamizar la economía local. | MinCit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Corporchivor<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Prestadores de Servicios turísticos<br>Policía |
|                                                            | Guion de cada una de las áreas, guion de la finca, granja, huerta | 11                    | Es conveniente organizar un guion de cada uno de los espacios que se encuentran en la finca, granja, huerta, para brindar información completa, amena y comprensible para los visitantes. Organizar tiempos, desplazamientos, y sobre todo tener claro la información para ayudar a responder dudas, no confundir y poder reemplazar al guía si es necesario.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Corporchivor<br>Guías de Turismo<br>Sena                                                                              |
|                                                            | Ficha de los animales                                             | 15                    | Cada uno de los animales debe tener su ficha técnica, donde se consigna información importante como: raza, color, nombre, especie, edad, peso, enfermedades, vacunas, cuidados, control médico veterinario, entre otras.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Alcaldía Municipal<br>PSTcos<br>policía ambiental<br>Sena<br>Universidades<br>Corporchivor<br>Rape                                                                                                |
|                                                            | Ficha de los cultivos                                             | 12                    | Cada uno de los cultivos debe tener su ficha técnica, donde se consigna información importante como: nombre común, científico, variedad, enfermedades, cuidados, producción, consumo, preparaciones.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Alcaldía Municipal<br>PSTcos<br>Sena<br>Universidades<br>Corporchivor<br>Rape                                                                                                                     |
|                                                            | Transporte especial para llegar a la finca                        | 16                    | Las vías terciarias de los municipios en su mayoría no se encuentran pavimentadas por tal motivo su mantenimiento es indispensable, se debe contar con vehículos que cumplan con la normatividad requerida por el ministerio de transporte y el Mincit.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Fontur<br>Mincit<br>Mintransporte<br>Alcaldía Municipal<br>PSTcos                                                                                                                                 |



| Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo |                                        |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                 | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                           |
|                                                     | Operación y comercialización turística | 11             | Cada una de las actividades debe estar organizada y lista para poderlas incluir en las rutas turísticas, paquetes turísticos, folletos, mapa, página web, redes sociales, generar alianzas y articulación con las agencias de viajes operadoras locales y guías de turismo para su comercialización y venta. Cumplir con las condiciones pactadas de parte y parte. Ser conscientes del valor que se ofrece. Se debe contar con una política de precios, reservas, cancelación y cada uno de los procesos identificados y organizados. | Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Cámara de Comercio<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>PSTcos Agencia de Viajes y Guías de Turismo<br>Sena |
|                                                     | Servicio al cliente                    | 17             | Todo el personal debe estar capacitado en atención al cliente, las instalaciones y la actividad que se ofrece debe contar con las mejores condiciones de calidad y debe ser proporcional al valor cobrado para que realmente se cumpla con un excelente servicio, todos los elementos son fundamentales.                                                                                                                                                                                                                               | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Sena<br>Cámara de Comercio                                                     |

**Necesidades de intervención subproducto Turismo Naturaleza – condiciones de normatividad**

| Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo |                                       |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                         |
| <b>Condiciones de Normatividad</b>                  | Capacidad de Carga turística          | 9              | Cada uno de los espacios de la finca, granja y/o huerta debe tener especificado el aforo permitido, el tiempo que se requiere en cada uno y la movilidad del lugar para poder establecer el total de personas que pueden estar al mismo tiempo sin afectar el servicio y la calidad.                                                                                                                                                                                                                      | Mincit<br>Secretaría de turismo departamental<br>Alcaldía Municipal<br>Concejo municipal<br>Corpochivor<br>Universidades |
|                                                     | Buenas prácticas agropecuarias        | 11             | El conjunto de procedimientos conocido como buenas prácticas agrícolas (BPA) se orienta precisamente a garantizar la inocuidad y la calidad de los productos agrícolas —sean cultivos, alimentos básicos o de origen animal—, impidiendo que estos se vean afectados por factores ambientales o durante la aplicación de métodos agrícolas modernos. Se aplican para la utilización de fertilizantes, plaguicidas y medicamentos veterinarios, la posible contaminación del suelo o el agua, entre otros. | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible<br>Dptal<br>Corpochivor<br>Universidades            |
|                                                     | Certificaciones según su actividad    | 6              | Actualmente diferentes organizaciones asesoras, certifican y hacen seguimiento de las opciones para certificar su práctica agropecuaria garantizando así producto de excelente calidad y de tipo exportación, la finca, granja, huerta al contar con estas certificaciones también nos garantizan que la experiencia cumpla con todos los criterios de calidad y sostenibilidad, pero sobre todo nos garantiza inocuidad alimentaria.                                                                     | Minagricultura<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades                                                     |
|                                                     | Plan de manejo ambiental de la finca. | 6              | Contar con un plan de manejo ambiental nos garantiza que todos los procesos directos e indirectos, no estén afectando el ambiente y nos ayuda a mejorar y controlar la actividad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades<br>Comunidad Local<br>PSTcos                                          |



| Necesidades de Intervención Subproducto Agroturismo |                                |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación         | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                          |
|                                                     | Monitoreo de impactos          | 6              | Se debe llevar un control de los impactos que puede generar la actividad turística tanto positivos como negativos, en todas las actividades y procesos que se realizan en los cultivos, con los animales, y la vegetación que se encuentra en la finca, granja o huerta, para así aplicar las medidas correctivas o fortalecer la experiencia.                                                                                                                                      | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Corpochivor<br>Universidades<br>PSTcos<br>Comunidad Local<br>Colegios<br>policía de Turismo |
|                                                     | Protocolos de Bioseguridad     | 11             | Los protocolos de bioseguridad han estado presentes en las fincas con cultivos y animales para evitar que algún virus, bacteria los afecte y genere grandes inconvenientes, o algún virus o bacteria afecte la salud de los que están visitando el lugar o de los que trabajan, se debe informar al turista cuales son las medidas que se llevan a cabo para que cumpla con todos los requerimientos, se requiere contar con todos los insumos, las áreas señalizadas y protegidas. | Mincit<br>Minambiente<br>Minagricultura<br>Minsalud<br>Secretaría de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades         |
|                                                     | Reglamentación de uso de suelo | 12             | Las fincas, granjas, huertas deben contar con el permiso del uso del suelo para evitar hacer grandes inversiones donde no se puede y afecte o se afecte la actividad agropecuaria, ambiental y turística. Verificar que otras actividades se desarrollan alrededor por si alguna le genera inconvenientes o usted afecta a los demás.                                                                                                                                               | Alcaldía Municipal<br>Corpochivor                                                                                                                                         |

### 3.8.4 Necesidades de intervención subproducto turismo gastronómico – Temática Sabores

**El subproducto gastronómico con temática de sabores comprende** Talleres de gastronomía / Rutas gastronómicas / Rutas agroalimentarias / Festivales gastronómicos / Cultura Muisca

#### Necesidades de intervención subproducto turismo gastronómico – Temática Sabores – condiciones de infraestructura

| Necesidades de Intervención Subproducto gastronomía |                                                                                                         |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                            |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                                                                                  | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Posibles Fuentes de Financiación                                           |
| Condiciones de Infraestructura                      | Señalización turística de cada uno de los espacios del taller / lugar donde se realizará la experiencia | 25             | Cada uno de los espacios debe estar señalizados para identificar la actividad que se realiza, debe contar con señalización de orientación, información y de seguridad. Que áreas están permitidas y cuáles no. también se debe contar con buena señalización por fuera del lugar para que el turista lo pueda identificar con claridad. | Mincit<br>Corpochivor<br>Fontur<br>Alcaldías municipales<br>Ocensa<br>Rape |





| <b>Necesidades de Intervención Subproducto gastronomía</b> |                                            |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                                | Criterio de Evaluación                     | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                            | Adecuación del espacio                     | 34             | El lugar debe estar adecuado para la prestación de un mejor servicio, (mesones, mesas, mobiliario, cocina, etc.) y en especial seguridad para los que visitan y los que trabajan en el lugar.                                                                                                                                                                                         | MinCIT<br>La Superintendencia de Industria y Comercio - SIC,<br>MinCultura<br>MinSalud<br>INVIMA<br>Secretaría de Turismo Dptal<br>Secretaría de Salud Dptal<br>Gobernación de Boyacá<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Sena, RAPE<br>Ocensa<br>Corpochivor<br>Fondo Emprender<br>Territorio de sabores |
|                                                            | Acceso a los espacios permitidos           | 36             | Debe quedar claro que espacios están y cuales no están permitidos, para evitar daños e inconvenientes y su acceso debe estar definido y adecuado. Se debe especificar que indumentaria se debe usar para ingresar a cada uno los lugares.                                                                                                                                             | Minsalud<br>Mincit<br>Alcaldía municipal<br>Ocensa<br>Rape<br>Corpochivor                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                            | Seguridad al visitante                     | 36             | Los espacios donde se realizará los talleres y actividades gastronómicas deben contar con todos los elementos de seguridad y atención a emergencias, personal capacitado, identificación de riesgos, protocolos, plan de contingencia y lugares adecuados y señalizados. Los utensilios, máquinas y equipos deben estar en óptimas condiciones y con el debido plan de mantenimiento. | Minsalud<br>Mincit<br>Secretaría de salud<br>Policía Nacional<br>Cámara de Comercio<br>Sena                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                            | Estado de conservación de los lugares      | 34             | Tanto para el buen manejo del lugar como para la atención a turistas, el lugar debe contar con espacios en buen estado, y con todas las condiciones de seguridad, al igual que todos los equipos, maquinas, utensilios, todos deben funcionar en perfecto estado.                                                                                                                     | PSTcos<br>Sena<br>Universidades                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                            | Señalización de seguridad para emergencias | 23             | Fuera de la señalización de cada uno de los espacios, cada área debe contar con señalización para emergencias, al iniciar cualquier actividad se debe mencionar como identificarla y cómo actuar en caso de alguna situación.                                                                                                                                                         | Minsalud<br>Bomberos<br>policía<br>Secretaría de Salud<br>Sena<br>Cámara de comercio                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                            | Estado de las vías de acceso al lugar      | 32             | Por lo general la ubicación de estas experiencias son el centro urbano, donde se cuenta con buenas vías, aunque las mejores experiencias se dan en el sector rural, por tal motivo debemos estar atentos a su cuidado, mantenimiento y gestión, los insumos provienen en su mayoría de ese sector.                                                                                    | Mintransporte<br>Invias<br>Secretaría de Transporte<br>Alcaldía municipal<br>Sistema general de regalías                                                                                                                                                                                                             |
|                                                            | Parqueaderos                               | 28             | Como las actividades se dan en la mayoría en el centro urbano se debe tener claro donde poder dejar el carro para evitar trancones, inconvenientes y daños.                                                                                                                                                                                                                           | Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Policía<br>Sector Comercio                                                                                                                                                                                                                                               |



| Necesidades de Intervención Subproducto gastronomía |                                                    |                |                                                                                                                                                                                                                                |                                                         |
|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------------|----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                             | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                | Posibles Fuentes de Financiación                        |
|                                                     | Servicios de salud del municipio para emergencias. | 28             | El servicio de salud del municipio debe contar con los equipos y protocolos para atender las situaciones que se presenten, analizar los riesgos y principales emergencias, contar con personal disponible en temporadas altas. | Secretaría de salud departamental<br>Alcaldía Municipal |

### Necesidades de intervención subproducto Turismo Gastronómico – Temática Sabores – condiciones de servicios

| Necesidades de Intervención Subproducto Gastronomía |                                                         |                |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                         | Criterio de Evaluación                                  | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                 | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Condiciones de Servicios</b>                     | Alojamiento                                             | 26             | El servicio de alojamiento debe ofrecer servicios de calidad, ya que las personas que buscan el tema gastronómico también buscan descanso y confort y las máximas condiciones de higiene y limpieza.                                            | Fontur<br>Prestadores de servicios turísticos EAH<br>Secretaría de Turismo dptal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa                                                                                                                |
|                                                     | Restaurante                                             | 31             | El servicio de alimentación debe ser coherente con los talleres que se están ofreciendo para no repetir o saturar al comensal, debe contar con productos de calidad, dar a conocer el plato, y que complemente o haga parte de la experiencia.  | Prestador de servicio turístico<br>Secretaría de salud departamental<br>Fontur<br>Cámara de Comercio<br>Ocensa<br>Policía Nacional<br>Universidades<br>Sena                                                                                              |
|                                                     | Agencia de viajes (actividad incluida en sus servicios) | 27             | Las experiencias gastronómicas deben contar con una ficha de la actividad, número de participantes, horarios, indumentaria requerida, descripción y costo unitario para poderlos incluir en los paquetes y rutas.                               | MinCIT<br>La Superintendencia de Industria y Comercio - SIC, MinCultura<br>MinSalud<br>INVIMA<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal Secretaría de Salud Dptal<br>Gobernación de Boyacá<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Sena<br>RAPE<br>Ocensa |
|                                                     | Guía de turismo / Cocinero / Sabedor                    | 35             | La experiencia no se improvisa, el sabedor, cocinero debe tener claro el proceso de enseñanza al turista, el paso a paso y estar pendiente de lo que están haciendo para que el producto quede bien y el cierre de la experiencia sea la mejor. | MinCultura<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Corporchivor                                                                                                                |



| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Gastronomía</b> |                                                                                                 |                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones                                                | Criterio de Evaluación                                                                          | Puntaje Matriz | Recomendaciones                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Posibles Fuentes de Financiación                                                                                                                            |
|                                                            | Personal cualificado en la temática a desarrollar                                               | 35             | Se debe contar con personal cualificado en las diferentes temáticas gastronómicas es indispensable conocer muy bien cada uno de los productos, equipos, la receta y el proceso de enseñanza y por supuesto el toquecito secreto.                                                                         | MinCit<br>Micultura<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Sena<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>RAPE<br>Corpochivor |
|                                                            | Prácticas de turismo sostenible en la prestación del servicio                                   | 34             | En la preparación de los alimentos debemos aplicar las buenas prácticas de sostenibilidad ya que es donde hay más desperdicio y mal uso de los recursos.                                                                                                                                                 | Mincit, Fontur<br>Anato, Secretaría de Turismo Dptal<br>Alcaldía municipal<br>Cámara de Comercio<br>Corpochivor<br>Servimarquez<br>RAPE, Policía, Sena      |
|                                                            | Guion de la experiencia                                                                         | 23             | Es conveniente organizar un guion de cada las preparaciones, para brindar información completa, amena y comprensible para los visitantes. Organizar tiempos, movimientos, y sobre todo tener claro la información para ayudar a responder dudas.                                                         | PSTcos<br>Sabedor<br>Sena                                                                                                                                   |
|                                                            | Ficha técnica de cada receta                                                                    | 24             | Cada uno de preparaciones debe tener su ficha técnica, donde se consigna información importante como ingredientes, tiempos, utensilios y la receta estándar.                                                                                                                                             | PSTcos<br>Universidades<br>Sena                                                                                                                             |
|                                                            | Transporte especial para llegar                                                                 | 28             | Las vías terciarias de los municipios en su mayoría no se encuentran pavimentadas por tal motivo su mantenimiento es indispensable, se debe contar con vehículos que cumplan con la normatividad requerida por el ministerio de transporte y el Mincit.                                                  | Fontur<br>Mincit<br>Mintransporte<br>Alcaldía Municipal<br>PSTcos<br>Policía de Turismo                                                                     |
|                                                            | Comercialización (ruta turística, paquete turístico, folleto, mapa, página web, redes sociales) | 30             | Cada una de las actividades debe estar incluida en una ruta turística, paquete turístico, folleto, mapa, página web, redes sociales.                                                                                                                                                                     | Guías de Turismo<br>Secretaría de turismo departamental<br>vigías del Patrimonio<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Cámara de Comercio                 |
|                                                            | Servicio al cliente                                                                             | 36             | Todo el personal debe estar capacitado en atención al cliente, las instalaciones y la actividad que se ofrece debe contar con las mejores condiciones de calidad y debe ser proporcional al valor cobrado para que realmente se cumpla con un excelente servicio, todos los elementos son fundamentales. | Mincit<br>Fontur<br>Secretaría de Turismo<br>Dptal<br>Alcaldía Municipal<br>Agencia de Viajes<br>Guías de Turismo                                           |


**Necesidades de intervención subproducto Turismo gastronómico – Temática Sabores –  
condiciones de normatividad**

| <b>Necesidades de Intervención Subproducto Gastronomía</b> |                                     |                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                  |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Condiciones</b>                                         | <b>Criterio de Evaluación</b>       | <b>Puntaje Matriz</b> | <b>Recomendaciones</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Posibles Fuentes de Financiación</b>                                                                                          |
| <b>Condiciones de Normatividad</b>                         | Aforo de cada uno de los espacios   | 32                    | Para cada experiencia se debe tener en cuenta el aforo del lugar y la experiencia y manejo de público del sabedor, para que cada uno de los participantes realmente vivan la experiencia.                                                                                                                                                  | Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades<br>Sena                                                                       |
|                                                            | Manipulación de alimentos (kit)     | 29                    | Para evitar contaminación cruzada en los alimentos y preparaciones se recomienda que cada experiencia cuente con kit de manipulación de alimentos (guantes, gorro, delantal)                                                                                                                                                               | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de salud<br>Sena<br>Secretaría de Turismo<br>Cámara de Comercio<br>Corpochivor<br>Universidades |
|                                                            | Planes de contingencia y emergencia | 23                    | Cada una de las actividades programadas debe contar con su plan de contingencia y emergencia para poder suplir cualquier eventualidad                                                                                                                                                                                                      | Alcaldía Municipal<br>Bomberos<br>Hospital<br>Gestión del Riesgo<br>Pstcos<br>Sena                                               |
|                                                            | Kit de emergencias (botiquín)       | 27                    | Se recomienda tener los elementos necesarios para atender una emergencia, tener claro cuáles son los posibles accidentes, estar capacitado en primeros auxilios.                                                                                                                                                                           | Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades<br>Cámara de Comercio<br>Sena<br>PSTcos                                       |
|                                                            | Permisos secretaria de salud        | 31                    | la secretaria de salud realiza inspecciones sanitarias donde se revisan varios puntos del lugar donde se ofrecen los servicios, cuyos objetivos son la higiene correcta y seguridad del local: el estado e higiene de las instalaciones: los inspectores revisan que paredes, techos, suelo y herramientas del local estén en buen estado. | Alcaldía Municipal<br>Secretaría de salud<br>Policía de Turismo<br>Sena<br>Fondo emprender<br>Corpochivor<br>Ocensa<br>Rape      |
|                                                            | Protocolos de Bioseguridad          | 34                    | La inocuidad en las preparaciones es fundamental, por eso se hace indispensable contar con protocolos de bioseguridad para eliminar virus y bacterias.                                                                                                                                                                                     | Mincit<br>Secretaría de salud<br>Alcaldía Municipal<br>Corpochivor<br>Universidades<br>Sena<br>Cámara de Comercio                |





MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

# Capítulo 4

COMPONENTES DE MARKETING Y DISEÑO DE MARCA  
PARA EL PRODUCTO TURÍSTICO DE MÁRQUEZ



EJECUTADO POR:

**FONTUR**  
COLOMBIA



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA





## CAPÍTULO 4

### Presentación

El diseño de marca para la promoción de destinos turísticos es una de las etapas finales en el proceso de articulación de un producto turístico. La marca es un prototipo, símbolo o icono que acompañado de un eslogan va a representar e identificar el producto turístico, en este, caso, asociado a un destino que es la provincia de Márquez. La marca es el componente más visible del proceso de branding, este incluye los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento.

En este sentido, el proceso de construcción de la marca se construyó desde un proceso participativo, desde el cual se desarrolló inicialmente un taller enfatizando en la importancia del Storytelling turístico, se presentaron diversas propuestas y se fue ajustando la marca de acuerdo con los aportes de las personas que han venido haciendo el acompañamiento en territorio al proceso. En este capítulo, se presenta la construcción del proceso y el resultado final.

### 4.1 Diseño de marca del producto turístico de Márquez y sus temáticas

#### 4.1.1. La historia que queremos contar



Flyer de invitación al taller de diseño de marca de producto turístico

El proceso de diseño se nutrió de diversas herramientas que se crearon con el propósito de crear un brief de marca basado en los valores y experiencia que se busca ofrecer a los turistas desde el concepto del producto turístico acordado colectivamente. Inicialmente se realizó un taller en el municipio de Boyacá-Boyacá el jueves 20 de octubre de 2022. En este taller se presentó la técnica de *storytelling*



*turístico* que consiste en conectar a las personas con una marca desde el arte de contar una historia. Se explicaron las diversas formas de usar esta técnica para el turismo mediante ejemplos en videos. Así mismo, se plantearon las pautas para crear storytelling para el turismo, poniendo en relevancia la importancia de tener claridad sobre el público al que se le está transmitiendo ese mensaje.

Es así que se realizó una actividad de creación colectiva de la narrativa de la marca, los asistentes se agruparon y crearon teniendo en cuenta los conceptos vistos en el taller, el perfil del turista y el paisaje cultural campesino de la provincia de Márquez, la narrativa que se busca que los turistas experimenten en el territorio, el recuerdo que mediante la creación del producto turístico se va a recrear para vivir una experiencia memorable.



Asistentes al taller

Mediante el ejercicio de creación colectiva de la narrativa se plasmaron conceptos relacionados a los momentos que se pueden vivir en el territorio, los cuales hacen referencia a la conexión con el paisaje, los alimentos y la sencillez de la vida rural, enmarcada por los sentimientos de los habitantes. Estos relatos inspiran los valores que se van a plasmar en la marca y en los diversos aspectos de comunicación del producto: hablan de lo entrañable de la memoria campesina, de la memoria, las tradiciones y de la oportunidad de establecer un contacto sincero, una conexión que alimenta el espíritu de las personas y las inspira a ser mejores.

Los siguientes relatos son el resultado del ejercicio:

**Relato 1:** *Mi valor solo lo sé yo. En la mañana, me despierto y trabajo en lo que mis padres me enseñaron: mi oficio artesanal. Con lo que hago me reconocen muchos, pero me intimido y siempre espero que no lo noten, me da miedo que no aprecien lo que hago.*

*Si alguien llega a mi lugar, a donde vivo, me da felicidad que se lleven una de mis creaciones, pero cuando me preguntan cuánto vale, digo: vale lo que usted me quiera dar. Pero en realidad me pregunto, ¿Cuánto vale lo que sé?, ¿Cuánto vale la enseñanza que aprendí de mi familia?, la persona se lleva lo que vendo, pero no tiene idea de realmente lo que cuesta.*



**Relato 2:** *Andemos y descubramos los tesoros que nuestros ancestros nos heredaron: el lenguaje, en tradiciones, gastronomía y su transformación, la medicina, la cultura, la artesanía para deleitarles. Ven, vive la experiencia de nuestro paisaje cultural campesino.*

**Relato 3:** *Despertar, el amanecer, el canto de las aves, abrigarnos cerca al fogón probando un delicioso tinto y ver las manos de mi amada en la masa de maíz, la cuajada y la laja prendida preparado las ricas arepas, alimento de la mañana, energía para el largo día. Son instantes que me llenan, momentos que me reconfortan. Oh tierra linda, tesoro de mi existencia cuanto deseo ya salir a cosechar lo que ayer sembré con mi familia, las moras el maíz y el frijol.*

**Relato 4:** *Mi despertar campesino: me despierta el sonido de los pajaritos, abro mis ojos y descubro un bello amanecer, agradeciendo al creador por un nuevo día en este bello paisaje y me dispongo a trabajar, no sin antes tomarme una deliciosa aguadepanelita acompañada de una arepa guardada de un compartir de la misia María. Me pongo la ruana, mi sombrero y las botas que no me pueden faltar. Con mi cantina en el brazo y mi perro firulais recorro el camino que mis antepasados arreglaron para poder hoy día transitar a ver mi cultivo y ordeñar mi vaca lecherita. Jornaleo, organizo mi tierrita para sembrar las semillas que luego son mi alimento y también para mis hijos y nietecitos.*

**Relato 4:** *Mi aprendizaje no empezó hoy, ni empezó ayer ni anteayer. Empezó varias generaciones atrás posiblemente. Yo aprendí de mi mamá, somos la cuarta generación que hace alpargatas. Los antiguos se ponían las alpargatas para ir a misa, ellas no se usaban para caminar ni cuando llovía, porque a uno lo regañaban en la casa, por eso se llevaban amarradas en la cintura. No solo se hacer, me gusta enseñar, para que alguien pueda llevar este legado y seguir trabajando el fique.*

#### **4.1.2 Propuestas de marca preliminares**

Para iniciar con el proceso de diseño de marca, se presentaron tres propuestas, con el propósito de concertar cuál de estas imágenes sería la base conceptual para la propuesta final. Las personas asistentes al taller indicaron los aspectos que les gustaban o no de cada una, escogiendo colectivamente una de las propuestas con algunos ajustes para poderla plasmar como la marca del producto turístico del destino.



MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

Propuesta 1:

Gráfico 84 Propuesta de marca No 1



Este diseño está inspirado en las franjas de colores que forman los cultivos en las montañas de la provincia. La composición geométrica está basada en los patrones de los pictogramas muisca hallados en el territorio. Las letras M, A y V simbolizan las montañas, la R las personas, la Q los frutos, el sol y los amasijos, la E las flores y frutos y la Z el río Guayas que une a la provincia. El eslogan retoma el lema del consejo de la provincia de Márquez que es: un destino que cultiva tus sentidos, agregándole el componente del paisaje.

Propuesta 2:

Gráfico 85 Propuesta de marca No 2





Esta propuesta hace referencia a uno de los productos más representativos del territorio que son los canastos, los cuales se elaboran en materiales como el chusque, la gaita, cañuela o paja blanca. Dentro del canasto, están los frutos de la tierra que son los que forman el paisaje cultural, elementos representativos como: puente de Boyacá, iglesias, arquitectura colonial, alimentos como la papa, al maíz o los frutos, las montañas y la biodiversidad representada con las hojas. Se propone el eslogan: paisaje de la tierrita, haciendo alusión a la palabra tierrita como el lugar que se suele asociar al campo boyacense.

Propuesta 3:

*Gráfico 86 Propuesta de marca No 3*



Esta propuesta está basada en el paisaje de montañas que se entretajan para formar a la provincia. Se inspira en el colorido del territorio y en la forma orgánica que las personas y sus tradiciones se entretajan para construir el paisaje. Se retoman símbolos representativos como los cascos urbanos de los pueblos, el puente de Boyacá y el tejo, como elementos distintivos de la provincia.

#### **4.1.3 Valores iniciales concertados para el diseño de la marca**

Mediante los ejercicios iniciales, se buscó sensibilizar los asistentes de la importancia de entender el producto turístico como una historia, una experiencia y el recuerdo que se van a llevar los turistas de la provincia de Márquez. En ese sentido, la articulación de los prestadores de servicios lo que ofrecerá es la vivencia de esa experiencia, por tanto, cada uno de ellos tiene un rol decisivo en lograr que la experiencia fluya y que los turistas puedan sentirse inmersos en ese paisaje cultural campesino de una manera emotiva, lúdica, atractiva, segura y de calidad.





Experiencia sensorial relacionada al paisaje campesino

Se lograron recopilar los relatos que desde la perspectiva de los asistentes al taller, son importantes para expresar los valores y emociones asociados al paisaje cultural campesino de la provincia de Márquez, entre ellos: el despertar con el sol, el calor del fogón y la cocina como espacio que reúne, los alimentos como la fuente de energía del día a día, la siembra y la cosecha como prácticas del paisaje y como metáforas a la vida, los saberes artesanales que materializan en un objeto solo una pequeña parte de todo un legado cultural que ha pasado desde múltiples generaciones que conectan con un legado ancestral.



Propuesta seleccionada para desarrollarla como marca del producto turístico

De las propuestas presentadas, los asistentes eligieron la número dos, que representa un canasto, como la que más se acerca al sentir y vivencia del paisaje cultural campesino de Márquez. Se expresaron algunos ajustes como la selección de una tipografía más legible, mejorar los detalles del canasto para que se vea el tejido, integrar un tejo que es un elemento muy representativo de la provincia, resaltar una forma que simbolice los amasijos de maíz e integrar una bicicleta, ya que este deporte no es solo uno de los más practicados por deportistas locales y visitantes, sino porque esta región es la cuna de



grandes ciclistas como Mauricio Soler o Aldemar Reyes. Frente al eslogan, se pondrá a consideración del equipo de trabajo provincial tres propuestas, acompañadas con la imagen de la marca seleccionada.

#### **4.1.4. Evolución y ajustes del diseño de la marca**

Siguiendo con el concepto de: canasto-paisaje, que fue el que se seleccionó en el taller de marca, se realizaron unos primeros ajustes y se compartió un formulario con una imagen del esquema inicial de la marca a las personas que hacen parte del grupo de Diseño de Producto Turístico para conocer sus impresiones.



Los cambios se realizaron con el objetivo de:

- Continuar con el concepto de paisaje-canasto, pero desde una perspectiva superior, ya que la representación del canasto frontal, es la más usada en otras marcas.
- Incorporar elementos representativos como el tejo y el ciclismo
- Configurar la marca en una forma redonda, como sugerencia de una de las personas que hacen parte del grupo de trabajo. Ya que con este símbolo se representa la unión y el equilibrio.

Los siguientes fueron elementos de inspiración para los ajustes propuestos:



Paisaje - alimento en la Provincia de Márquez

Se retomo conceptos gráficos de las silletas de frutas y productos agrícolas que se elaboran en el municipio de Nuevo Colón y Ciénega, indicando el colorido y diversidad de formas presentes en el paisaje.



La imagen se configuró de manera que se expresara la forma del canasto, ollas o sartenes, haciendo alusión a la diversidad agrícola de la provincia y a la riqueza gastronómica, como uno de los principales motivos de viaje de los visitantes.

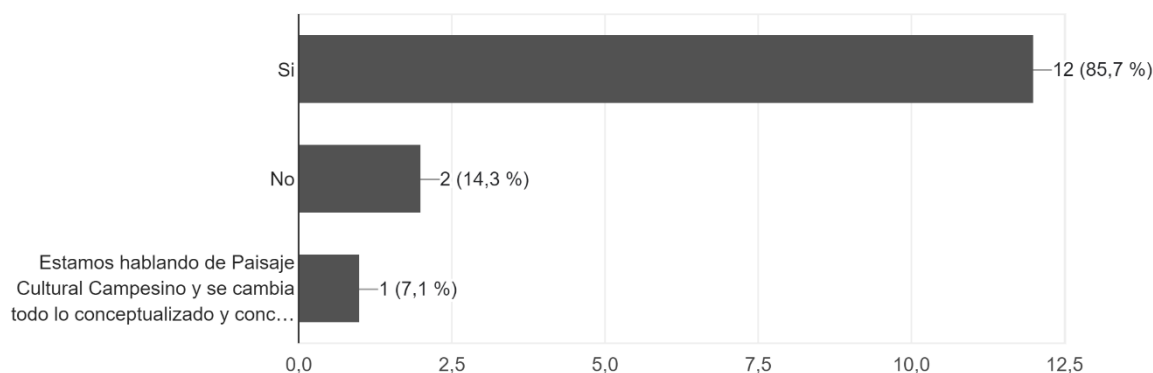
Estas imágenes se compartieron en el formulario al grupo de trabajo, preguntando a las personas si consideran que estas son una forma de expresión del Paisaje Cultural de la Provincia de Márquez, a lo que la mayoría respondió afirmativamente.





¿Considera que estas imágenes, son ejemplos de las formas en que las personas del territorio han venido representando el paisaje cultural de la Provincia de Márquez?

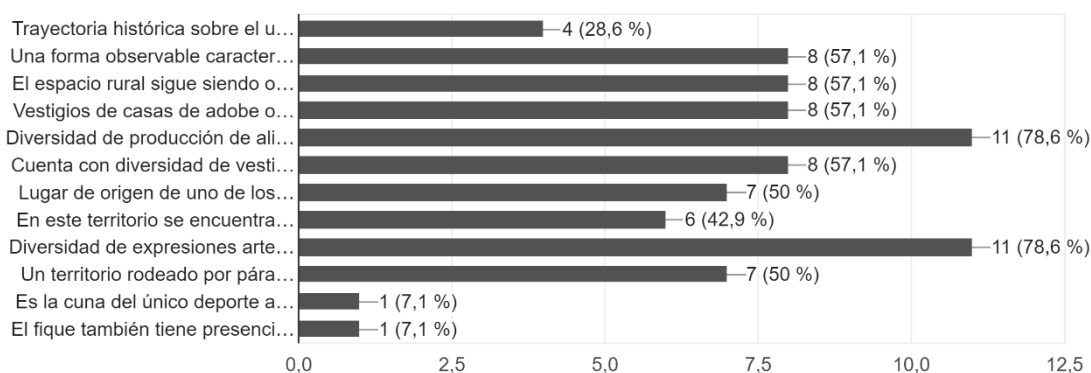
14 respuestas



Respecto a los aspectos que se consideran más importantes para definir el paisaje Cultural de Márquez se indican mayoritariamente los siguientes:

Los siguientes son aspectos que dan cuenta de la representatividad del paisaje cultural de la provincia de Márquez, seleccione los más importa...tos que pueden complementar esta justificación.

14 respuestas



- Diversidad de producción de alimentos, el territorio es reconocido como la despensa agrícola de Colombia gracias a que cuenta con diversidad de pisos térmicos y a que cada municipio se destaca por ciertos cultivos. Ejemplo: en la parte más baja Úmbita cuenta con producción de café, Nuevo Colón con los frutales, mientras que Ventaquemada que se encuentra cerca al páramo es el principal productor de papa.
- Diversidad de expresiones artesanales para crear productos tan representativos de la cultura boyacense como las alpargatas, que se elaboran en Boyacá -Boyacá y Ramiriquí o los



canastos en gaita, chusque, cañuela o paja blanca que se elaboran en Jenesano, Ramiriquí y Tibaná y las ruanas en lana de ovejo que se siguen haciendo en Ciénega.

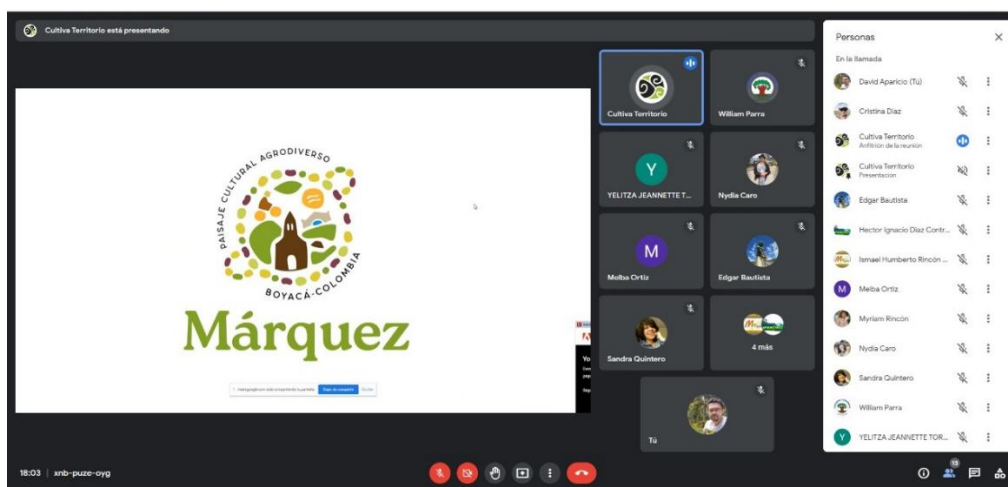
De nuevo, se reitera que la producción de alimentos y la diversidad de expresiones artesanales son elementos esenciales y característicos del Paisaje Cultural de la Provincia de Márquez.

Frente a las impresiones sobre el diseño de la marca se plasmaron las siguientes:

- Si guarda relación con el paisaje cultural de la Provincia, se identifica el campesino en bicicleta, la arepa de maíz, la representación de las iglesias, el puente de Boyacá y los verdes cultivos.
- Los elementos son válidos, pero fallamos en la presentación dentro de un canasto. El uso comercial es más visible en el texto (por ejemplo, para una valla, en una vía).
- Creo que tiene muchos elementos, podría ser más sencillo. por ejemplo, el logo de Perú. ese país tiene muchas maravillas representadas en un símbolo. igual el logo de Panamá. o el mismo de la organización mundial del turismo.
- Si identifico las construcciones, el puente de Boyacá, el ciclismo, la ruana, las montañas, las semillas.
- Iglesia, paisajes, ciclismo, puente de Boyacá, frutas, semillas, sol, recipiente donde está todo lo anterior.
- Si guarda relación.
- Identifico: sol y arepa, ciclismo, Puente de Boyacá, papas, tubérculos y frutas, canasto con manijas, Laguna, construcciones coloniales e iglesia.
- Yo considero que efectivamente guarda relación y significado con el paisaje cultural de la provincia de Márquez, identifico elementos como: un canasto, el sol, una arepa, tubérculos andinos, frutales, un camino, una bicicleta, la parte histórica, representada en el puente, la parte cultural, representada en la iglesia, las dos casas, un camino y la ruana; los deportes expresados en el ciclismo y el juego al tejo, el verde de la naturaleza, el agua, las semillas, relaciono también unos surcos y finalmente unos balcones coloniales como parte de nuestra historia.
- Los elementos guardan relación con el paisaje cultural, pero no son fáciles identificarlos, falta definirlos más, por ejemplo, definir más la arepa, el tejo y otros alimentos.
- A primera vista parece una sartén con un collage de figuras, la verdad es confuso, hay muchos símbolos, se toma mucho tiempo interpretarlo. Tiene 10 símbolos diferentes y 16 colores.
- Si me parece más apropiado y versátil para su uso en las publicaciones y publicidad.
- Iglesia- páramos - ciclistas - maíz y demás granos - arracacha - arepa - puente de Boyacá-

De acuerdo con los comentarios, se ajustó la propuesta, con el objetivo de disminuir elementos y colores, por lo cual se sintetizaron formas y se cambió la paleta de colores por unos más vivos. Se convocó entonces, a una primera reunión virtual del Comité Local de Gestión del Producto Turístico para presentar el avance y conocer las sugerencias el día 21 de noviembre de 2022.





Se presentó una nueva propuesta, destacando aspectos positivos en relación a la simbología que representa iconos únicos del territorio como el Puente de Boyacá, el tejo, acompañado de otros como el ciclismo, los amasijos, semillas, los templos y arquitectura colonial y las montañas, también se manifestaron aspectos para mejorar como: una tipografía más sinuosa y orgánica para la palabra Márquez, disminuir el número de formas que delinean el canasto e incorporar la frase: “Provincia de” ya que las personas provenientes de otros lugares desconocen que esta es una provincia de Boyacá.

Se realizaron los ajustes indicados y ya que algunas personas manifestaron que se sería mejor seleccionar una marca muy limpia y sin tantos elementos, se presentaron dos propuestas, una con una nueva idea y la segunda, con la evolución de acuerdo con los últimos comentarios de la marca que se había venido trabajando. Estas imágenes y explicaciones de cada una se compartieron en el grupo de whatsapp del Comité Local de Gestión del producto Turístico CLGPT con el objetivo de seleccionar finalmente la marca.

### Propuesta 1, en relación con una opción minimalista





El Logotipo se propone como opción para la configuración de una marca que no contenga relación tan explícita con el campo, los alimentos, arquitectura y diversas manifestaciones que conforman el paisaje cultural. Simboliza el elemento más representativo de la provincia de Márquez que son las montañas, las cuales configuran el paisaje. Con la letra M se forman las montañas, representando el entorno natural, las líneas bajo la A y la R dibujan un surco, como forma que se configura con la labranza de la tierra, del surco la letra Q nace, en forma de una planta, simbolizando la fertilidad de la tierra y la diversidad de productos que se encuentran. Se emplea un solo color y una sola forma, que sea fácil de estampar y de cambiar de color de acuerdo a las aplicaciones. Se busca crear una forma concreta, dinámica y orgánica que no implique mayor esfuerzo de interpretación.

Ejemplos de aplicaciones de la propuesta 1, que se compartió con el CLGPT.

**Propuesta compartida número 2, evolución de la marca que se había venido trabajando.**



El símbolo se construye desde elementos representativos de la provincia como: las montañas, bosques, páramos, templos, casonas y calles, el puente de Boyacá (cuna de la libertad), el tejo (deporte nacional), las huellas de la labranza, el ciclismo, los amasijos y la innumerable variedad de semillas y alimentos que se producen en este territorio. Se configura desde un círculo, que representa el



equilibrio y la unión entre los municipios, así mismo, el contorno configura un canasto con sus dos orejas, o bien puede ser, una olla o sartén, que indica que la gastronomía y productos de la provincia se convierten en platos, en preparaciones y en alimentos que dan cuenta de un paisaje vivo y colorido. La configuración del logo se hace de manera radial, de la misma forma en que se crean los canastos o las alpargatas, de la forma en que se ha creado el producto turístico: gracias la unión de un grupo de personas que se han juntado para crear una experiencia que cuenta sobre las tradiciones campesinas, los alimentos, la vida campesina y como todo ello se puede meter entre un canasto, que lo turistas pueden vivenciar, saborear y llevar.

De las 13 personas que conforman el comité, dos manifestaron que les gustaba la primera opción, dos personas no opinaron y las demás seleccionaron la propuesta dos. De esta manera se escogió a la propuesta que mejor aceptación generó en el grupo, evidenciado en sus comentarios:

- Me inclino por la segunda, me parece importante que se pueda mostrar el logo del canasto. Me gusta mucho, voto por esta.
- Las dos son muy acertadas, pero la segunda recoge la multiculturalidad y biodiversidad del territorio.
- Las dos opciones están geniales, la primera es un contexto general que encierra todo lo que se quiere expresar y mostrar; es fácil su aplicación en cualquier material gráfico que se requiera. Y la segunda es una expresión gráfica más definida, esta genial, yo sugiero que, si se usa la palabra campesino, debería a ver una imagen de casita de campo en lugar de una iglesia. La imagen de la iglesia impone una corriente religiosa y el turista es apático a ese tema, en nuestros tiempos hay libertad de cultos y no debemos estigmatizar religiosamente la provincia. Gracias. Las dos están muy bonitas.
- Continuo con la opción 2, como mencionan, refleja cómo se ha construido el producto y refleja muchas cosas de lo que se quiere mostrar y ha evolucionado muy chévere desde la primera versión, la reducción de semillas y definición de elementos me gusta.
- Voto por la opción 2. Me encanta como se logra la circunferencia, como se integró el campesino y el ciclista y los demás símbolos. La tipografía me parece hermosa y concuerdo en que refleja lo trabajado en forma colectiva.
- Me uno a esta votación con los argumentos dados por los compañeros, además siento que sí se logra el toque diferencial que se busca y la identificación como Provincia. Este logo es bastante biodiverso y no se encaja en las versiones tradicionales comunes.





#### 4.1.5 Socialización preliminar de la marca



Municipio de Ciénega



El martes 29 de noviembre, en el marco de la salida de socialización y validación del Producto Turístico de Márquez, se presentó ante el grupo general que ha acompañado el proceso el logo. Se realizó un ejercicio en el que las personas llevaron un producto representativo de su municipio en un canasto, entre todos se reflexionó sobre la forma en que a partir de estos elementos se puede construir una experiencia turística en torno al paisaje cultural y como ello se ve reflejado en la marca presentada. Para el diseño final, se realizaron algunos ajustes, disminuyendo algunas de las formas y uniendo la tipografía de la última propuesta que se presentó como alternativa, para que se lograra tener una marca versátil que pueda ser usada como marca territorio con la palabra MARQUÉZ en una versión simple y más limpia y como el logo del producto turístico, en donde se resalta el nombre de “Paisaje Cultural Campesino Boyacense” al lado de la marca del canasto-paisaje.

#### 4.2 Manual de uso de la marca

Se diseñó un documento con salida PDF para que pueda ser la guía de uso de la marca del producto turístico de Márquez.







# Contenido

- 1 Márquez: un paisaje cultural campesino Boyacense
- 2 Significado de los elementos que componen la marca
- 3 Contenedor
- 4 Tipografía
- 5 Guía de color
- 6 Versiones positivo / negativo
- 7 Usos incorrectos de la marca
- 8 Gráficas complementarias
- 9 Aplicaciones para activaciones BTL

## 1 Provincia de Márquez: un paisaje cultural campesino Boyacense



La marca retoma rasgos gráficos de las siluetas de frutas y productos agrícolas que se elaboran en el municipios de Nuevo Colón y Ciénega, indicando el colorido y diversidad de formas presentes en el paisaje. Nace de la idea de un paisaje-canasto haciendo alusión a la diversidad agrícola de la provincia y a la riqueza gastronómica, como uno de los principales motivos de viaje de los visitantes.

El símbolo se construye desde elementos representativos de la provincia como: las montañas, bosques, páramos, templos, casonas y calles, el puente de Boyacá (cuna de la libertad), el tejo (deporte nacional), las huellas de la labranza, el ciclismo, los amasijos y la innumerable variedad de semillas y alimentos que se producen en este territorio. Se configura desde un círculo, que representa el equilibrio y la unión entre los municipios, así mismo, el contorno configura un canasto con sus dos orejas, o bien puede ser, una olla o sartén, que indica que la gastronomía y productos de la provincia se convierten en platos, en preparaciones y en alimentos que dan cuenta de un paisaje vivo y colorido.

La configuración del logo se hace de manera radial, de la misma forma en que se crean los canastos o las alpargatas, de la forma en que se ha creado el proceso de diseño de producto turístico de la provincia de Márquez: gracias la unión de un grupo de personas que se han juntado para crear una experiencia que cuenta sobre las tradiciones campesinas, los alimentos, la vida campesina y como todo ello se puede albergar entre un canasto, que lo turistas pueden vivenciar, saborear y llevar.



## Valores de la marca

**Abundancia/ diversidad / bienestar:** una despensa agrícola, que no solo abastece, sino que guarda en los alimentos la sabiduría de las formas de entenderse con la tierra, del crear comunidad, desde el compartir y convidar: semillas, sabores, preparaciones. Tener algo que dar dignifica y enorgullece.

**Un paisaje vivo:** montañas, caminos, sabores, un lugar que brinda al visitante la experiencia de hacer parte de este paisaje, de encontrar su raíz y con su presencia, sentir que ha dejado un impacto positivo.

**La conexión con los materiales:** con lo orgánico, lo echo a mano, un lugar de historias, relatos para desconectarse del mundo virtual y experimentar desde los sentidos y el contacto.



Círculos concéntricos que conforman el movimiento circular que estructura al logo. Representa los saberes artesanales, en la forma en que el tejido crece.

Un ciclista con ruana que sube una montaña. Representa a los deportistas que entrenan por los caminos, en un lugar donde nacen grandes campeones.

Montañas con las formas que dibuja la labranza. Representa la forma en que se observa el paisaje como parches de cultivos, praderas y bosques.

Rasgo de una oreja de un canasto, olla o sartén. Representa la gastronomía del territorio, un paisaje que se sirve a la mesa.

Diversas formas de semillas. Representa la biodiversidad agrícola. Representa también el legado arqueológico, las rocas en donde se encuentran las huellas de los ancestros.

Representación de la arepa de maíz y de los demás amasijos tradicionales.

Simboliza el sol del paisaje, como legado de la cultura Muisca.

Representación del Puente de Boyacá como lugar emblemático donde nace la libertad.

Representación del tejo, deporte nacional que se originó en Turmequé.

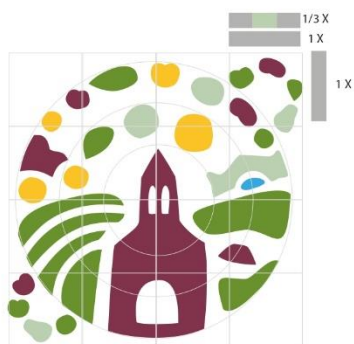
Templo que representa el patrimonio arquitectónico de los municipios.



## Significado de los elementos que componen la marca



### Contenedor



En la cuadrícula se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano. Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

El gráfico ha sido construido a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, a la vez que indican qué proporción ocupa cada elemento. Los elementos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.



### Contenedor horizontal y vertical





## 5 Guía de color

Los colores usados se encuentran  
inspirados en las tonalidades de  
elementos representativos de la  
provincia de Márquez



Inspiración de la gama cromática

|  |                                             |  |  |  |
|--|---------------------------------------------|--|--|--|
|  | 6A912D<br>C 64%<br>M 23%<br>Y 10%<br>K 6%   |  |  |  |
|  | BBD0B2<br>C 33%<br>M 8%<br>Y 36%<br>K 0%    |  |  |  |
|  | FDC327<br>C 0%<br>M 26%<br>Y 88%<br>K 0%    |  |  |  |
|  | 7F1342<br>C 35%<br>M 100%<br>Y 41%<br>K 37% |  |  |  |
|  | 36A9E1<br>C 70%<br>M 15%<br>Y 0%<br>K 0%    |  |  |  |

## 4 Tipografía



Paisaje Cultural  
Campesino Boyacense

Cherry Swash

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj  
KkLlMmNn  
ÑñOoPpQqRrSsTtUuVv  
WwXxYyZz




**Versión principal**

**Versiones centradas**

**6 Versiones del logo**

La marca cuenta con diversas versiones ya que se busca versatilidad. En una de las opciones se privilegia el nombre de la provincia de Márquez, en la otra el nombre de producto turístico: Paisaje Campesino Boyacense.

**Versiones horizontales**
**Paisaje Cultural  
Campesino Boyacense**

**Paisaje Cultural  
Campesino Boyacense**
**Imagen de perfil / aplicaciones en espacios reducidos**

Siempre que reproduzca el logo en formatos impresos y digitales recuerde revisar la escala, esta debe ser suficiente para que el texto de "Paisaje Cultural Campesino Boyacense" no pierda legibilidad ni lecturabilidad. Bajo este criterio se considera posible usar la marca sin los textos, la eliminación de estos depende de la importancia de incluir la marca en un tamaño tan pequeño.


**Paisaje Cultural  
Campesino Boyacense**





Versiones de color

La marca se puede usar en un solo tono, teniendo en cuenta que esta sea de la gama cromática establecida.



Versiones en positivo y negativo



## 7 Usos incorrectos de la marca



Deformar, estirar o condensar el logo



Outline en el logotipo



Usar colores diferentes  
a los establecidos.



Generarle sombra



Reemplazar la tipografía al logo

## 8 Gráficas complementarias

### Iconos de las rutas



**Pueblos**



**Sabores**



**Caminos y senderos**



9

## Aplicaciones para activaciones BTL



Los siguientes son elementos que pueden usarse  
para acompañar los gráficos y diversas  
aplicaciones de la marca





Paisaje Cultural Campesino Boyacense



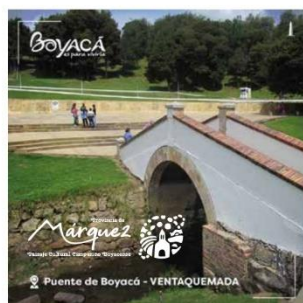
**Ejemplo de imagen de campaña BTL: Te amo paisaje Cultural Campesino Boyacense.**

Esta activación se realiza para sensibilizar a la comunidad local de la importancia del paisaje. Se propone realizar murales en los municipios que conforman la provincia con el diseño del corazón. Pasado un tiempo de expectativa, se realiza una activación con un evento amenizado con música y canastos que llevan los productos tradicionales de la provincia, para en este momento contar sobre la importancia del paisaje cultural y sobre el diseño de producto turístico de la provincia.

### Ejemplo postales



### Ejemplo de co-branding con la marca de Boyaca es para Vivirla







MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO



MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

EJECUTADO POR:

**FONTUR**  
COLOMBIA







### **4.3 Plan de mercadeo con estrategias para la comercialización del producto turístico de Márquez y sus experiencias**

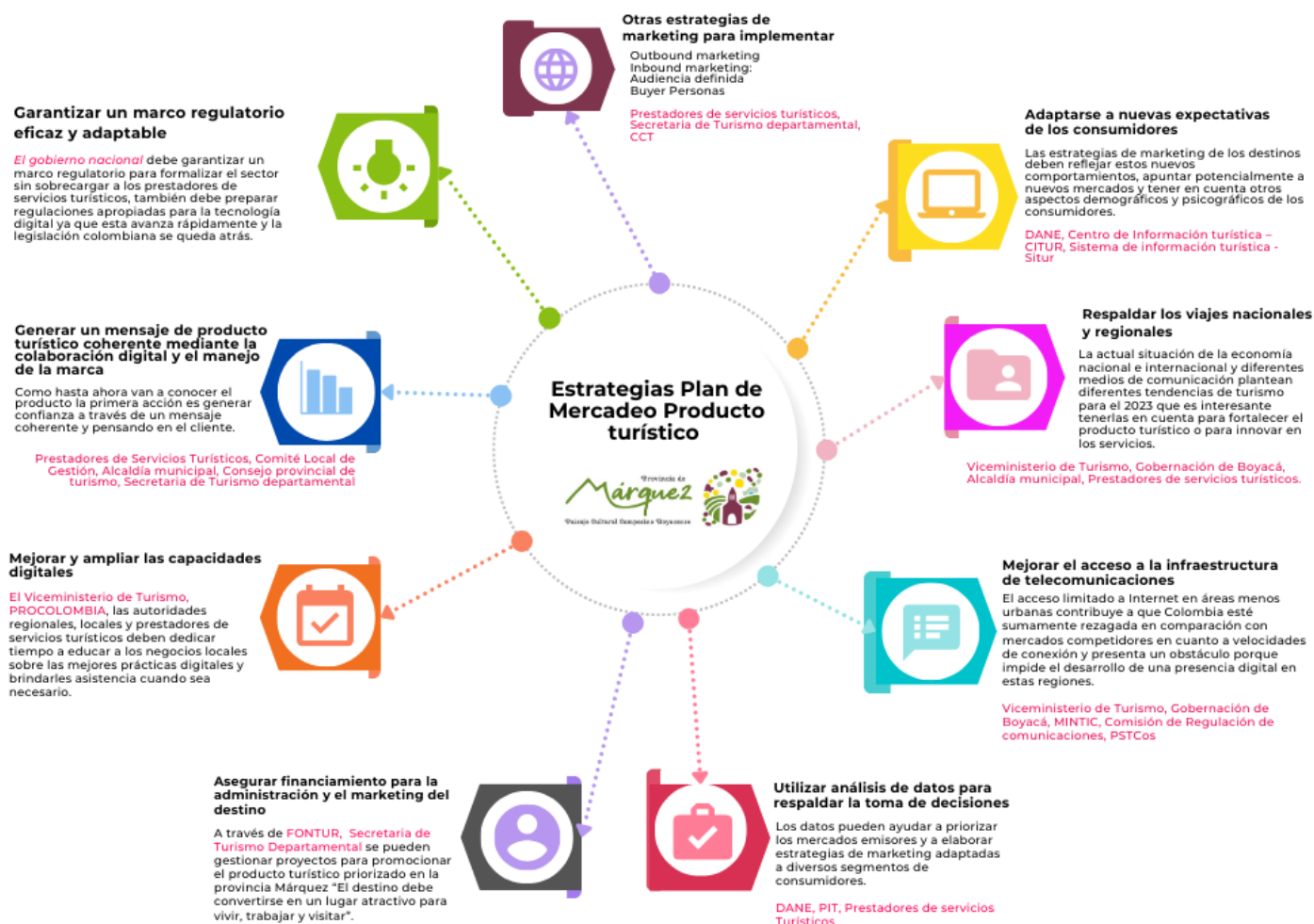
#### **4.3.1. Plan de mercadeo producto turístico Paisaje Cultural Campesino Boyacense**

El documento Plataformas digitales y datos “Impulsando la recuperación del turismo en Colombia” de Tourism Economics y Google (Economics Tourism G. , 2022), menciona que tanto turistas como destinos están aprendiendo a adaptarse a condiciones de viaje que evolucionan día a día. Como consecuencia de la pandemia del coronavirus, el comportamiento de los consumidores cambió de manera tal que influyó de inmediato en cuanto a qué estrategias de marketing de los destinos eran necesarias. Algunos de estos cambios fueron temporales y otros a largo plazo, y pueden identificarse si los contenidos de datos y plataformas se utilizan y de manera más eficaz. Una de las formas de medir las preferencias de los turistas con respecto a los viajes post pandemia es hacer un seguimiento de los cambios en los comportamientos de los consumidores. Obviamente, tras la llegada de la pandemia, la demanda de medidas de salud y seguridad adicionales, servicios sin contacto y otros planes de gestión de riesgos ha crecido.

Según una encuesta de Bloom Consulting realizada en abril de 2020, mencionada en el documento “plataformas digitales (Economics Tourism G. , 2022)”, casi la mitad de los encuestados que tenían planeado viajar por placer dijeron que quizás cambiarían los destinos respecto de los que tenían planeado antes de la pandemia. Cuando se consultaron qué factores influyen en el cambio de las preferencias, las respuestas más comunes fueron una gobernanza pública efectiva y buena infraestructura sanitaria (53 %), seguidas de menos multitudes y mucha higiene (39 %). También ha cambiado el tipo de viajes, con consumidores que prefieren viajes a menor distancia, que suelen ser nacionales.

El uso estratégico de contenidos de datos y plataformas puede ayudar a comprender los cambios en el comportamiento de los consumidores en el destino. El análisis de las búsquedas en línea de vuelos puede avalar la explicación de que las actuales tendencias de viaje se inclinan fuertemente hacia viajes nacionales y de corta distancia. También pueden mapearse los intereses de los consumidores mediante un análisis total de las consultas en motores de búsqueda, por ejemplo, utilizando Google Trends, en relación con varios modos o tipos de viajes, como “viajes por carretera”, “destinos remotos” y “vacaciones en casa”. La información sobre salud y seguridad de un determinado destino puede ponerse a disposición de los turistas en línea, y el tráfico por la web resultante puede monitorearse para determinar el interés de los turistas y la eficacia de las actividades de extensión. Los destinos pueden informar a los viajeros sobre la seguridad y la preparación de los negocios locales para cumplir con las expectativas de los consumidores. Inspirar los viajes a través de contenidos y mensajes digitales cuidadosamente seleccionados mejorará el desempeño de un destino. En el informe nos dan unas recomendaciones que para el caso de este documento se tendrán en cuenta como estrategias de mercadeo para el producto turístico de la Provincia Márquez.

### 4.3.2 Estrategias recomendadas y entidades aliadas



En el documento Plataformas digitales y datos “Impulsando la recuperación del turismo en Colombia” de Tourism Economics y Google (Economics Tourism, 2022) nos dan unas recomendaciones que para el caso de este documento se tendrán en cuenta como estrategias de mercadeo para el producto turístico de la provincia Márquez.

#### Estrategia 1: “Garantizar un marco regulatorio eficaz y adaptable”

**Entidad aliada: Gobierno Nacional, secretaria de Turismo departamental, alcaldía municipal**



El gobierno nacional durante la pandemia y post pandemia le brindó al sector turismo unos alivios en cuanto a la exención pago de impuestos o disminución de estos que se extendieron hasta el 31 de diciembre de 2022:

- Reducción del Iva del 19% al 5% para tiquetes
- Suspensión del pago del Iva a los servicios de hotelería y turismo
- No pago del impuesto al consumo a los negocios que solo se dedican al expendio de comidas y bebidas e inscritos en el régimen simple de tributación
- Exclusión del IVA para comercialización de artesanías y contratos de franquicias

Después de estar dos años sin el cobro de estos impuestos el turista tendrá un choque con las nuevas tarifas para el 2023, es fundamental preparar una estrategia que ayude a aminorar este impacto, aclarando el alza en las tarifas.

El gobierno nacional debe garantizar un marco regulatorio para formalizar el sector sin sobrecargar a los prestadores de servicios turísticos, también debe preparar regulaciones apropiadas para la tecnología digital ya que esta avanza rápidamente y la legislación colombiana se queda atrás. El desafío de que esas tecnologías sean “adecuadas para su fin”, en que la digitalización desdibuja los límites entre mercados y sectores, y consumidores y productores; desafíos en cuanto al cumplimiento, en que, a menudo, la responsabilidad por el contenido es poco clara. Pero que la nueva legislación no se convierta en impedimento para la innovación tecnológica.

## **Estrategia 2: Generar un mensaje de producto turístico coherente mediante la colaboración digital**

**Entidad aliada: Prestadores de Servicios Turísticos, Comité Local de Gestión, Alcaldía municipal, Consejo provincial de turismo, secretaria de Turismo departamental**

El Paisaje Cultural Campesino Boyacense – PCCB es el producto turístico priorizado para la provincia Márquez, contempla las tipologías de Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza, Turismo gastronómico y Agroturismo.

Según “El Proyecto Decreto Paisajes Culturales y otros temas”, define los Paisajes Culturales como los territorios producto de la interrelación entre grupos sociales, comunidades o colectividades con su territorio o la naturaleza, referentes de procesos históricos, económicos, sociales, políticos, culturales o espirituales, que ilustran las formas de ocupación y manejo del territorio, por lo tanto, son factores de identidad, pertenencia o ciudadanía, contienen bienes, manifestaciones, productos y todos aquellos elementos que son expresiones de la identidad cultural y que son representativos de una región claramente definida e ilustran los elementos culturales esenciales y distintivos. Mediante



la valoración y el manejo sostenible de estos lugares se posibilita de manera efectiva el goce de los derechos culturales.

Los paisajes culturales, como unidades territoriales complejas, son muestra de procesos, relaciones y combinaciones de elementos y factores naturales y antrópicos, en un espacio geográfico determinado. Contienen elementos del patrimonio cultural material y son lugares importantes para la memoria colectiva en los que se crean y recrean saberes, expresiones, prácticas y manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial. Se recomienda considerar los siguientes aspectos en el manejo del producto turístico:

- Entender el paisaje cultural como un paisaje vivo que conserva una función social activa en la sociedad contemporánea, estrechamente vinculada al modo de vida tradicional y a los procesos de explotación productiva del territorio, en el cual prosigue el proceso evolutivo, y que, al mismo tiempo, presenta pruebas materiales manifiestas de su evolución en el transcurso del tiempo. Comprende también aquellos territorios constituidos por el desarrollo de sistemas económicos en relación con su entorno o la naturaleza y aquellos territorios con elementos asociados.
- Identificar, preservar y promover sitios e itinerarios que contemplen el patrimonio material e inmaterial de la cultura de la provincia Márquez.
- Promover un profundo respeto por los lugares naturales del territorio, lagunas, montañas, ríos, nacimientos de agua, etc., contribuyendo a su resignificación dentro del contexto del Paisaje Cultural Campesino.
- Fortalecer, recuperar y posicionar las celebraciones agropecuarias, religiosas, gastronómicas en la provincia.
- Minimizar los impactos negativos que el turismo conlleva.
- Es fundamental recordar que se trata de un turismo cultural, no masivo. El volumen de los grupos y la circulación en las áreas debe ser estrictamente controlado y coordinado con las instituciones y operadores locales.
- Promover el uso de la bicicleta.
- Generar recursos a las comunidades locales a corto y largo plazo.
- Generar ingresos para la conservación y rehabilitación de los ecosistemas y el patrimonio.
- Luchar por minimizar los impactos indeseables: turismo sexual, explotación infantil, inflación, especulación, degradación del entorno, congestión y ruido, etc.
- Respetar los conocimientos locales.
- Los paquetes turísticos realizados por las Agencias de Viajes deben tener en cuenta las características de los atractivos, las restricciones de uso, las épocas de visita permitidas, las medidas de protección, los permisos obtenidos de las entidades encargadas y las características de los grupos demandantes.
- La información brindada a través de la promoción debe emitir mensajes muy precisos sobre la naturaleza del producto sin generar equívocos o fijar falsas expectativas en la mente del viajero.





Como hasta ahora van a conocer el producto la primera acción es generar confianza a través de un mensaje coherente y pensando en el cliente.

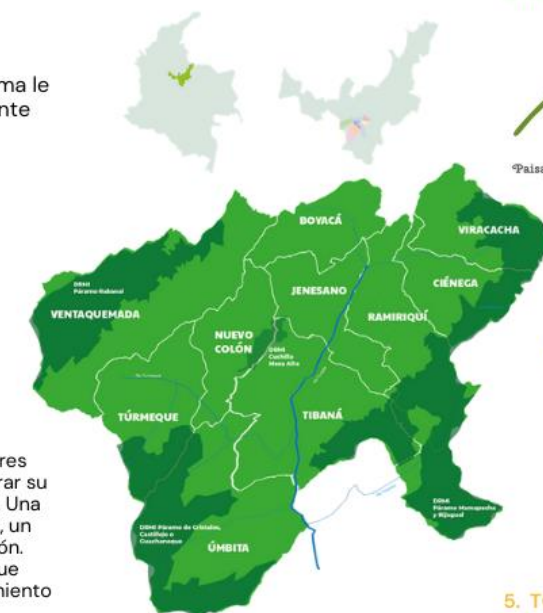
## PAISAJE CULTURAL CAMPESINO BOYACENSE

Estrategia Mensaje coherente  
Introducción del producto

1. **PROBLEMA** Identificar que problema le podemos solucionar a nuestro cliente

2. **COMPROMISO** El Producto Turístico de la provincia Márquez es nuevo así que se deben crear contenido que máximo dure 3 minutos es el tiempo que le dedicaran para verlo.

3. **TIPO DE CONTENIDO Y CANAL DE DISTRIBUCIÓN** sólo se comprometerá a tres minutos de su tiempo, así que para capturar su atención debe ser contenido corto/micro. Una publicación corta de Facebook, instagram, un video corto, blog, puede captar su atención. También podrían funcionar guías cortas que provean una pieza específica de entrenamiento para la acción.



4. **FRECUENCIA** sólo quieren que aparezcas una vez al día (máximo). Ya sea en su bandeja de entrada, su página de inicio, o en cualquier otra parte online, no necesitan verte en todas partes porque apenas están empezando a confiar en ti.



6. **LLAMADO A LA ACCIÓN** ellos quieren ver más información y contenido. No te conocen lo suficientemente bien para comprometer mucho tiempo (o dinero), así que la mejor acción que pueden tomar es consumir más de tu contenido.

5. **TONO** contenido más formal y estructurado porque aún no confían en ti. A ellos no les importa tu historia ni nada parecido. Lo único que les importa es si ofreces valor y si vale la pena seguirte.

### Manejo de la marca e imagen

El uso de marca es el permiso que obtiene un empresario para poder hacer un aprovechamiento responsable de la imagen que proyecta esa marca. El producto turístico Paisaje Cultural Campesino, ha desarrollado una marca a través de la construcción colectiva de los actores para ello se elaboró el manual de uso de marca donde hace referencia a los usos de los logos y el color.

La marca retoma rasgos gráficos de las silletas de frutas y productos agrícolas que se elaboran en el municipio de Nuevo Colón y Ciénega, indicando el colorido y diversidad de formas presentes en el paisaje. Nace de la idea de un paisaje-canasto haciendo alusión a la diversidad agrícola de la provincia y a la riqueza gastronómica, como uno de los principales motivos de viaje de los visitantes.





El símbolo se construye desde elementos representativos de la provincia como: las montañas, bosques, páramos, templos, casonas y calles, el puente de Boyacá (cuna de la libertad), el tejo (deporte nacional), las huellas de la labranza, el ciclismo, los amasijos y la innumerable variedad de semillas y alimentos que se producen en este territorio. Se configura desde un círculo, que representa el equilibrio y la unión entre los municipios, así mismo, el contorno configura un canasto con sus dos orejas, o bien puede ser, una olla o sartén, que indica que la gastronomía y productos de la provincia se convierten en platos, en preparaciones y en alimentos que dan cuenta de un paisaje vivo y colorido.

La configuración del logo se hace de manera radial, de la misma forma en que se crean los canastos o las alpargatas, de la forma en que se ha creado el proceso de diseño de producto turístico de la provincia de Márquez: gracias la unión de un grupo de personas que se han juntado para crear una experiencia que cuenta sobre las tradiciones campesinas, los alimentos, la vida campesina y como todo ello se puede albergar entre un canasto, que lo turistas pueden vivenciar, saborear y llevar.



### **Estrategia 3: Mejorar y ampliar las capacidades digitales (tomada y adaptada del documento (Economics Tourism, 2022))**

**Entidad aliada: Viceministerio de Turismo, Procolombia, Prestadores de Servicios Turísticos, cámara de Comercio, Sena, Universidades**

El Viceministerio de Turismo, PROCOLOMBIA y las autoridades regionales y locales deben dedicar tiempo a educar a los negocios locales sobre las mejores prácticas digitales y brindarles asistencia cuando sea necesario.

- Ruedas de negocios virtuales
- Seminarios web
- Materiales educativos
- Ecosistema digital del destino
- Articulación con universidades para ofrecer cursos y oportunidades de capacitación, si es posible con jornadas personalizadas.



- Garantizar que las futuras generaciones tengan la combinación correcta de habilidades digitales para triunfar en los negocios.
- Incluir en el mercado laboral horas para capacitación y actualización en sistemas digitales a los colaboradores del sector turismo.
- Aumentar la presencia digital de los prestadores de servicios en el ecosistema digital del destino, lo hará más atractivo para el turista como es el caso de los prestadores que aparecen en el SITUR Boyacá.

#### Prestadores de servicios turísticos

- Actualizar sitios web
- Información en Google completa
- Actualizar imágenes de sus productos y servicios constantemente
- Habilitar transacciones digitales
- Responder comentarios y reseñas
- Presencia digital en diversas plataformas
- Aprovechar y poner en práctica las ayudas digitales que brinda el gobierno.
- Incluir sus productos y servicios en la página oficial de la alcaldía y del SITUR.

Sin embargo, a pesar de los recientes esfuerzos del gobierno nacional por mejorar digitalmente el sector turismo, todavía queda mucho por hacer. El sector de turismo colombiano, boyacense y la provincia Márquez puede observar que se hace en otros países y regiones para tomar ejemplos de iniciativas que pueden implementarse para mejorar y ampliar aún más las capacidades digitales.

#### **Estrategia 4: Asegurar financiamiento para la administración y el marketing del destino (Economics Tourism, 2022)**

##### **Entidad aliada: Fontur, Secretaría de Turismo Departamental**

El gobierno colombiano cuenta con el Fondo Nacional de Turismo – FONTUR, es un Patrimonio Autónomo adscrito al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, creado para ser el brazo ejecutor de los lineamientos de su política turística, dando manejo a los recursos provenientes de la contribución fiscal y parafiscal, la cual se debe destinar a la infraestructura, competitividad y promoción en aras del fortalecimiento del turismo del país. El propósito es destinar los recursos a proyectos de comunidades y entidades habilitados para programas descritos en las líneas estratégicas para el mejoramiento de la competitividad, infraestructura y fortalecimiento de la promoción y el mercadeo del turismo.

Fontur apoya iniciativas provenientes de las entidades de Gobierno, entes territoriales, entidades gremiales y aportantes parafiscales, que se encuentren dentro del marco turístico establecido; las propuestas son estudiadas para su respectiva aprobación bajo el Comité Directivo de la entidad, quienes son los encargados de llevar todo el proceso desde su ejecución hasta la finalización y liquidación de éste, velando así por el buen desarrollo y cumplimiento de cada una de las actividades establecidas en el proyecto.



A través de FONTUR se puede gestionar un proyecto para promocionar el producto turístico priorizado en la provincia Márquez “El destino debe convertirse en un lugar atractivo para vivir, trabajar y visitar”<sup>17</sup>.

### **Estrategia 5: Utilizar análisis de datos para respaldar la toma de decisiones (Economics Tourism, 2022)**

Entidad aliada: DANE, Puntos de Información Turística -PIT, Prestadores de servicios turísticos

Los destinos de todo el mundo comprenden cada vez más la importancia de los datos y de los beneficios que estos brindan a la hora de tomar decisiones estratégicas y de marketing. De acuerdo con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) (Economics Tourism, 2022): “la crisis de la pandemia ha puesto en evidencia las falencias existentes en cuanto a la disponibilidad de datos oportunos, comparables y detallados en situaciones que evolucionan con rapidez. Se necesitan indicadores confiables y coherentes para evaluar la eficacia de programas e iniciativas.

Este análisis tiene un papel fundamental en el marketing, en especial, a medida que una parte más importante del marketing de los destinos pasa de los medios tradicionales a los digitales. Los datos totales y anonimizados sobre las preferencias de los consumidores y la demografía de las plataformas digitales ayudan efectivamente a los destinos a determinar los grupos de consumidores objetivo y los mensajes y contenidos más adecuados para vincularse con diversos segmentos de consumidores. Estos datos pueden ayudar a priorizar los mercados emisores y a elaborar estrategias de marketing adaptadas a diversos segmentos de consumidores.

La provincia Márquez debe contar con varias estrategias para recolectar datos de los visitantes y turistas para analizar el comportamiento de la demanda y establecer el perfil del turista del producto turístico y de la provincia.

- Encuestas
- Puntos de Información Turística
- Prestadores de servicios turísticos
- DANE

### **Estrategia 6: Mejorar el acceso a la infraestructura de telecomunicaciones (Economics Tourism, 2022)**

Entidad aliada: Viceministerio de Turismo, Gobernación de Boyacá, MINTIC, Comisión de Regulación de comunicaciones

<sup>17</sup> <https://fontur.com.co/es/quienes-somos>



La infraestructura sigue siendo un problema en Colombia, a pesar de que, en la última década, mejoró significativamente el desarrollo de infraestructura móvil (en especial, en ciudades y áreas urbanas); no obstante, las áreas rurales siguen rezagadas. Al haber menos líneas fijas en las áreas rurales, la mayor parte de la conectividad se logra con dispositivos móviles. El porcentaje de colombianos con acceso a Internet aumentó más del 75% entre 2010 y 2019; sin embargo, un tercio de los colombianos aún carece de acceso a Internet. La deficiencia en la penetración de las plataformas digitales pone a Colombia en cierto grado de desventaja en comparación con sus mercados competidores

La infraestructura de telecomunicaciones ubicada en las partes rurales y remotas de Colombia debe mejorarse aún más. El acceso limitado a Internet en áreas menos urbanas contribuye a que Colombia esté sumamente rezagada en comparación con mercados competidores en cuanto a velocidades de conexión y presenta un obstáculo porque impide el desarrollo de una presencia digital en estas regiones. El sector privado en Colombia debería trabajar junto con el Gobierno para abogar por el desarrollo de la infraestructura y mejores condiciones de mercado mediante mayores inversiones, impuestos limitados sobre los servicios de telecomunicaciones y menores barreras para ingresar en el mercado.

Incluso si en las zonas más remotas de Colombia se mejora el acceso a Internet, la posibilidad de acceder económicamente a ese servicio sigue siendo un problema. El mercado de las telecomunicaciones de Colombia se encuentra sumamente concentrado en unos pocos proveedores principales. Debido a la falta de exigibilidad regulatoria, se observan comportamientos anticompetitivos en los precios en Colombia, que tiene en la actualidad uno de los costos de Internet más altos en relación con el ingreso por hogar en Latinoamérica. Para promover el uso de Internet entre sus ciudadanos, el ente regulador de las telecomunicaciones de Colombia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC), debería promocionar la competencia en el mercado impidiendo la determinación de precios que perjudiquen al consumidor, como cargos por terminación del servicio elevados y precios poco claros, y reducir obstáculos garantizando aranceles no privativos para puntos de intercambio de Internet nuevos y existentes a fin de apoyar un mayor desarrollo de la infraestructura.

La provincia Márquez todavía no cuenta con buena infraestructura de comunicaciones y eso debilita la respuesta inmediata y la estrategia de marketing digital, es necesario mejorar a corto plazo esta amenaza, ya que el producto turístico es el Paisaje Cultural Campesino Boyacense y la mayoría de las experiencias y prestadores de servicios turísticos están ubicados en el medio rural.

### **Estrategia 7: Respaldo los viajes nacionales y regionales (Economics Tourism, 2022)**

**Entidad aliada: Viceministerio de Turismo, Gobernación de Boyacá, Alcaldía municipal, Prestadores de servicios turísticos.**

La actual situación de la economía nacional e internacional y diferentes medios de comunicación plantean diferentes tendencias de turismo para el 2023 que es interesante tenerlas en cuenta para fortalecer el producto turístico o para innovar en los servicios, es fundamental tener en cuenta que las estrategias de comercialización y venta deben ser flexibles y de implementación a corto plazo (3



meses), mientras se posiciona, genera confianza y credibilidad (3 meses) mientras el público se interesa (3 meses) y otros (3 meses para adquirir el servicio), ya ha pasado un año, y llegan nuevas tendencias, el compromiso debe ser grande, se debe dar respuesta inmediata, y generar hábitos si se quiere generar ventas.

### **Tendencias 2023:**

Según el portal el Quindiano en su artículo Turismo 2023 (Restrepo, 2022): tendencias de Iván Restrepo menciona la agencia de viajes en línea [www.booking.com](http://www.booking.com) recién llevó a cabo una encuesta entre 24.000 personas cuyo único fin es el de identificar qué es lo que quieren los viajeros para este año que se avecina.<sup>18</sup>

- **Turismo desconectado:** Luego de tanta tecnología, de estar pendiente de la conexión para la cita a través de las plataformas de conferencias virtuales, los viajeros están ávidos de experiencias en donde el rol principal lo juega la naturaleza.
- **Experiencias culturales:** En lugar de relajarse en un resort todo incluido, casi las tres cuartas partes de los viajeros de EE. UU. quieren salir de su zona de confort en su próximo viaje; muchos dicen que quieren experimentar nuevas culturas, comidas e idiomas y viajar a destinos nunca antes tenidos en cuenta en todo el mundo.
- **Viajes nostálgicos:** ¿Cómo son los viajes nostálgicos?, Más del 60% de los viajeros muestran interés en visitar parques temáticos como Disney World, cuyo grupo demográfico de fanáticos adultos en rápido crecimiento adora visitar los parques de sus recuerdos de la infancia (o comenzar una nueva tradición como adultos). Más de la mitad de los viajeros también están interesados en viajes de "reunión familiar" y viajes multigeneracionales, lo que no sorprende dada la importancia de pasar tiempo con la familia después de que muchos estuvieron separados durante tanto tiempo.
- **Turismo de salud:** Es obvio, después de la infausta experiencia vivida con el Covid 19, que la salud juega un papel primordial cuando de salir a pasear se trata; una gran porción de los viajes está pensado en destinos de naturaleza, siendo el Eje Cafetero un actor principal.
- **Lista de destinos:** Contrario a como era antes, las listas de sitios a donde ir en vacaciones se ha hecho más inmediata. Ya no se trata de esperar mucho tiempo para salir a un sitio soñado. Lo vigente para el 2023 es tomar decisiones de una vez, nadie sabe lo que el mañana nos espera, lo mejor es “vamos ya y punto”.

La página de internet del Espectador en su artículo ¿Cuáles serán las tendencias de viaje para 2023<sup>19</sup> de María Alejandra Castaño Carmona (Carmona, 2022), quien menciona la pandemia, la

<sup>18</sup>Enlace: <https://www.elquindiano.com/noticia/38684/turismo-2023-tendencias#:~:text=VIAJES%20NOST%3%81LGICOS&text=M%C3%A1s%20de%20la%20mitad%20de,estuvieron%20separados%20durante%20tanto%20tiempo>

<sup>19</sup> <https://www.elspectador.com/turismo/cuales-seran-las-tendencias-de-viaje-para-2023/>





transformación digital y las nuevas formas de comunicación, entre otros aspectos, han cambiado la manera como nos relacionamos, estudiamos, trabajamos y hasta viajamos. Este año, por ejemplo, la sostenibilidad ha sido un factor determinante para la elección de las experiencias, los hoteles y el transporte, entre otros. En Colombia, además, el turismo sostenible pasó de ser una tendencia a convertirse en una exigencia; por lo tanto, los empresarios están incorporando en su cadena de valor prácticas que reconocen a este sector como un vehículo para la dinamización económica, la inclusión social y la preservación cultural y medioambiental.

De acuerdo con ProColombia, el turismo, además de ser una fuente de generación de divisas en la economía nacional, tiene la capacidad de transformar sociedades y contribuir con la paz total. En esta línea, según el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), en el Primer Foro de Turismo Sostenible: transformación social y protección de la vida, la construcción de paz está estrechamente vinculada con el desarrollo sostenible del país y con propiciar esfuerzos que protegen la biodiversidad y los servicios ecosistémicos mientras dinamizan la economía nacional. De allí que es necesario proponer estrategias que impulsen la reactivación del turismo local y comunitario, promover viajes más responsables, que a su vez aporten al cuidado de los ecosistemas y al bienestar de las comunidades.

Asimismo, el estudio de mercado más extenso que ha llevado a cabo Booking.com hasta la fecha destaca el creciente deseo de los viajeros de tomar decisiones más conscientes a lo largo de toda la experiencia de viaje.

En este sentido, el 66% de los turistas colombianos dice que las medidas de sostenibilidad de los proveedores de alojamiento y de transporte desempeñan un papel muy importante en sus decisiones. De hecho, el 90% de las personas dice que es más probable que reserve un alojamiento sostenible, tanto si ya lo estaba buscando como si no.

Es así como, teniendo presente la importancia de la sostenibilidad, Amadeus, líder en tecnología de viajes, ha publicado sus tendencias anuales, aportando más información sobre un sector que evoluciona rápidamente para satisfacer unas demandas en constante cambio. Hablar de la revolución tecnológica en los viajes es una realidad que cada día está más presente en todos los actores que conforman la industria turística, pero, según Amadeus, en los próximos doce meses y en adelante seremos testigos de un cambio continuo en la forma de hacer viajes.

Estas son cinco novedades identificadas en Amadeus 2023 Travel Trends que influirán en la configuración de los viajes.

- Descubra un nuevo tipo de agente de viajes: la exploración del metaverso permitirá a los viajeros explorar un destino antes de llegar o revivir sus recuerdos una vez que vuelvan.
- Sonría para pagar su asiento: la biometría ayudará a crear una experiencia de pago sin dificultades durante los viajes.
- Viaje sin equipaje: los hoteles ofrecerán a los viajeros más comodidades para que puedan viajar más ligeros de equipaje, ofrecen cada vez más el alquiler de artículos voluminosos, como equipos deportivos y ropa de entrenamiento. Algunos también ofrecen opciones



adicionales con proveedores locales para ser más populares entre los turistas. Además, los viajeros buscan comprar artículos esenciales en el destino local, apoyando e interactuando con la comunidad en el proceso y asegurándose aún más de tener experiencias de viaje significativas.

- Trabaje desde cualquier lugar: los trabajadores a distancia adoptarán un estilo de vida cada vez más nómada, migrando a diferentes lugares a medida que se normalicen las políticas de “trabajo desde cualquier lugar”.
- Participe en escapadas de negocios con el fin de reforzar el equipo y crear conexiones: surgirá una nueva categoría de viajes de negocios, centrada en la conexión de los equipos, la creación de relaciones y el desbloqueo de la creatividad fuera de la oficina.

Estas tendencias se ven lejanas para la provincia Márquez, pero nuestro principal mercado emisor es Bogotá y ellos buscan este tipo de espacios, así que también es bueno tenerlas en el radar.

### **Estrategia 8: Adaptarse a nuevas expectativas de los consumidores (Economics Tourism, 2022)**

**Entidad aliada: DANE, Centro de Información turística – CITUR, Sistema de información turística - Situr**

El comportamiento de los viajeros consumidores cambió debido a la pandemia, y es probable que continúe haciéndolo incluso cuando se haya establecido una nueva normalidad. Las estrategias de marketing de los destinos deben reflejar estos nuevos comportamientos, apuntar potencialmente a nuevos mercados y tener en cuenta otros aspectos demográficos y psicográficos de los consumidores. En el contexto actual es fundamental infundir confianza en los consumidores. Los consumidores tienden a confiar más en el marketing que llevan adelante organizaciones oficiales, deben desarrollar de manera constante campañas de marketing y otros mensajes tanto en los períodos de actividad como de inactividad. Eso también significa que las agencias de viajes tienen la responsabilidad adicional de brindar información precisa y de buena calidad sobre las condiciones actuales, y no solo intentar vender el destino.

La calidad se define como la diferencia entre los servicios esperados por el cliente antes de su prestación y los que realmente percibe haber obtenido. Es el nivel de excelencia que se ha establecido con la intención de satisfacer las expectativas de los clientes. Si bien la calidad del servicio puede ser medida, el servicio en sí tiene la particularidad de ser intangible; y es el cliente el único que establece la medida de la satisfacción, él es el que determina el nivel de excelencia en los servicios ofrecidos. Por lo tanto, las expectativas del cliente deben constituirse como el objetivo principal a alcanzar, tratando de reducir en lo posible la diferencia entre la calidad programada, la calidad realmente prestada y la calidad esperada. Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas del público. En el caso de nuestro sector, donde lo “único” que le queda al turista es el recuerdo de lo percibido, es importante recordar que “un cliente satisfecho transmitirá su experiencia positiva a un máximo de cinco personas, mientras que uno insatisfecho puede llegar a comunicárselo a dieciséis”.



El turista entonces es la persona más importante para nosotros, y cualquier persona que trabaja cara a cara con él, como es el caso del Guía de Turismo, debe intentar llegar a conocer cuáles son sus necesidades, dado que de éstas surgen sus deseos, apetencias y expectativas. Las expectativas deben ser entendidas como lo que el cliente espera de un producto o servicio. El valor diferencial que otorgará un carácter de competitividad en nuestro desempeño para lograr la calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente será justamente alcanzar y si es posible, superar estas expectativas.

### **Estrategia 9: Otras estrategias de marketing para implementar**

*Diseñar una propuesta de valor que corresponda con las características de sus clientes.*

- Tener un website
- Generar contenido a través de un blog
- Tener una estrategia de Email Marketing
- Producir infografías
- Generar herramientas interactivas
- Generar contenido y hacer presencia en las redes sociales
- Influencer

### **Dos tipos de abordajes:**

**Outbound marketing** es una estrategia de marketing que busca llamar la atención de tus usuarios para ponerles al frente las características de tu producto o servicio. El outbound marketing utiliza la comunicación unidireccional, no espera feedback inmediato del usuario y busca impactar a la mayor cantidad de personas sin importar si estos son realmente nuestros usuarios objetivos. Es por lo que estas estrategias son consideradas como marketing invasivo o marketing de interrupción. El outbound marketing está enfrentando una etapa de transición y nuevos desafíos, servicios digitales como Netflix, Spotify, Waze, Instagram, Twitter y muchos otros están enfrentando muy fuertemente a las formas más tradicionales de marketing y publicidad como la TV, la radio, los medios impresos e incluso formas de publicidad digital como banners, email marketing o Google y Facebook Ads.

Hay factores fundamentales para explicar este cambio E-commerce, millennials y escasez de atención:

- E-commerce: Ayer la publicidad te llevaba a una tienda mientras que hoy la publicidad te lleva directamente al proceso de compra, en menos de dos clicks.
- Los millennials: Hoy representan la parte más grande del mercado, todo debe ser fácil, rápido y sin inconvenientes.



- Escasez de atención: Ante el gran aumento de información, la atención de la audiencia se ha reducido bastante: el 60% del contenido generado por las empresas es percibido por sus clientes como pobre o no llega a la audiencia en el momento y canal adecuado.

**Inbound marketing:** Es un tipo de estrategia de marketing que tiene al cliente en el centro de toda su estrategia, tanto de producción de contenidos como de elección de canales. Estas estrategias les hablan a audiencias muy determinadas y generan contenido relevante para esta audiencia o quienes puedan llegar a ser parte de esta. Algunas plataformas que pueden usarse en Inbound Marketing son los sitios web, los blogs, las redes sociales, una landing page o aplicaciones móviles.

La estructura de una estrategia de inbound marketing es la siguiente:

- Para qué: Define los objetivos de tu campaña.
- Para quién: Define lo más específico posible a tu audiencia objetiva.
- Dónde: ¿Cuáles son las plataformas digitales que vas a utilizar para comunicarte con tu audiencia?
- Cómo: ¿De qué manera te vas a comunicar? ¿Cuál es la personalidad de tu marca?
- Con qué: El tipo de contenido con el que te vas a comunicar.
- Resultados: ¿Cuál es el impacto de tu campaña? ¿Cumple con los objetivos que te planteaste?

**Audiencia** definida: La audiencia no puede ser todo el mundo, es muy importante tener una audiencia muy bien definida para la estrategia de Inbound Marketing. Existen dos tipos de variables para clasificar nuestra audiencia: variables duras y variables blandas.

Las variables duras vienen un poco más del marketing tradicional: se clasifica a la audiencia por su género, edad, ocupación, hábitos de consumo y nivel socio-cultural. En cambio, las variables blandas son un nuevo tipo de variables que ha traído el marketing digital y tienen que ver con el estilo de vida, la personalidad, los valores y creencias o sus intereses y motivaciones.

Es con la suma de las variables duras y las variables blandas que las plataformas digitales nos ayudan a definir nuestra audiencia. Con esto listo, podemos pasar al siguiente paso, Construir el Buyer Persona

**Buyer Personas:** Prototipo o esquema del usuario ideal al que está apuntando nuestro contenido.

Tips para construir buenos Buyer Personas:

- Sé lo más detallado posible, tomate el tiempo necesario.
- No hagas más de 2 o 3 buyer personas.
- Mantén el documento a la mano para siempre recordar a quién le estás hablando en la producción de contenidos.
- Basa tu construcción en datos, no sólo en suposiciones. Es muy importante hacer entrevistas a usuarios reales de nuestro servicio.



### 4.3.3 Conclusiones y Recomendaciones

- Los prestadores de servicios turísticos deben fortalecerse y capacitarse en marketing turístico para apoyar y acompañar la implementación de cada una de las estrategias.
- establecimientos su Plan Estratégico Comercial – PEC, es fundamental un taller sobre este tema y ajustarlo con la estrategia de promoción y mercadeo del Paisaje Cultural Campesino Boyacense
- La provincia Márquez debe implementar un sistema para recopilar información de estadísticas para analizar el comportamiento de los turistas en la provincia y adaptar el plan de mercadeo, se cuenta con un PIT en el Puente de Boyacá, pero recoge información de visitantes y turistas que visitan el departamento, información importante, pero al ser la provincia un destino emergente, hay información con la que no se cuenta.
- Debe existir una articulación entre los entes locales y departamentales para fortalecer el plan de mercadeo, estrategias como mejor conectividad es fundamental para que el plan funcione, se requiere respuesta inmediata y estar alimentando cada una de las estrategias.
- La primera estrategia y una de las primeras para el año 2023 es dar a conocer el producto turístico de la Provincia “Paisaje Cultural Campesino Boyacense” para generar confianza y que las demás estrategias tengan el impacto que se requiera.
- El plan de Acción del Producto turístico de la provincia Márquez contempla una línea estratégica sobre promoción y comercialización, este plan de mercadeo es una hoja de ruta para las acciones a realizar, está sujeto a cambios, ajustes y modificaciones por los integrantes de este subcomité y del Comité Local para la Gestión del producto turístico.

### 4.4 Producción de Material fotográfico y audiovisual para la promoción del producto turístico de Márquez y sus experiencias.

Se crearon tres videos relacionados a cada temática de los subproductos presentados. El primero relacionado a los pueblos, el segundo a los sabores y el tercero a los caminos. Cada video está grabado en resolución 4k (3840) x (2160) y exportado en formato mp4 a 30 fps. Todos los planos están correctamente expuestos y estabilizados, música libre de copyright y voz en off narrativa para cada video. En la recolección del material audiovisual se hicieron fotografías de la Provincia de Márquez mostrando su gente, cultura y riqueza natural, con una resolución de 28 mpx - 15 mpx debidamente editadas.





#### 4.4.1 Video ruta pueblos



Imágenes de los parques centrales de los municipios y sus templos, imágenes panorámicas del paisaje y de los saberes del territorio.

Tabla 73 Guion video pueblos

| VOZ EN OFF                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | TEXTO/ logos                                                                                                                | IMÁGENES                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| La provincia de Márquez en Boyacá se encuentra conformada por 10 municipios, cada uno con su esencia, con su voz ancestral con su legado cultural. Son 10 municipios, pero un solo paisaje, un paisaje cultural conformado por retazos de colores, labranzas, cultivos, huertas, casas de adobe, pueblos y caminos | Logo del producto<br><br>Ramiriquí<br>Jenesano<br>Boyacá-Boyacá<br>Ventaquemada<br>Úmbita<br>Viracachá<br>Tibaná<br>Ciénega | Templos de cada uno de los municipios |
| Bendecida tierra donde nació la libertad de todo un país, montañas donde brota el alimento que está en el plato de muchos colombianos, de los amasijos de maíz, jardín de frutas, hortalizas, raíces y tubérculos. Tierra del tejo, del ciclismo y de sumercé ...                                                  | Nuevo Colón<br><br>Logos de Ministerio, FONTUR y alcaldías.                                                                 | Panorámicas y saberes del territorio  |
| ...así es la provincia de Márquez... ven, a llenar un canasto con sabores e historias ven y encuentra tu raíz.                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                             |                                       |



#### 4.4.2 Video ruta sabores



El video recrea la preparación de una receta, en donde sus ingredientes son los elementos que conforman el Paisaje Cultural Campesino, invita a conocer que las preparaciones y alimentos tienen una historia.

Tabla 74 Guion video sabores

| VOZ EN OFF                                                                                                                                               | TEXTO/ logos                                     | IMÁGENES                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| Tenemos la tierra: negra, fértil y bendecida, un suelo vivo, asiento de vida.                                                                            | Logotipo del producto<br>Tenemos la tierra negra | Tierra, cosechando papas y desgranando frijoles, surcos |
| Tenemos el Agua: que nace en los bosques altoandinos y páramos que nos rodean.                                                                           | Tenemos el agua                                  | Páramos y fuentes de agua                               |
| Tenemos la semilla: tubérculos andinos, legumbres y frutales, somos herederos del maíz.                                                                  | Tenemos la semilla                               | Alimentos de la provincia                               |
| Tenemos los tiestos: ollas, cucharas, la laja para asar las arepas y canastos, muuuuuchos canastos.                                                      | Tenemos los tiestos                              | Cocinas tradicionales y sus utensilios                  |
| Tenemos la sabiduría: nos entendemos el bosque, con las plantitas en la huerta, con las abejas y las vaquitas, con las aromáticas y las semillas nativas | Tenemos la sabiduría                             | Personas y el paisaje                                   |
| Tenemos la magia: que se cuece y transforma con el fuego, con saberes que han pasado de generación en generación, de plato en plato                      | Tenemos la magia                                 | Cocineras y cocineras                                   |
| Y.... tenemos los lugares: para que vengas y te deleites con los sabores de origen, que alimentan y te conectan a la vida.                               | Tenemos los lugares                              | Restaurantes, personas comiendo                         |
| Provincia de Márquez: paisaje cultural campesino Boyacense: ven, encuentra tu raíz.                                                                      | Paisajes<br>Logotipos                            |                                                         |



#### 4.4.3 Video ruta caminos

El video es una invitación a recorrer los caminos, está dirigido a deportistas y personas que buscan nuevos lugares para explorar



Tabla 75 Guion video caminos

| VOZ EN OFF                                                                                                                                                                                                                              | TEXTO/ logotipos      | IMÁGENES                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| Caminando dejamos un rastro, mientras avanzamos trazamos líneas, somos viajeros y somos líneas... nuestras líneas se encuentran, se saludan, forman un tejido... dicen que las raíces también dejan una línea, pero dentro de la tierra | Logotipo del producto | Caminantes por la provincia   |
| Vamos hilando nuestros caminos, a pie, o rodando, buscamos señales de otras líneas, porque ellas nos inspiran a seguir adelante... así, vamos conformando un gran tejido                                                                |                       | Deportistas que se encuentran |
| Miramos, escuchamos, sentimos, mientras avanzamos por las superficies del mundo ... mientras la vida siga, tendremos un lugar a donde ir.                                                                                               |                       | Bosques y páramos             |
| Provincia de Márquez: paisaje cultural campesino Boyacense: ven, hila tu línea a nuestros caminos                                                                                                                                       | Logotipos             |                               |



#### 4.4.4 Video sin fin

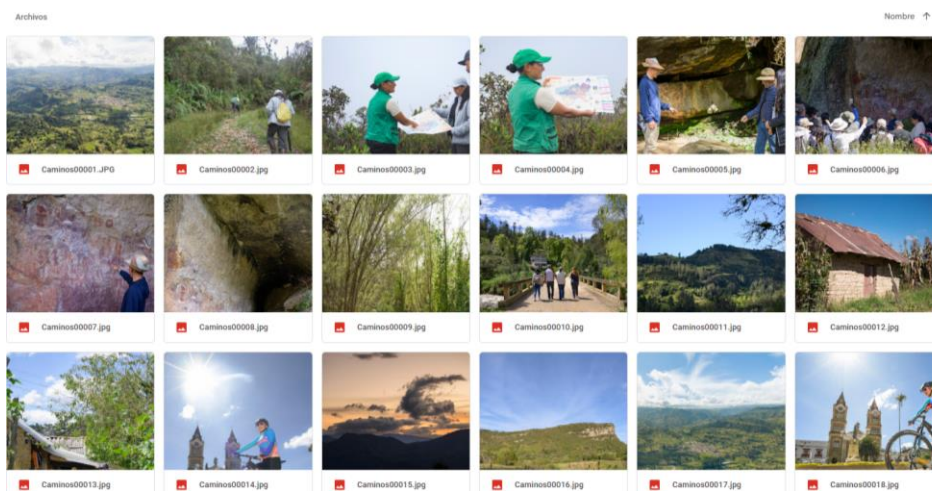


Se creó un video sin fin con imágenes de las tres rutas, que tiene una duración de 22 minutos.

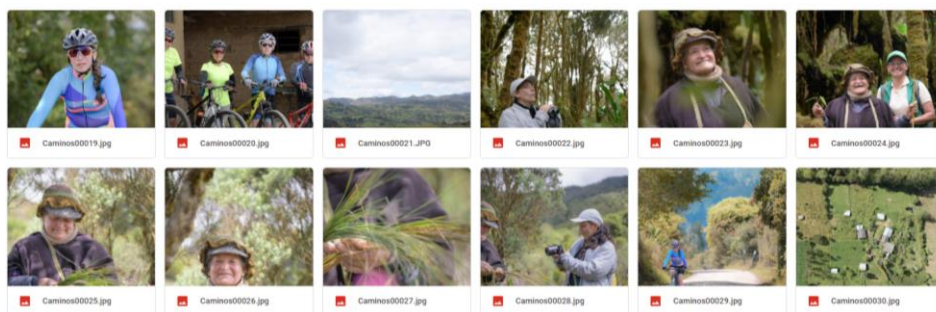
#### 4.4.5 Creación del material fotográfico

Se crearon tres carpetas, correspondiente a cada ruta, en la cual se entregan 30 fotos por cada temática.

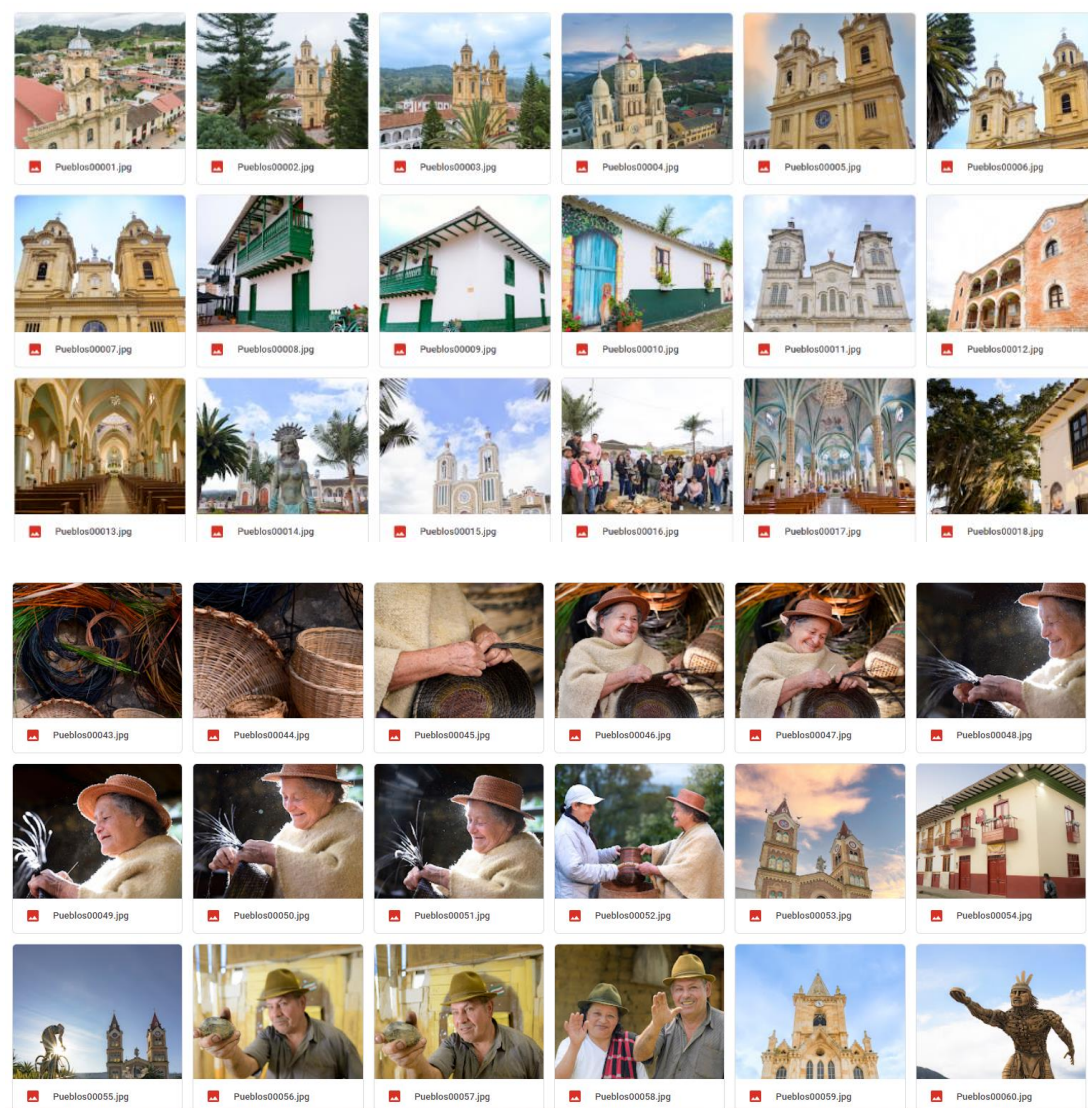
#### Fotografías ruta caminos







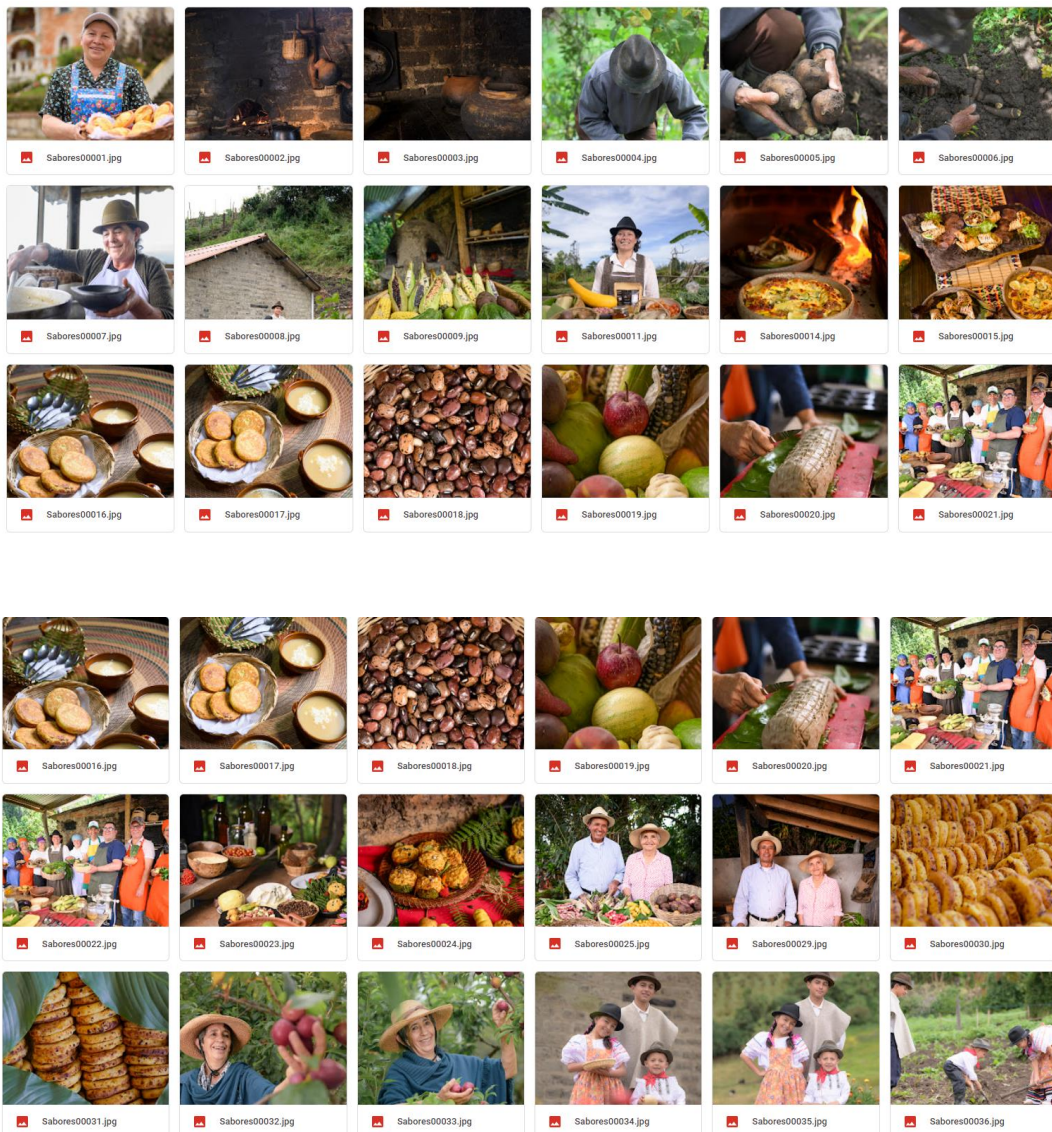
### Fotografías ruta pueblos







## Fotografías ruta sabores







MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO

# Capítulo 5

ESTRATEGIAS PARA LA GESTIÓN DEL  
TURÍSTICO DE MÁRQUEZ



EJECUTADO POR:

**FONTUR**   
COLOMBIA



Fundaculta



CultivaTerritorio  
S.A.S.



RAMIRIQUÍ



JENESANO



CIÉNEGA



BOYACÁ



VIRACACHÁ



VENTAQUEMADA



NUEVO COLÓN



TIBANÁ



ÚMBITA



## CAPÍTULO 5

### 5.1 Comité Local para la Gestión del producto Turístico

El ***Paisaje Cultural Campesino Boyacense*** es el producto turístico de la provincia de Márquez de acuerdo con la dinámica económica principal, la agricultura la cual aporta en gran medida a la mesa colombiana.

El Comité Local para la Gestión del Producto Turístico (CLG) de la provincia Márquez fue creado como instancia que coordina, promueve y gestiona las diferentes estrategias que se desarrollarán en el Paisaje Cultural Campesino Boyacense (PCCB).

El CLG es un espacio de trabajo conformado por la representación de actores públicos y privados que hacen presencia en el territorio, como la secretaria de turismo departamental, el consejo provincial de turismo de la provincia, representantes de las alcaldías, representante de un medio de comunicación y prestadores de servicios turísticos, actuara bajo los principios de participación, coordinación y compromisos aceptados, el reconocimiento de este trabajo se ratifica mediante actas de reunión del CLG, durante las funciones y actividades de gestión, coordinación, seguimiento y promoción del Paisaje Cultural Campesino Boyacense.

Gráfico Actores CLG



EL CLG podrá invitar a otras personas naturales y/o jurídicas del sector público y/o privado según criterio, que deban ser tenidas en cuenta por su experiencia o conocimiento y que considere conveniente para el mejor funcionamiento de este, tendrán voz, pero no voto.



Por la dinámica y trabajo de los integrantes del CLG se recomienda que el liderazgo del comité este dado por un representante de cada línea estratégica, ellos determinarán si eligen un único representante o los cuatro establecerán la participación y comunicación en los diferentes espacios.

Los integrantes del Comité Local de Gestión quedaron elegidos por iniciativa propia o por que alguno de los participantes los postuló y aceptaron, la elección se llevó a cabo el día en el municipio de Nuevo Colón.

Tabla 76 Integrantes CLG

|    | Nombre Completo                | Correo electrónico                                                                                 | Número de teléfono | Nombre empresa / entidad                      | Municipio              |
|----|--------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------|------------------------|
| 1  | Carol Andrea Ruiz Barajas      | <a href="mailto:carol.andrea.ruis@gmail.com">carol.andrea.ruis@gmail.com</a>                       | 3102994808         | Cultiva Territorio                            | Ramiriquí              |
| 2  | Melba Ligia Ortiz Pulido       | <a href="mailto:melba.ortiz@boyaca.gov.co">melba.ortiz@boyaca.gov.co</a>                           | 3214309142         | Secretaría de Turismo-Gobernación de Boyacá   | Tunja                  |
| 3  | Pedro Pablo Bejarano López     | <a href="mailto:cultura@ramiriqui-boyaca.gov.co">cultura@ramiriqui-boyaca.gov.co</a>               | 3132317801         | Alcaldía de Ramiriquí                         | Ramiriquí              |
| 4  | Edgar Bautista Cotte           | <a href="mailto:edgarbautistac@gmail.com">edgarbautistac@gmail.com</a>                             | 3112720614         | Guía de Turismo                               | Tibaná                 |
| 5  | William Fernando Parra Galindo | <a href="mailto:rtvwilliamparra@gmail.com">rtvwilliamparra@gmail.com</a>                           | 3112958203         | RTV Boyacá, canal de televisión por internet  | Ramiriquí y Tunja      |
| 6  | Héctor Ignacio Díaz Contreras  | <a href="mailto:gerencia.traveling@gmail.com">gerencia.traveling@gmail.com</a>                     | 3148072654         | Agencia Traveling Feeling viajes y turismo    | Turmequé Boyacá-Boyacá |
| 7  | María Isabel Lanza             | <a href="mailto:consejoturismomarquez@gmail.com">consejoturismomarquez@gmail.com</a>               | 3103048048         | Consejo de Turismo de la Provincia de Márquez | Ramiriquí              |
| 8  | Myriam Rincón Mendoza          | <a href="mailto:artisen.info@gmail.com">artisen.info@gmail.com</a>                                 | 3178635897         | Artisen                                       | Nuevo Colón            |
| 9  | Angie Paola Plazas Parada      | <a href="mailto:plazasparadaanyipao@gmail.com">plazasparadaanyipao@gmail.com</a>                   | 3118823405         | Independiente                                 | Ciénega                |
| 10 | Ismael Humberto Rincón Rosas   | <a href="mailto:rinrois1@gmail.com">rinrois1@gmail.com</a>                                         | 3204912378         | Muyscubun Tours                               | Jenesano               |
| 11 | Yelitza Torres Cruz            | <a href="mailto:yjtorres@gmail.com">yjtorres@gmail.com</a>                                         | 3107537535         | Vittorio Hotel                                | Jenesano               |
| 12 | Olga Lucia Cruz Arcos          | <a href="mailto:culturayturismo@jenesano-boyaca.gov.co">culturayturismo@jenesano-boyaca.gov.co</a> | 3138428197         | Alcaldía Jenesano                             | Jenesano               |
| 13 | Sandra Quintero                | <a href="mailto:culturaydeporte@boyaca-boyaca.gov.co">culturaydeporte@boyaca-boyaca.gov.co</a>     | 3226133445         | Alcaldía Boyacá                               | Boyacá-Boyacá          |

La función principal del CLG gira alrededor de la implementación del plan de acción del producto turístico para la provincia Márquez y la gestión y puesta en marcha del Producto Turístico “Paisaje Cultural Campesino”, es la instancia para apoyar e impulsar intereses comunes de territorio.

Como actividades prioritarias a desarrollarse desde el Comité Local de Gestión del producto turístico se proponen las siguientes:

- Orientar las decisiones de los actores involucrados directa e indirectamente con la actividad turística, en el ámbito del producto turístico, de manera consensuada y coordinada, a favor del desarrollo de los subproductos turísticos priorizados.
- Cumplimiento de roles, responsabilidades y compromisos por cada acción. Definición del responsable para la coordinación de actividades, seguimiento, monitoreo y convocatoria del comité. Para mejor organización se recomienda que los integrantes del CLG se vinculen a





grupos de trabajo para la puesta en marcha del producto y/o líneas estratégicas del plan de acción.

## 5.2. Plan de gestión de cada subproducto del Paisaje Cultural Campesino Boyacense

El Ministerio de Comercio Industria y Turismo a través del viceministerio de turismo estructuró un documento metodológico para la implementación de la herramienta de identificación del nivel de desarrollo turístico actual de un destino, a partir de la evaluación y análisis de criterios cuantitativos de oferta y demanda, propicia la toma de decisiones soportada en indicadores cuantitativos, genera conciencia en los gobiernos municipales frente al desarrollo turístico territorial, la importancia de la gestión y su articulación con los gobiernos departamentales y nacionales para realizar inversiones de mayor impacto y que respondan de forma real a las necesidades de los destinos.

El producto turístico, hace referencia a la combinación de elementos a los que accede el turista en el desarrollo de su experiencia de viaje (atractivos, infraestructuras, servicios y actividades), los cuales en conjunto satisfacen sus motivaciones y necesidades.

Realizar un ejercicio de diseño de producto turístico se constituye como el primer paso para adelantar actividades que respondan a la vocación territorial y sean coherentes con las políticas y lineamientos de planificación definidos a nivel municipal, departamental, regional y nacional. Así mismo, el compromiso y dedicación de parte de los actores de la cadena de valor en el ejercicio de implementación y sostenibilidad del producto serán aspectos fundamentales, garantizando el desarrollo de experiencias de calidad, responsables y competitivas. (Metodología Nivel de desarrollo turístico, Mincit).

El eje 6 de la metodología Nivel de desarrollo turístico evalúa los principales indicadores asociados al diseño e implementación de productos turísticos, así como algunos de los elementos más importantes para este ejercicio asociados a la vocación territorial, el estado de atractivos y recursos y su vínculo a uno o más productos turísticos a nivel distrital o municipal. Una calificación superior en los indicadores incluidos en este eje refleja la importancia que el destino otorga al desarrollo de experiencias turísticas bajo criterios de sostenibilidad, responsabilidad y coherencia.

### Indicadores eje 6

- Inventario de recursos y atractivos turísticos: herramienta que permite el registro de la información de recursos y atractivos turísticos de un destino que, por sus características, motivan o podrían motivar el desplazamiento de flujos turísticos. Este documento incluirá información relacionada con el estado de los bienes turísticos con los que cuenta un municipio.
- Estructuración del producto turístico: hace referencia al ejercicio de estructuración de la oferta que incluye un conjunto de bienes y servicios dispuestos para el consumo turístico, asociados a actividades de naturaleza, cultural, sol y playa, reuniones, náutico y cruceros, aventura, salud y bienestar; que satisfacen las necesidades y expectativas del visitante.
- Destino priorizado en los planes estratégicos de naturaleza, cultura, MICE o salud y bienestar: el Viceministerio de Turismo ha priorizado cuatro tipologías que responden al potencial turístico nacional (naturaleza, cultura, MICE y salud y bienestar). Para garantizar su desarrollo organizado y coherente, el Viceministerio de Turismo cuenta con un plan estratégico para cada uno de estos segmentos, que a su vez priorizan destinos con potencial para el desarrollo de productos turísticos.





- Bienes del patrimonio cultural (material, inmaterial, festividades y eventos y grupos de especial interés) en el producto turístico: recursos y atractivos identificados en los inventarios turísticos en la categoría de patrimonio cultural vinculados a los productos turísticos operados y comercializados por agencias de viajes.
- Bienes de patrimonio natural en el producto turístico: recursos y atractivos identificados en los inventarios turísticos en la categoría de patrimonio natural vinculados a los productos turísticos operados y comercializados por agencias de viajes.

Como resultado de la evaluación de los indicadores previamente descritos, se generará un puntaje para el eje “Producto turístico” que será calculado realizando la división de la sumatoria del total de los criterios ya evaluados en el eje en el número total de criterios, que para este caso es 5. El resultado será multiplicado por 10% que corresponde al peso porcentual del eje sobre el componente de oferta.

El indicador estructuración del producto turístico según la metodología evalúa los siguientes criterios

*Gráfico 87 Criterios eje producto turístico metodología desarrollo turístico*

| CRITERIO                                                                                                                                                                                                   | PUNTAJE |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| El distrito o municipio cuenta con uno o más documentos de diseño de producto turístico implementados.                                                                                                     | 10      |
| El distrito o municipio cuenta con uno o más documentos de diseño de producto turístico en etapa de implementación.                                                                                        | 8       |
| El distrito o municipio cuenta con uno o más documentos de diseño de producto turístico sin implementar.                                                                                                   | 6       |
| El distrito o municipio cuenta con uno o más productos turísticos que actualmente son comercializados, pero <b>NO</b> fue o fueron desarrollados a través de un documento de diseño de producto turístico. | 4       |
| El municipio <b>SÍ</b> ha adelantado actividades para la identificación del producto turístico.                                                                                                            | 2       |
| El municipio <b>NO</b> ha adelantado procesos para la identificación del producto turístico.                                                                                                               | 0       |

Para que los municipios de la provincia Márquez tenga el puntaje máximo se requiere que el producto turístico diseñado sea implementado.

El proyecto “Diseño de producto turístico” deja como insumo este documento de gestión y plan de trabajo para la puesta en marcha del producto turístico “Paisaje Cultural Campesino Boyacense - PCCB”.

La gestión de destinos entiende el territorio como una organización que integra y articula a todos los actores que tienen responsabilidades y compromisos en el desarrollo turístico, con quienes se realiza la coordinación de actividades para el beneficio del destino y la optimización de recursos disponibles (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2019).



El plan de trabajo es un documento de gestión. Su objetivo es establecer una serie de actividades que permitan la puesta en marcha del producto turístico priorizado para la provincia Márquez, el “*Paisaje Cultural Campesino Boyacense*” y sus subproductos Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza, Agroturismo y Turismo Gastronómico.

### Objetivos del plan de trabajo:

- Establecer las actividades requeridas para la puesta en marcha del producto turístico y sus subproductos.
- Establecer roles, compromisos y responsabilidades entre los actores involucrados en el proceso, y otros, para lograr la viabilidad del producto turístico propuesto.
- Gestionar recursos para fortalecer el producto turístico

La puesta en marcha del Producto Turístico “*Paisaje Cultural Campesino Boyacense*” estará liderado por el Comité Local de Gestión – CLG.

Como insumo y apoyo al Comité de Gestión Local se diseñó un plan de trabajo y gestión por cada uno de los subproductos priorizados organizados en tres temáticas.

- **Pueblos:** Subproducto Turismo Cultural
- **Caminos y senderos:** Turismo de naturaleza y Bici turismo
- **Sabores:** Agroturismo y Turismo Gastronómico

Cada plan de trabajo está organizado en las tres condiciones que se validaron para las experiencias turísticas, en cada uno de los municipios.

- Condiciones de infraestructura
- Condiciones de Servicios
- Condiciones cumplimiento de Normatividad

En el plan de gestión y plan de trabajo también encontrara las posibles alianzas y/o fuentes de financiamiento para mejorar las condiciones y así la puesta en marcha del producto turístico “*Paisaje Cultural campesino Boyacense*” y mejorar el nivel de desarrollo turístico y en especial mejorar la experiencia del visitante.

Las acciones están pensadas para ejecutarse en un Corto Plazo (1 año), mediano plazo (4 años) y largo plazo (8 años).



Tabla 77 Plan de Gestión y trabajo subproducto Pueblo

| Plan de Gestión y de trabajo SUBPRODUCTO: Turismo cultural TEMÁTICA: Pueblos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |              |    |    |                                                                                                                                    |  |
|------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|----|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| PROGRAMA                                                                     | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | TIEMPO PLAZO |    |    | RESPONSABLE /ALIADO                                                                                                                |  |
|                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | CP           | MP | LP |                                                                                                                                    |  |
| Mejoramiento de la Infraestructura                                           | Señalización (Bienes Patrimoniales, Seguridad, vial)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |              |    |    | Fontur<br>Secretaría de turismo departamental<br>Alcaldías Municipales                                                             |  |
|                                                                              | Adecuación Bienes Patrimoniales (Conservación, embellecimiento, ventilación e iluminación. Mobiliario, fachadas. Zonas verdes, manejo de residuos, baños públicos)                                                                                                                                                                                                             |              |    |    | Ministerio de Cultura<br>Secretaría de Turismo departamental<br>Alcaldías Municipales<br>Concejos municipales                      |  |
|                                                                              | Accesibilidad Bienes Patrimoniales (movilidad, parqueaderos, PcD)                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |              |    |    | Alcaldía Municipal<br>Fontur, Ministerio de Salud y Protección Social<br>Administrador del Bien                                    |  |
|                                                                              | Mejoramiento Vías                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |              |    |    | Alcaldía municipal<br>Ministerio de Transporte<br>Secretaría de Tránsito y Transporte de Boyacá<br>Instituto de Tránsito de Boyacá |  |
|                                                                              | Fortalecimiento servicios básicos (agua, energía, acueducto), conectividad, salud y financiero                                                                                                                                                                                                                                                                                 |              |    |    | Entidades Financieras<br>Sector Comercio, Alcaldías Municipales, Sena, Secretaría de Salud de Boyacá, Servi Márquez                |  |
| Fortalecimiento Servicios Turísticos                                         | Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje (la decoración, los entornos y servicios gastronómicos estén relacionados con la cultura de cada municipio, incluir una vitrina, stand, con productos artesanales de la región, para motivar su compra, tener información de cada atractivo turístico y experiencias, base de datos de guías y de restaurantes con comida típica). |              |    |    | Prestadores de servicios turísticos EAH                                                                                            |  |
|                                                                              | Establecimientos Gastronómicos (es indispensable incluir en la carta la gastronomía típica del municipio y de la región, realizar la presentación del plato y sus ingredientes, ya sea en la carta física, o que la realice el mesero o al personal que se designe para tal fin)                                                                                               |              |    |    | Administrador y/o gerente del establecimiento                                                                                      |  |
|                                                                              | Empresas de Transporte público (Las empresas de transporte público serán un gran aliado para la implementación del producto turístico por eso se hace necesario que mejoren en su servicio, mejoren las condiciones de sus vehículos, cumplan con toda la normatividad exigida, que actualicen su flota de buses y que implementen las normas de calidad).                     |              |    |    | Empresa de transporte, Acoltés, Cámara de Comercio, Ocesa, Policía Nacional, Sena                                                  |  |
|                                                                              | Agencias de Viajes Operadoras (Diseñar, promocionar y vender recorridos y paquetes con la temática Pueblos - "Turismo Cultural" cumpliendo con los acuerdos comerciales con turistas, proveedores y comunidad, respetando la normativa de cada uno de los atractivos turísticos de los municipios).                                                                            |              |    |    | Mincit, Fontur, Anato<br>Secretaría de Turismo Dptal, Alcaldía municipal, Cámara de Comercio, Corpochivor, RAPE                    |  |



|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones<br>Cumplimiento<br>Normatividad | Guías de Turismo (diseñar recorridos turísticos, diseñar guiones interpretativos de cada uno de los atractivos y/o recorridos), fomentar la conservación, protección y bienestar del patrimonio cultural entre la comunidad y los turistas, transmitir sus conocimientos del patrimonio cultural, Intervenir entre los prestadores de servicios turísticos locales del territorio facilitando la operación turística.                                                                        |  |  | MinCit, Fontur, Secretaria de Turismo Dptal, Alcaldía municipal, Sena, Universidades<br>Cámara de Comercio, RAPE.                                                                                                                 |
|                                             | Punto de Información Turística (Establecer puntos en cada municipio, La información del destino debe estar ubicada en el punto de información del puente de Boyacá, y en los PIT que tenga el departamento y la capital del país dándosela a conocer a las personas que estén designadas en este punto).                                                                                                                                                                                     |  |  | Mincit, Fontur, Secretaria de turismo Dptal, Alcaldías Municipales, PSTCos                                                                                                                                                        |
|                                             | Talleres Artesanales (Capacitación, talleres demostrativos a las asociaciones y emprendimientos sobre artesanías propias de la región, se debe programar anualmente una estrategia de capacitación, elaboración del guion de cada taller, adecuaciones de cada taller, estrategia de apropiación de las técnicas artesanales, fortalecimiento en empaques, stand, vitrinas, fotografía y portafolio, venta online, alianzas estratégicas con los demás prestadores de servicios turísticos). |  |  | Artesano (a), Ministerio de Cultura, Universidades, Sena, Vigías del patrimonio Secretaria de cultura y patrimonio departamental<br>Ocensa, Artesanías de Colombia, Alcaldía Municipal, RAPE<br>Corpochivor y Cámara de Comercio. |
|                                             | Agenda cultural en los bienes patrimoniales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |  | Alcaldía municipal, escuelas de formación, secretaria de cultura dptal                                                                                                                                                            |
|                                             | Estrategia de apropiación social del patrimonio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  | Ministerio de Cultura, vigías del patrimonio, guías de turismo, Alcaldía municipal, escuelas de formación, secretaria de cultura dptal                                                                                            |
|                                             | Fortalecimiento y apoyo a las Escuelas de formación artística, articulación con la actividad turística, organización de eventos, montaje de presentaciones como producto turístico.                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  | Ministerio de Cultura, vigías del patrimonio, guías de turismo, Alcaldía municipal, escuelas de formación, secretaria de cultura dptal                                                                                            |
|                                             | Aplicación de medidas de protección                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  | Ministerio de cultura, secretaria de cultura dptal, alcaldía municipal, administrador                                                                                                                                             |
|                                             | Elaboración, análisis, formulación de proyectos para los Planes Especiales de Manejo y Protección -PEMP. Declaratorias como bien de interés cultural - BIC y/o otras declaratorias municipales, departamentales, nacionales.                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |  | Ministerio de cultura, secretaria de cultura dptal, alcaldía municipal, administrador del bien                                                                                                                                    |
|                                             | Campañas de protección de los bienes patrimoniales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |  | Secretaria de Cultura y patrimonio dptal, Alcaldía municipal, administrador                                                                                                                                                       |
|                                             | Campaña cultura turística                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  | Secretaria de turismo dptal, Alcaldía municipal, administrador del bien, prestadores de servicios turísticos.                                                                                                                     |
|                                             | Plan de emergencia y contingencia (Bien patrimonial, protocolos de seguridad y eventos masivos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  | Alcaldía Municipal<br>UNGRD (Unidad Nacional Gestión del Riesgo y Desastres), Bomberos<br>Policía de turismo, Defensa Civil, Secretaria de Salud, Diócesis, PSTcos                                                                |

Tabla 78 Plan de Gestión y trabajo subproducto Caminos y Senderos



| Plan de Gestión y de trabajo SUBPRODUCTO: Turismo Naturaleza TEMÁTICA: Caminos y Senderos |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |    |    |                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROGRAMA                                                                                  | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLES / ALIANZAS                                                                                                                                 |
|                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | CP             | MP | LP |                                                                                                                                                         |
| Condiciones Infraestructura                                                               | Implementación y fortalecimiento de señalización orientación, seguridad, informativa e interpretativa en cada uno de los atractivos naturales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |    |    | Alcaldías municipales<br>Corpochivor                                                                                                                    |
|                                                                                           | Adecuación de senderos naturales (infraestructura ecoturística, demarcación del sendero, conservación del sendero, seguridad, manejo de residuos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                |    |    | Fontur, Mincit, Minambiente, Alcaldías municipales, Gobernación de Boyacá, Corpochivor                                                                  |
|                                                                                           | Inventarios de flora, fauna y geomorfológicos de cada uno de los senderos y recorridos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                |    |    | Alcaldías municipales, Corpochivor                                                                                                                      |
|                                                                                           | Adecuación de miradores en los atractivos naturales (señalización, sillas, kioscos)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |    |    | Fontur, Mincit, Secretaria de turismo dptal, Alcaldías municipales, Corpochivor                                                                         |
|                                                                                           | Fortalecimiento de la malla vial de acceso a los atractivos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                |    |    | Mintransporte, BTS, alcaldía municipal, Gobernación de Boyacá.                                                                                          |
| Condiciones Servicio                                                                      | <b>Alojamiento especializado en naturaleza</b> (Las instalaciones deben guardar armonía con el entorno, ofrecer una excelente vista del paisaje natural, tranquilidad y comodidad. En su servicio son flexibles y están articulados con los horarios de visita a los atractivos naturales, ofrecer espacios para higiene y limpieza de la indumentaria que lleva cada turista y que es requerida por su comodidad y seguridad, contar con un espacio para guardar equipaje si es necesario. Conocer las recomendaciones de los escenarios naturales para poder informar a sus huéspedes. Contar con elementos para la buena disposición de residuos generados por este perfil de cliente como botellas de plástico y residuos orgánicos como cáscaras y semillas de frutas. Informar si el agua del alojamiento es apta para el consumo humano, si no lo es, contar con opciones para poderla ofrecer. Base de datos de alojamientos con esas características y hoteles cerca a los atractivos naturales. |                |    |    | Prestador de servicios Turísticos, Sena, Alcaldía municipal, Secretaria de turismo Dptal, Cámara de Comercio, Ocensa                                    |
|                                                                                           | <b>Transporte Especial</b> (turismo) Debe cumplir con la normatividad emitida por el ministerio de transporte y el Mincit, contar con los permisos de movilidad en cada una de las vías que transitan, contar con las pólizas correspondientes para transporte de pasajeros, Responsabilidad Civil Contractual y Extracontractual. Contar con un protocolo ante emergencias, eventualidades y accidentes. Trabajar articuladamente con el guía de turismo. El conductor debe estar capacitado para prestar el servicio, saber de mecánica y primeros auxilios como primer respondiente.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                |    |    | Prestador de servicios Turísticos, Sena, Alcaldía municipal, Secretaria de turismo Dptal, Cámara de Comercio, Ocensa                                    |
|                                                                                           | <b>Establecimientos gastronómicos</b> deben prestar su servicio de acuerdo con el horario de visita de cada atractivo turístico, ser flexible en el horario de su servicio, evitar el uso de plásticos de un solo uso o que genere contaminación ambiental, contar con una carta amplia para este perfil de turista, comida vegetariana, comida vegana, comida rápida, comida típica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                |    |    | Prestador de servicios Turísticos, Secretaria de salud departamental, Sena, Alcaldía municipal, Secretaria de turismo Dptal, Cámara de Comercio, Ocensa |





|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |  |                                                                                                                    |
|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones Cumplimiento<br>Normatividad | <b>Guía de Turismo:</b> Para ofrecer su servicio es indispensable contar con RNT, base de datos de guías locales, vaquianos, guías de apoyo local, Conocer e investigar sobre las características del lugar donde ofrece su servicio. Diseñar guion interpretativo. Establecer recomendaciones para visitar al lugar. Conocer y/o establecer con la entidad correspondiente los protocolos de emergencia y seguridad de cada lugar. Identificar y/o establecer proceso para visitar cada sendero. Capacitación en primeros auxilios como primer respondiente. Contar con medios de comunicación necesarios para el recorrido y los puntos de señal del celular. Gestionar capacidad de carga. Fortalecer bilingüismo. Contar con los equipos necesarios para realizar la actividad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |  | Prestador de servicio turístico, Sena, Alcaldía municipal, Secretaria de turismo Dptal, Cámara de Comercio, Ocensa |
|                                          | <b>Agencia de Viajes:</b> Incluir en los paquetes turísticos las actividades que están autorizadas en los entornos naturales de cada uno de los municipios, establecer recomendaciones antes del recorrido e informar a los turistas, dar a conocer código de comportamiento, capacidad de carga, permisos e incluir servicios ofrecidos por la comunidad, participar de campañas ambientales en cada uno de los lugares donde ofrece el servicio, participar en la elaboración de los protocolos de seguridad y emergencia, participar de las actividades a realizar en el programa de adecuación y mantenimiento, propender por el cuidado de la señalización, adecuaciones y mobiliario de los senderos, informar a las entidades correspondientes algún hallazgo que atente por la seguridad del ecosistema, turistas y comunidad. Cada uno de los turistas como el guía de turismo debe contar con tarjeta de asistencia médica para la visita al lugar. Incluir un recordatorio con material permitido de la región en cada uno de los recorridos relacionado con la temática y como estrategia de apoyo a los artesanos y artistas del municipio. Incluir comunidad local dentro de los servicios. Establecer encuesta de satisfacción. |  |  | Prestador de servicio turístico, Sena, Alcaldía municipal, Secretaria de turismo Dptal, Cámara de Comercio, Ocensa |
|                                          | Fortalecer red de servicios: salud, financieros, seguridad y básicos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  | Gobernación, alcaldía municipal, secretaria de salud, ServiMarquez                                                 |
|                                          | Establecer Punto de Control Turístico en cada uno de los senderos y su sostenibilidad económica.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |  | Mincit, Minhacienda, Alcaldía municipal, Corpochivor                                                               |
|                                          | Establecer Capacidad de Carga Turística de cada sendero                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |  | Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal Alcaldía Municipal Corpochivor, Universidades                 |
|                                          | Diseñar ficha técnica de cada sendero                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  | Alcaldía municipal, Corpochivor, Administrador del sendero.                                                        |
|                                          | Gestionar Plan de Manejo Ambiental y Plan de Ordenamiento Ecoturístico en los corredores ambientales DRMI, PNR, PNM, RN, etc.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |  | Alcaldía Municipal Secretaria de Ambiente y Desarrollo Sostenible Dptal Corpochivor, Universidades                 |
|                                          | Diseñar plan de contingencias para emergencias, programa de mantenimiento y restauración y plan de monitoreo de impactos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  | Alcaldía Municipal, Corpochivor, Universidades UGRD, Bomberos, Defensa Civil, Policía                              |
|                                          | Establecer programa de manejo y campañas ambientales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |  | Alcaldía municipal, Corpochivor, Policía, Prestadores de servicios turísticos.                                     |
|                                          | Gestionar declaratorias ambientales pertinentes                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |  | Alcaldía municipal, Corpochivor, Administrador del sendero.                                                        |
|                                          | Establecer código de comportamiento y reglamento para los atractivos naturales, implementando buenas prácticas ambientales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |  | Alcaldía municipal, Corpochivor, Administrador del sendero.                                                        |



Tabla 79 Plan de Gestión y de trabajo SUBPRODUCTO: Agroturismo TEMÁTICA: Sabores

| Plan de Gestión y de trabajo SUBPRODUCTO: Agroturismo TEMÁTICA: Sabores |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                |    |    |                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PROGRAMA                                                                | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLES / ALIANZAS                                                                                                               |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | CP             | MP | LP |                                                                                                                                       |
| Condiciones Infraestructura                                             | Implementar señalización turística de cada uno de los espacios de la finca y/o cultivo, señalización de seguridad y emergencias, informativa y de orientación.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                |    |    | Dueño de la Finca, Corpochivor, Fondo Emprender, Alcaldía municipal, ICA, Ocesa Sistema Nacional de Regalías                          |
|                                                                         | Adecuación infraestructura agroturística (senderos, escaleras, iluminación, desinfección, corrales, puentes, barandas, espacios para descansar, para las degustaciones, para observar, para interactuar, acceso a los espacios, seguridad)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |    |    | Dueño de la finca, Min Agricultura, Fontur, Corpochivor, Fondo Emprender, Alcaldía municipal, ICA, Ocesa Sistema Nacional de regalías |
|                                                                         | Fortalecimiento de la malla vial de acceso a las fincas, granjas, huertas, cultivos.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                |    |    | Alcaldía municipal, Mintransporte, Minagricultura, Mincit, Invias, Ocesa, Sistema Nacional de regalías                                |
|                                                                         | Mejoramiento de los servicios de salud y básicos de cada municipio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                |    |    | Alcaldía Municipal, gobernación de Boyacá, secretaria de salud.                                                                       |
| Condiciones Servicio                                                    | <b>Alojamiento:</b> Realizar inventario de prestadores de servicios de alojamiento cerca de las fincas y con las características de este tipo de turismo. Adecuar alojamientos. Implementar Buenas prácticas sostenibles.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                |    |    | Prestador de servicio turístico, Alcaldía municipal, Corpochivor.                                                                     |
|                                                                         | <b>Establecimientos Gastronómicos:</b> adecuar en las fincas el servicio de gastronomía. realizar inventario de establecimientos gastronómicos cerca o que vendan los productos que han hecho parte de la actividad. establecer buenas prácticas de manufactura, Contar con carta amplia. descripción de cada plato resaltando sus ingredientes. Fortalecer los servicios y la calidad en los diferentes establecimientos gastronómicos de cada uno de los municipios, incluidas heladerías, panaderías, fritanguerías y plazas de mercado. Implementar Buenas prácticas sostenibles. |                |    |    | Prestador de servicio turístico, Alcaldía municipal, Corpochivor, secretaria de salud, secretaria de turismo departamental.           |
|                                                                         | <b>Transporte Especial:</b> Fortalecer la flota de vehículos, cumplimiento de la normatividad requerida por el ministerio de transporte y el Mincit.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                |    |    | Empresarios de transporte, Mintransporte, Alcaldía municipal.                                                                         |
|                                                                         | <b>Experiencia Agroturística:</b> Ficha de cada cultivo, ficha técnica de cada animal, guion de cada actividad y de la finca, personal cualificado, servicio al cliente, establecer alianzas para la operación, comercialización y promoción, establecer política de precios, reservas y cancelaciones.                                                                                                                                                                                                                                                                               |                |    |    | Dueño del predio, guía de turismo, Sena, Agencia de Viajes                                                                            |



|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |  |                                                                                    |
|---------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones Cumplimiento Normatividad | <b>Identificación de Aforo:</b> Cada uno de los espacios de la finca, granja y/o huerta debe tener especificado el aforo permitido, el tiempo que se requiere en cada uno y la movilidad del lugar para poder establecer el total de personas que pueden estar al mismo tiempo sin afectar el servicio y la calidad. |  |  |  | Dueño del predio, guía de turismo, Agencia de Viajes                               |
|                                       | <b>Implementación Buenas Prácticas Agropecuarias BPA</b> garantizar la inocuidad y la calidad de los productos agrícolas y de la experiencia agroturística                                                                                                                                                           |  |  |  | Dueño de predio, Corpochivor, secretaria de agricultura, Sena                      |
|                                       | <b>Gestión Plan de manejo ambiental de la finca</b> garantiza que todos los procesos directos e indirectos, no estén afectando el ambiente y nos ayuda a mejorar y controlar la actividad.                                                                                                                           |  |  |  | Alcaldía Municipal, Corpochivor, Sena, Universidades                               |
|                                       | <b>Implementación de un plan de monitoreo de impactos</b> que puede generar la actividad turística                                                                                                                                                                                                                   |  |  |  | Corpochivor, Alcaldía municipal, Universidades                                     |
|                                       | <b>Diseño e implementación protocolos de bioseguridad</b> informar al turista cuales son las medidas que se llevan a cabo para que cumpla con todos los requerimientos, se requiere contar con todos los insumos, las áreas señalizadas y protegidas.                                                                |  |  |  | Dueño de predios, alcaldía municipal, Sena, Corpochivor, secretaria de agricultura |
|                                       | <b>Gestión certificaciones</b> según la actividad para garantizar calidad y sostenibilidad de cada proceso.                                                                                                                                                                                                          |  |  |  | Alcaldía municipal, secretaria de agricultura, Corpochivor, Rape, Ocesa            |

Tabla 80 Plan de Gestión y de trabajo SUBPRODUCTO: Turismo Gastronómico TEMÁTICA: Sabores

| Plan de Gestión y de trabajo SUBPRODUCTO: Turismo Gastronómico TEMÁTICA: Sabores |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                |    |    |                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------------------------------------------------------------------------|
| PROGRAMA                                                                         | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLES / ALIANZAS                                                       |
|                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | CP             | MP | LP |                                                                               |
| Condiciones Infraestructura                                                      | Implementación señalización turística de cada uno de los espacios del taller / lugar donde se realizará la experiencia                                                                                                                                                                                     |                |    |    | Prestador de servicio, Corpochivor, Fondo emprender                           |
|                                                                                  | Adecuación del espacio para la experiencia (mesones, mesas, mobiliario, cocina, etc. y en especial seguridad para los que visitan y los que trabajan en el lugar, acceso a los espacios permitidos, parqueaderos)                                                                                          |                |    |    | Prestador de servicio, Corpochivor, Fondo emprender                           |
|                                                                                  | Mejoramiento de las vías de acceso al lugar, y de los lugares de donde provienen los insumos para la preparación de los platos.                                                                                                                                                                            |                |    |    | Mintransporte, Alcaldía Municipal                                             |
| Condiciones Servicio                                                             | <b>Alojamiento</b> El servicio debe ser de calidad, ya que las personas que buscan el tema gastronómico también buscan descanso y confort y las máximas condiciones de higiene y limpieza. Base de datos de alojamiento que cumplan con estas condiciones, implementación de buenas prácticas sostenibles. |                |    |    | Prestador de servicio, Corpochivor, Fondo emprender, Cámara de Comercio, Sena |



|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |  |                                                                                                       |
|---------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Condiciones<br>Cumplimiento<br>Normatividad | <b>Establecimientos gastronómicos</b> El servicio de alimentación debe ser coherente con los talleres que se están ofreciendo para no repetir o saturar al comensal, debe contar con productos de calidad, dar a conocer el plato, y que complemente o haga parte de la experiencia. implementación de buenas prácticas sostenibles. |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, Fondo emprender, Cámara de Comercio, Sena, Secretaria de salud    |
|                                             | <b>Agencias de viajes</b> Las experiencias gastronómicas debe contar con una ficha de la actividad, número de participantes, horarios, indumentaria requerida, descripción y costo unitario para poderlos incluir en los paquetes y rutas. Implementación de buenas prácticas sostenibles.                                           |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, Fondo emprender, Cámara de Comercio, Sena                         |
|                                             | <b>Guía de turismo / Cocinero / Sabedor</b> ficha técnica de la actividad y de la receta, guion de la actividad, Personal cualificado en la temática a desarrollar                                                                                                                                                                   |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, Fondo emprender, Cámara de Comercio, Sena                         |
|                                             | <b>Aforo</b> de cada uno de los espacios teniendo en cuenta la actividad a realizar, y el manejo del experto                                                                                                                                                                                                                         |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, CCT, Sena, Secretaria de Salud                                    |
|                                             | <b>Manipulación de alimentos</b> para cumplir con este requisito se debe implementar un kit de manipulación (gorro, guantes, delantal). Certificado de manipulación Tallerista                                                                                                                                                       |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, CCT, Sena, Secretaria de Salud                                    |
|                                             | Establecer e implementar plan de contingencia, botiquín                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |  |  | Prestador de servicio, Alcaldía municipal, Corpochivor, Cámara de Comercio, Sena, Secretaria de Salud |
|                                             | Solicitud de los permisos requeridos por la secretaria de salud                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, CCT, Sena, Secretaria de Salud                                    |
|                                             | Implementación de protocolos de bioseguridad                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |  |  | Prestador de servicio, Corpochivor, Cámara de Comercio, Sena, Secretaria de Salud                     |
|                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |  |  |                                                                                                       |

### 5.3. Plan de Acción Producto Turístico

De acuerdo con la metodología para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial: el proceso de desarrollo turístico territorial hace referencia al conjunto de actividades a través de las cuales un destino garantiza la correcta planificación y gestión del territorio, con el fin de prevenir y mitigar los impactos que afecten su desarrollo sostenible. Este proceso debe vincular actores públicos y privados en diferentes escalas y niveles, propiciando la participación de todos los involucrados y la toma de decisiones conjunta para el fortalecimiento de su competitividad turística, dando cumplimiento a las metas y objetivos sectoriales propuestos por el territorio y en coherencia con la realidad del destino.

Debido a la complejidad del sector y entendiendo la importancia de lograr su desarrollo bajo principios de sostenibilidad que permitan la consolidación y comercialización de destinos integrales, el Viceministerio de Turismo, a través del equipo de la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo, pone a disposición de las entidades territoriales de los municipios de Colombia la primera metodología y herramienta tecnológica para la definición del nivel de desarrollo turístico territorial, a través de la cual los 1.103 distritos y municipios del país podrán realizar un ejercicio de autoevaluación a través del cual serán analizados 80 indicadores asociados a 14 ejes de oferta y demanda.

Oferta: (1) Gestión de destinos, (2) Sostenibilidad, (3) Infraestructura, (4) Planta turística, (5) Formación y capacitación, (6) Producto turístico y (7) Promoción y comercialización.

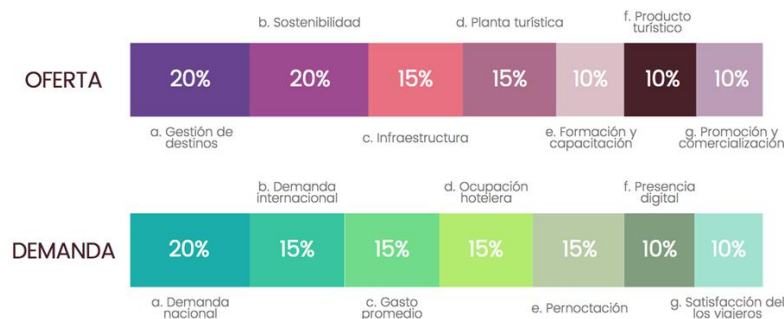


DEMANDA: (1) Demanda nacional, (2) Demanda internacional, (3) Gasto promedio, (4) Ocupación hotelera, (5) Promedio de pernoctación, (6) Presencia digital, (7) Satisfacción de los viajeros.

Para cada uno de los indicadores fueron definidas puntuaciones entre 0 y 10, a través de las cuales se garantiza el cumplimiento efectivo de los criterios. De esta forma, cada entidad territorial tendrá la posibilidad de seleccionar el criterio que se adapte a su realidad, obteniendo un puntaje para cada eje según el porcentaje de relevancia asignado en el proceso de desarrollo turístico territorial en materia de oferta y demanda.

Una vez el aplicativo realice la sistematización de las puntuaciones según los porcentajes asignados, este realizará la sumatoria de los resultados en términos oferta y demanda, obteniendo en total dos puntajes que se cruzarán en la siguiente matriz:

El peso porcentual de cada eje fue asignado de la siguiente forma:



A continuación, con el propósito de dar una explicación general de la clasificación resultante, se presentan las definiciones de cada una.

**INCIPIENTE** El destino carece o presenta importantes debilidades en elementos asociados a la oferta del destino, tampoco cuenta con flujos turísticos relevantes; sin embargo, quienes visitan el territorio pueden verse interesados por recursos poco saturados y la autenticidad de las manifestaciones patrimoniales. Es probable que la planta turística sea muy limitada o inexistente y no sea posible garantizar altos estándares de calidad.

**EXPLORACIÓN** El destino presenta importantes debilidades en elementos asociados a la oferta del destino; sin embargo, cuenta con algunos flujos turísticos que han adquirido relevancia con el paso del tiempo que se encuentran interesados en atractivos poco intervenidos (probablemente garantizan un viaje económico para el visitante). La planta turística es limitada y es probable que tenga un desarrollo desorganizado o informal.

**POTENCIAL** El destino cuenta con importantes flujos turísticos de carácter nacional e internacional que se encuentran interesados en atractivos muy populares y poco intervenidos. La planta turística es limitada y es probable que tenga un desarrollo intuitivo, pero desorganizado o informal. La fuerza laboral destinada para atender la demanda presentará debilidades en la prestación del servicio por carencia de formación e incluso, debido a la alta afluencia de visitantes, es probable que se dé la llegada de actores externos al municipio para suplir algunas necesidades. La planta turística es insuficiente y con importantes debilidades en materia de calidad.





**INTRODUCCIÓN** El destino cuenta con una oferta turística que avanza en el proceso de gestión de destino a través de la articulación con los actores del sector; quienes entienden el potencial del destino y se han preparado para habilitar la llegada ordenada de turistas. Es posible identificar iniciativas de base comunitaria que se encuentran interesadas en poner en valor el patrimonio natural y cultural del destino. Cuenta con escasos flujos turísticos que pueden no encontrar interés en el destino debido a dificultades de acceso o seguridad. La planta turística puede ser aún insuficiente y no contar con criterios de formalización o calidad. El destino se encuentra priorizando inversiones en infraestructura que fortalezcan la calidad de la experiencia turística.

**CRECIMIENTO** El flujo de turistas ha incrementado con el tiempo gracias a los esfuerzos del destino por fortalecer los componentes que

integran su oferta turística e inversiones en promoción. La planta turística se encuentra en proceso de formalización e implementación de criterios de calidad que le permitan atraer visitantes de nuevos perfiles. Empresarios encuentran en el destino la posibilidad de realizar inversiones y beneficiarse económicamente. Las comunidades locales y sus iniciativas perciben los beneficios de la llegada de un mayor número de turistas y reconocen la importancia de contar con fuerza laboral que tenga la capacidad de atender nuevos perfiles de visitantes.

**DESARROLLO** El destino cuenta con una oferta turística en proceso de fortalecimiento o estancada. Los actores involucrados en el desarrollo de la actividad reconocen el potencial del destino y comprenden la importancia de mejorar para ofrecer una experiencia ordenada y de calidad. Cuenta con importantes flujos turísticos de carácter nacional e internacional, que pueden visitar estos destinos por considerarse "puntos de encuentro o de partida" hacia otros destinos, sin embargo, su oferta no satisface algunas de las motivaciones de los turistas. Algunos de los destinos clasificados en esta categoría pueden estar pasando por una etapa de saturación que afecta su organización y avance; la actividad turística puede estar generando efectos negativos en la sostenibilidad del destino.

**RENOVACIÓN** El destino cuenta con un buen desarrollo de los criterios que integran la oferta turística. La planta turística es variada y tiene la capacidad para atender a un importante número de personas. Cuenta con fuerza laboral capacitada para recibir turistas nacionales e internacionales y condiciones de infraestructura óptimas. Es probable que los flujos turísticos hayan disminuido (perdido interés en el destino) y la dinámica turística se haya desacelerado. Por otra parte, puede que, a pesar del trabajo sobre el eje de oferta, estos esfuerzos se hayan dirigido de forma equivocada hacia productos, campañas de promoción u otras acciones que no atienden a los flujos reales del destino.



**REORIENTACIÓN** La oferta turística del destino se encuentra en un buen nivel de desarrollo, sin embargo, la llegada de visitantes se encuentra estancada y los esfuerzos para atraer nuevos turistas no tienen una respuesta extraordinaria. El destino se ve afectado por los impactos de la actividad y puede darse un fenómeno de sobreoferta, por lo que puede tener problemas para alcanzar altos niveles de ocupación, afectando el ingreso de los inversionistas.

**CONSOLIDACIÓN** El destino cuenta con niveles destacados en el desarrollo de la oferta y recibe un importante número de turistas nacionales e internacionales que se mantiene en el tiempo. El destino identifica afectaciones por uso sobre las infraestructuras y planta turística, así como impactos que pueden perjudicar la sostenibilidad del destino (mayor número de turistas frente al número de residentes, impactos en la disponibilidad de servicios básicos, contaminación, daño del patrimonio, inseguridad, aculturación, delitos, entre otros). Por lo general, un importante porcentaje del destino recibe ingresos y se beneficia casi exclusivamente del turismo. Pueden presentarse escenarios de rechazo a la actividad turística, razón por la cual la gestión distrital o municipal tendrá que orientar sus esfuerzos hacia el equilibrio entre la actividad y el bienestar de las comunidades de destino.

La provincia Márquez de acuerdo con estas definiciones y por la información analizada en la ejecución del proyecto “*Diseño Producto Turístico*”, podría mencionar que el desarrollo turístico territorial está en etapa INTRODUCCIÓN gracias a los esfuerzos de prestadores de servicios turísticos, de las acciones realizadas durante los últimos años el consejo provincial de turismo y de las entidades que hacen presencia en el territorio, aunque muchas de esas acciones se han trabajado de manera desarticulada o no se han hecho visibles desde la actividad turística.

El Proyecto “*Diseño de Producto turístico*” ha analizado desde diferentes frentes la situación actual de la actividad turística de la

provincia lo cual permite generar un documento preliminar de acciones a corto plazo (1 año) que deben ser implementadas para que el producto turístico identificado y sus subproductos tengan impacto real, ya que la dinámica de un territorio y de la misma actividad turística puede cambiar rápidamente y los estudios realizados se pueden volver obsoletos. También se encuentran actividades para realizar a mediano plazo (4 años) y a largo plazo (8 años).

El plan de acción estará liderado por el Comité Local de Gestión – CLG, conformado por actores del territorio o que hacen presencia en él, tanto públicos como privados, que se unen para gestionar la implementación del producto turístico ***Paisaje Cultural Campesino Boyacense***.

Estas acciones están encaminadas en fortalecer el producto turístico identificado para la provincia Márquez ***Paisaje Cultural Campesino Boyacense*** y sus subproductos Turismo Cultural, Turismo de Naturaleza, Agroturismo y Turismo Gastronómico los cuales están organizados en tres temáticas:

- Pueblos
- Caminos y Senderos
- Sabores

La propuesta de estas acciones se socializó con el Comité Local de Gestión, y en especial para iniciar una estructuración conjunta del plan, el cual será validado y aprobado por el CLG y Fontur, se establece un cronograma de trabajo con el fin de realizar seguimiento a cada una de las actividades propuestas.

Los documentos insumo para la estructuración del plan de acción son:

- Inventario de atractivos turísticos de cada municipio
- Análisis del mercado turístico
- Diagnóstico y análisis contexto general
- Perfil del visitante



- Análisis DOFA
- Evaluación de sostenibilidad y necesidades de mejora
- Lineamientos de sostenibilidad
- Informe conceptualización producto turístico
- Recomendaciones para el producto turístico identificado, subproductos y prestadores de servicios turísticos.
- Identificación de actores
- Rutas turísticas identificadas y validadas
- Matriz de producto turístico: condiciones de infraestructura, servicios y cumplimiento de normatividad.
- Necesidades de intervención
- Guiones Temáticos
- Manual de operación de las rutas turísticas
- Manual de Bioseguridad
- La Marca diseñada

Teniendo en cuenta que el producto turístico hace parte de uno de los 7 ejes de oferta que se analizan para determinar el desarrollo turístico

de un territorio y que por porcentaje aporta un solo 10%, pero que para su éxito depende también del desarrollo de los otros ejes tanto de oferta y demanda, plantea las siguientes acciones:

El plan de acción está organizado en cuatro líneas estratégicas, 21 programas y cada uno con sus diferentes acciones:

1. Implementación PCCB
2. Prestadores de servicios turísticos (facilidades turísticas) Promoción y divulgación
3. Promoción y divulgación
4. Articulación de entidades públicas, privadas y mixtas

A continuación, se presenta el plan de acción propuesto y que de acuerdo con la dinámica de trabajo del comité local de gestión y la articulación con el nuevo plan sectorial de turismo nacional puede tener modificaciones.

Gráfico Líneas Estratégicas Plan de Acción PCCB





Tabla 81 Plan de Acción – Línea Estratégica Implementación PCCB

| LÍNEA ESTRATÉGICA 1: IMPLEMENTACIÓN PAISAJE CULTURAL CAMPESINO BOYACENSE |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                |    |    |             |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
| PROGRAMA                                                                 | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                       | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   | CP             | MP | LP |             |
| Articulación regional de las rutas turísticas                            | Programar reuniones Comité Gestión Local                                                                                                                                                                                                                                          |                |    |    |             |
|                                                                          | Organizar grupos de trabajo de acuerdo con las líneas estratégicas del plan de acción y/o subproductos turísticos (temáticas PCCB)                                                                                                                                                |                |    |    |             |
|                                                                          | Gestionar e Implementar el plan de gestión y de trabajo para el producto turístico (Temáticas)                                                                                                                                                                                    |                |    |    |             |
|                                                                          | Analizar fuentes de financiación y socializar el PCCB y establecer intención de inversión de acuerdo con su objeto (figura jurídica del CLG)                                                                                                                                      |                |    |    |             |
|                                                                          | Diseñar e Implementar el plan de operación para el producto turístico                                                                                                                                                                                                             |                |    |    |             |
|                                                                          | Implementar programa de fortalecimiento y actualización prestadores de servicios                                                                                                                                                                                                  |                |    |    |             |
|                                                                          | Fortalecer cada uno de los subproductos (temáticas) del PCCB                                                                                                                                                                                                                      |                |    |    |             |
|                                                                          | Desarrollar medios promocionales del territorio aplicando la variedad de marca                                                                                                                                                                                                    |                |    |    |             |
|                                                                          | Apoyar a la entidad y/o administrador del atractivo turístico la elaboración del reglamento – socializarlo                                                                                                                                                                        |                |    |    |             |
|                                                                          | Establecer alianzas o documentos con las autoridades religiosas, municipales y ambientales para garantizar el acceso de turistas a los atractivos culturales, religiosos y naturales ofertados en el producto turístico en el momento requerido según itinerario y plan de viaje. |                |    |    |             |
|                                                                          | Establecer alianzas comerciales entre Prestadores de servicios turísticos provincia Márquez                                                                                                                                                                                       |                |    |    |             |
|                                                                          | Programar viajes de familiarización entre los prestadores de servicios para el reconocimiento de servicios y actividades turísticas involucradas en las rutas                                                                                                                     |                |    |    |             |
|                                                                          | Hacer lanzamiento en medios de comunicación del PCCB de manera integrada,                                                                                                                                                                                                         |                |    |    |             |
|                                                                          | Actualizar el portafolio de rutas turísticas del Paisaje Cultural Campesino Boyacense, producto entregado por el proyecto                                                                                                                                                         |                |    |    |             |
|                                                                          | Acompañar a la policía nacional y de turismo en el diseño y/o actualización del plan de seguridad turístico para la provincia Márquez                                                                                                                                             |                |    |    |             |
| Fortalecimiento Subproductos PCCB                                        | Se cambia por Gestionar programas de investigación y conservación del patrimonio cultural en especial zonas urbanas                                                                                                                                                               |                |    |    |             |
|                                                                          | Gestionar recursos económicos y humanos para ser invertidos en la conservación del patrimonio cultural – prioritario                                                                                                                                                              |                |    |    |             |



### LÍNEA ESTRATÉGICA 1: IMPLEMENTACIÓN PAISAJE CULTURAL CAMPEÑO BOYACENSE

| PROGRAMA                                                          | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | CP             | MP | LP |             |
|                                                                   | Adelantar programas de identidad y sentido de pertenencia dirigidos a la población local en cada municipio determinando los valores propios y diferenciados de cada producto                                                                                                                                            |                |    |    |             |
|                                                                   | Desarrollar programa de formación y actualización en fortalecimiento empresarial para cada uno de los prestadores de servicios turísticos y experiencias                                                                                                                                                                |                |    |    |             |
|                                                                   | Actualizar Matriz de Validación Producto turístico para cada uno de los atractivos y experiencias priorizadas y las potenciales                                                                                                                                                                                         |                |    |    |             |
|                                                                   | Consolidar la agenda de eventos culturales, deportivos y religiosos representativos de los municipios en una agenda regional de eventos                                                                                                                                                                                 |                |    |    |             |
|                                                                   | Mejorar escenarios e infraestructura para la realización de los eventos                                                                                                                                                                                                                                                 |                |    |    |             |
|                                                                   | Vinculación de Centros de investigación, para fortalecer el tema de turismo cultural                                                                                                                                                                                                                                    |                |    |    |             |
|                                                                   | Revisar y socializar protocolos de seguridad para eventos masivos en coordinación con los organismos competentes                                                                                                                                                                                                        |                |    |    |             |
|                                                                   | Formar el talento humano en las localidades para la gestión y desarrollo de eventos y la prestación de servicios turísticos                                                                                                                                                                                             |                |    |    |             |
|                                                                   | Gestionar el diseño de senderos interpretativos en zonas con valor ambiental donde el uso del suelo con fines turísticos es permitido                                                                                                                                                                                   |                |    |    |             |
|                                                                   | Implementar y fortalecer la estrategia de semaforización de restaurantes en la provincia - articulación con la secretaria de salud departamental                                                                                                                                                                        |                |    |    |             |
|                                                                   | Promover la producción orgánica o limpia en los municipios al igual que los sistemas de compra local y regional. (Mercados verdes) para la generación de emprendimientos de producción ganadera, láctea, agrícola, especies menores, artesanías, agroindustria, que generen empleo local y la promoción del autoconsumo |                |    |    |             |
|                                                                   | Gestionar la Implementación de infraestructura para personas con movilidad reducida, personas sordas, personas ciegas, personas mudas, adulto mayor, etc. En los centros urbanos.                                                                                                                                       |                |    |    |             |
|                                                                   | Gestión para el fortalecimiento del sector productivo como primer renglón de la economía de cada municipio.                                                                                                                                                                                                             |                |    |    |             |
| Fomento de la investigación y conservación de patrimonio rupestre | Gestionar con entidades competentes estudios técnicos y científicos sobre arte rupestre que permitan mayores niveles de empoderamiento comunitario.                                                                                                                                                                     |                |    |    |             |
|                                                                   | Gestión Plan de Manejo Arqueológico para cada municipio que cuente con este arte.                                                                                                                                                                                                                                       |                |    |    |             |
|                                                                   | Adoptar medidas de protección preventivas en los escenarios con arte rupestre                                                                                                                                                                                                                                           |                |    |    |             |





| LÍNEA ESTRATÉGICA 1: IMPLEMENTACIÓN PAISAJE CULTURAL CAMPEÑO BOYACENSE |                                                                                                                                                                                                                                              |                |    |    |             |
|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
| PROGRAMA                                                               | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                  | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                              | CP             | MP | LP |             |
|                                                                        | Diseño de rutas turísticas e interpretativas especializadas en arte rupestre                                                                                                                                                                 |                |    |    |             |
|                                                                        | Implementar emprendimientos culturales de acuerdo con la oferta y rutas especializadas de arte rupestre.                                                                                                                                     |                |    |    |             |
|                                                                        | Actualización a informadores y guías sobre políticas y zonas de protección                                                                                                                                                                   |                |    |    |             |
| Fortalecimiento producto Turismo de Aventura                           | Fortalecer el bici turismo                                                                                                                                                                                                                   |                |    |    |             |
| Observatorio analítico del PCC                                         | Establecer indicadores medibles indicadores, medibles de impacto, eficacia, identificación de necesidades y mejora                                                                                                                           |                |    |    |             |
|                                                                        | Realizar estudios técnicos para la declaratoria de Paisaje Cultural según normatividad                                                                                                                                                       |                |    |    |             |
|                                                                        | Retroalimentación de las acciones realizadas a la cadena de valor del sector turismo a prestadores de servicios turísticos, consejo provincial de turismo de Márquez y el Consejo departamental de turismo y los espacios que se consideren. |                |    |    |             |
|                                                                        | Gestión y actualización del PCC (gestión para su operatividad y posicionamiento y actualización para mantener líneas pertinentes con el contexto y dinámicas del territorio).                                                                |                |    |    |             |

Tabla 82 línea estratégica 2: prestadores de servicios turísticos

| LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS (FACILIDADES TURÍSTICAS) |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                |    |    |             |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
| PROGRAMA                                                                          | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                               | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                           | CP             | MP | LP |             |
| Gestión de la calidad en establecimientos turísticos                              | Elaboración e implementación de planes de mejoramiento para cada tipo prestador de servicios turístico a partir de las normas técnicas sectoriales colombianas (NTSH, USNA, BPM, AV; GT, NTS- TS) con miras a la implementación de procesos productivos y administrativos más eficientes. |                |    |    |             |
|                                                                                   | Acompañar a los prestadores de servicios turísticos la implementación del Sistema de Gestión de Sostenibilidad                                                                                                                                                                            |                |    |    |             |



## LÍNEA ESTRATÉGICA 2: PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS (FACILIDADES TURÍSTICAS)

| PROGRAMA                                                                                                         | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
|                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | CP             | MP | LP |             |
|                                                                                                                  | Impulsar y gestionar certificaciones de calidad y sostenibilidad turística en las empresas y destinos (alojamiento, animación, gastronomía, transporte, y operadoras turísticas) mediante convenios de asociación.                                                                                               |                |    |    |             |
|                                                                                                                  | Fomentar el diseño e implementación del Plan estratégico Comercial - PEC de cada prestador de servicio turístico                                                                                                                                                                                                 |                |    |    |             |
|                                                                                                                  | Fomentar la implementación del SG SST a prestadores de servicios turísticos y demás sectores                                                                                                                                                                                                                     |                |    |    |             |
| Gestión de talento humano                                                                                        | Elaborar e implementar un plan de formación, incluyendo NCL, para los prestadores de servicio de gastronomía, alojamiento, agencias de viajes, guías de turismo, bilingüismo, transporte turístico y demás actividades turísticas con personal idóneo, que respondan a las necesidades reales de los municipios. |                |    |    |             |
| Gestión de recursos económicos para el mejoramiento de la competitividad en la prestación del servicio turístico | Información de créditos, estrategias de ahorro, banco de proyectos a través de las diferentes líneas de financiación, asesoría y capacitación                                                                                                                                                                    |                |    |    |             |
|                                                                                                                  | Analizar y Gestionar recursos de cooperación internacional para la implementación y fortalecimiento del PCCB, prestadores de servicios turísticos y culturales                                                                                                                                                   |                |    |    |             |
| Integración de la cadena de valor turística                                                                      | Desarrollar mecanismos de Comunicación Interna entre todos prestadores de servicios turísticos y demás actores del turismo.                                                                                                                                                                                      |                |    |    |             |
|                                                                                                                  | Establecer condiciones para el uso de la marca del PCCB de parte de los prestadores de servicios turísticos                                                                                                                                                                                                      |                |    |    |             |
|                                                                                                                  | Articulación de acciones con proveedores regionales y municipales                                                                                                                                                                                                                                                |                |    |    |             |



Tabla 83 línea estratégica 3: promoción y divulgación

| LÍNEA ESTRATÉGICA 3: PROMOCIÓN Y DIVULGACIÓN                                                      |                                                                                                                                                                          |                |    |    |             |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
| Tabla Plan de Acción – Línea Estratégica Promoción y Divulgación                                  | TIVIDADES                                                                                                                                                                | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|                                                                                                   |                                                                                                                                                                          | CP             | MP | LP |             |
| Determinar perfiles de demanda del PCCB y de los subproductos (temáticas)                         | Adelantar y/o analizar estudios de perfil de demanda generados por las diferentes entidades.                                                                             |                |    |    |             |
|                                                                                                   | Analizar el perfil de demanda turística para el segmento personas con discapacidad – PcD                                                                                 |                |    |    |             |
| Diseñar e implementar el plan estratégico de la marca diseñada                                    | Promoción, posicionamiento y vinculación de la marca en todos los procesos turísticos de la provincia                                                                    |                |    |    |             |
|                                                                                                   | Establecer criterios de uso de la marca por parte de los prestadores de servicios turísticos y demás actores.                                                            |                |    |    |             |
|                                                                                                   | Plan de vinculación de aliados estratégicos (co -financiadores) para el sostenimiento y gestión de la marca.                                                             |                |    |    |             |
|                                                                                                   | Creación del plan de medios, redes sociales, plan de marketing                                                                                                           |                |    |    |             |
| Articulación de las campañas de promoción del producto turístico con las campañas departamentales | Gestionar la inclusión del PCCB con las campañas de promoción departamentales y nacionales, para mayor facilidad de inserción en el mercado nacional e internacional.    |                |    |    |             |
| Estrategia de apropiación y comunicación del producto turístico PCC                               | Implementar campañas de apropiación y comunicación del PCCB en colegios, prestadores de servicios turísticos, organizaciones, comercio, entidades y comunidad en general |                |    |    |             |
|                                                                                                   | Capacitación en marketing digital para prestadores de servicios turísticos                                                                                               |                |    |    |             |



Tabla 84 Plan de Acción – Línea Estratégica Articulación de entidades públicas, privadas y mixtas

| LÍNEA ESTRATÉGICA 4: ARTICULACIÓN DE ENTIDADES PÚBLICAS, PRIVADAS Y MIXTAS                           |                                                                                                                                                                                           |                |    |    |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----|----|-------------|
| PROGRAMA                                                                                             | ACTIVIDADES                                                                                                                                                                               | TIEMPO - PLAZO |    |    | RESPONSABLE |
|                                                                                                      |                                                                                                                                                                                           | CP             | MP | LP |             |
| Gestionar recursos económicos para la implementación del PCCB y sostenibilidad del comité            | Establecer los reglamentos de uso de los recursos gestionados, articulados con el plan de desarrollo nacional, departamental y municipales y la matriz de competitividad del departamento |                |    |    |             |
|                                                                                                      | Gestionar la implementación de puntos de información turística con accesibilidad en horarios permanentes en cada uno de los municipios de la provincia Márquez                            |                |    |    |             |
| Diseñar e Implementar un plan estratégico de seguridad turística                                     | Desarrollar el protocolo de seguridad turística en materia de comunicaciones que incluya información al turista y redes de comunicación para la atención inmediata de eventos emergentes. |                |    |    |             |
| Implementar de manera obligatoria programas de formación en gestión pública del turismo              | Diseñar programa de formación turística y gestión pública del turismo a partir de un diagnóstico de perfil de empleados públicos que laboran en las alcaldías en temas de turismo.        |                |    |    |             |
| Fomento de la calidad de los servicios básicos                                                       | Realizar seguimiento a la calidad de los servicios básicos (agua, fluido eléctrico, gas, internet) en la provincia Márquez                                                                |                |    |    |             |
| Implementar programas de embellecimiento, ornato y cultura turística en los municipios               | Concursos, campañas o políticas locales que propendan por el mejoramiento de la cultura turística                                                                                         |                |    |    |             |
| Ampliar la oferta de servicios bancarios en los municipios                                           | Gestionar la inclusión de corresponsales no bancarios, casas de cambio, cajeros, datafonos en los municipios                                                                              |                |    |    |             |
| Implementación de un programa de mantenimiento de infraestructura básica terrestre de los municipios | Realizar seguimiento a los planes de mantenimiento de las vías municipales e Inter veredales para el ingreso a los atractivos turísticos de cada municipio.                               |                |    |    |             |
|                                                                                                      | Seguimiento de los planes de mantenimiento de la infraestructura vial de los municipios                                                                                                   |                |    |    |             |
|                                                                                                      | Promover el establecimiento de las zonas de parqueo y su uso adecuado en los centros urbanos del municipio                                                                                |                |    |    |             |
|                                                                                                      | Desarrollo de un estudio para señalización turística local y regional                                                                                                                     |                |    |    |             |
|                                                                                                      | Habilitación y Acondicionamiento de la señalización vial y turística, a partir de criterios de movilidad vial y turística en cada municipio.                                              |                |    |    |             |
| Banco de proyectos                                                                                   | Establecer un banco de proyectos para el PCCB y los subproductos de acuerdo con el objeto de cada una de las posibles fuentes de financiación y fechas de convocatorias                   |                |    |    |             |
|                                                                                                      | Capacitación en elaboración y gestión de proyectos a los integrantes del Comité Local de Gestión y personas interesadas                                                                   |                |    |    |             |

#### 5.4. Validación Plan de Trabajo y Plan de Acción

El plan de trabajo y plan de acción se validó con los integrantes del Comité Local para la Gestión del producto turístico **Paisaje Cultural Campesino Boyacense** y con Carlos David García Estefan representante de Fontur, a través de 2 talleres virtuales y un formulario Google Doc.

Tabla 85 Integrantes CLG, reunión 2

| Integrantes del Comité Local de Gestión |                                               |                   |                                |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------|-------------------|--------------------------------|
| Sector Público                          |                                               |                   |                                |
|                                         | Entidad                                       | Municipio         | Representante                  |
| 1                                       | Alcaldía Municipal                            | Ramiriquí         | Pedro Pablo Bejarano López     |
| 2                                       | Alcaldía Municipal                            | Jenesano          | Olga Lucia Cruz                |
| 3                                       | Alcaldía Municipal                            | Boyacá            | Sandra Viviana Quintero Romero |
| 4                                       | Consejo provincial de turismo                 | Provincia Márquez | María Isabel Lanza             |
| Sector Privado                          |                                               |                   |                                |
|                                         | Prestadores de servicios Turísticos           | Municipio         | Representante                  |
| 5                                       | Vittorio Hotel                                | Jenesano          | Yelitza Torres Cruz            |
| 6                                       | AV Traveling Feeling viajes y turismo         | Turmequé          | Héctor Ignacio Díaz Contreras  |
| 7                                       | AV Artisen                                    | Nuevo Colón       | Myriam Rincón Mendoza          |
| 8                                       | AV Muyscubun Tours                            | Jenesano          | Ismael Humberto Rincón Rosas   |
| 9                                       | Guía de Turismo                               | Tibaná            | Edgar Bautista Cotte           |
| 10                                      | Guía de Turismo                               | Ciénega           | Angie Paola Plazas Parada      |
|                                         | Otro Servicio                                 | Municipio         | Representante                  |
| 11                                      | Cultiva Territorio                            | Ramiriquí         | Carol Andrea Ruiz Barajas      |
| 12                                      | RTV Boyacá, Canal De Televisión por Internet  | Ramiriquí         | William Fernando Parra Galindo |
| 13                                      | Profesional experta en gobernanza del turismo |                   | Melba Ligia Ortiz Pulido       |

#### Taller N° 1 diciembre 15 de 2022

Plan de Trabajo y de acción con los integrantes del CLG  
Virtual  
Hora: 5:00 pm

#### Número de asistentes: 11

- |                           |                    |
|---------------------------|--------------------|
| 1. Angie Plazas           | 7. Melba Ortiz     |
| 2. María Isabel Lanza     | 8. Sandra Quintero |
| 3. Héctor Ignacio Díaz    | 9. William Parra   |
| 4. Edgar Bautista         | 10. Yelitza Torres |
| 5. Pedro Pablo Bejarano   | 11. Carol Ruiz     |
| 6. Ismael Humberto Rincón |                    |



No asisten:

12. Myriam Rincón

13. Alcaldía de Jenesano

The screenshot shows a Zoom meeting in progress. The main window displays a Google Docs document titled 'PLAN DE ACCIÓN PRODUCTO TURÍSTICO PROVINCIA MÁRQUEZ'. The document is a table with columns for 'LINEA ESTRATÉGICA', 'PROGRAMA', 'ACTIVIDADES', 'RESPONSABLE', and 'FECHA'. The table is partially filled with data. The meeting interface shows a grid of participants' video feeds and a list of names on the right side. The names listed are: Jose David Aparicio (Tu), Consejo de Turismo Provin..., Cristina Diaz, Cultiva Territorio, Auditor de la reunión, Edgar Bautista, Esperanza Ruge, Hector Ignacio Diaz Contr..., Melba Ortiz, Sandra Quintero, William Parra, and YELITZA JEANNETTE TORR...

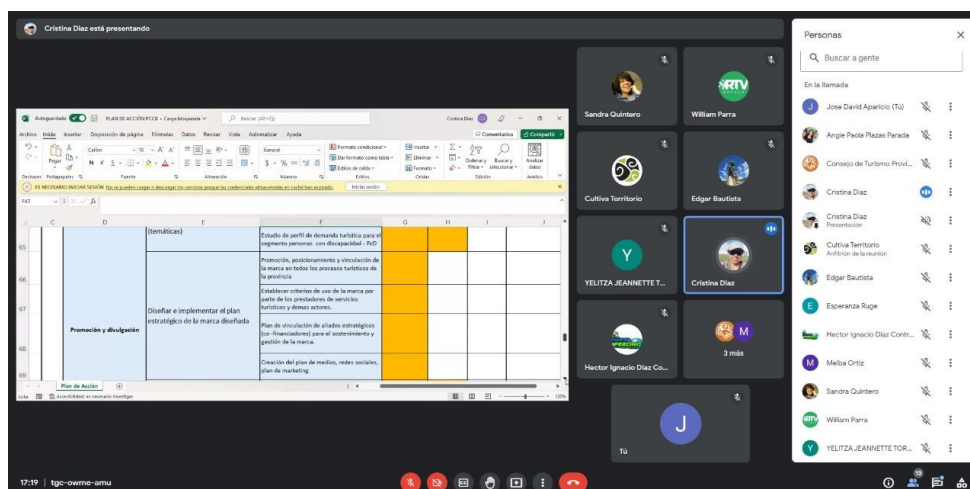
Se dio a conocer a los integrantes del CLG el plan de trabajo por cada uno de los subproductos organizado en las temáticas que conforman el producto turístico provincia Márquez, se compartió también en el grupo whatsapp del CLG, cada plan está distribuido en componentes de Infraestructura, Servicios y Cumplimiento de Normatividad.

Temáticas:

- Pueblos: Turismo Cultural
- Caminos y Senderos: Turismo de Naturaleza
- Sabores: Gastronomía
- Sabores: Agroturismo

The screenshot shows a Zoom meeting in progress. The main window displays a Google Docs document titled 'PLAN DE ACCIÓN PRODUCTO TURÍSTICO PROVINCIA MÁRQUEZ'. The document is a table with columns for 'LINEA ESTRATÉGICA', 'PROGRAMA', 'ACTIVIDADES', 'RESPONSABLE', and 'FECHA'. The table is partially filled with data. The meeting interface shows a grid of participants' video feeds and a list of names on the right side. The names listed are: Jose David Aparicio (Tu), Angie Paola Paez Parada, Cristina Diaz, Cultiva Territorio, Auditor de la reunión, Edgar Bautista, Esperanza Ruge, Hector Ignacio Diaz Contr..., Irmair Humberto Rincón..., Melba Ortiz, Sandra Quintero, William Parra, and YELITZA JEANNETTE TORR...

También se socializó el Plan de Acción del Producto Turístico Márquez organizado en 4 líneas estratégicas, cada una con sus respectivos programas, actividades y cronograma.

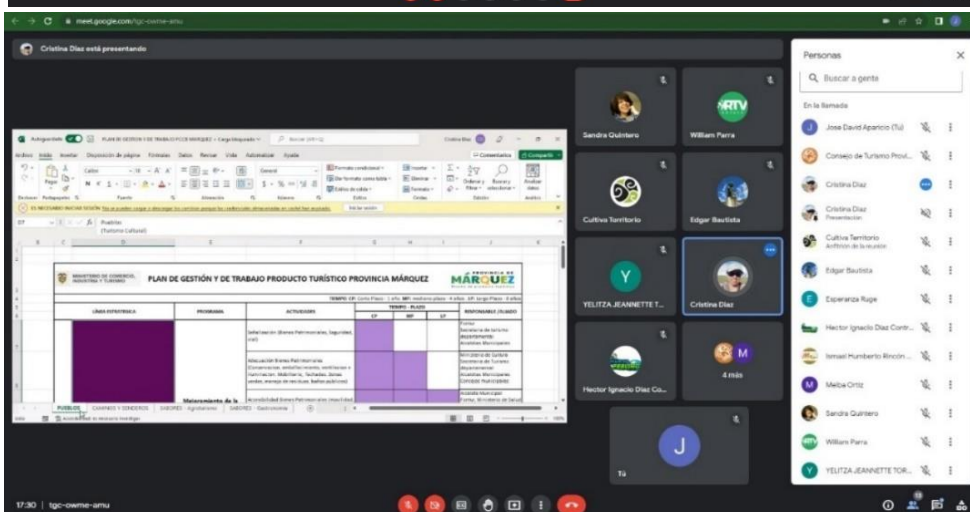


**Plan de Acción**

| Línea Estratégica       | Programa                                                       | Actividad                                                                                                    | Cronograma |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Promoción y divulgación | Diseñar e implementar el plan estratégico de la marca diseñada | Elaborar perfil de demanda turística para el segmento personas con discapacidad (PDS)                        |            |
|                         |                                                                | Promoción, posicionamiento y vinculación de la marca en todos los procesos turísticos de la provincia        |            |
|                         |                                                                | Establecer criterios de uso de la marca por parte de los proveedores de servicios turísticos y demás actores |            |
|                         |                                                                | Plan de vinculación de aliados estratégicos (no financieros) para el sostenimiento y gestión de la marca     |            |
|                         |                                                                | Creación del plan de medios, redes sociales, plan de marketing                                               |            |

**Personas**

- En la llamada
- Jose David Aparicio (TU)
- Angie Paola Rivas Parada
- Consejo de Turismo Prov...
- Cristina Diaz
- Cristina Diaz Presentación
- Cultiva Territorio
- Edger Bautista
- Edger Bautista
- Esperanza Ruge
- Hector Ignacio Diaz Contr...
- Melisa Ortiz
- Sandra Quintero
- William Parra
- YELITZA JEANNETTE TOR...

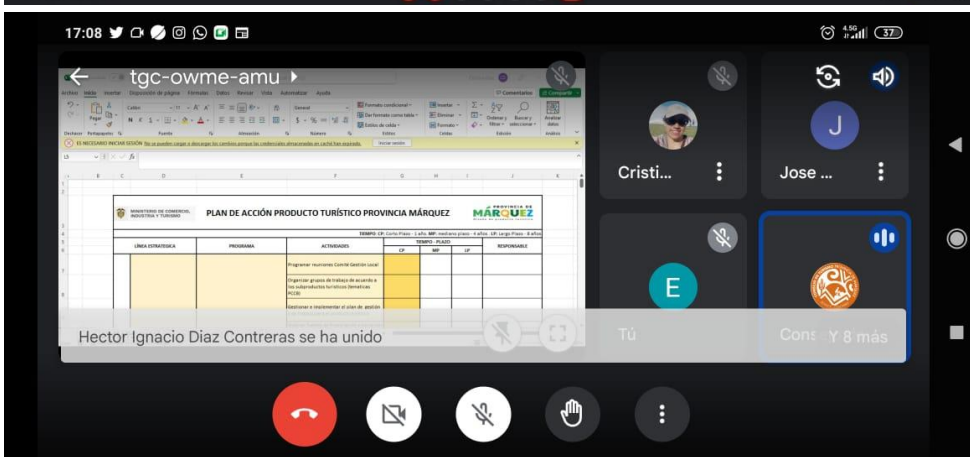


**Plan de Gestión y de Trabajo**

| Línea Estratégica       | Programa                                                       | Actividad                                                                                                    | Cronograma |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Promoción y divulgación | Diseñar e implementar el plan estratégico de la marca diseñada | Elaborar perfil de demanda turística para el segmento personas con discapacidad (PDS)                        |            |
|                         |                                                                | Promoción, posicionamiento y vinculación de la marca en todos los procesos turísticos de la provincia        |            |
|                         |                                                                | Establecer criterios de uso de la marca por parte de los proveedores de servicios turísticos y demás actores |            |
|                         |                                                                | Plan de vinculación de aliados estratégicos (no financieros) para el sostenimiento y gestión de la marca     |            |
|                         |                                                                | Creación del plan de medios, redes sociales, plan de marketing                                               |            |

**Personas**

- En la llamada
- Jose David Aparicio (TU)
- Consejo de Turismo Prov...
- Cristina Diaz
- Cristina Diaz Presentación
- Cultiva Territorio
- Edger Bautista
- Edger Bautista
- Esperanza Ruge
- Hector Ignacio Diaz Contr...
- Ismael Pumberto Bricón...
- Melisa Ortiz
- Sandra Quintero
- William Parra
- YELITZA JEANNETTE TOR...



**Plan de Acción**

| Línea Estratégica       | Programa                                                       | Actividad                                                                                                    | Cronograma |
|-------------------------|----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Promoción y divulgación | Diseñar e implementar el plan estratégico de la marca diseñada | Elaborar perfil de demanda turística para el segmento personas con discapacidad (PDS)                        |            |
|                         |                                                                | Promoción, posicionamiento y vinculación de la marca en todos los procesos turísticos de la provincia        |            |
|                         |                                                                | Establecer criterios de uso de la marca por parte de los proveedores de servicios turísticos y demás actores |            |
|                         |                                                                | Plan de vinculación de aliados estratégicos (no financieros) para el sostenimiento y gestión de la marca     |            |
|                         |                                                                | Creación del plan de medios, redes sociales, plan de marketing                                               |            |

**Personas**

- En la llamada
- Jose David Aparicio (TU)
- Consejo de Turismo Prov...
- Cristina Diaz
- Cristina Diaz Presentación
- Cultiva Territorio
- Edger Bautista
- Edger Bautista
- Esperanza Ruge
- Hector Ignacio Diaz Contr...
- Ismael Pumberto Bricón...
- Melisa Ortiz
- Sandra Quintero
- William Parra
- YELITZA JEANNETTE TOR...

### Conclusiones Taller N°1

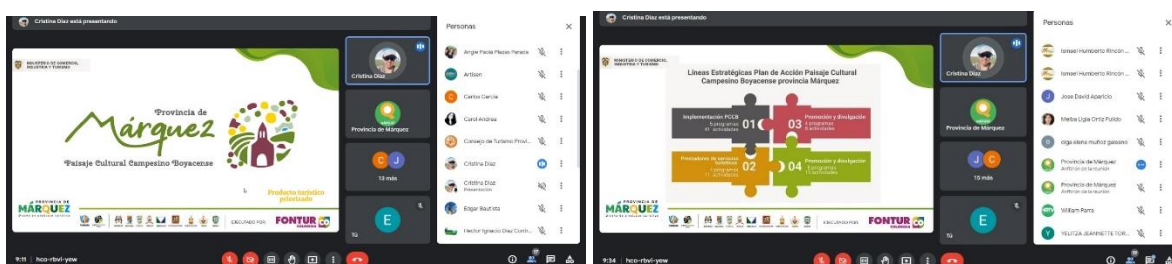
1. Crear correo del CLG
2. Se aclaró que el plan de trabajo y plan de acción socializados son preliminares
3. Se definió organizar subcomités por líneas estratégicas del plan de acción y de acuerdo con la dinámica del comité más adelante miran si organizan grupos por cada una de las temáticas del producto turístico
4. Subir los archivos Excel Plan de Trabajo y Plan de acción preliminares al Drive
5. Se programó reunión para el 27 de diciembre
6. Se decidió con el equipo de trabajo generar un formulario doc con la información del plan de acción, se compartió el enlace por grupo whatsapp del CLG
7. Cada uno de los integrantes hará sus respectivos comentarios, sugerencias de los planes

### Taller N° 2 diciembre 27 de 2022

Plan de Trabajo y de acción con los integrantes del CLG, representantes de Fontur Carlos García y Olga Elena Muñoz

Virtual

Hora: 9:00 am



Socialización de las respuestas formulario Google Doc. ***“Plan de Acción Paisaje Cultural Campesino Boyacense - Comité Local de Gestión”***.

El siguiente formulario se creó con el fin de validar con los integrantes del Comité Local de Gestión - CLG, las líneas estratégicas, programas y actividades del Plan de Acción del Paisaje Cultural Campesino Boyacense. El formulario está organizado por secciones por cada línea estratégica, en cada una de ellas encontrará los programas y actividades, tendrá la opción de escoger si está de acuerdo o en desacuerdo, si está de acuerdo significa que esa línea, programa y/o actividad quedará incluida en el plan de acción, y las que marca en desacuerdo se quitará del Plan de acción de acuerdo con la mayoría más uno de los integrantes del CLG. Al final encontrará la opción de observaciones, comentarios y sugerencias ahí puede mencionar que otros programas y/o actividades deberían estar incluidas, también aparece la opción en que subcomité (s) le gustaría participar. Cualquier inquietud lo resolveremos vía WhatsApp Grupo CLG.

Hasta el inicio de la reunión de 13 integrantes del comité local de gestión solo lo habían contestado 8 personas, al finalizar la reunión dos integrantes más lo diligenciaron, para un total de 10 personas,

que validaron el plan de acción, incluida la pregunta del plan de trabajo de cada subproducto, que contenía el enlace del drive para observar el documento.

Enlace formulario Google Doc. Plan de acción: <https://forms.gle/Xh247AFvuCsV1YeDA>

Enlace Documento Drive Plan de Trabajo por subproductos

[https://drive.google.com/drive/folders/1xSVU4HUKivaoTv4hDJJxVo4gr4bSx7Ds?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/1xSVU4HUKivaoTv4hDJJxVo4gr4bSx7Ds?usp=share_link)

Tabla 86 Asistentes a reunión CLG

|    | Nombre Completo                | Correo electrónico                                                                   | Número de teléfono | Nombre empresa / entidad                      | Municipio              |
|----|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------|------------------------|
| 1  | Carol Andrea Ruiz Barajas      | <a href="mailto:carol.andrea.ruiz@gmail.com">carol.andrea.ruiz@gmail.com</a>         | 3102994808         | Cultiva Territorio                            | Ramiriquí              |
| 2  | Melba Ligia Ortiz Pulido       | <a href="mailto:melba.ortiz@boyaca.gov.co">melba.ortiz@boyaca.gov.co</a>             | 3214309142         | Secretaría de Turismo-Gobernación de Boyacá   | Tunja                  |
| 3  | Pedro Pablo Bejarano López     | <a href="mailto:cultura@ramiriqui-boyaca.gov.co">cultura@ramiriqui-boyaca.gov.co</a> | 3132317801         | Alcaldía de Ramiriquí                         | Ramiriquí              |
| 4  | Edgar Bautista Cotte           | <a href="mailto:edgarbautistac@gmail.com">edgarbautistac@gmail.com</a>               | 3112720614         | Guía de Turismo                               | Tibaná                 |
| 5  | William Fernando Parra Galindo | <a href="mailto:rtvwilliamparra@gmail.com">rtvwilliamparra@gmail.com</a>             | 3112958203         | RTV Boyacá, canal de televisión por internet  | Ramiriquí y Tunja      |
| 6  | Héctor Ignacio Díaz Contreras  | <a href="mailto:gerencia.traveling@gmail.com">gerencia.traveling@gmail.com</a>       | 3148072654         | Agencia Traveling Feeling viajes y turismo    | Turmequé Boyacá-Boyacá |
| 7  | María Isabel Lanza             | <a href="mailto:consejoturismomarquez@gmail.com">consejoturismomarquez@gmail.com</a> | 3103048048         | Consejo de Turismo de la Provincia de Márquez | Ramiriquí              |
| 8  | Myriam Rincón Mendoza          | <a href="mailto:artisen.info@gmail.com">artisen.info@gmail.com</a>                   | 3178635897         | Artisen                                       | Nuevo Colón            |
| 9  | Angie Paola Plazas Parada      | <a href="mailto:plazasparadaanyipao@gmail.com">plazasparadaanyipao@gmail.com</a>     | 3118823405         | Independiente                                 | Ciénega                |
| 10 | Ismael Humberto Rincón Rosas   | <a href="mailto:rinrois1@gmail.com">rinrois1@gmail.com</a>                           | 3204912378         | Muyscubun Tours                               | Jenesano               |

A continuación, se muestran las gráficas de cada una de las respuestas y de acuerdo con los comentarios y sugerencias, en cada una de las gráficas donde hay un desacuerdo se plantea un cambio resaltado en un cuadro naranja.

### Recomendaciones, Sugerencias, Comentarios

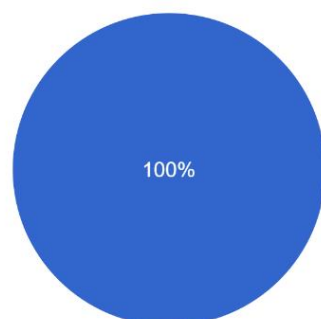
- Creo que abarcamos las necesidades propias para la implementación del producto turístico
- Estoy de acuerdo con las sugerencias propuestas en cuanto a responsabilidad y cambio de verbos del llamado a la acción. Gracias por tan noble labor. Siempre a sus gratas órdenes.
- Gracias por el arduo trabajo
- Concuero con cambiar algunos verbos para las acciones propuestas, ya que siento que no son competencia directa del comité. Agradezco por la reunión del día de hoy, me sirvió para aclarar dudas frente al diligenciamiento del formulario.
- Gestionar la vinculación del ICANH - Instituto Colombiano de Antropología e Historia
- Muchos programas hablan de implementar, y considero que en algunos casos la implementación no debería ser alcance del comité de gestión, por ejemplo, implementación infraestructura personas movilidad reducida, se puede proponer, planear, diagnosticar, pero no implementar;



- En algunos programas considero no son del alcance del comité, por ejemplo, los protocolos de seguridad de eventos, los reglamentos de los atractivos; Línea 1. Programa 1. Ítem 7, no es claro;
  - Los senderos no se deberían diseñar por el comité, el comité puede apoyar, gestionara diseños o guías para diseño de senderos.
  - Tener precaución del cronograma de arte rupestre, mientras no exista plan de manejo claro, no se deben diseñar las rutas.
  - ¿Está comprobado que el potencial de parapente es alto?
- Organizar los subprogramas planteados en tres grandes líneas: implementación del PCCB, Turismo, promoción y divulgación, ya que hay algunos que creo pertenecen a otras líneas, o programas que, aunque son necesarios, no son de competencia del Comité.
- En la redacción, cambiar verbos como implementar o ejecutar cuando el tema requiera de recursos que nos dependen de nosotros, ejemplo, implementar infraestructura para personas con movilidad reducida; quedaría mejor gestionar ya que la implementación no nos corresponde. Sugiero que los siguientes proyectos de articulación de rutas turísticas se han pasados al de promoción y divulgación.
- Desarrollar medios promocionales del territorio aplicando la variedad de marca
  - Programar viajes de familiarización
  - Hacer lanzamientos en medios de comunicación.
  - También agregar en el proyecto de promoción y divulgación la capacitación en temas de marketing entre otros, para los prestadores de servicios turísticos.

#### Línea Estratégica 1. Implementación PCCB

10 respuestas



● De Acuerdo  
● En desacuerdo




**Línea Estratégica 2. Prestadores de servicios turísticos (facilidades turísticas)**

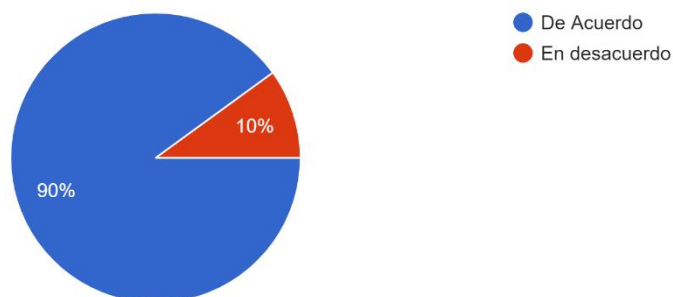
10 respuestas


**Línea Estratégica 3. Promoción y divulgación**

10 respuestas


**Línea Estratégica 4. Articulación entidades públicas, privadas y mixtas**

10 respuestas



## Propuestas y observaciones sobre las líneas estratégicas

- Lograr compromisos o acuerdos de apoyo para realizar gestiones a largo plazo con las alcaldías, para que todo lo hecho por el sector sea sostenible y perdure.
- Pienso que podemos empezar a trabajar así con estas líneas estratégicas, creo que en el camino podremos ajustar si es posible en la medida que el plan de acción lo exija
- En el ánimo de avanzar, de acuerdo y con el equipo se seguirán analizando las estrategias.
- Considero que estudios técnicos y científicos y de declaratoria de paisaje cultural; llevan mayor tiempo.
- Que la línea 4 sea transversal al proceso
- Priorizar actividades de modo que lo que aquí se propone no quede solo en el papel, acompañar cada línea estratégica con acciones concretas verificables en el territorio.

1. En que grupo (s) (Subcomité (s)) le gustaría participar

10 respuestas

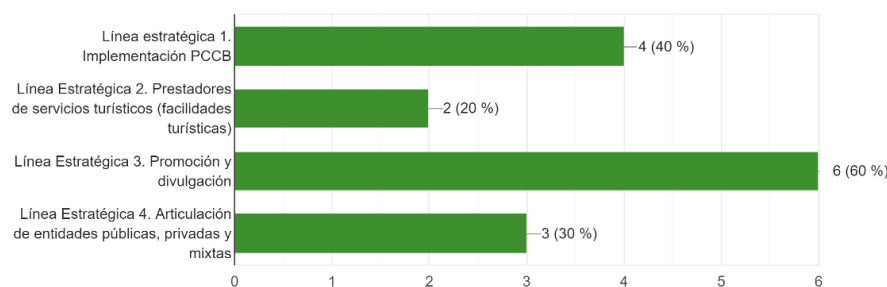


Gráfico 88 Integrantes Subcomités



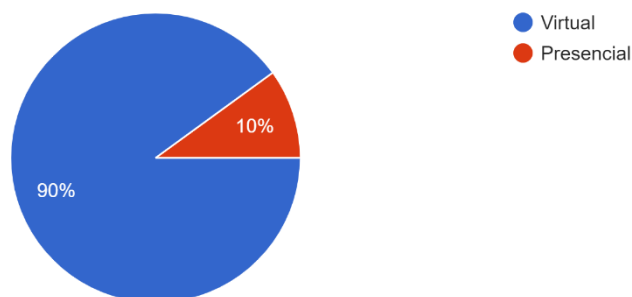


### Línea Estratégica 1. Implementación PCCB

#### Programa 1. Articulación regional de las rutas turísticas

##### 1. Programar reuniones Comité Local de Gestión

10 respuestas



Se planteo una reunión inicial presencial y las demás de manera virtual

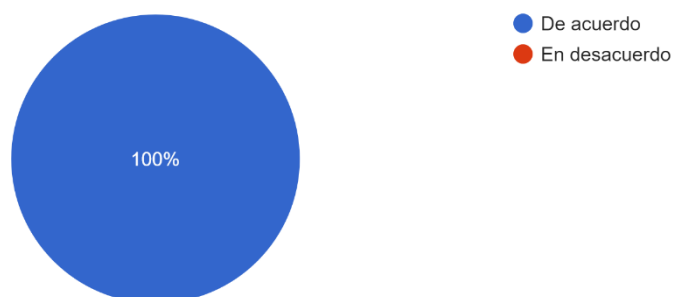
##### 2. Organizar grupos de trabajo de acuerdo a las líneas estratégicas del plan de acción

10 respuestas



##### 3. Gestionar e Implementar el plan de gestión y de trabajo para el producto turístico (Temáticas)

10 respuestas

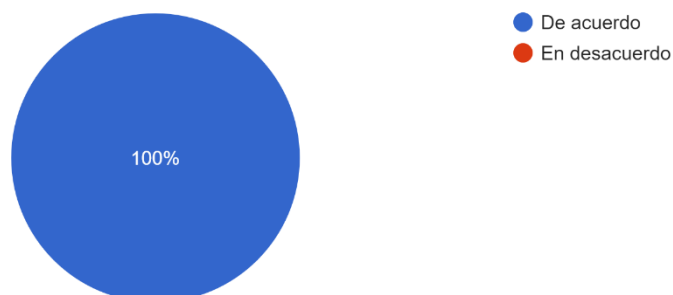


Esta pregunta contenia el enlace del drive del Plan de Gestión y de trabajo da cada subproducto



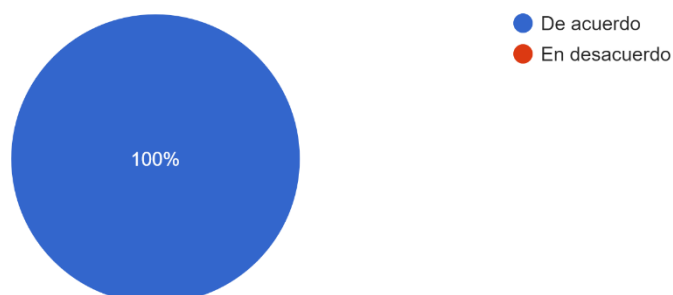
4. Analizar fuentes de financiación y socializar el PCCB y establecer intención de inversión de acuerdo a su objeto

10 respuestas



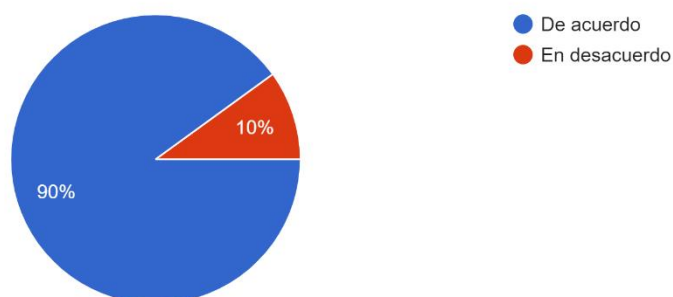
5. Diseñar e Implementar programa de fortalecimiento y actualización prestadores de servicios y experiencias del PCCB

10 respuestas



6. Fortalecer cada uno de los subproductos (temáticas) del PCCB

10 respuestas





No hay cambio

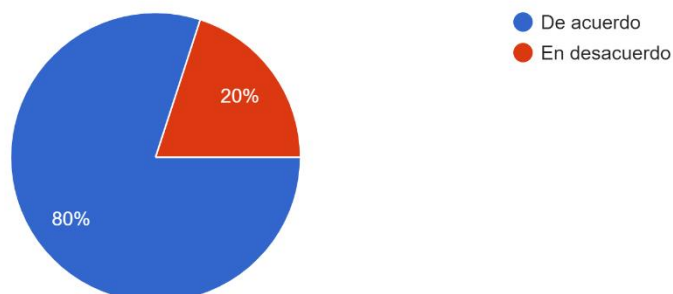
7. Desarrollar medios promocionales del territorio aplicando la variedad de marca

10 respuestas



8. Establecer reglamento para cada uno de los atractivos turísticos - socializarlo

10 respuestas



Se cambia por Apoyar a la entidad y/o administrador del atractivo turístico la elaboración del reglamento - socializarlo

9. Establecer alianzas o documentos con las autoridades religiosas, municipales y ambientales para garantizar el acceso de turistas a los atracti...omento requerido según itinerario y plan de viaje.

10 respuestas





10. Establecer alianzas comerciales entre Prestadores de servicios turísticos provincia Márquez  
10 respuestas



11. Programar viajes de familiarización entre los prestadores de servicios para el reconocimiento de servicios y actividades turísticas involucradas en las rutas  
10 respuestas

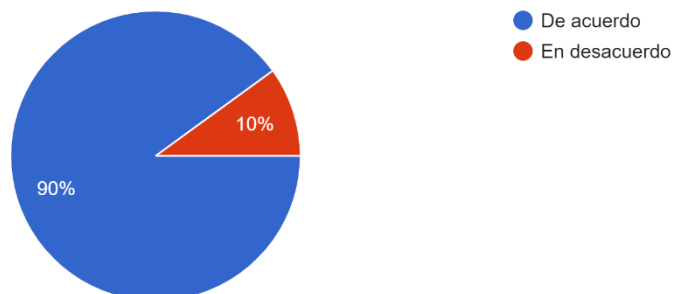


12. Hacer lanzamiento en medios de comunicación del PCCB de manera integrada  
10 respuestas



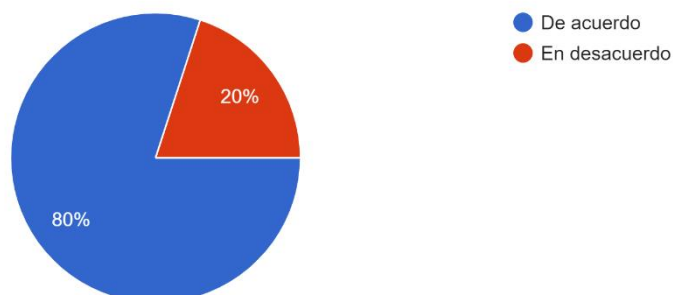


13. Consolidación de portafolios de servicios turísticos de cada prestador y cada experiencia  
10 respuestas



Se cambia por: Actualizar el portafolio de rutas turísticas del Paisaje Cultural Campesino Boyacense, producto entregado por el proyecto

14. Establecer el plan de seguridad en coordinación con la Policía Nacional  
10 respuestas



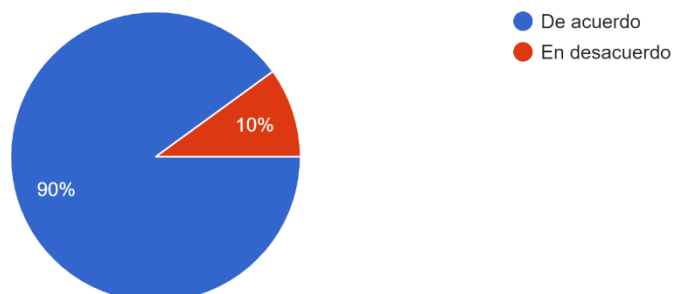
Acompañar a la policía nacional y de turismo en el diseño y/o actualización del plan de seguridad turístico para la provincia Márquez



## Programa 2. Fortalecimiento Subproductos PCCB

1. Implementar programas de investigación y conservación del patrimonio cultural en especial zonas urbanas

10 respuestas



Se cambia por Gestionar programas de investigacion y conservacion del patrimonio cultural en especial zonas urbanas

2. Gestionar recursos económicos y humanos para ser invertidos en la conservación del patrimonio cultural – prioritario

10 respuestas



3. Adelantar programas de identidad y sentido de pertenencia dirigidos a la población local en cada municipio determinando los valores propios y diferenciados de cada producto

10 respuestas



4. Desarrollar programa de formación y actualización en fortalecimiento empresarial para cada uno de los prestadores de servicios turísticos y experiencias

10 respuestas



5. Actualizar Matriz de Validación Producto Turístico para cada uno de los atractivos y experiencias priorizadas y las potenciales

10 respuestas





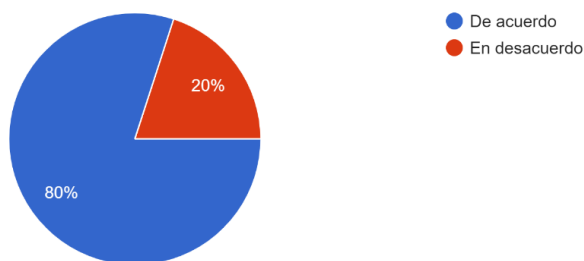
6. Consolidar la agenda de eventos culturales, deportivos y religiosos representativos de los municipios en una agenda regional de eventos

10 respuestas



7. Elaborar e implementar protocolos de seguridad para eventos masivos en coordinación con los organismos competentes.

10 respuestas



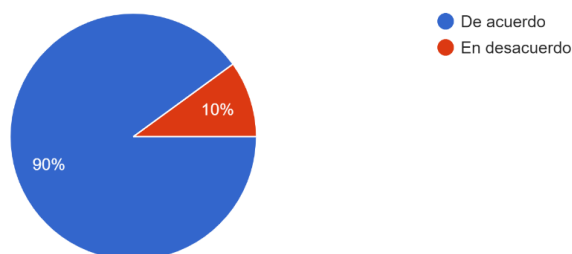
Revisar y socializar protocolos de seguridad para eventos masivos en coordinacion con los organismos competentes





8. Diseñar senderos interpretativos en zonas con alto valor ambiental donde el uso del suelo con fines turísticos es permitido (hídricos, reservas naturales, paisajísticos, etc.)

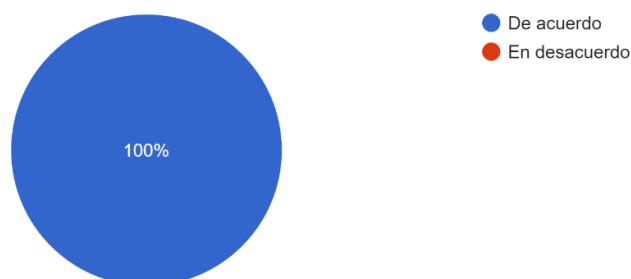
10 respuestas



Gestionar el diseño de senderos interpretativos en zonas con valor ambiental donde el uso del suelo con fines turísticos es permitido

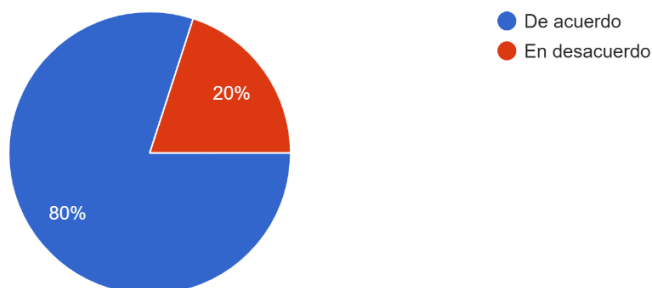
9. Promover la producción orgánica o limpia en los municipios al igual que los sistemas de compra local y regional. (Mercados verdes) para ...en empleo local y la promoción del autoconsumo

10 respuestas



10. Implementación de infraestructura para personas con movilidad reducida, personas sordas, personas ciegas, personas mudas, adulto mayor, etc.

10 respuestas



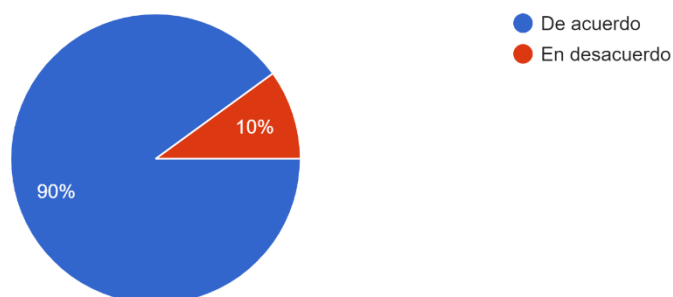
Gestionar la Implementación de infraestructura para personas con movilidad reducida, personas sordas, personas ciegas, personas mudas, adulto mayor, etc. En los centros urbanos.



### Programa 3. Fomento de la investigación y conservación de patrimonio rupestre

1. Adelantar estudios técnicos y científicos sobre arte rupestre que permitan mayores niveles de empoderamiento comunitario

10 respuestas



Gestionar con entidades competentes estudios técnicos y científicos sobre arte rupestre que permitan mayores niveles de empoderamiento comunitario – también se prolonga a largo plazo el tiempo de duración de esta acción.

2. Gestión Plan de Manejo Arqueológico para cada municipio que cuente con este arte.

10 respuestas





### 3. Adoptar medidas de protección preventivas en los escenarios con arte rupestre

10 respuestas



### 4. Diseño de rutas turísticas e interpretativas especializadas en arte rupestre

10 respuestas



### 5. Implementar emprendimientos culturales de acuerdo a la oferta y rutas especializadas de arte rupestre.

10 respuestas

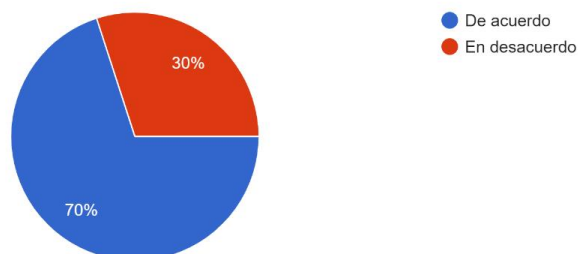




#### Programa 4. Fortalecimiento producto Turismo de Aventura

##### 1. Fortalecer el producto especializado de parapente

10 respuestas



Se elimina esta actividad del plan de acción, ya que por el momento en un solo municipio de la provincia Márquez se realiza esta actividad

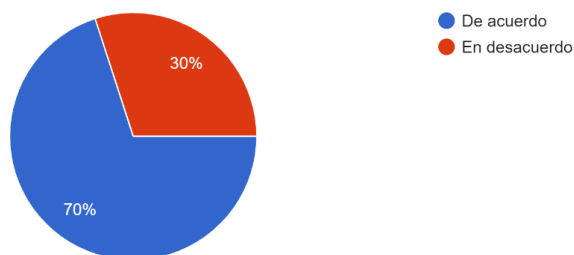
##### 2. Fortalecer el biciturismo

10 respuestas



##### 3. Adelantar estudios técnicos y científicos actividades de turismo de aventura (espeleología)

10 respuestas



Se elimina esta actividad del plan de acción, ya que por el momento en un solo municipio de la provincia Márquez se cuenta con un recurso para realizar estos estudios.



## Programa 5. Observatorio analítico del PCCB

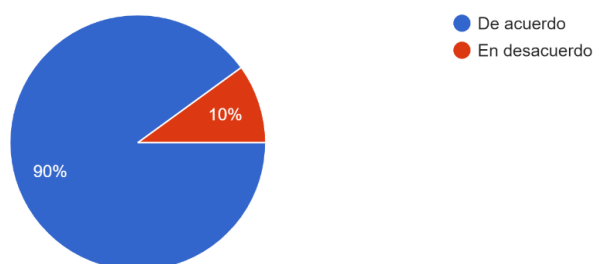
1. Establecer indicadores medibles de impacto, eficacia, identificación de necesidades y mejora del PCCB

10 respuestas



2. Realizar estudios técnicos para la declaratoria de Paisaje Cultural según normatividad

10 respuestas



Se elimina esta actividad del plan de acción, ya que por el momento en un solo municipio de la provincia Márquez se cuenta con un recurso para realizar estos estudios.

3. Retroalimentación de las acciones realizadas por el CLG a la cadena de valor del sector turismo

10 respuestas







4. Gestión y actualización del PCC (gestión para su operatividad y posicionamiento y actualización para mantener líneas pertinentes con el contexto y dinámicas del territorio).

10 respuestas



## Línea Estratégica 2. Fortalecimiento Prestadores de servicios turísticos (facilidades turísticas)

### Programa 1. Gestión de la calidad en establecimientos turísticos

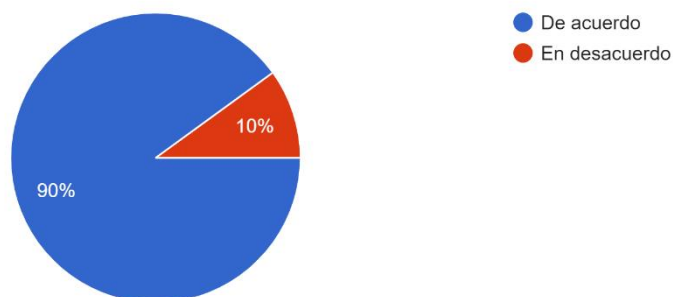
1. Elaboración e implementación de planes de mejoramiento para cada tipo prestador de servicios turístico a partir de las normas técnicas productivos y administrativos más eficientes.

10 respuestas



2. Implementación Sistema de Gestión de Sostenibilidad - NTC

10 respuestas

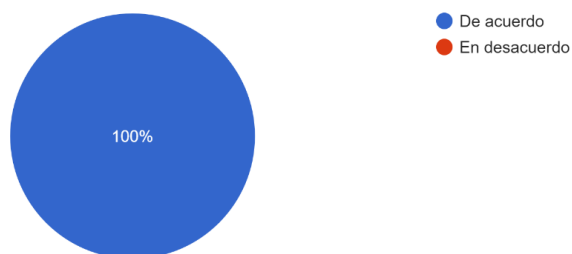


Acompañar a los prestadores de servicios turísticos la implementación del Sistema de Gestión de Sostenibilidad



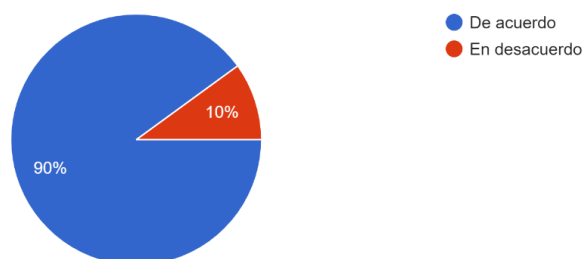
3. Impulsar y gestionar certificaciones de calidad y sostenibilidad turística en las empresas y destinos (alojamiento, animación, gastronomía, transporte, y operadoras turísticas).

10 respuestas



4. Fomentar el diseño e implementación del Plan Estratégico Comercial - PEC de cada prestador de servicio turístico

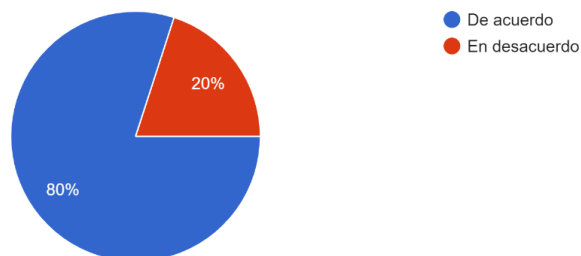
10 respuestas



La acción no se cambia ya que una debilidad de los empresarios es la estrategia comercial

5. Fomentar la Implementación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo en cada una de la empresas del sector turístico

10 respuestas



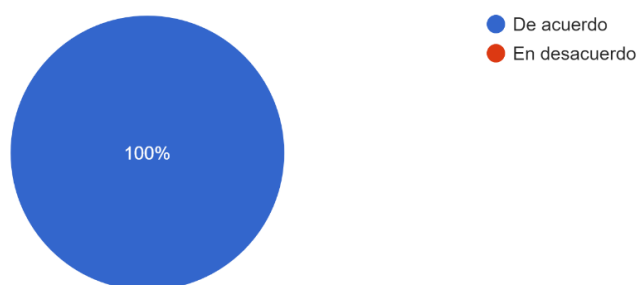
La implementación del SG SST es obligatorio para todos los sectores por tal motivo se considera necesario incluir la actividad: Fomentar la implementación del SG SST a prestadores de servicios turísticos y demás sectores



## Programa 2. Gestión de talento humano

1. Elaborar e implementar un plan de formación, incluyendo NCL, para los prestadores de servicio de gastronomía, alojamiento, agencias de viajes, ...ndan a las necesidades reales de los municipios.

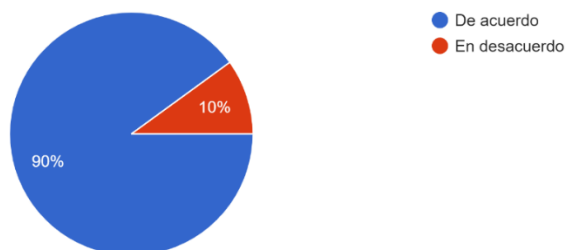
10 respuestas



## Programa 3. Gestión de recursos económicos para el mejoramiento de la competitividad en la prestación del servicio turístico

1. Organizar charlas y asesorías sobre información de créditos, estrategias de ahorro, banco de proyectos a través de las diferentes líneas de finan...apacitación a prestadores de servicios turísticos

10 respuestas



No hay cambio



#### Programa 4. Integración de la cadena de valor turística

2. Analizar y Gestionar recursos de cooperación internacional para la implementación y fortalecimiento del PCCB, prestadores de servicios turísticos y culturales

10 respuestas



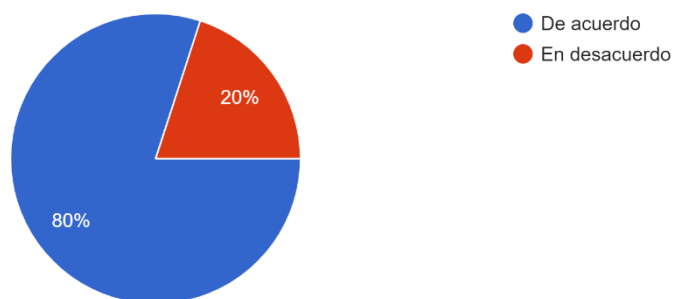
1. Desarrollar mecanismos de Comunicación Interna entre todos prestadores de servicios turísticos y demás actores del turismo.

10 respuestas



2. Implementar un programa de "club de producto" a partir del desarrollo de marca resultado del proyecto

10 respuestas



El uso de la marca del PCCB es fundamental por tal motivo se hace necesario que se establezcan unas condiciones para el uso de esta de parte de los prestadores de servicios turísticos



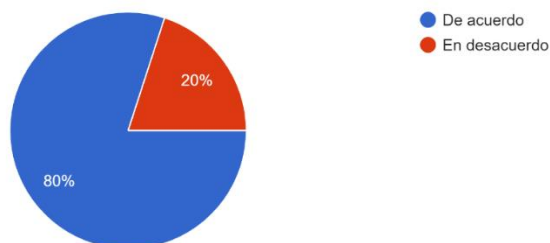
1. Adelantar y/o analizar estudios de perfil de demanda generados por las diferentes entidades.

10 respuestas



2. Estudio de perfil de demanda turística para el segmento personas con discapacidad - PcD

10 respuestas



Analizar el perfil de demanda turística para el segmento personas con discapacidad – PcD

## Programa 2. Diseñar e implementar el plan estratégico de la marca diseñada

1. Promoción, posicionamiento y vinculación de la marca en todos los procesos turísticos de la provincia

10 respuestas







2. Establecer criterios de uso de la marca por parte de los prestadores de servicios turísticos y demás actores.

10 respuestas



3. Plan de vinculación de aliados estratégicos (co -financiadores) para el sostenimiento y gestión de la marca.

10 respuestas



4. Creación del plan de medios, redes sociales, plan de marketing

10 respuestas





### Programa 3. Articulación de las campañas de promoción del producto turístico con las campañas departamentales

1. Gestionar la inclusión del PCCB con las campañas de promoción departamentales y nacionales, para mayor facilidad de inserción en el mercado nacional e internacional.

10 respuestas



### Programa 4. Estrategia de apropiación y comunicación del producto turístico PCC

1. Implementar campañas de apropiación y comunicación del PCCB en colegios, prestadores de servicios turísticos, organizaciones, comercio, entidades y comunidad en general

10 respuestas



#### Línea Estratégica 4. Articulación de entidades públicas, privadas y mixtas

##### Programa 1. Gestionar recursos económicos para la implementación del PCCB y sostenibilidad del comité

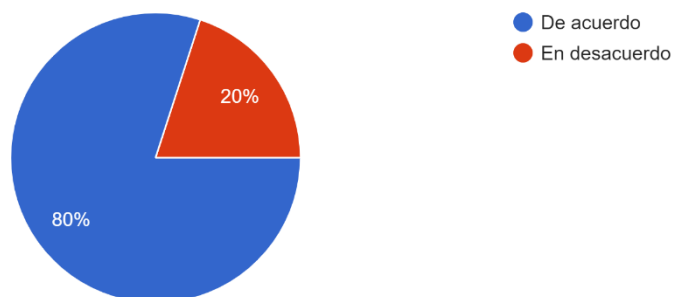
1. Establecer los reglamentos de uso de los mismos, articulados con el plan de desarrollo nacional, departamental y municipales y la matriz de competitividad del departamento

10 respuestas



2. Ampliar el número de puntos de información turística con accesibilidad en horarios permanentes, articulados al programa nacional del Viceministerio y Fontur

10 respuestas



Gestionar la implementación de puntos de información turística con accesibilidad en horarios permanentes en cada uno de los municipios de la provincia Márquez



## Programa 2. Diseñar e Implementar un plan estratégico de seguridad turística

1. Desarrollar el protocolo de seguridad turística en materia de comunicaciones que incluya información al turista y redes de comunicación para la atención inmediata de eventos emergentes.

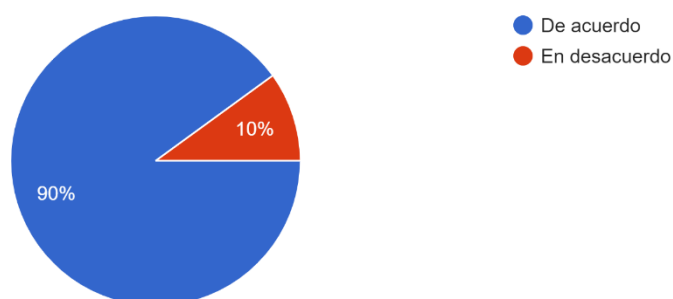
10 respuestas



## Programa 3. Implementar de manera obligatoria programas de formación en gestión pública del turismo orientado a funcionarios que ejercen las actividades de planificación y desarrollo turístico en las alcaldías municipales

1. Diseñar programa de formación turística y gestión pública del turismo a partir de un diagnóstico de perfil de empleados públicos que laboran en las alcaldías en temas de turismo.

10 respuestas



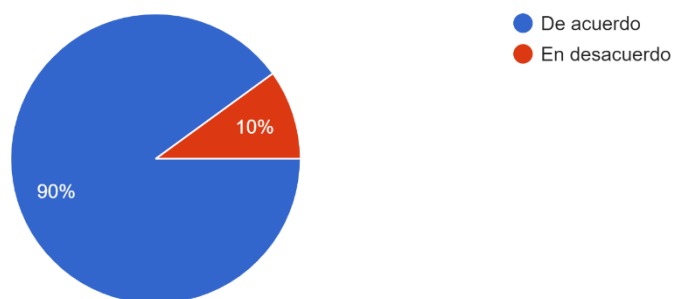
No hay cambio, una debilidad en el sector turismo es que la mayoría de las personas que ocupan el puesto en las alcaldías no tienen experiencia en el tema y son nuestro enlace directo con la administración municipal.



#### Programa 4. Fomento de la calidad de los servicios básicos

1. Gestionar el mantenimiento de la red de fluido eléctrico, hídrico, gas y mejoramiento del servicio de internet.

10 respuestas



La calidad en prestación de los servicios básicos es fundamental por tal motivo se debe hacer seguimiento a las obras implementadas por las entidades que les corresponde. Realizar seguimiento a la calidad de los servicios básicos (agua, fluido eléctrico, gas, internet) en la provincia Márquez

#### Programa 5. Implementar programas de embellecimiento, ornato y cultura turística en los municipios

1. Programar concursos, campañas o políticas locales que propendan por el mejoramiento de la cultura turística

10 respuestas



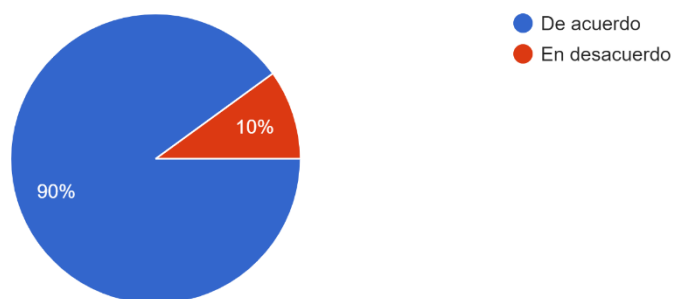




### Programa 6. Ampliar la oferta de servicios bancarios en los municipios

1. Gestionar la inclusión de corresponsales no bancarios, casas de cambio, cajeros, datafonos en los municipios

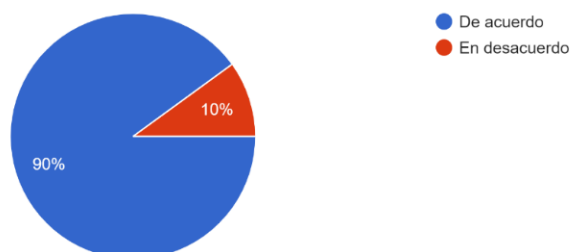
10 respuestas



### Programa 7. Implementación de un programa de mantenimiento de infraestructura básica terrestre de los municipios

1. Mejoramiento de las vías de acceso municipales e Inter veredales para el ingreso a los atractivos

10 respuestas



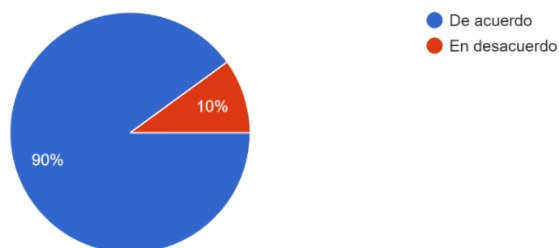
Realizar seguimiento a los planes de mantenimiento de las vías municipales e Inter veredales para el ingreso a los atractivos turísticos de cada municipio.



2. Seguimiento de los planes de mantenimiento de la infraestructura vial de los municipios  
10 respuestas



3. Establecimiento de zonas de parqueo en los cascos urbanos y regulación de la prestación del servicio  
10 respuestas



Promover el establecimiento de las zonas de parqueo y su uso adecuado en los centros urbanos del municipio

4. Desarrollo de un estudio para señalización turística local y regional  
10 respuestas





5. Habilitación y Acondicionamiento de la señalización vial y turística, a partir de criterios de movilidad vial y turística en cada municipio.

10 respuestas



### Programa 8. Banco de proyectos

Ajustar acciones más específicas

¿Qué otros programas y/o actividades le gustaría que se incluyeran?

Actividades que se incluyeron en el plan de acción según sugerencias

- Gestión para el fortalecimiento del sector productivo y el de transformación de cada municipio por cuanto el primer renglón de la economía es la productividad agropecuaria
- Programar socializaciones de los avances del Producto Turístico en el marco de algunas de las sesiones del Consejo de Turismo de la Provincia de Márquez y el Consejo Departamental de Turismo
- Vinculación de Centros de investigación, para fortalecer el tema de turismo cultural
- Línea Estratégica 3. Promoción y divulgación: Capacitación en marketing.

## Bibliografía

- Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de salud, municipio de Ramiriquí, Boyacá 2021, ESE Hospital San Vicente de Ramiriquí, municipio de Ramiriquí-Boyacá 2021.
- Arbeláez, C. L. (2021). *BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA RESTAURANTES*, Colombia Productiva, MINISTERIO DE COMERCIO INDUSTRIA Y TURISMO. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-turismo-de-bienestar/guia-de-buenas-practicas-en-sostenibilidad-prestad/01-buena-practica-restaurante-web>.
- Arbeláez, C. L. (2021). *BUENAS PRÁCTICAS EN SOSTENIBILIDAD PARA TURISMO DE NATURALEZA*. . Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/ptp-capacita/publicaciones/sectoriales/publicaciones-turismo-de-bienes>.
- Boyacá, S. d. (2021). *Información de turismo en Boyacá 2019 – 2021 Puntos de información turística del departamento de Boyacá*.
- Boyacá, S. S. (2018). *Análisis descriptivo en el marco del objetivo n° 1 para El convenio de cooperación fnt-138 de 2015 entre Fiducoldex, fontur y la gobernación de Boyacá Turismo receptor consolidado anual – 2018*.
- Cabra, C. R. (2020). *Plan de Transformación Digital para la Promoción Turística en el Viceministerio de Turismo. Caso de estudio: departamento de Boyacá*. Turismo y Sociedad, 28, 151–185. Obtenido de <https://doi.org/10.18601/01207555.n28.08>.
- Calderón, D. L. (2014). *a participación como base del turismo comunitario y el manejo de los recursos de uso común. Sendero de Ritakuwas, Sierra Nevada de El Cocuy, Güicán y / o Chita, Boyacá, Colombia*. Anuario Turismo y Sociedad, XV, 17–28.
- Calderón, L. &. (2020). *Estrategias para el impulso y crecimiento sostenible del Turismo de naturaleza en el municipio de Ramiriquí -Boyacá*. Universidad Libre.
- Carmona, M. A. (15 de diciembre de 2022). *Tendencias de viaje para el 2023*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/turismo/cuales-seran-las-tendencias-de-viaje-para-2023/>.
- Castro Ocampo, J. M. (2019). *Camine Sumercé*. Doctoral dissertation, Universidad del Rosario.
- CEPAL. ((2017, 16 de febrero)). *Acerca del Desarrollo Sostenible*. [cepal.org](http://cepal.org). Obtenido de [www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible](http://www.cepal.org/es/temas/desarrollo-sostenible/acerca-desarrollo-sostenible).
- Colombia, M. (2022). *Requisito 4.1 de las nuevas NTC de Turismo Sostenible*. . Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=Pnapxc1Z14s>.

- DANE. ((15 de diciembre de 2022). ). *Obtenido de Encuesta de Gasto Interno en Turismo (EGIT*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/servicios/turismo/encuesta-de-gasto-interno-en-turismo-egit>.
- Dueñas, D. V.-R. (2021). *Alternativas y potencialidades de valor agregado en iniciativas turísticas de tipo comunitario*. .
- Economics Tourism, G. ((13 de diciembre de 2022).). *Plataformas digitales y datos. Impulsando la recuperación del turismo en Colombia*. . Obtenido de <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Col>.
- Economics Tourism, G. (13 de Diciembre de 2022). *Plataformas digitales y datos. Impulsando la recuperación del turismo en Colombia*. Obtenido de Impulsando la recuperacion del turismo en Colombia: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Colombia-FInall-Small-Spanish.pdf>
- General, A. d.-S. ((s/f).). *¿Quién fue Gonzalo Jiménez de Quesada?* . Obtenido de : <https://archivobogota.secretariageneral.gov.co/content/quien-fue-gonzalo-jimenez-quesada>.
- GSTC, E. -C. ((2022, 7 de abril)). *La historia del GSTC*. GSTC; GSTC. Obtenido de <https://www.gstcouncil.org/acerca-del-gstc/historia/?lang=esd/>.
- GSTC, p. f., & Sostenible., G. -C. ((2016, 28 de enero).). *“Criterios de la Industria GSTC”* . Obtenido de <https://www.gstcouncil.org/gstc-industry-criteria-formally-release>.
- GSTC., C. d. ( diciembre de 2019). *Criterios GSTC para Destinos Versión 2.0*. Obtenido de <https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-Dec2019-Spanish-version.pdf>. .
- Mathieson, A. &. (1990). *Turismo: Repercusiones económicas, físicas y sociales*. . Trillas.
- MINCIT - Ministerio de Comercio, I. y. (2021). *En 2022 el sector turismo pasará de la reactivación al crecimiento sostenido*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/en-2022-el-turismo-pasara-al-crecimiento-sostenido>.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2015). *Política de Turismo de Naturaleza*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-> www.mincit.gov.co
- Ministerio de Comercio, I. y. (2020). *Política de Turismo Sostenible*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sos>: www.mincit.gov.co.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2021). *Política de Turismo Cultural. Colombia, Destino Turístico, Cultural, Creativo y Sostenible*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y>: www.mincit.gov.co.
- Ministerio de Cultura - Federación Nacional de Cafeteros Bogotá, C. ( (2012)). *Guía para la incorporación del Paisaje Cultural Cafetero en la revisión y ajuste de los planes de ordenamiento territorial (POT, PBOT, EOT)*.



- Ministerio de Industria, C. y. (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia. Colombia Productiva*. . Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=52ff7cae-04fd-4300-821c-a5283942b8cf>.
- Miradores. (2018). *turismodeobservacion.com; Gurennet Tecnologia SL*. . Obtenido de <https://www.turismodeobservacion.com/miradores/blog/45/>.
- Plan de Desarrollo 2020-2023 “GARANTIA DE BUEN GOBIERNO” Municipio de Ramiriquí-Boyacá, Concejo Municipal 2020
- Peña. C. Henry, J. & Cruz. V. Roberto C., (2010). *Proceso de Protección del Patrimonio Arqueológico de pueblos originarios localizado en el antiguo territorio muisca de Ramiriquí*. Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. UPTC, ISSN: 1692-3936, Derecho y Realidad, Número 15, I semestre de 2010.
- Ponce, V. (s.f.). *La matriz de Leopold para la evaluación del impacto ambiental*. . Obtenido de [http://ponce.sdsu.edu/la\\_matriz\\_de\\_leopold.html#:~:text=%E2%80%A2%20LA%20MATRIZ%20DE%20LEOPOLD%20%E2%80%A2&text=Esta%20matriz%20tiene%20en%20el](http://ponce.sdsu.edu/la_matriz_de_leopold.html#:~:text=%E2%80%A2%20LA%20MATRIZ%20DE%20LEOPOLD%20%E2%80%A2&text=Esta%20matriz%20tiene%20en%20el)
- RAPE, R. C. (2019). *Biciturismo*. Obtenido de <https://biciregion.regioncentralrape.gov.co/>.
- Restrepo, I. ((13 de Diciembre de 2022). ). *Turismo 2023: tendencias. Obtenido de Portal EL Quindiano*. Obtenido de <https://www.elquindiano.com/noticia/38684/turismo-2023-tendencias#:~:text=VIAJES%20NOST%C3%81LGICOS&text=M%C3%A1s%20de%20la%20mitad%20de,estuvieron%20separa>.
- Rodríguez, D. &. (2017). *Diagnóstico de competitividad del turismo en Boyacá (Colombia)*. Revista Facultad de Ciencias Económicas, 25(2). Obtenido de <https://doi.org/10.18359/rfce.3073>.
- trabajo, M. d. ( ( s/f).). *Guia tecnica de implementacion del SG SST para Mipymes* . Obtenido de [https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/publicaciones/-/asset\\_publisher/adfJk4kuWotx/content/guia-tecnica-de-implementacion-del-sg-sst-para-mipyme](https://www.mintrabajo.gov.co/prensa/publicaciones/-/asset_publisher/adfJk4kuWotx/content/guia-tecnica-de-implementacion-del-sg-sst-para-mipyme).
- Turismo, M. d. (2017). *Guía de buenas prácticas para la actividad de aviturismo en Colombia. Bogotá Colombia*.
- turístico, E. (noviembre de 2017). *¿Qué es el Turismo Sostenible?* . Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-sostenible/>.
- Unwto.org., O. M. (agosto de 2022). *Desarrollo sostenible*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>.



**MINISTERIO DE COMERCIO,  
INDUSTRIA Y TURISMO**

EJECUTADO POR:

