



GUTIERREZ

**ESTUDIO DE MERCADOS, CON ENFOQUE DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE
PRODUCTO TURÍSTICO DISEÑADO PARA EL ENTORNO DE LA SIERRA NEVADA
DEL COCUY, GUICAN DE LA SIERRA Y CHITA.**

EQUIPO EJECUTOR

SANDRA CONSTANZA TIUZO MARTÍNEZ
Ejecutor

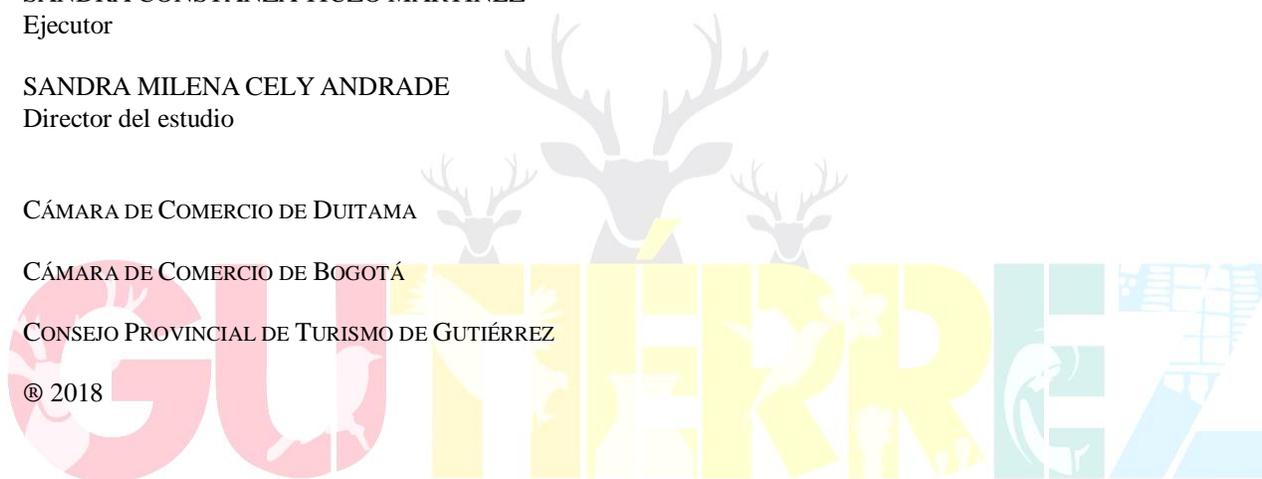
SANDRA MILENA CELY ANDRADE
Director del estudio

CÁMARA DE COMERCIO DE DUITAMA

CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ

CONSEJO PROVINCIAL DE TURISMO DE GUTIÉRREZ

© 2018



"Paraíso entre montañas"

DUITAMA
NOVIEMBRE DEL 2018

CONTENIDO

	Pág
1. INTRODUCCIÓN	12
2. OBJETIVOS	13
2.1. Objetivo General.....	13
2.2. Objetivos específicos	13
3. MARCO REFERENCIAL.....	14
3.1. Servicios turísticos	14
3.2. Oferta Turística.....	15
3.3. Producto turístico.....	15
3.4. Demanda Turística	16
3.4.1. Segmentación de la demanda turística.....	17
4. DISEÑO METODOLÓGICO.....	18
4.1. Investigación	18
4.2. Área de investigación.....	18
4.3. Técnicas de recolección de información	18
4.3.1. Revisión Documental.	18
4.3.2. Observación directa.	19
4.3.3. Formatos de encuesta.	19
4.4. Fases de la investigación.....	19
4.4.1. Fase 1. Revisión documental de la situación actual de la Provincia de Gutiérrez.	19
4.4.2. Fase 2. Diseño y planeación de la investigación.....	19
4.4.3. Fase 3. Diseño y validación de los instrumentos para la recolección de información.	20
4.4.4. Fase 4. Prueba piloto para la validación de los instrumentos.	20
4.4.5. Fase 5. Identificación del universo y de la muestra.	20
4.4.6. Fase 6. Trabajo de campo.	21
4.4.7. Fase 7. Sistematización de la información obtenida.	21
4.4.8. Fase 8. Mesas técnicas de trabajo.....	21
5. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN	21
6. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ.....	22
6.1. Antecedentes	22
6.2. Generalidades de la Provincia de Gutiérrez- Boyacá	25
6.2.1. Antecedentes históricos.	25
6.2.2. Información territorial y poblacional.....	27
6.2.3. Población Indígena Comunidad U'WA.....	29
6.2.4. Aspectos geográficos.....	29
6.2.5. Clima.	30
6.2.6. Identificación de los municipios que conforman la provincia de Gutiérrez.	30
6.2.6.1. Generalidades.	30
6.3. Situación actual de la actividad turística en la Provincia de Gutiérrez.....	33
6.3.1. Recursos y atractivos turísticos de la Provincia de Gutiérrez.	36
6.3.2. Oferta Turística de la Provincia de Gutiérrez.	42
6.3.2.1. Facilidades complementarias a la actividad turística de la Provincia de Gutiérrez.	45

6.3.3. Producto turístico de la Provincia de Gutiérrez.	47
6.3.4. La competencia frente al producto turístico de la Provincia de Gutiérrez.	52
6.3.5. Estrategias para comercializar el producto turístico de la provincia de Gutiérrez.	71
6.3.6. Estudios turísticos realizados en la provincia de Gutiérrez.	72
7. DISEÑO Y PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	74
7.1. Planteamiento de la investigación	75
7.2. Cronograma de actividades del proyecto	77
8. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	77
8.1. Selección de categorías y variables para la recolección de datos	78
8.2. Verificación y validación por la primera mesa de trabajo técnica	80
8.2.1. Desarrollo de la primera mesa de trabajo.	80
9. PRUEBA PILOTO PARA LA VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	83
10. IDENTIFICACIÓN DEL UNIVERSO Y DE LA MUESTRA	86
10.1. Universo	86
10.2. Muestra.....	87
11. TRABAJO DE CAMPO.....	90
11.1. Trabajo de campo llevado a cabo en la investigación.....	91
12. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	94
12.1. Categoría Perfil del Turista	94
12.1.1. Variables personales.....	95
12.1.1.1. Lugar de procedencia.	95
12.1.1.2. Género.	99
12.1.1.3. Edad.....	101
12.1.1.4. Estado civil.	104
12.1.1.5. Estudios realizados.....	106
12.1.1.6. Ocupación.....	108
12.1.2. Variable socioeconómica	111
12.1.2.1. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?.....	111
12.1.2.1. ¿Cuánto invierte usted en cada salida a este destino?.....	114
12.1.3. Variable motivacional.....	116
12.1.3.1. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?.....	117
12.1.3.2. ¿Cuál es su modo de viaje?	119
12.2. Categoría Pernoctación	121
12.2.1. Variable motivacional.....	121
12.2.1.1. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la zona?.....	122
12.2.1.2. ¿El tipo de alojamiento es/será?.....	124
12.2.1. Variables de percepción.....	126
12.2.1.1. Indique la percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.....	126
12.3. Categoría Actividades y/o Usos	129
12.3.1. Variable motivacional.....	129
12.3.1.1. Municipio que está visitando.	129
12.3.1.2. ¿Qué municipios visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez?.....	131
12.3.1.3. ¿Qué actividades realizó/rá ? ¿Qué servicios utilizó/rá?.....	133

12.3.1.4. Indique el número de visitas realizadas a este destino.	137
12.3.1.5. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a este lugar?.....	139
12.3.2. Variable de influencia.	141
12.3.2.1. ¿Cómo se enteró usted de este destino?	141
12.3.2.2. ¿Cómo califica la información ofrecida sobre el destino?	144
12.3.2.3. ¿Usted ha visitado destinos similares a nivel nacional o internacional? Si la respuesta anterior es SÍ, por favor indique que destino similar visitó.....	146
12.3.2.4. ¿Recomendaría este destino a otras personas para hacer turismo? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.	148
12.3.3. Variable de percepción.	151
12.3.3.1. ¿Utilizaría medio aéreo para llegar al destino? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.	151
12.3.3.2. ¿Le gustaría realizar un recorrido aéreo a la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.	153
12.3.3.3. ¿Cómo le ha parecido la visita? Califique el grado de satisfacción en todo el recorrido.	155
12.3.3.4. Indique la percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.	158
12.3.3.5. Por favor califique de 1 a 5 la percepción que tiene de cada uno de estos elementos de la Provincia de Gutiérrez. 1 como malo a 5 como excelente.....	160
12.3.4. Variable de deseo.	165
12.3.4.1. ¿Repetiría la visita a este destino? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.	165
12.3.5. Variable de preferencia.	167
12.3.5.1. El producto turístico de esta región lleva el nombre de "Gutiérrez, un paraíso entre Montañas" y se caracteriza por tres actividades turísticas, ¿Cuál es de su preferencia? o ¿Cuál es la que más realiza?.....	167
12.3.5.2. En cuanto al producto turístico de la región, se compone de ciertas actividades y recorridos. ¿Cuál/es le interesaría realizar?	170
13. DEFINICIÓN Y RESULTADOS DE LAS CATEGORÍAS PERFIL DEL TURISTA, PERNOCACIÓN Y ACTIVIDADES Y USOS DE LOS TRES MOMENTOS.	172
13.1. Definición Perfil del Turista, Pernoctación y Actividades y/o Usos Primer Momento:	
Temporada Alta.	172
13.1.1. Perfil del turista	172
13.1.2. Pernoctación.	173
13.1.3. Actividades y/o Usos.	174
13.2. Definición Perfil del Turista, Pernoctación y Actividades y/o Usos Segundo Momento:	
Temporada Media.....	175
13.2.1. Perfil del turista.	175
13.2.2. Pernoctación.	175
13.2.3. Actividades y/o Usos.	176
13.3. Definición Perfil del Turista, Pernoctación y Actividades y/o Usos Tercer Momento:	
Temporada Baja.	177
13.2.1. Perfil del turista	177

13.2.2. Pernoctación.....	178
13.2.3. Actividades y/o Usos.....	178
14. RESULTADOS FINALES.....	180
14.1. Perfil del turista que visita el entorno de la Sierra Nevada El Cocuy.....	180
14.1.1. Turista Colombiano Joven.....	180
15. MESAS TÉCNICAS DE TRABAJO.....	182
15.1. Mesa Técnica N°1.....	182
15.2. Mesa Técnica N° 2.....	183
15.3. Mesa Técnica N° 3.....	184
15.4. Mesa Técnica N° 4.....	185
16. CONCLUSIONES.....	186
17. BIBLIOGRAFÍA.....	188
18. ANEXOS.....	192



Índice de figuras

Figura 1. Desarrollo de la investigación.....	22
Figura 2. Población de la Provincia de Gutiérrez..	28
Figura 3. Número de habitantes en la Provincia de Gutiérrez.....	29
Figura 4. Provincia de Gutiérrez en Boyacá.....	30
Figura 5. Municipios que conforman la provincia de Gutiérrez.....	31
Figura 6. Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez-Boyacá.....	50
Figura 7. Marca Turística de la Provincia de Gutiérrez.....	51
Figura 8. Imagen turística de cada municipio de la Provincia de Gutiérrez.....	72
Figura 9. Presentación plan de trabajo.....	82
Figura 10. Presentación plan de trabajo.....	82
Figura 11. Prueba piloto contestada.....	85
Figura 12. Recolección de información temporada alta a turistas en la Provincia de Gutiérrez...93	
Figura 13. Recolección de información a prestadores de servicios turísticos de la Provincia de Gutiérrez.....	93
Figura 14. Procedencia-Temporada Alta.....	96
Figura 15. Principales lugares de procedencia-Temporada Alta.....	96
Figura 16. Procedencia-Temporada Media.....	97
Figura 17. Principales lugares de procedencia-Temporada Media.....	98
Figura 18. Procedencia-Temporada Media.....	98
Figura 19. Principales lugares de procedencia-Temporada Alta.....	99
Figura 20. Género-Temporada Alta.....	100
Figura 21. Género-Temporada Media.....	100
Figura 22. Género-Temporada Media.....	101
Figura 23. Edad-Temporada Alta.....	102
Figura 24. Edad-Temporada Media.....	103
Figura 25. Edad-Temporada Baja.....	103
Figura 26. Estado Civil- Temporada Alta.....	104
Figura 27. Estado Civil- Temporada Media.....	105
Figura 28. Estado Civil- Temporada baja.....	106
Figura 29. Estudios realizados-Temporada Alta.....	107
Figura 30. Estudios realizados-Temporada media.....	108
Figura 31. Estudios realizados-Temporada media.....	108
Figura 32. Ocupación-Temporada Alta.....	109
Figura 33. Ocupación-Temporada Media.....	110
Figura 34. Ocupación-Temporada Baja.....	111
Figura 35. Estrato Socioeconómico-Temporada Alta.....	112
Figura 36. Estrato Socioeconómico-Temporada Media.....	113
Figura 37. Estrato Socioeconómico-Temporada Baja.....	114
Figura 38. Inversión en cada salida a este destino-Temporada Alta.....	115
Figura 39. Inversión en cada salida a este destino-Temporada Media.....	116
Figura 40. Inversión en cada salida a este destino-Temporada Baja.....	116
Figura 41. Principal motivo de viaje-Temporada Alta.....	117
Figura 42. Principal motivo de viaje-Temporada Media.....	118
Figura 43. Principal motivo de viaje-Temporada baja.....	118

Figura 44. Modo de viaje- Temporada Alta.	119
Figura 45. Modo de viaje- Temporada media.	120
Figura 46. Modo de viaje- Temporada Baja.	121
Figura 47. Tiempo de permanencia en la zona-Temporada Alta.	122
Figura 48. Tiempo de permanencia en la zona-Temporada Media.	123
Figura 49. Tiempo de permanencia en la zona-Temporada Baja.	124
Figura 50. Tipo de alojamiento-Temporada Alta.	125
Figura 51. Tipo de alojamiento-Temporada Media.	126
Figura 52. Tipo de alojamiento-Temporada Baja.	126
Figura 53. Percepción precios de los servicios de alojamiento-Temporada Alta.	127
Figura 54. Percepción precios de los servicios de alojamiento-Temporada media.	128
Figura 55. Percepción precios de los servicios de alojamiento-Temporada media.	128
Figura 56. Municipio que está visitando-Temporada Alta.	130
Figura 57. Municipio que está visitando-Temporada Media.	131
Figura 58. Municipio que está visitando-Temporada Baja.	131
Figura 59. Municipio que visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez.	132
Figura 60. Municipio que visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez- Temporada Media.	132
Figura 61. Municipio que visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez- Temporada Media.	133
Figura 62. Actividades que realizó/rá, servicios que utilizó/rá en la Provincia de Gutiérrez- Temporada Alta.	134
Figura 63. Actividades que realizó/rá, servicios que utilizó/rá en la Provincia de Gutiérrez- Temporada Media.	135
Figura 64. Actividades que realizó/rá, servicios que utilizó/rá en la Provincia de Gutiérrez- Temporada Baja.	136
Figura 65. Número de visitas realizadas a este destino- Temporada Alta.	137
Figura 66. Número de visitas realizadas a este destino- Temporada Media.	138
Figura 67. Número de visitas realizadas a este destino- Temporada Baja.	138
Figura 68. Medio de transporte – Temporada Alta.	139
Figura 69. Medio de transporte – Temporada Media.	140
Figura 70. Medio de transporte – Temporada Baja.	140
Figura 71. Medio por el cual se enteró del destino-Temporada Alta.	142
Figura 72. Medio por el cual se enteró del destino-Temporada Media.	143
Figura 73. Medio por el cual se enteró del destino-Temporada Baja.	143
Figura 74. Información ofrecida sobre el destino-Temporada Alta.	144
Figura 75. Información ofrecida sobre el destino-Temporada Media.	145
Figura 76. Información ofrecida sobre el destino-Temporada Baja.	146
Figura 77. Conocimiento de destinos similares-Temporada Alta.	147
Figura 78. Conocimiento de destinos similares-Temporada Media.	148
Figura 79. Conocimiento de destinos similares-Temporada Baja.	148
Figura 80. Recomendación del destino a otras personas-Temporada Alta.	149
Figura 81. Recomendación del destino a otras personas-Temporada media.	150
Figura 82. Recomendación del destino a otras personas-Temporada Baja.	150
Figura 83. Utilización del medio aéreo para llegar al destino-Temporada Alta.	151
Figura 84. Utilización del medio aéreo para llegar al destino-Temporada Media.	152
Figura 85. Utilización del medio aéreo para llegar al destino-Temporada Baja.	153

Figura 86. Recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita- Temporada Alta.	154
Figura 87. Recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita- Temporada Media.	154
Figura 88. Recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita- Temporada Baja.....	155
Figura 89. Grado de satisfacción-Temporada Alta.....	156
Figura 90. Grado de satisfacción-Temporada Media.....	157
Figura 91. Grado de satisfacción-Temporada Media.....	157
Figura 92. Percepción de los precios-Temporada Alta.....	159
Figura 93. Percepción de los precios-Temporada media ..	159
Figura 94. Percepción de los precios-Temporada Baja ..	160
Figura 95. Percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez-Temporada Alta.....	162
Figura 96. Percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez-Temporada Media.....	164
Figura 97. Percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez-Temporada Baja.	164
Figura 98. Repetir la visita del destino-Temporada Alta.....	165
Figura 99. Repetir la visita del destino-Temporada Media.....	166
Figura 100. Repetir la visita del destino-Temporada Baja.	167
Figura 101. Actividad turística de preferencia-Temporada Alta.....	168
Figura 102. Actividad turística de preferencia-Temporada Media.....	169
Figura 103. Actividad turística de preferencia-TemporadaBajo.....	169
Figura 104. Actividades y recorridos del Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez-Temporada Alta.....	170
Figura 105. Actividades y recorridos del Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez-Temporada media.	171
Figura 106. Actividades y recorridos del Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez-Temporada media.....	172
Figura 107. Mesa Técnica N° 1.....	182
Figura 108. Mesa Técnica N° 2.....	183
Figura 109. Reunión Viceministerio de Turismo	184

"Paraíso entre montañas"

Índice de cuadros

cuadro 1. Generalidades municipio de el cocuy	31
cuadro 2. Generalidades municipio de güicán de la sierra.	32
cuadro 3. Generalidades municipio de el espino.	32
cuadro 4. Generalidades municipio de guacamayas.	32
cuadro 5. Generalidades municipio de chiscas.	32
cuadro 6. Generalidades municipio de panqueba.	33
cuadro 7. Atractivos naturales y culturales del municipio de chiscas.	38
cuadro 8. Atractivos naturales y culturales del municipio de el cocuy.	39
cuadro 9. Atractivos naturales y culturales del municipio de el espino.	39
cuadro 10. Atractivos naturales y culturales del municipio de guacamayas.	40
cuadro 11. Atractivos naturales y culturales del municipio de güicán.	40
cuadro 12. Atractivos naturales y culturales del municipio de panqueba.	41
cuadro 13. Servicio de alojamiento/hospedaje en la provincia de gutiérrez.	42
cuadro 14. Servicio de alimentos y bebidas en la provincia de gutiérrez.	43
cuadro 15. Servicio de de guianza y agencias de viajes en la provincia de gutiérrez.	44
cuadro 16 . Competencia a nivel nacional del producto turístico de la provincia de gutierrez.	54
cuadro 17. Competencia a nivel internacional del producto turístico de la provincia de gutiérrez.	61
cuadro 18. Diseño y planeación de la investigación.	75
cuadro 19. Categorías y variables para el diseño del instrumento de recolección de información.	78
cuadro 20. Estimación ingreso de visitantes al parque nacional natural el cocuy 2017.	87
cuadro 21. Meses seleccionados para la muestra del parque nacional natural el cocuy.	88
cuadro 22. Tamaño de la muestra para los visitantes al pnn el cocuy.	89



"Paraíso entre montañas"

Índice de anexos

Anexo 1. Cronograma de actividades.	192
Anexo 2. Diseño de encuesta para la determinación de la demanda turística en la provincia de Gutiérrez, un paraíso entre montañas.....	193
Anexo 3. Listado de asistentes a la primera mesa técnica de trabajo.	195
Anexo 4. Formato corrección de encuesta a partir de las sugerencias dadas en la primera mesa técnica de trabajo.	195
Anexo 5. Encuesta definitiva para la determinación de la demanda turística en la provincia de Gutiérrez.....	198
Anexo 6. Encuesta traducida al idioma inglés.....	200



1. INTRODUCCIÓN

Esta investigación se basa en un análisis descriptivo de 3 categorías relacionadas con la demanda del Perfil Turístico (Perfil del turista, Pernoctación y actividades y usos), aplicado en el Entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita. Cabe mencionar que a partir del estudio de estas categorías se desglosaron un conjunto de variables que ayudaron a obtener la información requerida para este proyecto.

La recolección de datos se determinó en tres temporadas del año 2018 las cuales se establecieron de la siguiente manera: Alta (junio- julio) Media (agosto) y Baja (septiembre). Además la encuesta turística fue dirigida a una población que compone los visitantes al Parque Nacional Natural El Cocuy y visitantes a municipios aledaños a este parque y se seleccionó aquellas personas mayores de edad que visitan los seis municipio de la Provincia de Gutiérrez. Se contempló este tipo de persona debido a que puede tomar la decisión sobre las actividades de ocio o recreación que desea realizar, ayudando así a ofrecer una imagen de la realidad turística de esta región.

A partir de la aplicación de las encuestas, se llevó a cabo el estudio del análisis del perfil, pernoctación y actividades/usos del turista que concurre en el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, considerando sus hábitos, sus motivaciones, percepciones y gustos. Siguiendo a esto se determinó el Perfil turístico para el “Estudio de mercados, con enfoque de la Demanda Turística de producto turístico diseñado para el Entorno de la Sierra Nevada del Cocuy”.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo General

Realizar un estudio de mercados, con enfoque de la demanda turística para el producto diseñado para la sierra Nevada del cocuy, desde la determinación del perfil de turista, competidores y actividades complementarias presentes en los seis municipios correspondientes a la Provincia de Gutiérrez, Departamento de Boyacá.

2.2. Objetivos específicos

- Realizar un análisis en fuentes secundarias contextualizando la situación, a partir de estudios de la oferta, demanda, proveedores, competencia, productos, estrategias comerciales y demás, permitiendo determinar el nivel de profundización y necesidad de información primaria a recolectar.
- Identificar el perfil de turista y visitante, la pernoctación y las actividades y/o usos turísticos que motivan el desplazamiento de turistas en cada uno de los Municipios pertenecientes a la Provincia de Gutiérrez a través de fuentes de información primaria.
- Clasificar las principales variables obtenidas en los tres indicadores propuestos que facilite el análisis pertinente de los datos.
- Especificar características y generalidades de las actividades y usos que se evidencien en cada uno de los municipios de la Provincia de Gutiérrez con una consolidación general provincial.

- Socializar los resultados obtenidos a los participantes del Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez y al ente regulador que acompaña el proceso.

3. MARCO REFERENCIAL

El turismo es definido por la Organización Mundial del Turismo “Como los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, una noche de estadía como unidad y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos” (OMT, 2016). Esta actividad genera en las personas la necesidad de disfrutar un tiempo de ocio y descanso, saliendo de su vida rutinaria, cambiando las actividades habituales, por actividades especializadas que ofrece el turismo.

3.1. Servicios turísticos

Es la actividad económica que está determinada por la venta de un bien o un servicio, procurándose de satisfacer las necesidades de las personas. En el desarrollo de la actividad turística surgen diferentes servicios con el fin de generar nuevas experiencias a los turistas y como lo cita la Organización Mundial del Comercio estos servicios tienden a que “El suministro de servicios de turismo se caracteriza en particular por el movimiento transfronterizo de consumidores –es decir, el consumidor va hacia el proveedor y no a la inversa, como en el caso de muchos otros servicios” (OMC, 1998).

3.2. Oferta Turística

La oferta Turística según la Organización Mundial del Turismo como: “El conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. Además, esta organización también menciona que la oferta turística se divide en dos tipos:

“La oferta turística básica: Compuesta por aquellos bienes y servicios que tienen carácter exclusivamente turístico. Ejemplos de ella son el alojamiento, agencias de viajes o cruceros. *La oferta turística complementaria:* Compuesta por aquellos bienes que no son exclusivos del turismo, pero que aun así son demandados por los turistas y complementan el producto turístico final. Los deportes, el comercio o carreteras son ejemplos de este tipo de oferta” (OMT, 2014).

Cabe resaltar que existen componentes que hacen parte de la oferta turista: Los atractivos turísticos y los servicios y equipamientos que surgen de la misma actividad, es decir, los que ofrecen los prestadores de servicios turísticos.

3.3. Producto turístico

El término de producto turístico se entiende como la integración de los recursos o atractivos, la oferta, servicios, infraestructura y equipamiento de un determinado lugar. Según Miguel Acerenza citado por Manuel de la Colina

“Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” (De la Colina. M. s.f.).

Por otro lado el Fondo Nacional del Turismo cita la Ley 300 de 1996 la cual define al producto Turístico como “Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas” (Fontur, s.f.).

Este determinado grupo de componentes en la actividad turística promueven la llegada de grupos ciertos consumidores, con el fin de satisfacer sus necesidades de ocio y recreación con actividades turísticas específicas.

3.4. Demanda Turística

La demanda turística es determinada como el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que tienen el objetivo de satisfacer sus necesidades de viaje, independientemente de las motivaciones que tengan, ya sean turistas, viajeros o visitantes. Esta demanda turística abarca un grupo de personas con diferentes características sociales, demográficas, económicas, motivacionales y de experiencias, que tienen como interés las necesidades particulares, y que para satisfacerlas quieren y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes y servicios en el desarrollo turístico.

Los factores del mercado como el conocimiento o creación de nuevas ofertas turísticas o de productos turísticos, genera que la toma de decisiones sea llevada a cabo de forma adecuada al momento desarrollar alguna actividad de ocio, ya sean viajes de recreación, familiar o profesional entre otras, turismo de naturaleza, turismo de aventura, turismo gastronómico, turismo cultural, turismo artesanal entre otros (Socatelli. M, 2013).

Otro punto importante en cuanto a la demanda turística es que esta tiene un constante cambio en el mercado, es por eso que Guevara Niurka cita a Valls

“Como el mercado turístico evoluciona continuamente, el agente económico debe basar toda su acción en recoger información y hacer estudios de mercado a fin de realizar las innovaciones con rapidez y dirigir la promoción al segmento apropiado para disminuir los riesgos, de lo contrario el turismo se desplaza hacia otros destinos que le ofrecen mejores atractivos” (Guevara. N. 2011).

La determinación de la demanda turística también se basa en dos importantes factores:

Los factores internos: En el cual influyen las variables determinadas a información personal, de motivación, de aprendizaje, de experiencia, creencia y actitudes.

Los factores Externos: En esta se incluye información sobre variables a factores económicos, cultural, la clase social, influencia, la referencia y la familia.

3.4.1. Segmentación de la demanda turística.

El análisis de la demanda turística es complejo debido a las diferentes variables que intervienen en la determinación de ciertos perfiles. Es por eso que Narvaéz M y Fernandez G. citan lo siguiente:

“La demanda turística no es un todo uniforme. La diversidad de la demanda debe identificar “segmentos” de mercados que se definen como subconjuntos distintos de consumidores, que responden a características similares entre sí. Cada segmento tiene un comportamiento turístico específico en función de sus necesidades, preferencias y características (Narvaez M & Fernandez G, 2010).

La segmentación de la demanda turística determinará ciertas tendencias de los visitantes de un lugar y así crear estrategias adecuadas hacia la elección de nuevos productos turísticos propicios en el desarrollo de una actividad turística de un territorio específico.

4. DISEÑO METODOLÓGICO

4.1. Investigación

En este proyecto se realizó una investigación con enfoque descriptivo de tipo cualitativo, mediante un análisis e identificación de la demanda turística en la Provincia de Gutiérrez. Además, toma un enfoque descriptivo debido a que permite explicar la situación real de la investigación en el territorio de estudio, consiguiendo información de los turistas que visitan cada uno de los municipios que hacen parte de esta provincia y así determinar las variables turísticas de esta demanda. Posteriormente se analiza la información recolectada, se dan recomendaciones y conclusiones sobre la demanda turística de la Provincia de Gutiérrez.

4.2. Área de investigación

La investigación se llevó a cabo en los seis municipios que hacen parte de la Provincia de Gutiérrez - Boyacá.

4.3. Técnicas de recolección de información

Para la investigación se aplicaron los siguientes instrumentos, con el fin de hallar información propicia para esta investigación.

4.3.1. Revisión Documental.

Para el desarrollo de la investigación, el método utilizado fue la estrategia de observación y análisis sobre la actualidad del territorio investigado, por medio de la información de diferentes tipos de documentos. Mediante la revisión de fuentes secundarias y estudios realizados de demanda turística, producto turístico y estudios en la Provincia de Gutiérrez, se obtuvieron los datos necesarios para llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

4.3.2. Observación directa.

Esta técnica de recolección de información tiene la finalidad de realizar contacto directo con la población a investigar, a través de la indagación y recolección de información por medio de formatos de encuesta. Posteriormente se analizaron las respuestas obtenidas para así determinar la demanda turística que se desarrolla en la Provincia de Gutiérrez.

4.3.3. Formatos de encuesta.

Este tipo de formato es la guía para la recolección de información de la población objeto de estudio y reunir datos sobre las variables que determinan la demanda turística en la Provincia de Gutiérrez-Boyacá.

4.4. Fases de la investigación

La investigación se llevará a cabo en 8 fases, las cuales se detallan a continuación:

4.4.1. Fase 1. Revisión documental de la situación actual de la Provincia de Gutiérrez.

La primera fase de esta investigación se realizó la contextualización de la situación actual de la Provincia de Gutiérrez enfocado al estudio de la oferta, demanda, proveedores, competencia, productos, estrategias comerciales y entre otros. En esta fase se determinó el nivel de profundización y la información necesaria para la recolección de fuentes primarias.

4.4.2. Fase 2. Diseño y planeación de la investigación

Para esta fase se diseñaron y planearon las actividades a realizar durante el proyecto en la Provincia de Gutiérrez, además se elaboró un cronograma para especificar las fechas de las actividades propuestas.

4.4.3. Fase 3. Diseño y validación de los instrumentos para la recolección de información.

Para esta fase se determinó el análisis de las variables enfocadas a tres indicadores principales: Perfil del turista, pernoctación y actividades y/o usos.

Se realizó la primera mesa técnica de trabajo entre los profesionales en campo, La Cámara de Comercio y el Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez para así presentar el objetivo del estudio, plan de trabajo y la validación del instrumento propuesto a líderes y prestadores turísticos de la región.

4.4.4. Fase 4. Prueba piloto para la validación de los instrumentos.

Validado el instrumento en la primera mesa técnica, se realizaron los ajustes necesarios para la creación de la encuesta. Se realizó la prueba piloto a la encuesta donde se recogió información mediante las preguntas que se asociaron a las variables cuantificables que determinan el perfil del turista, la pernoctación y actividades y/o usos en la Provincia de Gutiérrez. Esta prueba piloto arrojó comentarios sobre la encuesta (redacción y claridad de las preguntas) para así generar la encuesta definitiva.

4.4.5. Fase 5. Identificación del universo y de la muestra.

En esta fase determinó el número de participantes para la investigación y para el cual se seleccionaron personas mayores de edad que visitan los seis municipios de la Provincia de Gutiérrez- Boyacá, debido a que puede tomar la decisión sobre las actividades de ocio o recreación desea realizar.

4.4.6. Fase 6. Trabajo de campo.

Para el trabajo de campo se realizaron encuestas a profundidad a turistas, en los municipios El Cocuy, Panqueba, Güicán de la Sierra, El Espino, Chiscas y Guacamayas dirigida a turistas de forma aleatoria y al número establecido en la muestra.

La aplicación de estas encuestas se llevó a cabo en tres momentos temporada alta, media y baja. Se realizó una breve introducción al encuestado, la explicación sobre el objetivo de la investigación y el tiempo estimado en llenar la encuesta.

4.4.7. Fase 7. Sistematización de la información obtenida.

En esta fase, se sistematizó la información a través de la herramienta encuestas de google, se generaron gráficas y se realizó el análisis respectivo con el fin de determinar las características y generalidades en cada uno de los municipios de la Provincia de Gutiérrez.

4.4.8. Fase 8. Mesas técnicas de trabajo.

Se llevaron a cabo cuatro mesas técnicas de trabajo, las actividades de estas mesas se realizaron en ciertas fases de desarrollo del proyecto, según la fecha estipulada en cada una. Las mesas se conformaron por los profesionales en campo, Las Cámaras de Comercio, El Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez y los delegados del Viceministerio de Turismo para así socializar los hallazgos obtenidos durante la investigación en la Provincia de Gutiérrez y fortalecer el proceso.

5. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación se llevó a cabo a través de ocho fases:

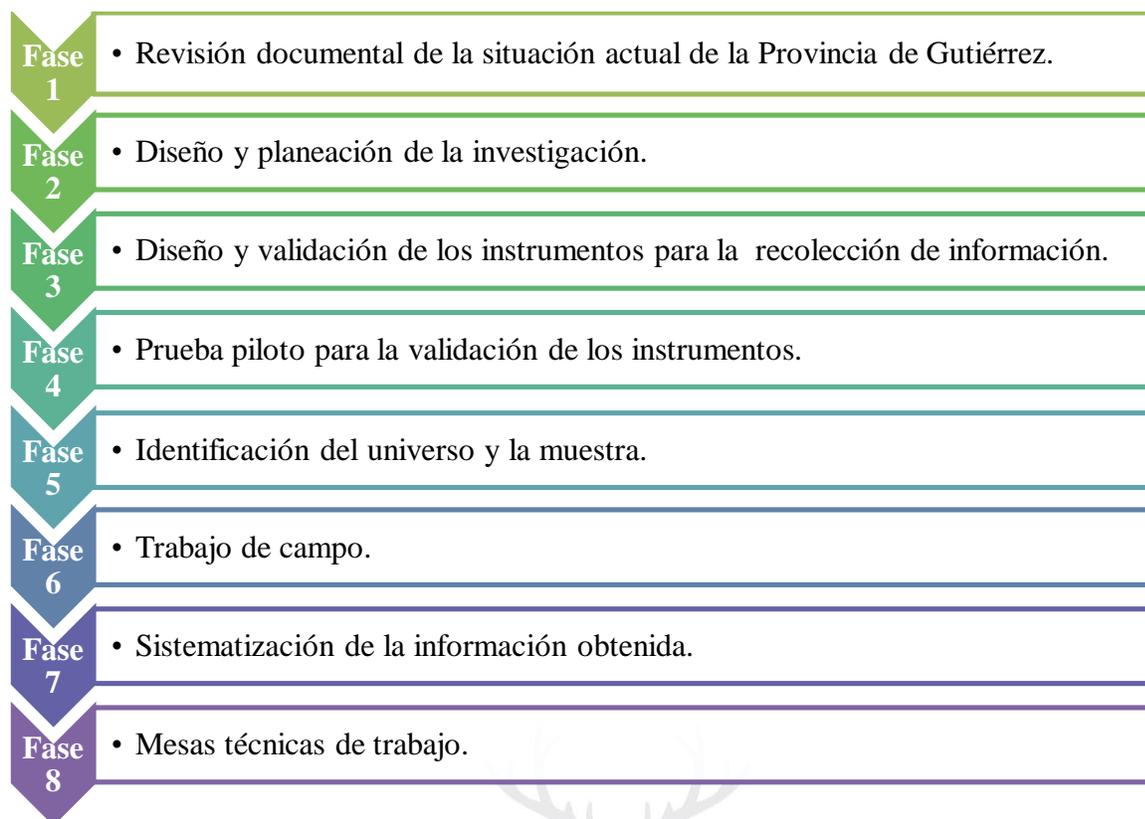


Figura 1. Desarrollo de la investigación.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

6. SITUACIÓN ACTUAL DE LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ

Se inició con la búsqueda y conocimiento de aquella información secundaria, enfocada a la situación actual de la Provincia de Gutiérrez y así generar un análisis de cada uno de los estudios pertinentes para la investigación:

6.1. Antecedentes

Al pasar de los años, el sector turismo ha ocupado un importante lugar en la economía y comercio mundial, debido a su notable crecimiento. Según el informe anual del 2017 de la Organización Mundial del Turismo “Las llegadas de turistas internacionales registraron un notable aumento del 7% en 2017 hasta alcanzar un total de 1.322 millones de personas, según el

último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Las previsiones apuntan a que este fuerte impulso se mantendrá en 2018, con un ritmo de entre el 4% y el 5%” (OMT, 2018). Lo que indica que el sector turístico es constante y se encuentra en un continuo progreso. En relación con lo anterior el secretario general de la OMT Zurab Pololikashvili menciona que;

“Los viajes internacionales siguen creciendo con fuerza, consolidando al sector turístico como un motor clave del desarrollo económico. Como tercer sector exportador del mundo, el turismo es esencial para la creación de empleo y la prosperidad de las comunidades de todo el mundo” (OMT,2018).

Al experimentar el turismo un constante crecimiento, el Foro Económico Mundial decide publicar anualmente un reporte sobre Índice de Competitividad de Viajes y Turismo, con el objetivo de determinar los factores que hacen atractivo el desarrollo de negocio o inversiones en el sector de viajes y turismo en un país determinado. De tal manera que para el 2017 Colombia se estableció en el puesto 62 de 136 economías mundiales, subiendo 6 puestos a comparación del 2016. En este informe se observa al país como un gran destino turístico, gracias a sus expresiones culturales orales e intangibles, patrimonio cultural, rica biodiversidad, recursos naturales y apertura internacional. De otro lado es importante señalar que la competitividad del entorno empresarial, la infraestructura terrestre y la baja inversión en innovación se encuentran en incertidumbre por su deficiente desarrollo (WEF, 2017). Para esto, la inversión por parte del gobierno por medio de mega-proyectos turísticos, mejorara los factores turísticos calificados en cada una de las regiones, disminuyendo la brecha negativa de algunos aspectos competitivos de Colombia.

En relación con el turismo, este sector en el PIB nacional representa el 5% manifestando un importante aumento en los últimos años (Portafolio, 2018).

Así mismo el Centro de Pensamiento Turístico de Colombia de Cotelco y Unicafam, en su Índice de Competitividad Turística 2016-2017, el turismo en la economía boyacense ocupa el 2.81%, además se evidencia que Boyacá obtuvo un puntaje de 4.90 de 10, ubicándose en el puesto 11 entre los 32 departamentos del territorio nacional, reflejándose para este año la disminución de un puesto a comparación del 2016 (Centro de pensamiento turístico-Colombia. 2017). Por medio de este informe se destaca el departamento nivel nacional por sus atractivos culturales-naturales, en cuanto a criterio ambiental y de mercadeo turístico generando ingresos distinguidos a la economía boyacense, predominando el elevado índice de oferta hotelera y prestación de servicios turísticos. Pero resulta oportuno decir, que el centro de pensamiento turístico ofrece ciertas recomendaciones para mejorar en competitividad turística para el departamento de Boyacá tales como;

- Adelantar procesos de restauración ecológica en los páramos que cuentan con vocación turística y que han sido intervenidos con actividades productivas diversas.

- Ampliar la cobertura de acceso y capacidad de los servicios públicos en las zonas de desarrollo turístico con el fin de satisfacer adecuadamente las necesidades del visitante.

- Aumentar el presupuesto de inversión destinado al sector turístico que permita la financiación de proyectos de alto impacto. Boyacá

- Fortalecer la campaña de promoción turística, tanto a nivel nacional como internacional”

(Centro de pensamiento turístico-Colombia. 2017).

La implementación de mecanismos adecuados para generar valor agregado al turismo boyacense, de la mano de actividades orientadas a la innovación y el progreso en cuanto a la

infraestructura turística, ayudar al mejoramiento de los factores a evaluar en los índices de competitividad turística en Colombia.

Hecha la observación anterior, la investigación se centra en el estudio de mercados, con enfoque de la demanda turística de producto turístico diseñado para el entorno de la Sierra Nevada del Cocuy y según el Observatorio Turístico de Boyacá describe este lugar como

“La riqueza natural y la belleza paisajística con la que cuenta la zona hace de esta un punto de afluencia turística, no solo por la majestuosidad de sus paisajes, si no por las condiciones que brinda el territorio de acuerdo a la posición geográfica en la que se encuentra, esto hizo de la región un lugar propicio para la llegada masiva de turistas en busca del paraíso de Gutiérrez” (Observatorio Turístico de Boyacá, 2017).

A partir de la información recolectada de la base de datos de visitantes al Parque Nacional Natural el Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita, de Parques Nacionales de Colombia, la llegada de turistas durante los últimos ha sido de 71.459, evidenciándose que la actividad ecoturística y turismo de naturaleza son el eje turístico en la provincia de Gutiérrez (Parque Nacionales Naturales de Colombia, 2018).

6.2. Generalidades de la Provincia de Gutiérrez- Boyacá

6.2.1. Antecedentes históricos.

La existencia de la provincia de Gutiérrez en Boyacá y sus características culturales, naturales y sociales se reflejan en la historia gracias a los grupos humanos asentados en este territorio. Y según Colombia Turismo, esta zona fue asentamiento de culturas agroalfareras,

procedentes del norte del país. A partir de estos hechos, como resultado aumentaron las prácticas agrícolas y el establecimiento de pequeños caseríos como el de los Laches.

Los hechos anteriores dieron origen a la población indígena de la región, incrementando la densidad poblacional, en especial la organización socio- política en los grupos U´was o tunebos, Laches y Muiscas, asentándose cacicazgos como el del Cocuy, Panqueba, Chita, Ura Cheva, Ogamora y el pueblo de la Sal. Dentro de las actividades prosperas por los indígenas se encontraba la cacería del venado, la pesca, agricultura del maíz, coca, papa, frijol entre otros.

Se cuentan dos versiones relacionadas con los primeros exploradores en estos territorios. En una de ellas se habla del Alemán Jorge de Espira, el cual se dice que partió de la provincia del Coro en Venezuela hasta la Orinoquia de Colombia, tras el paso por el pie de monte llanero cerca de la región de Gutiérrez, este hombre visito las tierras de chiscas y laches en 1533, pero no fundó ninguna población.

La segunda versión menciona al Español Hernán Pérez de Quesada y sus soldados, en el cual tenían el objetivo de buscar la casa del sol en 1542. De esta misma manera llegaron los primeros evangelizadores, los padres Agustinos y Dominicos a Cocuy, provocando cambios sociales, culturales y políticos.

Se cree que la fundación del pueblo de Cocuy fue en 1679, además para esta misma fecha surge el primer cura en el Cocuy el misionero Fr Xines Sánchez Picón. Para el Año de 1709 se categoriza el Cocuy como resguardo para el cual se erigió la parroquia de este municipio. Años después en 1738 se inició con la construcción de la antigua iglesia parroquial en el cual su construcción se extendió alrededor de treinta años y en 1775 se dio terminación de la Torre.

La administración de los municipios de esta provincia entre los años de 1754 y 1822 estuvo a cargo de los llamados alcaldes pedáneos, ejerciendo autoridad en lugares de corto vecindario y pocos habitantes.

Posteriormente en la colonia y hasta 1814 El Cocuy hizo parte de la provincia de Tunja. En 1821 la Constitución de Cúcuta creó el Departamento de Boyacá y desde 1824 se llamó Cantón de El Cocuy, conservando este nombre hasta 1843 debido a las reformas de la República de la Nueva Granada.

En 1857 el Cantón de El Cocuy hizo parte de la provincia del Tundama siendo Santa Rosa de Viterbo capital de provincia. Pasado los años en 1863 El Cocuy perteneció al Departamento del Norte cuya capital era Soatá. A partir de la ley 7 del 18 de octubre de 1878 se creó y organizó el Departamento de Gutiérrez en honor al general José Santos Gutiérrez, presidente de la República de Colombia. Para el cual la capital fue El Cocuy constituyéndose en los territorios que hoy forman la provincia de Gutiérrez y en el año de 1886 la constitución conformó al país en departamentos y a su vez en provincias y nombrándose a la provincia de Gutiérrez como parte territorio boyacense (Colombia Turismo, sf.)

6.2.2. Información territorial y poblacional.

Según la Gobernación de Boyacá la Provincia de Gutiérrez se ubica en el noreste del departamento de Boyacá. Esta Provincia comprende una superficie total de 1997.03 km² ubicándose en la cordillera oriental. Además, está comprendida por los siguientes municipios, El Cocuy, Güicán de la Sierra, Panqueba, Chiscas, El Espino y Guacamayas. La principal ciudad y capital de provincia es El Cocuy y la población más poblada es la de Güicán de la Sierra (Gobernación de Boyacá, 2008).

Por otro lado, las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas tomadas por Corporación Autónoma Regional de Boyacá para el análisis de aspectos socio-económicos del departamento, en cuanto a la Provincia de Gutiérrez se evidencia la disminución de la población total, tanto en áreas urbanas como rurales.

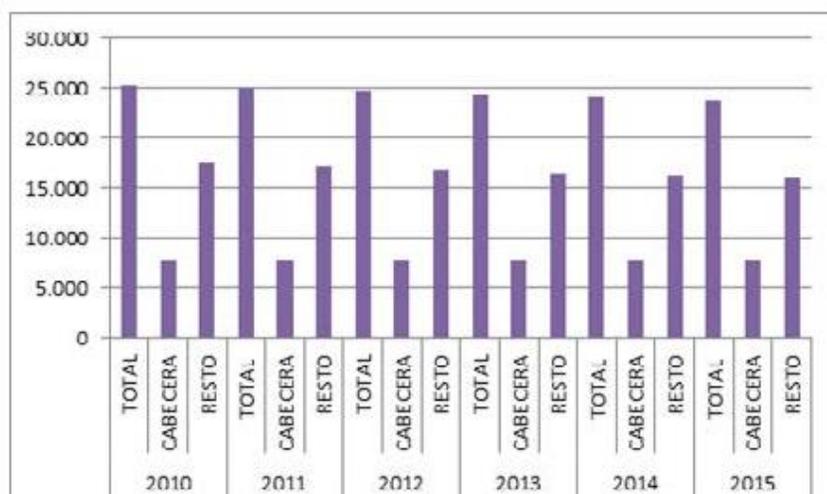


Figura 2. Población de la Provincia de Gutiérrez.

Fuente: DANE.

La población estimada para el año 2015 es de 23.816 habitantes, siendo una cifra baja frente a la población de las otras provincias del departamento de Boyacá.

PROVINCIAS / MUNICIPIOS	POBLACIÓN AÑO 2015
CENTRO: Chíquiza, Chivatá, Cóbmita, Cucaíta, Motavita, Oicatá, Samacá, Siachoque, Sora, Sotaquirá, Toca, Tunja y Tula.	295.071
GUTIÉRREZ: Chiscas, El Cocuy, El Espino, Guacamayas, Güicán y Panqueba	23.816
LENGUPÁ: Berbeo, Miraflores, Páez, San Eduardo y Zetaquirá.	21.041
NORTE: Boavita, Covarachía, La Uvita, San Mateo, Sativanorte, Sativasur, Soatá, Susacón y Tipacoque.	33.150
OCCIDENTE: Briceño, Coper, La Victoria, Maripí, Muzo, Otanche, Paura, Puerto Boyacá, Quipama, San Pablo de Borbur y Tununguá.	121.403
RICAUARTE: Arcabuco, Chitaraque, Gachantivá, Monquirá, Ráquira, Sáchica, San José de Pare, Santana, Santa Sofía, Sutamarchán, Tinjacá, Toghí y Villa de Leyva.	84.786
SUGAMUXI: Aquitania, Cultiva, Firavitoba, Gámeza, Iza, Mongua, Monguí, Nobsa, Pesca, Sogamoso, Tibasosa, Tópaga y Tota.	200.703
TUNDAMA: Belén, Busbanzá, Cerinza, Corrales, Duitama, Floresta, Paipa, Santa Rosa de Viterbo y Tutazá.	177.839
VALDERRAMA: Betétiva, Chita, Jericó, Paz de Río, Socha, Socotá y Tasco.	41.930
MÁRQUEZ: Rondón	2.822
TOTAL	1.002.561

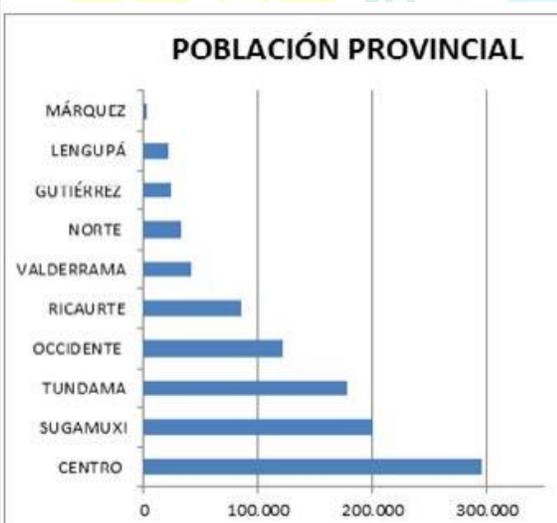


Figura 3. Número de habitantes en la Provincia de Gutiérrez.

Fuente: DANE

6.2.3. Población Indígena Comunidad U'WA.

Según Corpoboyacá la comunidad indígena U'wa se caracteriza por ser un pueblo ancestral que hacía parte de los ocho clanes o grupos originarios ubicados en la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita Güicán y se subdividan según la permanencia en las tierras altas, medias o bajas. Esta comunidad hace parte de la macro familia lingüística Chibcha. Se localiza esta comunidad en la Cordillera Oriental localizada en los Andes colombianos. Ocupan la región conocida como Sarare que abarca espacios de los departamentos de Arauca, Boyacá, Norte de Santander, Santander y Casanare. En la provincia de Gutiérrez se estima que su población es de 4.695 habitantes para el año 2005 (Corpoboyacá, 2015).

6.2.4. Aspectos geográficos.

Según la información suministrada por la Gobernación de Boyacá, la región aledaña a la Sierra Nevada el Cocuy, Chita o Güicán hacen parte del Parque Nacional Natural El Cocuy, que conforman 306.000 hectáreas convirtiéndose en el quinto Parque más grande del país. En esta zona nacen más de trecientos cuerpos de agua esparcidos por el área junto con ochenta ríos y quebradas, demostrando la importancia hídrica que ofrece este parque. Además, la provincia de Gutiérrez presenta una gran variedad de temperatura haciendo que la producción agrícola sea muy variada. Las principales alturas de la provincia son La sierra nevada el Cocuy, Chita o Guicán mayor a 5.000 m.s.n.m. El alto de Ritacuba con 5.000 m.s.n.m. El pulpito del diablo con 4.900 m.s.n.m. Y el alto de Rechiniga con 4.200 m.s.n.m (Gobernación de Boyacá. S.f.).

6.2.5. Clima.

Respecto al clima, existe variados climas característicos de la zona con temperaturas moderadas a bajas oscilando entre 14° a 17° centígrados, gracias a estas temperaturas la agricultura en municipios como Panqueba, El Espino y Guacamayas es importante. Por otro lado el clima de las zonas altas con variaciones térmicas más intensas altas localizándose en la Sierra Nevada de Chita, Cocuy o Güicán; contando una altura superior a los 4700 metros sobre el nivel del mar y con una temperatura por debajo de 0° centígrados, hace que la vida del hombre y los animales sea casi imposible allí (Gobernación de Boyacá, s.f.).

6.2.6. Identificación de los municipios que conforman la provincia de Gutiérrez.

Se identificó las generalidades de cada uno de los municipios que hacen parte de la provincia de Gutiérrez, igualmente también se pudo analizar los conceptos claves para la investigación.

6.2.6.1. Generalidades.

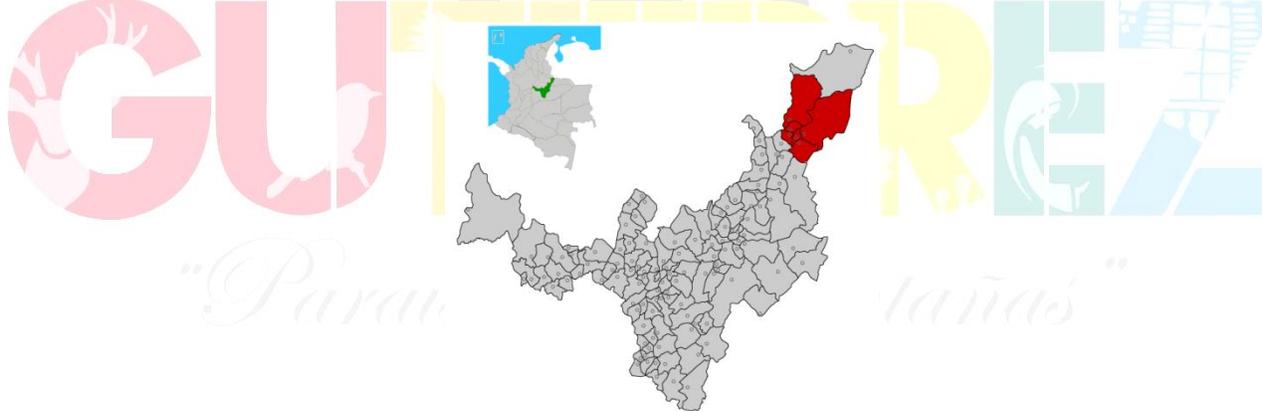


Figura 4. Provincia de Gutiérrez en Boyacá.
Fuente: Wikipedia, 2017.

La Provincia de Gutiérrez se ubica en el noroeste del departamento de Boyacá y está conformada por los municipios de: Güicán de la Sierra, El Cocuy, Panqueba, Guacamayas, Chiscas y El Espino; siendo la capital de Provincia el municipio de El Cocuy.



Figura 5. Municipios que conforman la provincia de Gutiérrez.
Fuente: Fondo mixto de cultura de Boyacá, 2017.

Posteriormente, se señalarán las generalidades de cada uno de los municipios que integran la Provincia de Gutiérrez.

Cuadro 1. Generalidades Municipio de El Cocuy

GENERALIDADES	
Nombre del municipio	El Cocuy
Provincia	Provincia de Gutiérrez
Extensión Total	253 km ²
Población	5. 241 hab
Temperatura Media	14 °C

Fuente: Google Maps, 2018.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Cuadro 2. Generalidades Municipio de Güicán de la Sierra.

GENERALIDADES	
Nombre del municipio	Güicán de la Sierra
Provincia	Provincia de Gutiérrez
Extensión Total	934 km ²
Población	6 909 hab
Temperatura Media	12.2 °C



Fuente: Google Maps, 2018.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Cuadro 3. Generalidades Municipio de El Espino.

GENERALIDADES	
Nombre del municipio	El Espino
Provincia	Provincia de Gutiérrez
Extensión Total	70 km ²
Población	4 195 hab
Temperatura Media	12 °C



Fuente: Municipios de Colombia, 2018.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Cuadro 4. Generalidades Municipio de Guacamayas.

GENERALIDADES	
Nombre del municipio	Guacamayas
Provincia	Provincia de Gutiérrez
Extensión Total	59.83 km ²
Población	1 693 hab
Temperatura Media	18 °C



Fuente: Google Maps, 2018.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Cuadro 5. Generalidades Municipio de Chiscas.

GENERALIDADES	
Nombre del municipio	Chiscas
Provincia	Provincia de Gutiérrez
Extensión Total	659 km ²
Población	4 291 hab
Temperatura Media	17 °C



Fuente: Google Maps, 2018.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Cuadro 6. Generalidades Municipio de Panqueba.

GENERALIDADES	
Nombre del municipio	Panqueba
Provincia	Provincia de Gutiérrez
Extensión Total	42 km ²
Población	1 452 hab
Temperatura Media	17 °C



Fuente: Google Maps, 2018.

Fuente: Elaboración propia, 2018

La Provincia de Gutiérrez y el área total de los municipios que la conforman es de 1997.03 km². La distribución se encuentra de la siguiente manera; el municipio de Güicán de la Sierra tiene la mayor extensión con 934 km² y el municipio de Panqueba tiene una menor parte del territorio de la provincia con 42 km².

6.3. Situación actual de la actividad turística en la Provincia de Gutiérrez

Actualmente, el desarrollo turístico en la Provincia de Gutiérrez se ha visto afectado debido al turismo que se ha venido realizando en la Sierra de Nevada del Cocuy, conocida por

ser el principal atractivo turístico de esta Provincia y de Boyacá, los impactos ocasionados por el turista provocaron que la población indígena U'wa para el año 2016 cerrara la entrada a este Parque Natural, oponiéndose a cualquier actividad turística. Según el diario el colombiano en su publicación del 10 de agosto de 2016, resalta,

“Mientras se hace un diagnóstico de los impactos ambientales que afectan al Parque Nacional Natural El Cocuy, estará cerrado a actividades relacionadas con el ecoturismo. La decisión la tomó Parques Nacionales con el fin de iniciar un trabajo conjunto con la comunidad aledaña, tal como se hace en el resto de parques en el país.

Aunque no hay una fecha de apertura, se espera que en los próximos dos meses las conversaciones entre los indígenas y el Gobierno estén consolidadas. Es de anotar que el porcentaje del resguardo sobre el área protegida alcanza el 46 por ciento” (El Colombiano, 2016).

El hecho anteriormente mencionado, provocó en la Provincia de Gutiérrez una crisis económica preocupante, debido a que la actividad turística es uno de los principales motores de la economía de esta región y a partir del cierre de la Sierra Nevada el Cocuy produjo que la llegada de turistas disminuyera, y como lo dijo el abogado David Castillo en una entrevista para Caracol Radio

“Ha dejado pérdidas de aproximadamente \$20.000 millones y que sin dejar a un lado los quiebres sociales, se ha deteriorado además la confianza de los colombianos al visitar el norte del departamento, ya que la disminución en la llegada de turistas no solo se ha visto en el parque sino en las zonas cercanas que hasta hace un año recibían personas de diferentes partes para mostrar todos los atractivos turísticos, esto sin mencionar la preocupación por los índices de inseguridad derivados de la presencia de grupos subversivos en la región” (Caracol Radio, 2017).

Para el mes de Agosto de 2017, luego de más de un año de haberse cerrado el Parque Nacional Natural el Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita, por parte los indígenas U'wa, según el informe de Caracol Radio esta comunidad informan,

“Los indígenas U’wa exigen medidas de prevención y protección para ese territorio que se considera sagrado para los indígenas, y que llaman ZIZUMA, fue abierto con nuevas reglas para ingresar a conocer ese recurso.

Según los U'wa ese extenso cierre que obligó al gobierno nacional y local sentarse a dialogar en varias oportunidades con los indígenas para negociar la reapertura, sí sirvió.

Dentro del nuevo 'decálogo del turista en la Sierra Nevada del Cocuy', se determinó, por ejemplo, que los visitantes pueden disfrutar de actividades de esparcimiento y contemplación en el área protegida, pero solamente realizando los recorridos al borde del glacial y no sobre este; están autorizadas las caminatas solamente sobre los tres senderos determinados para el disfrute del paisaje, senderismo y observación de fauna y flora” (Caracol Radio, 2017).

A partir de la problemática provocada durante los meses de cierre del parque, la actividad turística en la Provincia de Gutiérrez se encuentra en incertidumbre, de tal manera que se empezó a trabajar hacia nuevas estrategias turísticas, por medio de la unidad descentralizada del Consejo Provincial de Turismo, reuniendo esfuerzos del sector público y privado.

Es entonces que la Cámara de Comercio de Duitama ha propuesto el desarrollo de un plan estratégico que integra las diferentes líneas productivas de la región. Este plan contribuye con la reactivación del turismo por medio del “Diseño de un producto turístico”, destacando aquellas alternativas y potencialidades con las que cuenta la región a través de la creación de una nueva imagen e indicaciones para progresar por medio de la actividad turística.

El interés de la Cámara de Comercio de Bogotá hizo que se integrará a este esfuerzo por medio del acompañamiento en proyectos de investigación, para ser aplicados al sector turismo de la provincia. El objetivo de estos proyectos es que las alcaldías municipales gestionen y apropien recursos, como medio de reorganización de la actividad turística de la Provincia de Gutiérrez.

Es por eso que el trabajo desarrollado sobre producto turístico da como resultado “Gutiérrez, un paraíso entre montañas”, proponiendo nuevas alternativas turísticas diferentes a las de las Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Guicán de la Sierra y Chita,

rescatando atractivos tanto naturales y culturales que representan la particularidad de cada uno de sus municipios. En este producto turístico se evidencian 13 atractivos y actividades para llevarse a cabo en la provincia (Otgúa, 2017).

6.3.1. Recursos y atractivos turísticos de la Provincia de Gutiérrez.

La Provincia de Gutiérrez es reconocida por su riqueza en atractivos naturales y elaboración de artesanías en el tradicional oficio de la cestería en rollo de Guacamayas, es por eso que es una zona de afluencia turística debido a su posición geográfica y de las costumbres y tradiciones de sus pobladores. Esta provincia presenta una diversidad de recursos potencialmente turísticos, pero no cuentan con el reconocimiento a nivel regional y nacional. Es por eso la importancia de recordar que los inventarios turísticos, son una herramienta de planificación turística, que incurren en la toma de decisiones para el sector público y privado, siendo también un instrumento para la consolidación de productos turísticos diversificados y competitivos dependiendo el potencial que se tenga en el municipio o región.

De tal manera que se realizó una revisión sobre los inventarios turísticos existentes en la Provincia de Gutiérrez. Se obtuvo como resultado la actualización del inventario turístico para el año 2016, encontrándose en la UPTC, Seccional Duitama. La realización de este proyecto se llevó a cabo por los estudiantes Laura Marcela Barrera Moreno, Julián David Vargas Ortiz y Daniela Vargas Tobos, cuyo estudio tiene como objetivo, la elaboración y consolidación de los inventarios y facilidades turísticas de la provincia de Gutiérrez. Además, se realizó bajo la metodología utilizada para la elaboración del inventario de atractivos turísticos propuesta por el Viceministerio de Turismo y de igual forma avalado por el Ministerio de Comercio Industria y

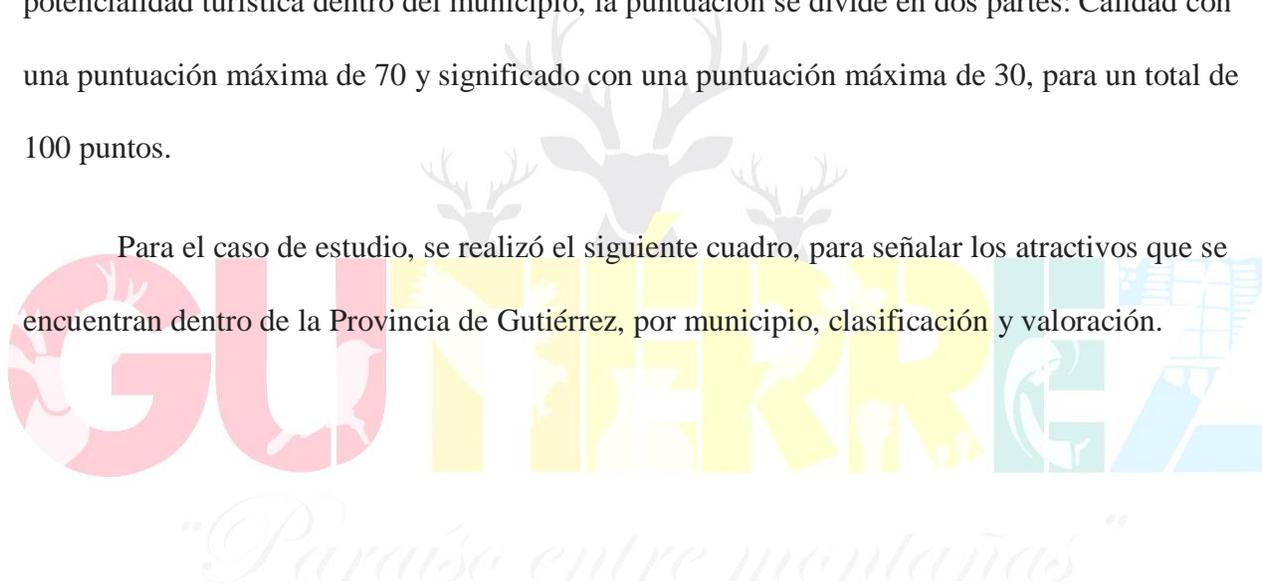
Turismo. Cabe resaltar que esta investigación no se encuentra avalados, ni publicados ante el Viceministerio de Turismo de Colombia.

En esta metodología, los atractivos turísticos son calificados de la siguiente manera:

- Patrimonio natural.
- Patrimonio cultural material - bienes muebles e inmuebles.
- Patrimonio cultural material - festividades y eventos.
- Patrimonio cultural material - grupos de especial interés.
- Patrimonio cultural inmaterial.

Además se le da una valoración a cada atractivo turístico con el fin de determinar la potencialidad turística dentro del municipio, la puntuación se divide en dos partes: Calidad con una puntuación máxima de 70 y significado con una puntuación máxima de 30, para un total de 100 puntos.

Para el caso de estudio, se realizó el siguiente cuadro, para señalar los atractivos que se encuentran dentro de la Provincia de Gutiérrez, por municipio, clasificación y valoración.



Cuadro 7. Atractivos naturales y culturales del municipio de Chiscas.

Atractivos naturales y culturales del municipio de Chiscas			
N°	Nombre del atractivo	Clasificación	Valoración
1	Pico Nieveцитas y Sierrecitas	Patrimonio Natural	73
2	Cerro de Duartes	Patrimonio Natural	71
3	Cerro de Santa Marta	Patrimonio Natural	55
4	Peñón Chacarita	Patrimonio Natural	72
5	Pico Rechiniga	Patrimonio Natural	73
6	Pico Nariare	Patrimonio Natural	71
7	Laguna del Gallo	Patrimonio Natural	73
8	Laguna las Celestes	Patrimonio Natural	72
9	Laguna Pantano Hondo	Patrimonio Natural	71
10	Laguna las Orozcas	Patrimonio Natural	82
11	Cojines de Pantano Colorado	Patrimonio Natural	72
12	La Playa	Patrimonio Natural	73
13	Rio Orozco	Patrimonio Natural	62
14	Rio Casiano	Patrimonio Natural	62
15	Avistamiento de Venado Cola Blanca	Patrimonio Natural	82
16	Hacienda Villa Julia	Patrimonio Cultural Material	55
17	Hacienda El Salado	Patrimonio Cultural Material	49
18	Templo Parroquial San Antonio de Padua	Patrimonio Cultural Material	62
19	Capilla Nuestra Señora de las Mercedes	Patrimonio Cultural Material	55
20	Palacio Municipal	Patrimonio Cultural Material	70
21	Casa de la Cultura	Patrimonio Cultural Material	64
22	Biblioteca Municipal “Nepomuceno Becerra Sánchez”	Patrimonio cultural Material	71
23	Puente de la Planta	Patrimonio Cultural Material	70
24	Corregimiento de las Mercedes	Patrimonio Cultural Material	54
25	Parque Principal	Patrimonio Cultural Material	68
26	Pila de los Héroes	Patrimonio Cultural Material	68
27	Gastronomía	Patrimonio Cultural Inmaterial	66
28	Agüinado Chiscano	Festividades y eventos	72
29	Fiesta de los Polvoreros	Festividades y eventos	72
30	Fiesta en Honor a la Virgen del Carmen	Festividades y eventos	72
31	Fiestas en Honor a Nuestra Señora de las Mercedes	Festividades y eventos	72
32	Fiestas en Honor a San Antonio de Padua	Festividades y eventos	70

Fuente: Elaboración propia a partir de la actualización del inventario turístico de la provincia de Gutiérrez (2016).

Cuadro 8. Atractivos naturales y culturales del municipio de El Cocuy.

Atractivos naturales y culturales del municipio de El Cocuy			
N°	Nombre del atractivo	Clasificación	Valoración
1	Cerro De Cerezo	Patrimonio Natural	65
2	Cerro De Mahoma	Patrimonio Natural	65
3	Pico De La Conquista	Patrimonio Natural	68
4	Laguna El Pachacual	Patrimonio Natural	70
5	Laguna Las Lajas	Patrimonio Natural	69
6	Casa Del General Santos Gutiérrez	Patrimonio Cultural Material	60
7	Casa De La Matrona Genoveva Cujar	Patrimonio Cultural Material	65
8	Parroquia Nuestra Señora Del Rosario	Patrimonio Cultural Material	73
9	Capilla De San José	Patrimonio Cultural Material	58
10	Palacio Municipal	Patrimonio Cultural Material	72
11	Biblioteca Municipal	Patrimonio Cultural Material	67
12	Casa De La Cultura – Teatro Boyacá	Patrimonio Cultural Material	68
13	Museo Vivo De La Ruta De La Sal	Patrimonio Cultural Material	71
14	Puente Los Arrayanes	Patrimonio Cultural Material	59
15	Parque Olimpo Gallo	Patrimonio Cultural Material	79
16	Plaza Santos Gutiérrez	Patrimonio Cultural Material	66
17	Taller Demostrativo Artesanal Choqui	Patrimonio Cultural Inmaterial	70
18	Fiestas Patronales En Honor A Nuestro Señor De Las Misericordias	Festividades y eventos	72

Fuente: Elaboración propia a partir de la actualización del inventario turístico de la provincia de Gutiérrez (2016), 2018.

Cuadro 9. Atractivos naturales y culturales del municipio de El Espino.

Atractivos naturales y culturales del municipio de El Espino			
N°	Nombre del atractivo	Clasificación	Valoración
1	Mesa Del Salto	Patrimonio Natural	73
2	Alto De Hoyos	Patrimonio Natural	73
3	Laguna De La Cintura	Patrimonio Natural	71
4	Cascada El Batan	Patrimonio Natural	68
5	Parque De Reserva Municipal El Chuscal	Patrimonio Natural	74
6	Capilla Santa Ana	Patrimonio Cultural Material	67
7	Capilla El Cascajal	Patrimonio Cultural Material	63
8	Iglesia De San Ramón Nonato	Patrimonio Cultural Material	66
9	Parque Principal	Patrimonio Cultural Material	68
10	Alto De La Burrera	Patrimonio Cultural Material	69
11	Cristo Rey	Patrimonio Cultural Material	64
12	Gastronomía	Patrimonio Cultural Inmaterial	66
13	Leyenda Laguna De La Cintura	Patrimonio Cultural Inmaterial	66
14	Leyenda La Mancarita	Patrimonio Cultural Inmaterial	71

15	Fiestas Patronales En Honor A San Ramón Nonato.	Festividades y eventos	71
16	Fiestas Patronales De La Virgen Del Carmen	Festividades y eventos	71

Fuente: Elaboración propia a partir de la actualización del inventario turístico de la provincia de Gutiérrez (2016), 2018.

Cuadro 10. Atractivos naturales y culturales del municipio de Guacamayas.

Atractivos naturales y culturales del municipio de Guacamayas			
N°	Nombre del atractivo	Clasificación	Valoración
1	Alto de Chiveche	Patrimonio Natural	55
2	Capilla de la Santa Cruz	Patrimonio Cultural Material	54
3	Iglesia Nuestra Señora de Chiquinquirá	Patrimonio Cultural Material	63
4	Palacio Municipal	Patrimonio Cultural Material	72
5	Parque Principal	Patrimonio Cultural Material	70
6	Parque la Aurora	Patrimonio Cultural Material	73
7	Cestería en Rollo	Patrimonio Cultural Inmaterial	78
8	Taller Demostrativo de la Alpargata Guacamayera	Patrimonio Cultural Inmaterial	72
9	Fiesta De La Virgen Del Rosario De Chiquinquirá	Festividades y eventos	64
10	Fiesta De La Virgen Del Carmen	Festividades y eventos	64
11	Fiesta en Honor a San Diego de Alcalá	Festividades y eventos	66

Fuente: Elaboración propia a partir de la actualización del inventario turístico de la provincia de Gutiérrez (2016), 2018.

Cuadro 11. Atractivos naturales y culturales del municipio de Güicán.

Atractivos naturales y culturales del municipio de Güicán			
N°	Nombre del atractivo	Clasificación	Valoración
1	Sendero Ritak U'was	Patrimonio Natural	83
2	Sendero Lagunillas – Pulpito Del Diablo	Patrimonio Natural	82
3	Peñón de los Muertos	Patrimonio Natural	78
4	Alto del Torrente	Patrimonio Natural	68
5	Pico de Ortega	Patrimonio Natural	66
6	Sendero La Esperanza - Laguna Grande De La Sierra	Patrimonio Natural	86
7	Sendero Lagunillas – Boquerón Del Cusirí	Patrimonio Natural	82
8	Rio Mosco	Patrimonio Natural	65
9	Rio Nevado	Patrimonio Natural	60
10	Rio Lagunillas	Patrimonio Natural	67
11	Sendero Boquerón De Cardenillo	Patrimonio Natural	83
12	Sendero de Conexión	Patrimonio Natural	83

13	Parque Nacional Natural El Cocuy	Patrimonio Natural	94
14	Aguas Termales	Patrimonio Natural	66
15	Cueva de la Cuchumba	Patrimonio Natural	80
16	La Capilla de Monserrate	Patrimonio Cultural Material	70
17	La Capilla de San Antonio de Padua	Patrimonio Cultural Material	70
18	Iglesia Nuestra Señora De La Candelaria	Patrimonio Cultural Material	79
19	Palacio Municipal	Patrimonio Cultural Material	65
20	Casa de la Cultura	Patrimonio Cultural Material	71
21	Parque Principal	Patrimonio Cultural Material	79
22	Camino De Mal Paso	Patrimonio Cultural Material	70
23	Monumento A La Dignidad De La Raza U'wa	Patrimonio Cultural Material	69
24	Historia de la Morenita	Patrimonio Cultural Inmaterial	72
25	Leyenda del Peñón de los muertos	Patrimonio Cultural Inmaterial	67
26	Aguinaldo Navideño	Festividades y eventos	74
27	Fiesta en Honor a la Morenita de Güicán	Festividades y eventos	74
28	Fiesta de la inmaculada concepción	Festividades y eventos	71
29	El Frailejón de Oro	Festividades y eventos	73
30	Festival Gastronómico	Festividades y eventos	71
31	Maratón Primera de Mayo	Festividades y eventos	71

Fuente: Elaboración propia a partir de la actualización del inventario turístico de la provincia de Gutiérrez (2016), 2018.

Cuadro 12. Atractivos naturales y culturales del municipio de Panqueba.

Atractivos naturales y culturales del municipio de Panqueba			
N°	Nombre del atractivo	Clasificación	Valoración
1	Cerro Cruz de Mayo	Patrimonio Natural	62
2	Quebrada El Obraje	Patrimonio Natural	60
3	Reserva Forestal Franco	Patrimonio Natural	72
4	Parroquia Nuestra Señora de la salud	Patrimonio Cultural Material	65
5	Palacio Municipal	Patrimonio Cultural Material	70
6	Casa de la Cultura	Patrimonio Cultural Material	66
7	Parque Principal	Patrimonio Cultural Material	72
8	Besitos Panquebanos	Patrimonio Cultural Inmaterial	53
9	Ferias y Fiestas del Municipio de Panqueba	Festividades y eventos	68

Fuente: Elaboración propia a partir de la actualización del inventario turístico de la provincia de

Gutiérrez (2016), 2018.

La actualización de los inventarios turísticos de la Provincia de Gutiérrez del 2016 dio como resultado que la provincia cuenta con 44 atractivos naturales, 45 Atractivos Culturales Materiales, 10 Atractivos Culturales Inmateriales y 18 Festividades y eventos. Esta actualización es de gran interés para futuras investigaciones y proyectos turísticos.

6.3.2. Oferta Turística de la Provincia de Gutiérrez.

A partir de la información suministrada de la investigación realizada para el año 2017 “Diseño de Producto Turístico de La Provincia de Gutiérrez Departamento de Boyacá Propuesta de Implementación”, proyecto validado por la Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, se obtiene la siguiente información de la oferta turística de la Provincia de Gutiérrez.

La oferta turística en la Provincia de Gutiérrez en cuanto a servicios de Alojamiento/ se señala lo siguiente:

Cuadro 13. Servicio de Alojamiento/Hospedaje en la Provincia de Gutiérrez.

Servicio de Alojamiento/Hospedaje en la Provincia de Gutiérrez			
Nº	Municipio	Nombre del establecimiento	Tipo de servicio
1	Chiscas	Hotel Mito del Águila	Alojamiento y Hospedaje
2	El Cocuy	Hotel y Restaurante Villa Real	Alojamiento y Hospedaje
3	El Cocuy	Hotel Casa Muñoz	Alojamiento y Hospedaje
4	El Cocuy	Hotel- Asadero Nortibrasas 22	Alojamiento y Hospedaje
5	El Cocuy	Hotel Pinares del Carrizalito	Alojamiento y Hospedaje
6	El Cocuy	Hotel El Nevado	Alojamiento y Hospedaje
7	El Cocuy	Hotel San Gabriel	Alojamiento y Hospedaje
8	El Cocuy	Hotel Casa El Montañista	Alojamiento y Hospedaje
9	El Cocuy	Hotel Posada El Molino	Alojamiento y Hospedaje
10	El Espino	Hotel buenos aires El espino	Alojamiento y Hospedaje
11	El Espino	Hotel y Restaurante la Unión	Alojamiento y Hospedaje
12	Güicán	Hotel Ecoturístico el Edén	Alojamiento y Hospedaje
13	Güicán	Hotel la casa del colibrí	Alojamiento y Hospedaje
14	Güicán	Hotel Güicán de la sierra	Alojamiento y Hospedaje
15	Güicán	Hotel ecológico el nevado	Alojamiento y Hospedaje

16	Güicán	Posada turística Tachiquebo	Alojamiento y Hospedaje
17	Güicán	Posada Peña blanca	Alojamiento y Hospedaje
18	Güicán	Hacienda La esperanza	Alojamiento y Hospedaje
19	Güicán	Cabaña El pulpito	Alojamiento y Hospedaje
20	Güicán	Posada brisas del nevado	Alojamiento y Hospedaje
21	Güicán	Cabañas Kanwara	Alojamiento y Hospedaje
22	Panqueba	Hotel Portón de la Sierra	Alojamiento y Hospedaje
23	Panqueba	Posada Turística Cacique de la Montaña	Alojamiento y Hospedaje

Fuente: Elaboración propia a partir de la información suministrada por la CCDuitama (2017), 2018.

Se evidencia que los municipios de El Cocuy y Güicán se encuentran una gran parte de los establecimientos que ofrecen servicios de Alojamiento y Hospedaje. Los servicios que ofrecen son los básicos como: Acomodación múltiple, televisión y baño, algunos con agua caliente, conexión a internet y servicio de alimentos y bebidas. En cuanto al tema de accesibilidad los establecimientos de la provincia se encuentran deficientes en la prestación de servicios óptimos para las personas con cualquier discapacidad. Y por último el personal que labora es local, además se le aconseja el mejoramiento en cuanto a servicio y atención al cliente (Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017).

Cuadro 14. Servicio de Alimentos y Bebidas en la Provincia de Gutiérrez.

Servicio de Alimentos y Bebidas en la Provincia de Gutiérrez			
N°	Municipio	Nombre del establecimiento	Tipo de servicio
1	Chiscas	Cafetería y comidas rápidas Donde El Aguilillo	Alimentos y Bebidas
2	El Cocuy	Hotel y Restaurante Villa Real	Alimentos y Bebidas
3	El Cocuy	Hotel Casa Muñoz	Alimentos y Bebidas
4	El Cocuy	Hotel- Asadero Nortibrasas 22	Alimentos y Bebidas
5	El Cocuy	Hotel Pinares del Carrizalito	Alimentos y Bebidas
6	El Cocuy	Hotel El Nevado	Alimentos y bebidas
7	El Cocuy	Hotel San Gabriel	Alimentos y Bebidas
8	El Cocuy	Hotel Casa El Montañista	Alimentos y Bebidas
9	El Cocuy	Hotel Posada El Molino	Alimentos y Bebidas
10	El Cocuy	Restaurante Los Andes	Alimentos y Bebidas

11	El Cocuy	Restaurante Mamasanta	Alimentos y Bebidas
12	El Cocuy	Donde Maryland	Alimentos y Bebidas
13	El Cocuy	Restaurante Alejandra	Alimentos y Bebidas
14	El Espino	Hotel buenos aires El espino	Alimentos y Bebidas
15	El Espino	Hotel y Restaurante la Unión	Alimentos y Bebidas
16	El Espino	Restaurante la Salida	Alimentos y Bebidas
17	El Espino	Asadero los libertadores	Alimentos y Bebidas
18	El Espino	Restaurante Míster Been	Alimentos y Bebidas
19	Guacamayas	Comidas rápidas Mono Kuko	Alimentos y Bebidas
20	Güicán	Hotel restaurante brisas del nevado	Alimentos y Bebidas
21	Güicán	Hotel la casa del colibrí	Alimentos y Bebidas
22	Güicán	Cafetería mi refugio	Alimentos y Bebidas
23	Panqueba	Posada Turística Cacique de la Montaña	Alimentos y Bebidas
24	Panqueba	Delicias Panquebanas	Alimentos y Bebidas

Fuente: Elaboración propia a partir de la información suministrada por la CCDuitama (2017), 2018.

El Cocuy es el municipio que cuenta con más establecimientos de Alimentos y Bebidas.

A nivel general se evidenciaron ciertas debilidades como atención al cliente, manipulación de alimentos, prestación del servicio y la presentación de los platos. Cabe destacar que existen prestadores que se han dedicado a mejorar estas debilidades ayudando a generar nuevas experiencias a los clientes, rescatando la gastronomía local (Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017).

Cuadro 15. Servicio de Guianza y Agencias de viajes en la Provincia de Gutiérrez.

Servicio de Guianza y Agencia de viajes en la Provincia de Gutiérrez			
N°	Municipio	Nombre del establecimiento	Tipo de servicio
1	El Cocuy	Wilson Alexander Torres Pérez	Guianza Turística
2	El Cocuy	Boyacá Travels	Agencia de viajes
3	El Cocuy	Servicios ecoturísticos Guaicany	Agencia de viajes
4	El Cocuy	Mountain Adventure El Cocuy	Agencia de viajes
5	Guacamayas	Convite Travel	Agencia de viajes

Fuente: Elaboración propia a partir de la información suministrada por la CCDuitama (2017), 2018.

En la Provincia de Gutiérrez se determinó 1 prestador de guianza turística ubicado en el municipio de El Cocuy, la razón, es el único prestador que cuenta con Registro Nacional de

Turismo. El Consejo Profesional de Guías establece 12 guías de turismo reconocidos. En la provincia se ubican 171 prestadores de guianza turística y el 93% son intérpretes ambientales, el problema con estos prestadores, es que no se encuentran debidamente registrados como prestadores de este servicio, además una de las debilidades de estos prestadores es la poca formación y manejo en bilingüismo.

Las agencias de viajes se caracterizan por ser agencias operadoras, aquellas que diseñan y llevan a cabo sus propios planes. Se determinó que solamente 1 está certificada en la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 003-Agencias de Viajes. Otra particularidad de estos servicios, es la existencia de agencias nacionales que ofrecen el destino, pero no tienen relación alguna con los locales, optando por suministros y demás requerimientos que no son de la zona (Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017).

6.3.2.1. Facilidades complementarias a la actividad turística de la Provincia de Gutiérrez.

Las facilidades complementarias del turismo contribuyen al desarrollo de la actividad turística, además permite que la estancia del turista en los atractivos sea de gran agrado, deben ser de calidad, satisfaciendo las necesidades y deseos de los visitantes. Todo esto ayudará al crecimiento de la economía de la región del destino.

De acuerdo con la información suministrada por la Cámara de Comercio de Duitama del proyecto “Diseño de producto turístico de la provincia de Gutiérrez departamento de Boyacá propuesta de implementación”, el servicio complementario de cada uno de los municipios de la Provincia de Gutiérrez se menciona de la siguiente manera:

“- Todos los municipios cuentan con Alcaldía Municipal.

- Se identificaron 12 salones comunales de los cuales seis (6) se encuentran ubicados en el Municipio del Espino, y los otros seis (6) restantes se encuentran repartidos equitativamente en los municipios de Guacamayas, Güicán de la Sierra y Panqueba.

- Se encuentran siete (7) bibliotecas de las cuales dos (2) se ubican en el Municipio de Güicán de la Sierra y las otras se encuentran repartidas una (1) en cada municipio.

- En la provincia solo se encuentra un (1) centro recreacional ubicado en el Municipio de El Espino.

- En la provincia se evidencian ocho (8) polideportivos y ocho (8) parques infantiles.

- Cada municipio cuenta con una (1) estación de policía y hospital o centro de salud.

- En servicios financieros, se encuentran cuatro (4) bancos pertenecientes al Banco Agrario ubicados en los Municipios de Chiscas, El Cocuy, El Espino y Güicán de la Sierra. Adicionalmente, la comunidad identifica dos (2) cajeros automáticos del Banco Agrario y nueve (9) corresponsales bancarios de Bancolombia.

- La Provincia solo se encuentra un (1) Punto de Información Turística [PIT] ubicado en el Municipio de El Cocuy y un (1) Aeropuerto ubicado en el Municipio de El Espino.

- No hay presencia de terminales de transporte más se identifican los diferentes paraderos del servicio público con sus agencias en cada municipio.

- Se encuentran seis (6) estaciones de gasolina, una en cada municipio y una (1) estación de gas natural vehicular en el municipio de El Espino” (Cámara de Comercio Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017).

Cabe destacar que la Gobernación de Boyacá está trabajando en la adecuación y recuperación del Aeropuerto del Espino, los participantes se conforman por el comité regional, las autoridades principales, los operadores turísticos y empresarios.

La Gobernación de Boyacá aportó con la mano de obra y la maquinaria pesada, con el fin de mejorar las vías de acceso al aeropuerto. También, un equipo de profesionales de la Dirección

de Turismo de Boyacá aportó con trabajo en la adecuación de la pista de aterrizaje y el cercado de los terrenos del aeropuerto.

La Unidad Administrativa Especial de la Aeronáutica Civil solicitó los arreglos respectivos y gracias a la iniciativa de los líderes y operadores de turismo de la región se pudo llevar a cabo el objetivo de dar vía libre a la operatividad y funcionamiento de este aeropuerto, para así dinamizar el flujo de turistas nacionales e internacionales, aportando a la economía de la provincia y creando nuevos canales de comunicación con diferentes zonas del territorio nacional (Gobernación de Boyacá, 2018).

6.3.3. Producto turístico de la Provincia de Gutiérrez.

En el periodo 2004-2007 en el Departamento de Boyacá con la finalidad de potencializar la actividad turística en la región, partiendo de su gran variedad en atractivos naturales-culturales y su buena ubicación geográfica, la Gobernación de Boyacá desarrolló el proyecto “Los Anillos Turísticos de Boyacá”, estipulado en el plan de desarrollo *Boyacá es deber de todos 2004-2007*, en dicho documento la estrategia turística es.

La principal estrategia planteada es la conformación de circuitos turísticos con el apoyo de la infraestructura para el sector para facilitar el disfrute del paisaje (ecoturismo), o circuitos temáticos, alrededor de temas en específico como el étnico, religioso, cultural, arqueológico y geomorfológico, entre otros” (Gobernación de Boyacá, 2004).

A partir de la estrategia propuesta, se creó 6 circuitos turísticos como actividad alternativa para las personas que visitan el departamento de Boyacá. El proyecto turístico creado para la Provincia de Gutiérrez y que también hace parte la Provincia de Norte se estableció con el

nombre de anillo turístico de los Nevados, en el cual el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en su guía turística de Boyacá lo describe de la siguiente manera,

“Partiendo hacia el páramo de Güina, se asciende a través de paisajes y ecosistemas caracterizados por la presencia de arbustos, musgos y frailejones. Instalados en la cumbre, al otro lado del cañón del Chicamocha, se observa la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Güicán o Chita. Tómese un tiempo para apreciar los bosques de niebla, nieves perpetuas y áreas de pastoreo, antes de descender hacia los municipios de Soatá y Susacón.

El ascenso hacia la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Güicán o Chita está enmarcado por la presencia de escenarios sorprendentes y especies nativas. Cóndores, águilas reales, algas; cascadas, lagunas y 32 picos nevados, hacen su aparición en este espectáculo de ecología y biodiversidad. El Púlpito del Diablo, por el sector de Lagunillas; la Laguna Grande de la Sierra; la base del pico Ritacuba Blanco, la mayor altura de la cordillera Oriental, a 5.330 m. s. n. m.; y la Laguna Grande de la Plaza, para los excursionistas y caminantes expertos, se cuentan entre los atractivos más visitados de la sierra nevada. Hoteles y restaurantes complementan la oferta turística de ambos municipios. Arquitectura y paisajes silvestres se combinan en una ruta definida por la ecología, la naturaleza y la cultura tradicional (Mincit, 2012).

Cabe resaltar que este producto turístico durante los últimos años ha presentado varias complicaciones debido a las actividades que realizaba el turista en la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Guicán de la Sierra y Chita llevando al cierre de este parque por parte de comunidades indígenas, que buscaban la protección y preservación de los recursos naturales que les brinda este territorio. Actualmente este parque se encuentra abierto a los turistas, pero con ciertas restricciones, todo esto con la finalidad de resguardar la naturaleza que rodea este parque nacional natural.

En cuanto a producto turístico en desarrollo, “DISEÑO DE PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ DEPARTAMENTO DE BOYACÁ PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN” de la Cámara de Comercio de Duitama, propone para la provincia “GUTIÉRREZ, UN PARAÍSO ENTRE MONTAÑAS”, debido a que sus vocaciones turísticas establecidas son la de turismo de naturaleza y turismo cultural.

En cuanto a la vocación del producto turístico de naturaleza, se entiende que durante muchos años el ecoturismo fue eje central del turismo en la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Güicán y Chita. Para esta propuesta quisieron establecer otras alternativas distintas a la de los nevados. Es por eso que se sugirió el desarrollo de una actividad turística en diferentes atractivos naturales que ofrece cada uno de los municipios de la provincia. Las actividades mencionadas son: Senderismo interpretativo, tracking, observación de fauna y flora, talleres de educación ambiental, observación de ecosistemas, aviturismo, turismo de contemplación, y turismo vivencial y de experiencias.

Para la vocación cultural, el producto turístico se especificó en dos actividades: Turismo Histórico Cultural y Turismo Religioso. En primer lugar, se propone para El Cocuy el desarrollo de una actividad turística relacionada con su oferta cultural e histórica, debido al estado de conservación y los hechos históricos que rodean este municipio.

En segundo lugar, el turismo religioso pretende que los turistas visiten lugares o centros sagrados donde se proclame la fé. Se recomienda para este producto turístico que sea el eje principal Güicán de la Sierra. En este municipio se establecen dos características singulares para desarrollarse. La primera, la tradición étnica U´wa, a través de un turismo comunitario, se podrá contar historias y tradiciones propias de su pueblo a los turistas. La segunda, la Virgen Morenita,

patrona del pueblo, se propone actividades vinculadas a la religiosidad (Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá, Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017).

El producto turístico propuesto y diseñado, integra los seis municipios de la provincia, recomendando diferentes actividades y recorridos según su vocación turística, como se muestra a continuación.



Figura 6. Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez-Boyacá.

Fuente: Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá, Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017.

Además se diseñó la marca turística de la provincia de Gutiérrez, componiéndose de un nombre, logotipo y símbolos, en el cual se representa la identidad de la provincia. Esta imagen turística tiene el objetivo de generar posicionamiento frente a otros destinos y la recordación del destino en los turistas.



Figura 7. Marca Turística de la Provincia de Gutiérrez.

Fuente: Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá, Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, 2017.

6.3.4. La competencia frente al producto turístico de la Provincia de Gutiérrez.

A partir del producto turístico evidenciado en la provincia de Gutiérrez: “Anillo Turístico de los Nevados” y “Gutiérrez, un paraíso entre montañas”, se realizará un análisis de la competencia turística a nivel nacional e internacional.

El modelo para el análisis de competitividad turística se estudiará del documento *Competitividad de los destinos turísticos* de Pascarella R. y Fontes J. En el cual se examina la competitividad de un destino en tres componentes:

- Producto y servicios: Atractivos turísticos.
- Recursos Físicos: Aspectos de la infraestructura en general, acceso y equipamiento turístico.
- Recursos organizacionales: Políticas públicas, mejoramiento de la actividad turística, marketing del destino, aspectos de la economía local (Pascarella, R. & Fontes, J, 2010).

Por medio de los componentes anteriormente mencionados el análisis de la competencia turística debe responder las siguientes preguntas:

- ¿Quiénes son la competencia del producto turístico de la provincia de Gutiérrez?
- ¿Qué productos y servicios ofrece la competencia?
- ¿Con qué recursos físicos cuenta la competencia?
- ¿Cuáles son los recursos organizacionales de la competencia?

¿Quiénes son la competencia del producto turístico de la provincia de Gutiérrez?

Teniendo los dos productos ya identificados de la Provincia de Gutiérrez se examinará destinos nacionales e internacionales en donde se desarrolle actividades ecoturísticas y culturales.

La competencia de este destino a nivel nacional se encuentra los siguientes destinos:

Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta, Parque Nacional Natural el Nevado del Huila y Parque Nacional Natural los Nevados.

A nivel internacional analizaremos los destinos que se asemejan al producto turístico de Gutiérrez según el ranking de National Geographic en el 2015 y que se encuentren en América:

Parque Nacional Los Glaciares en Argentina, Parque Provincial Aconcagua en Argentina.

Además otro destino, Nevado Saltankay en Perú por ser una ruta alterna hacia Machu Pichu.



Cuadro 16 . Competencia a nivel nacional del producto turístico de la Provincia de Gutiérrez.

COMPETENCIA A NIVEL NACIONAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ			
DESTINO	COMPONENTES A ANALIZAR		
	PRODUCTOS Y SERVICIOS	RECURSOS FÍSICOS	RECURSOS ORGANIZACIONALES
<p>COMPETENCIA</p> <p>1. 1. Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa.</p> <p>Número de visitantes en el 2017: 23.478 personas.</p> <p>Esta cadena montañosa alberga el Parque Nacional Natural Sierra Nevada de Santa Marta y hace parte de una de las 55 áreas protegidas por el sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia. Se caracteriza por desarrollar actividades ecoturísticas y culturales. En esta zona se ubica las comunidades indígenas Kogui, Arhuacos, Wiwas, Kankuamos</p>	<p><u>Reconocimiento a nivel nacional e internacional al ser declarada por la Unesco en 1979 como Reserva de la Biosfera y Patrimonio de la Humanidad.</u></p> <p>La Sierra Nevada de Santa Marta ofrece diversas actividades para los viajeros. Entre ellas se encuentran las excursiones de flora y fauna y las visitas a bosques, miradores, playas, cascadas y piscinas naturales. También es posible practicar el montañismo, hacer senderos interpretativos y planear recorridos en bicicleta.</p> <p>El Parque Tayrona, con sus espectaculares playas, y el Museo Arqueológico de Chairama, con su inmenso valor cultural, son dos de los atractivos turísticos de la zona.</p>	<p>Localización: Ubicado entre los departamentos de Magdalena, Guajira y Cesar en jurisdicción de los municipios de Ciénaga, San Juan del Cesar, Fundación, Aracataca, Dibulla, Mingueo, cerca de Santa Marta, Riohacha y Valledupar.</p> <p>Acceso: Desde Santa Marta hasta La Tagua en carro y de ahí a pie o en mula aproximadamente tres días. También por Santa Marta se puede llegar a la estación de San Lorenzo y al Parque Arqueológico Teyuna. Otra vía es la que conduce a Valledupar, esta es la ruta principal para dirigirse a los nevados, aunque solamente pueden ser visitados con el previo consentimiento de las comunidades indígenas.</p>	<p>Políticas públicas: Se crearon políticas públicas al interior de 4 comunidades indígenas de Colombia, con el fin de conocer su alcance en la preservación de las culturas autóctonas y sus aportes normativos a la construcción y conservación del patrimonio cultural de la Nación.</p> <p>Mejoramiento de la actividad turística: A través de la creación de otras alternativas turísticas como el agroturismo y turismo arqueológico se vincula la población local (indígenas) en el desarrollo de una actividad económica.</p> <p>Marketing: Promoción por la marca Colombia en medios publicitarios como videos musicales. Apoyo del fondo de promoción turística de Santa Marta.</p>

Ecoturismo: En San Lorenzo y Filo Cartagena hay cabañas donde se pueden alojar los visitantes. En Alto de Mira se puede pernoctar en hamacas dentro de las malocas.

En San Lorenzo y Alto de Mira el tiempo de alojamiento dependerá de la disponibilidad de cupos. En ciudad Perdida, se puede permanecer sólo dos noches, y exclusivamente con el consentimiento del Instituto Colombiano de Antropología e Historia.

Infraestructura:

Para el 2015 se realizó las obras de acondicionamiento y mejoramiento de infraestructura de acueducto y saneamiento en nueve poblados indígenas de la Sierra Nevada de Santa Marta

Equipamiento

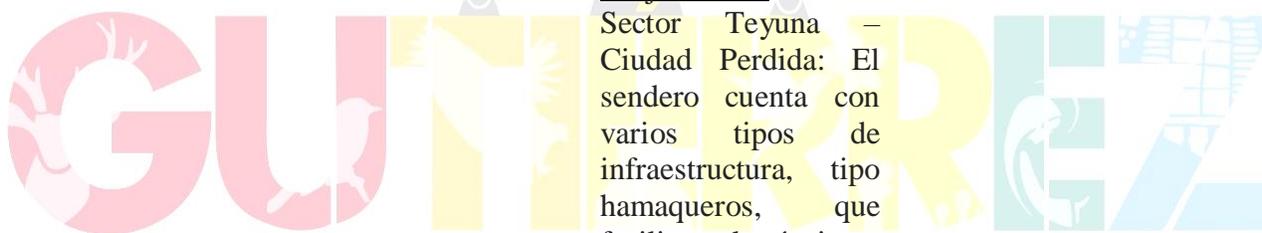
turístico:

Restaurante:

Se sugiere llevar una dotación propia de alimentos que incluya abundantes bebidas, en cantidades proporcionales al tiempo de estadía, ya que no hay restaurantes dentro del Parque.

Alojamiento:

Sector Teyuna – Ciudad Perdida: El sendero cuenta con varios tipos de infraestructura, tipo hamaqueros, que facilitan el tránsito y permanencia de los visitantes operados por asociaciones comunitarias campesinas e indígenas asociadas a las turoperadoras. Estación experimental de San Lorenzo: Cuenta con 2 cabañas cada una con 3 habitaciones y



"Paraíso en las hamacas"

2. Parque Nacional Natural el Nevado del Huila.	<u>El área protegida se encuentra dentro de la zona declarada por la Unesco como reserva de la Biófera, a su vez posee el mayor relicto glaciar de la cordillera central.</u>	cada habitación con capacidad para 6 personas. Hay una cocina sencilla, equipada con utensilios, pero debe llevar gas si desea cocinar (se consigue en Minca). Baños y áreas sociales son compartidas.	A partir del Proyecto Conservación de los Páramos y Bosques Montanos del Macizo Colombiano
Número de visitantes para el año 2017:		Localización: En la cordillera Central, en los municipios de Páez, Toribío, y Corinto (Cauca); Ataco y Rioblanco (Tolima) y Teruel, Iquirá, Palermo y Neiva (Huila).	Políticas públicas: Se formularon 15 proyectos con participación comunitaria.
Está constituido por un área volcánica con vegetación de páramo, subparamo, Bosque Andino, Altoandino y Zona Nival con una minoría en pajonales. En la zona de influencia se encuentran comunidades indígenas paeces en los resguardos de Miranda, Corinto, Jambaló, Tálaga, Tóez y Mosoco en el departamento del Cauca. Las	Existen cuatro senderos de interpretación, tres de ellos ubicados en la reserva forestal Tarpéya y uno en el sector El Roble. Dichos senderos atraviesan ecosistemas de Bosque andino, y Subpáramo terminando en un punto de observación del Nevado del Huila. Aunque la infraestructura se encuentra en buen estado y existen atractivos ecoturísticos como campamento, senderos y miradores,	Acceso: Desde Santander de Quilichao se toma la carretera que pasa por El Palo, Tacueyó, cerro los Alpes y conduce al alto Páez, donde se encuentra la cabaña del Ministerio del Medio Ambiente. Desde Popayán puede tomarse la ruta Piendamó, Silvia, Mosoco, Toez y finalmente el trayecto al alto Páez.	Se cuenta con el plan de manejo básico del Parque Nacional Natural Nevado del Huila, el cual se desarrolló gracias a la participación de los profesionales temáticos, en la actualidad se desarrollan las acciones de concertación con los actores sociales del área.
		También puede viajar vía Popayán, Inzá, Toez. Tomando como punto de partida a La Plata, se sigue la vía a Inzá y Toez. Hay camino entre la	Mejoramiento de la actividad turística: Se firmó un acuerdo con las autoridades indígenas Nasa de los Cabildos Gaitania (Planadas), Las Mercedes y Barbacoas (Rioblanco) para diseñar y apoyar una estrategia de conservación y manejo del espacio denominado “Corredor de

<p>actividades turísticas desarrolladas son las de ecoturismo.</p>	<p>el turismo del parque en la actualidad está completamente cerrado por el contexto de riesgo por actividad volcánica.</p>	<p>cabaña del Ministerio del Medio Ambiente del alto Páez y la laguna de Páez (3 horas). Para subir hasta el campamento colombiano, ubicado cerca del borde inferior del nevado, deben caminarse dos jornadas, cada una de 6 horas aproximadamente. La primera conduce hasta el campamento polaco, un lugar donde pueden instalarse carpas en condiciones rudimentarias. En el campamento colombiano hay una explanada donde pueden tenderse las carpas y una serie de pequeñas lagunas que almacenan agua de lluvias.</p>	<p>Conservación Nasa del Sur del Tolima: Parques Las Hermosas - Nevado del Huila”.</p> <p>Marketing: Campaña promocional destino Huila.</p>
		<p>El agua de los deshielos contiene ácidos y no debe consumirse. Para escalar los picos se requiere una jornada completa de alta montaña y ocasionalmente debe pernoctarse para continuar al día siguiente.</p> <p>Infraestructura:</p>	
		<p>Equipamiento turístico: En Páez</p>	

hay hospedajes y restaurantes. En el alto Páez hay una cabaña del Ministerio del Medio Ambiente, dos quioscos, cocina y zona para acampar. También hay una piscina de aguas termales.

Infraestructura:

El Parque Natural Nevado del Huila cuenta con buena infraestructura turística y en buen estado, además existen atractivos ecoturísticos como campamento, senderos y miradores, pero el turismo está limitado por problemas de orden público en la zona.

3. Parque Nacional Natural los Nevados.

Número de visitantes para el 2017: 50.896 personas.

Núcleo principal está constituido por una sucesión de picos y volcanes alineados así: Nevado del Tolima, Nevado del Quindío, Paramillo de

Actividades comunitarias:

El visitante podrá relacionarse también con los habitantes de los alrededores del Parque, gente cálida de origen campesino, y disfrutar de su comida típica, sus productos artesanales y sus servicios de guianza. En su mayoría, los habitantes son descendientes del proceso migratorio conocido como la colonización

Localización:

En la cordillera Central, en los municipios de Villa María (Caldas), Salento (Quindío), Pereira y Santa Rosa de Cabal (Risaralda) y Casablanca, Villa Hermosa, Libano, Santa Isabel, Anzoátegui e Ibagué (Tolima).

Acceso:

A 52 km. de Manizales se encuentra el refugio Brisas, sobre las faldas del Nevado del

Políticas públicas:

Se desarrollaron las políticas de:

- Caracterizar, evaluar y zonificar la Zona Amortiguadora del Parque Nacional Natural Los Nevados.

- Formular el plan de manejo de las zonas identificadas, con participación comunitaria.

- Compatibilizar los planes de manejo del Parque y de la Zona Amortiguadora

- Fortalecer y promover la participación social en la gestión de la conservación del Parque y

<p>Santa Rosa, Nevado Santa Isabel, Nevado del Cisne y Nevado del Ruiz. Se desarrollan actividades ecoturísticas y culturales.</p>	<p>antioqueña, iniciado a mediados del siglo XIX. Prácticamente la mayoría de las familias procede de los departamentos de Caldas, Risaralda y Tolima; luego le siguen Cundinamarca y Boyacá. Las poblaciones dentro del área protegida, como en su zona de amortiguación, son representantes de la cultura paramera, quienes son reconocidos por sus mejillas rosadas por el viento y el sol de la montaña. Una característica de la cultura paramera y el estilo de vida en el páramo, se experimenta y fortalece en la cocina de las viviendas. Las cocinas de las casas en la alta montaña son ejes centrales de encuentro e interacción, donde se entreteje el quehacer diario y las historias de vida de los ocupantes.</p>	<p>Ruiz. Una variante de esta carretera bordea los nevados del Cisne y Santa Isabel y llega hasta la Laguna Verde. Por la carretera que de Manizales conduce a Murillo se llega a los linderos del parque y a la cabaña de vigilancia Las Brisas.</p>	<p>su Zona Amortiguadora.</p>
	<p>Senderismo La actividad más destacada es el senderismo que, además de caminatas inolvidables, paisajes y lagunas memorables, le</p>	<p>A 10 km. de este punto se encuentra el borde inferior de las nieves del Nevado del Ruiz. Por esta misma vía puede irse hasta la Laguna del Otún (39 km.).</p>	<p>- Iniciar procesos de restauración de ecosistemas a través de la reconversión de las actividades económicas insostenibles.</p>
		<p>Desde Pereira hay carretera hasta El Cedral. Desde allí arranca un camino de herradura que conduce a la laguna del Otún (7 a 9 horas). A esta laguna también se puede llegar tomando como punto de partida la ciudad de Santa Rosa de Cabal.</p>	<p>- Gestionar y ejecutar en coordinación con los municipios y organizaciones comunitarias la ejecución del plan de manejo conjunto.</p>
		<p>Infraestructura: Existe una zona de camping a orillas de la laguna del Otún, junto a la cabaña del Ministerio del Medio Ambiente. Es necesario llevar equipo completo para acampar en clima</p>	<p>- Implementar alternativas económicas sostenibles, de acuerdo al Plan de manejo. Promover e implementar actividades para la conservación y restauración de áreas de alta fragilidad ambiental.</p>
			<p>- Desarrollar la infraestructura y los servicios para el ecoturismo.</p>
			<p>- Adquirir predios en ecosistemas de especial significancia ambiental para consolidar la conservación del parque y su zona amortiguadora.</p>
			<p>- Prevenir desastres, mitigar riesgos y atender emergencias naturales y antrópicas.</p>
			<p>Mejoramiento de la actividad turística: Actividades de turismo sostenible.</p>
			<p>Marketing: Guías ecoturísticas para dispositivos móviles por</p>

permite al visitante la observación de gran variedad de flora y fauna. Existen numerosos senderos de diferentes dificultades que se pueden hacer preferiblemente con un guía autorizado.

Observación de Fauna y Flora Silvestre

Es un lugar perfecto para observar fauna y flora. Aquí se encuentran especies de fauna como: puma, venado conejo, guagua y danta de páramo. Hay también especies de aves de gran significado para la región y el país como cóndor de los Andes, águila crestada, periquito de los nevados, pato andino y colibrí chivito de páramo, entre otras especies.

Investigación y Educación Ambiental

La exuberante naturaleza del área protegida y su estado de conservación la convierten en un lugar apto para la

muy frío. Hay algunos lugares donde puede conseguirse leche y queso. En la zona amortiguadora se encuentra el Centro de Educación Ambiental La Suiza.

El Ministerio del Medio Ambiente también posee una cabaña aquí y la cabaña La Pastora, en el Parque Natural Regional Ucuamarí de la Corporación Autónoma de Risaralda Carder. Previa autorización de la Carder puede pernoctarse en La Pastora, donde también se ofrece alimentación.

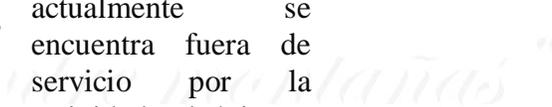
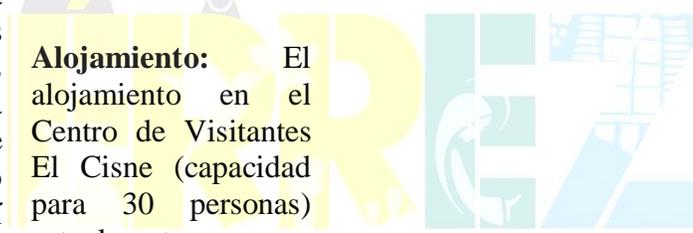
Alojamiento: El alojamiento en el Centro de Visitantes El Cisne (capacidad para 30 personas) actualmente se encuentra fuera de servicio por la actividad volcánica.

Cafetería

Hay servicio de cafetería y baños en el Sector Norte en las cabañas Brisas y Arenales.

parte de parques nacionales.

Próximamente se lanzará una app donde se podrá realizar recorridos virtuales dentro del parque.



realización de investigación científica. Además, como en todos los parques abiertos al ecoturismo, aquí se llevan a cabo actividades de educación ambiental por instituciones educativas o por los funcionarios que hacen una introducción a los visitantes sobre el Parque, objetivos de conservación, servicios y actividades ecoturísticas.

Zona de Camping

Las zonas de camping en los sectores El Cisne y Arenales solo están abiertas cuando el Nevado del Ruiz se declare en Nivel Verde (IV) de alerta por actividad volcánica.

Auditorio

El auditorio en el Centro de Visitantes El Cisne actualmente se encuentra fuera de servicio por la actividad volcánica.

Fuente: Elaboración propia a partir de recolección de información de Parques Nacionales Naturales de Colombia (2018), 2018.

Cuadro 17. Competencia a nivel internacional del producto turístico de la provincia de Gutiérrez.

COMPETENCIA A NIVEL INTERNACIONAL DEL PRODUCTO TURÍSTICO DE LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ.

DESTINO	COMPONENTES A ANALIZAR		
	PRODUCTOS Y SERVICIOS	RECURSOS FÍSICOS	RECURSOS ORGANIZACIONALES
COMPETENCIA 1. Parque Nacional Los Glaciares en Argentina Número de visitantes para el	<u>Fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la Unesco en 1981 por ser una zona de excepcional belleza natural y un ejemplo importante de los</u>	Localización: El parque nacional Los Glaciares se encuentra en los Andes australes del sudoeste de Argentina, cerca de la frontera chilena.	Políticas públicas: Los sitios arqueológicos y paleontológicos están protegidos por ley. Pero eso solo no alcanza: su preservación también depende de nosotros. La remoción de objetos de nuestro patrimonio cultural está alterando

año 2017: 90.412 personas.

El nombre del lugar se debe a la enorme presencia de glaciares, en total 47, que en su conjunto dan origen al territorio de Campo de Hielo Patagónico, el manto de hielo más grande del mundo después de la Antártica.

Las actividades turísticas que se desarrollan son ecoturísticas, turismo de aventura y turismo cultural.

procesos geológicos de la glaciación.

El Parque Nacional Los Glaciares permite un contacto cercano con la naturaleza difícil de igualar.

Las excursiones incluyen paseos por lagos y ríos, caminatas y navegaciones que ofrecen magníficas perspectivas de los glaciares.

Navegación al Glaciar Perito Moreno

Este paseo por el brazo Rico del Lago Argentino, es una incomparable posibilidad de contemplar a unos 300 metros las azuladas paredes del glaciar Perito Moreno y sus témpanos

Caminata sobre el Glaciar Perito Moreno

Así como la navegación próxima al glaciar ofrece una perspectiva visual

Acceso: El acceso al Parque se realiza a través de una red vial tipo “peine”, compuesta por una serie de rutas que se desvían de la ruta nacional 40. Esta red de acceso, básicamente motivada por la existencia de los grandes lagos Viedma y Argentino, resulta muy adecuada para el manejo de área, permitiendo un buen control de las vías de ingreso al área y evitando el impacto consecuente de la construcción de carreteras en zonas montañosas. Al Parque Nacional se puede acceder en autobús o automóvil desde la localidad de El Calafate, a la cual se puede arribar a través de diversas líneas aéreas y terrestres.

Equipamiento turístico:

prolongados periodos de nuestra historia.

Mejoramiento de la actividad turística:

Marketing: Página web especializada del parque.

Manejo promocional en la marca país.

única, la experiencia de caminar sobre el Glaciar Perito es única. Una vez que se cruza el brazo Rico se inicia la caminata por el bosque hasta donde se entregan los grampones para su colocación. Una vez realizado, se disponen pequeños grupos escoltados por guías especializados para una travesía que dura cerca de dos horas entre inmensas agujas de hielo, torres, grietas color turquesa y pequeñas lagunas. El grado de dificultad de esta caminata es bajo y está recomendado para las edades comprendidas entre los 10 y los 60 años.

El parque cuenta con lugares permitidos para acampar.

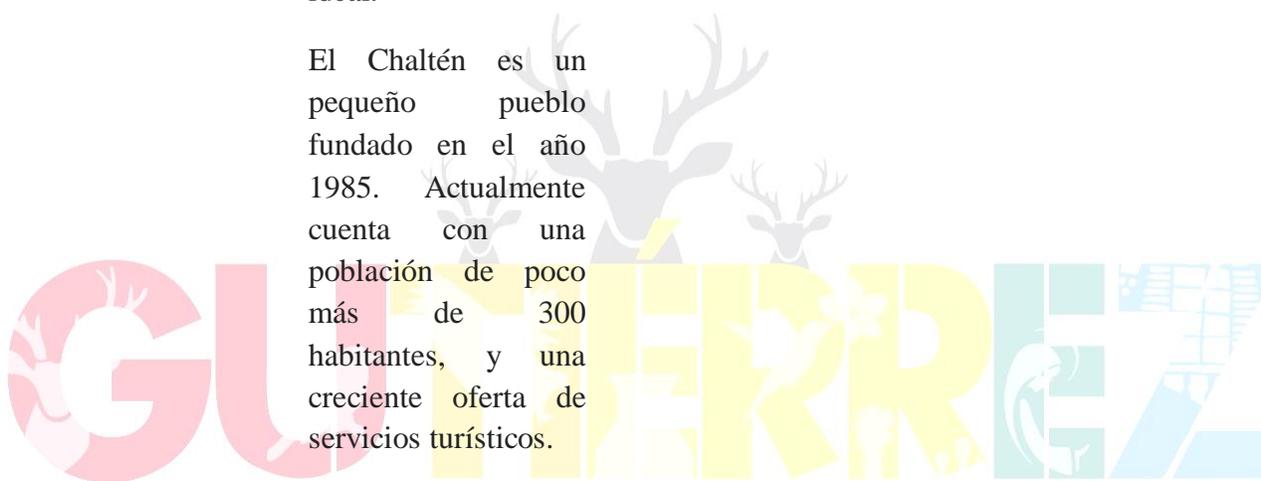
Calafate, es una ciudad ubicada en la ribera meridional del lago argentino, en la región de la Patagonia, en la provincia de Santa Cruz, Argentina, a unos 80 km del glaciar Perito Moreno. Este lugar cuenta con el equipamiento turístico en alojamiento, agencias turísticas, museos, parques recreativos, servicios gastronómicos.

Además de la pesca deportiva, bicicletas, camping y trekking el Lago Roca ofrece la posibilidad de un buen chapuzón, lógicamente en verano.

El Chaltén

Además de los hielos, lagos y paisajes del bosque subantártico y la estepa, en el parque se encuentran las imponentes cumbres del monte Fitz Roy de 3.405 m. y el cerro Torre de 3.102 m. en la zona de El Chaltén, a 220 Km. de El Calafate. Aquí es donde los amantes del trekking y el andinismo encuentran su lugar ideal.

El Chaltén es un pequeño pueblo fundado en el año 1985. Actualmente cuenta con una población de poco más de 300 habitantes, y una creciente oferta de servicios turísticos.



2. Parque Provincial Aconcagua en Argentina.

Número de visitantes para el año 2017: 6.285 personas.

Principal atractivo internacional de Mendoza.

En la actualidad el Aconcagua ofrece distintas alternativas que trascienden la opción de escalar el cerro más alto de América, con sus

Localización:

El Aconcagua es una montaña ubicada en la provincia de Mendoza, en el oeste de Argentina. Integra la Cordillera Principal, la cual es un componente de la

Políticas públicas: Una de ellas es que los andinistas latinoamericanos pagarán una tarifa 50% más barata que la del resto de los extranjeros. Así, se agregará una tercera categoría de precios, teniendo en

El Aconcagua es una de las más imponentes elevaciones de la cordillera de los Andes, en Sudamérica.

6.962 metros de altura. Es decir, hay propuestas y actividades para todos que incluyen otras prácticas deportivas para disfrutar la zona durante este verano.

El Circuito de Laguna de Horcones, localizado a 2.800 metros sobre el nivel del mar, ofrece la posibilidad de recorrer un sendero de 2 kilómetros en los cuáles se puede observar la formación y los atributos naturales que conforman este impactante valle.

Además, allí se encuentran las lagunas más bellas y representativas del ecosistema de la provincia de Mendoza como la Laguna Espejo y la Laguna de Los Horcones, ambas rodeadas por pintorescas colinas y desde dónde se puede

cordillera de los Andes

Acceso: El parque provincial

Aconcagua se ubica a 183 km de la Ciudad de Mendoza.

Se accede por la ruta Nacional N° 7.

Equipamiento turístico:

Guardaparques

son los agentes oficiales encargados de brindar atención e información a los visitantes, del control medioambiental y de la conservación de los recursos naturales.

Asistencia medica

Durante la temporada funciona un servicio gratuito de prevención y asistencia médica en los campamentos Confluencia, Plaza de Mulas y Plaza Argentina. Se recomienda a los visitantes realizar un chequeo médico a la llegada al

cuenta la que pagan los argentinos, un cuarto del valor de la que pagan los foráneos.

Por otro lado, se implementará un sistema informático a través de pulseras con los datos de todos los deportistas que ingresan.

Marketing: Página

especializada.

apreciar la pared sur del Cerro Aconcagua. Campamento como así también

Otra de las opciones es la realización de actividades concurrir ante algún síntoma de mal de montaña, o cualquier otra dolencia o malestar.

deportivas como el trekking en la zona de Confluencia, ubicada Para su seguridad deberá acatar las recomendaciones del personal médico.

Confluencia es el campamento utilizado por los andinistas que escalan el Aconcagua y lo utilizan para pasar la noche y continuar camino al día siguiente. Por ello, el sitio cuenta con todos los servicios necesarios para acampar. **Baños:** Los visitantes deberán contratar el servicio de baños a los prestadores de servicios. Ninguna persona puede permanecer en el campamento sin la contratación del mismo.

Uno de los sitios imperdibles del Parque Provincial Aconcagua es Quebrada del Durazno, que puede disfrutarse durante el camino que conduce al Cerro Arco, el cuál ofrece las mejores vistas a la ciudad de **La oferta gastronómica** del valle de Aconcagua es muy variada.

Entre los restaurantes que representan el mundo rural, con sus aromas, decoración y

comidas típicas, están: Sol y Nieve, Los Ventisqueros,

Mendoza. Allí los más arriesgados pueden practicar parapente, siendo uno de los sitios más óptimos a nivel nacional para realizar esta actividad.

La base del Cerro Arco cuenta con alternativas únicas e imperdibles como ascensiones nocturnas con luna llena, las cuales tendrán excelentes vistas de la ciudad mendocina de noche.

La Frontera y el Sauce, en el Camino Internacional, comuna de Los Andes. En San Esteban, encontramos la

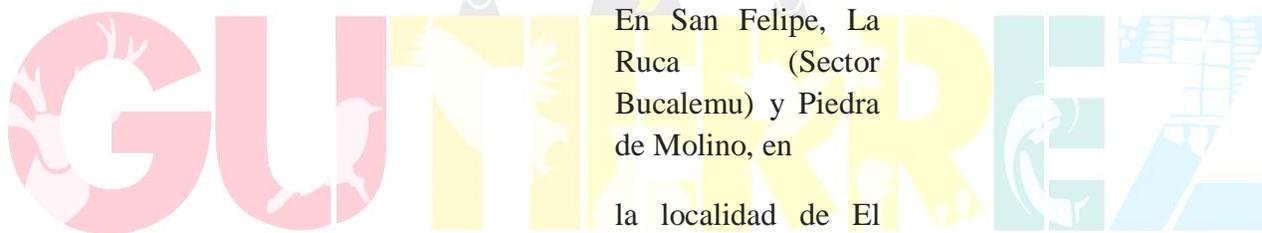
Bodeguita de Muñoz (sector Lo Calvo), Casa San Regis y Casa e' Campo (sector Cariño

Botado); En Calle Larga, el Entreparras, (sector El Castillo) y el Campanario (frente al

Santuario de Auco). En San Felipe, La Ruca (Sector Bucalemu) y Piedra de Molino, en

la localidad de El Almendral; y en Putaendo, La Guarida de un Quijote y Puro Campo,

en la localidad de Quebrada Herrera. Entre la oferta gastronómica rural está La Table



"Paraíso en las montañas"

de France, un restaurante francés, ubicado en el sector del Sauce, en la comuna de

Los Andes. **Todos los hoteles-termas cuentan con excelentes cocinas, las que a pesar**

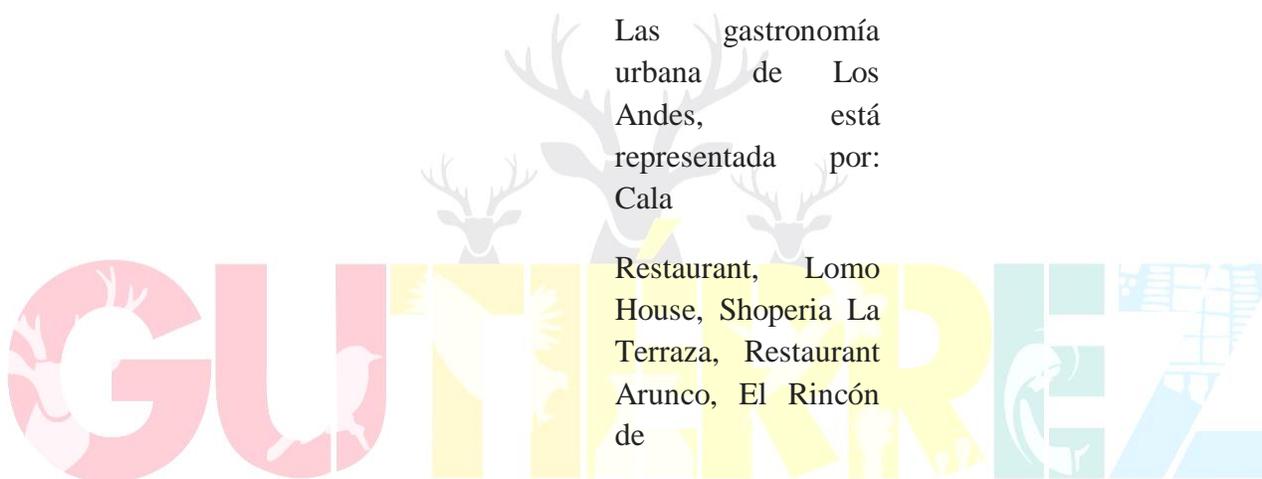
de estar en zonas rurales, sus servicios son de comida nacional e internacional.

Las gastronomía urbana de Los Andes, está representada por: Cala

Restaurant, Lomo House, Shoperia La Terraza, Restaurant Arunco, El Rincón de

Carlitos, Lukoton, Donde El Guatón, Gelatería Marcam, La Cocina de Agustina, Centro

Español, Los Paltos Andinos, Sheng Fa, Casa Vieja, La Caleta 2, Restaurant Tambo,



"Paraíso en las montañas"

Mina de Carnes,
Restaurant Raconto
y Restaurant Mikuy.

3. Nevado Salkantay en Perú.

Salkantay es el pico más alto de la cordillera de Vilcabamba, parte de los andes peruanos.

Es asociado a diversas dimensiones de la naturaleza, el nevado de Salkantay es paisajísticamente uno de los más hermosos del mundo, en su ruta se puede observar una serie de ecosistemas propios de la cordillera de los andes en los cuales han desarrollado una rica biodiversidad.

La ruta de trekking Salkantay – Machu Picchu novedoso trayecto de cinco días, que tiene la ventaja de no estar congestionado por turistas, y que ofrece además lujosos alojamientos y un camino con paisajes que van desde la selva, pasando por la puna y glaciales hasta altas cumbres nevadas con la vista del espectacular nevado Salkantay como acompañante del trayecto. En la actualidad se realiza la ruta de trekking Salkantay hacia machupicchu, este recorrido tiene una duración de 4 días y 3 noches.

Actividades de Trekking es el deporte de aventura que se realiza en el nevado de Salkantay

Localización: Se encuentra en la Cordillera Vilcabamba, en el distrito de Santa Teresa, en la provincia de La Convención perteneciente al departamento del Cusco.

Acceso:

Se debe tomar los buses desde el Cusco con destino a Mollepata. Desde la carretera se ve el río Apurímac y parte de su gran cañón. Se llega a la localidad de Mollepata, desde aquí parte la ruta de trekking hacia el nevado de Salkantay.

Equipamiento turístico:

Durante el recorrido se encontrará con diversos hoteles campestres,

Políticas públicas:

La población que habita estos territorios requiere, desde luego, que no sólo se les dé oportunidades en el mercado turístico, sino que especialmente se les empodere en su función natural de ser “Guardianes de la Pachamama”. Sus actividades familiares, comunitarias y organizativas deben estar armonizadas tanto con las políticas públicas que gestionan la riqueza del territorio, como por un público culto y respetuoso que no sólo disfrute del entorno natural y de las riquezas patrimoniales y arqueológicas contenidas en su interior, sino que mantenga una conducta acorde con la fragilidad del área.

Mejoramiento de la actividad turística:

Mejoramiento del turismo comunitario, mas

<p>cruzando por los ríos y zonas subtropicales de abundante vegetación y fauna encontrándose con gente nativa de comunidades andinas, disfrutando baños termales, hasta llegar a la “Ciudad perdida de los Incas”, Machu Picchu</p>	<p>servicios de alimentación.</p>	<p>integración de las comunidades incas.</p> <p>Marketing: Constante promoción vía web por la marca Perú, debido a que es una ruta alternativa inca que se dirige a Machupichu.</p> <p>Publicidad en medio digital.</p>
---	-----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia a partir de recolección de información de Parque Nacional Los Glaciares (2018), Secretaria de ambiente y ordenamiento territorial de Mendoza (2018), Universidad Nacional de Cuyo (2013), Municipalidad provincial La convención (2017) , 2018.



6.3.5. Estrategias para comercializar el producto turístico de la provincia de Gutiérrez.

Las estrategias que se utilizaron para la comercialización de los productos turísticos son:

Producto turístico “Anillo turístico de los Nevados”:

- Se realizó la promoción del destino por medios de comunicación.
- Se llevó a cabo la realización de contactos y agendas para fortalecer la promoción y comercialización, por medio de asistencias con empresarios.
- Promoción se fundamentaba por medio de un producto turístico de calidad.
- A través de la creación de una entidad promotora de turismo se promocionó el producto turístico de los nevados.
- Se promociono este destino en la guía turística de Boyacá del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en el 2012.

A pesar de los esfuerzos del gobierno departamental en promocionar este destino, no se contempló la creación de una infraestructura que favoreciera el turismo en esta región, dejando en manos del sector privado estos esfuerzos. Es entonces la falta de formación de personal y de las comunidades en turismo, para así ofrecer servicios adecuados a los turistas.

- Producto turístico “Gutiérrez, un paraíso entre montañas”:

Actualmente se está desarrollando la implementación de este producto turístico propuesto en el año 2017. La estrategia de promoción que más se resalta, es la creación de una marca turística para la provincia y para cada uno de los municipios según su vocación turística, para así

generar recordación al turista de este destino y su posicionamiento a nivel departamental y nacional. A continuación, se señalará la estrategia de promoción de este producto.



6.3.6. Estudios turísticos realizados en la provincia de Gutiérrez.

Los estudios de mayor envergadura desarrollados en la provincia de Gutiérrez notablemente han suscitado un desarrollo en materia investigativa en este territorio, los proyectos realizados van desde estudios medioambientales, sociales y económicos.

En cuanto a estudios turísticos en la provincia de Gutiérrez notablemente han suscitado un desarrollo en materia investigativa en los últimos años dando como punto de partida las principales características de la oferta, informes turísticos y la propuesta de productos turísticos que darían cabida a la evolución de la actividad turística en el municipio por medio de la identificación de sus principales focos de atracción de turistas y fuga de los mismos. Dichas investigaciones y mecanismos de impulso turístico, permiten identificar con claridad aquellos atractivos que permitirían entonces dar inicio a futuras estrategias y estudios que posicionen en la provincia una vocación turística y posteriormente proyectar esta, departamental, regional y nacionalmente.

Entre los principales aportes hechos por trabajos referentes al turismo que han sido desarrollados en la provincia de Gutiérrez se encuentra el proyecto “Diseño de producto turístico de la provincia de Gutiérrez departamento de Boyacá, propuesta de implementación” realizado por el equipo ejecutor Sandra Milena Sánchez Castellanos, Sandra Milena Cely Andrade en colaboración con la Cámara de Comercio de Duitama, la Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez en el año de 2017. A partir de análisis y diagnóstico planteado se logró entender y caracterizar la oferta turística de los 6 municipios que conforman esta provincia, con el fin de generar una propuesta de diseño de producto turístico para este territorio.

En el año 2014, Daniel Ricardo Calderón Ramírez realizó el proyecto de investigación “La participación como base del turismo comunitario y el manejo de los recursos de uso común. Sendero de Ritakuwas, Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Güicán y/o Chita, Boyacá, Colombia”. Analizándose el sendero hacia Ritakuba del Parque Nacional Natural

el Cocuy, los prestadores turísticos y las comunidades locales que han podido ser partícipes de un turismo comunitario y ecoturístico (Calderón Ramírez, 2014).

El grupo de investigación OTGUIA- Observatorio Turístico de Boyacá de la Universidad de Pedagógica y Tecnológica de Colombia en su boletín turístico Otguia, presentado el 2018-03-07, menciona la caracterización de Prestadores de Servicios Turísticos y la planificación turística en esta provincia, señalando diferentes puntos vistas para el desarrollo turístico (Otguia, 2017).

La Cámara de Comercio de Duitama, para el año 2017 en su informe de logros del consejo de turismo de Gutiérrez, evidenciándose el desarrollo de los proyectos dirigidos a los diferentes actores públicos y privados de esta provincia con el fin de crear un modelo de gestión para promover la implementación de estrategias turísticas y así posicionar la provincia de Gutiérrez como destino número uno de Boyacá.

Para el año 2016 los estudiantes de Administración Turística y Hotelera de la UPTC Laura Marcela Barrera Moreno, Julián David Vargas Ortiz y Daniela Vargas Tobos, como trabajo de grado, realizaron la actualización del inventario turístico de la Provincia de Gutiérrez. La investigación se basó en la evaluación de los recursos y atractivos que cuenta cada municipio de esta Provincia, para así actualizar el patrimonio natural y cultural, ayudando al reconocimiento de las potencialidades turísticas de la región.

7. DISEÑO Y PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño y planeación de la investigación se realizó partiendo de las actividades a desarrollar en cada fase propuesta para el proyecto garantizando el cumplimiento de los objetivos

propuestos, de tal manera que las actividades se ejecutaron en orden cronológico. De acuerdo con las fases determinadas se pudo calcular el tiempo preciso para la ejecución del proyecto.

7.1. Planteamiento de la investigación

En el siguiente cuadro se muestra el planteamiento del proyecto en la Provincia de Gutiérrez, con un periodo de ejecución del 5 de junio al 31 de octubre, con un máximo de 5 meses.

Cuadro 18. Diseño y planeación de la investigación.

Diseño y Planeación de la investigación				
Fase 1. Revisión documental de la situación actual de la provincia de Gutiérrez.	JUNIO			
Actividades a desarrollar:	5 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30
1.1. Análisis desde fuentes primarias y secundarias del estado actual del territorio en materia de análisis de demanda turística que aporten a la determinación de la población y la muestra del estudio.				
Resultado: Documento inicial análisis de contexto.				
FASE 2. DISEÑO Y PLANEACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.	JUNIO			
Actividades a desarrollar:	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30
1.2. Definición fechas posibles para las 4 mesas según programación del Consejo y la Cámara de Comercio. Definición fechas aplicación encuestas en las 3 temporadas, según estadísticas de Parques Naturales en el lapso de junio a octubre del presente año. Cronograma detallado de las actividades a realizar.				
Resultado: Plan detallado (documento actual).				
FASE 3. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA LA RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.	JUNIO			
Actividades a desarrollar:	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30
1.3. Elaboración del instrumento Validación con diferentes actores del sector: información requerida suficiente, redacción, correcciones de fondo y forma. Validación con actores de la región Ajuste documento definitivo				25juni o

FASE 4. PRUEBA PILOTO PARA LA VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.	JUNIO			
Actividades a desarrollar:	3 - 9	10 - 16	17 - 23	24 - 30
1.4. Prueba a 10 turistas para validar especialmente redacción y claridad de las preguntas			25junio	
Resultado: Instrumento de recolección de información validado y ajustado.				
FASE 5. IDENTIFICACIÓN DEL UNIVERSO Y DE LA MUESTRA.	JUNIO			
Actividades a Desarrollar:	3 - 9	1 0- 1 6	1 7- 2 3 0	2 4- 3 0
1.5. Búsqueda de estadísticas sobre turistas a la región. Establecimiento de la población y marco poblacional. Establecimiento de la muestra total y estratificación para las 3 temporadas. Validación de la muestra con Cámara de Comercio			28junio	
Resultado: Número de encuestas a aplicar a los turistas por temporada				
FASE 6. TRABAJO DE CAMPO.	JULIO-AGOSTO-SEPTIEMBRE			
Actividades a desarrollar:	Temporada Alta:			
1.6. Trabajo de campo a turistas y visitantes con el fin de recolectar información a través de una encuesta, Esta actividad se realizará en tres momentos: Temporada Alta, Media y Baja.	Del 29 al 2 de julio. Del 19 al 23 de julio. Temporada media: Del 17 al 21 de agosto. Temporada baja: Del 8 al 10 de septiembre.			
Resultado: encuestas aplicadas según muestra, información procesada				
FASE 7. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA	JUNIO- JULIO-AGOSTO-SEPTIEMBRE			
Actividades a desarrollar:	La sistematización de la información se realizará entre los periodos de			
1.7. Sistematización de la información obtenida por medio del análisis de los indicadores principales (perfil del turista, pernoctación, actividades y/o usos) con el análisis respectivo de gráficas.				

	Julio y Septiembre.
Resultado: Análisis de datos e informe perfil del turista.	
FASE 8. MESAS TÉCNICAS DE TRABAJO.	JUNIO- JULIO- AGOSTO- OCTUBRE
Actividades a desarrollar:	Las cuatro mesas de trabajo se implementaran durante todo el proyecto, estos se llevaran a cabo durante estas fechas: Mesa 1: 25 de junio. Mesa 2: 19- 23 de julio. Mesa 3: 17- 21 de agosto. Mesa 4: 1 de octubre.
1.8. Cuatro (4) mesas técnicas de trabajo entre las Cámaras de Comercio, los profesionales en campo, el Consejo Provincial y los delegados del Viceministerio de Turismo que facilite la obtención y a la vez la socialización de los hallazgos.	
Resultados: Hallazgos por parte del investigador y sugerencias por parte de la mesa técnica de trabajo.	
CIERRE-ENTREGA-DOCUMENTOS-LIQUIDACIÓN	OCTUBRE 11 DEL 2018

Fuente: Elaboración propia, 2018

7.2. Cronograma de actividades del proyecto

Se programó un cronograma del proyecto, el cual consta de 21 semanas (Para ver el cronograma con las actividades por cada semana ir [Anexo 1](#)).

8. DISEÑO Y VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

En la fase tres del proyecto se seleccionaron aquellas variables que se adecuan a las tres categorías propuestas: Perfil del turista, pernoctación y actividades/usos. A partir de esta

selección se diseñó el instrumento de recolección de información, el cual proporcionó las respuestas de aquellas variables elegidas.

8.1. Selección de categorías y variables para la recolección de datos

En el siguiente cuadro se señala las categorías, sus variables, y a que hacen referencia esas variables, todo dirigido a la demanda turística.

Cuadro 19. Categorías y variables para el diseño del instrumento de recolección de información.

CATEGORÍA	VARIABLES	HACE REFERENCIA
Perfil del turista	Personales	Dirigido al Turista
		- Nacionalidad.
		- Género.
		- Edad.
		- Escolaridad.
		- Situación laboral.
		- Estado civil.
	Socioeconómicas	- Estrato socio-económico.
		- Inversión realizada en el viaje.
	Motivacionales	- Motivo del viaje.
		- Modo del viaje.
Pernoctación	Motivacionales	- Tipo de alojamiento.
		- Tiempo de permanencia.
	Percepción	- Precios en los servicios de alojamiento.
Actividades y/o usos	Motivacionales	- Municipio que está visitando.
		- Actividades a realizar.
		- Medio de transporte.
		- Número de visitas realizadas al destino.
	Influencia	- Conocimiento del destino.
		- Recomendación del destino.
		- Visita de destinos similares.
	Percepción	- Medio de transporte aéreo.
		- Viaje aéreo por el destino Sierra Nevada del Cocuy.
		- Información ofrecida del destino.

Deseos	- Precios servicios ofrecidos. - Grado de satisfacción del recorrido. - Elementos del producto turístico. - Volver a visitar este destino.
Preferencias	- Actividades turísticas. - Interés de actividades y recorridos turísticos del producto turístico.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Para el diseño del instrumento se organizó la encuesta de la siguiente manera:

* Primera parte: Está conformada por las preguntas del 1 al 16. El objetivo es comprender información relativa las categorías de perfil del turista, pernoctación y actividades y/o usos: Nacionalidad, género, edad, estado civil, estudios realizados, ocupación, motivo del viaje, municipio que visita, permanencia en la zona, municipios que visitara, actividades a realizar, modo de viaje, medio de transporte, utilización de medio de transporte aéreo, realización de recorrido aéreo en la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, tipo de alojamiento.

* La segunda parte está conformada por las preguntas de la 17 a la 18, el objetivo es obtener información sobre la categoría Actividades y/o usos: Los medios de información por los cuales se enteró del destino y como le parece la valoración de la información obtenida.

* La tercera parte, está conformada por las preguntas de la 19 a la 21, la finalidad es recolectar información sobre la categoría económica: Estrato socioeconómico, inversión en la provincia de Gutiérrez y percepción de los precios en cuanto a alojamiento, alimentos y bebidas, transporte y servicios de recreación y esparcimiento.

* La cuarta parte, está conformada por las preguntas de la 22 a la 26, el objetivo es recolectar información sobre la categoría de Actividades y/o usos: Número de visitas realizadas al destino, grado de satisfacción del recorrido, visita de destinos similares, recomendación de este destino a otras personas y repetición de la visita a este destino.

* Y la última parte, la conforma las preguntas de la 27 a la 29, la información a recolectar, tiene que ver con la categoría de actividades y/o usos: Actividades turísticas de preferencia, interés de realizar actividades del producto turístico de la región y percepción de los elementos del producto turístico.

Para ver el diseño inicial de la encuesta presentado en la primera mesa de trabajo con el propósito de ser verificado y evaluado, dirigirse a Anexo 2.

8.2. Verificación y validación por la primera mesa de trabajo técnica

La primera mesa técnica de trabajo entre los profesionales en campo, Las Cámaras de Comercio, El Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez y los delegados del Viceministerio de Turismo se realizó con el fin de socializar los hallazgos que se llevaban hasta el momento sobre la investigación, a continuación, se señalará el desarrollo de esta mesa técnica de trabajo.

8.2.1. Desarrollo de la primera mesa de trabajo.

Objetivo

Presentar objetivo del estudio, plan de trabajo y validar el instrumento propuesto a líderes y prestadores turísticos de la región.

Lugar

Municipio El Espino, aeropuerto.

Asistentes

Listado adjunto. Anexo 3.

Desarrollo

Por coordinación entre la Cámara de Comercio de Duitama y el Presidente del Consejo provincial de turismo de Gutiérrez, se realizó socialización del proyecto en el marco de un comité regional denominado “*por el aeropuerto del Espino con toda y para todos*” organizado por líderes, Corpotuc, las administraciones municipales y la comunidad, en torno a la delimitación del aeropuerto con el propósito de cumplir algunos requerimientos de la Aero civil, buscando que con el apoyo de las respectivas autoridades logren ponerlo en funcionamiento, aprovechando la afluencia no solo de actores del sector turístico sino de comunidad proveniente de los seis municipios de la provincia. Se socializó el proyecto entre otros con el director de Corpotuc, el director de Turismo de la Gobernación de Boyacá, el presidente del Consejo provincial de turismo, prestadores turísticos, guías y comunidad.

Se dio a conocer el objetivo general, los objetivos específicos, las etapas, como se calculó la muestra y el plan de trabajo, acordando las fechas en que se realizaría el mismo en torno a las tres temporadas, ajustándolas al tiempo previsto para el estudio entre junio y octubre del año en curso.

Se acordaron las tres temporadas con base en la propuesta, así:

- Temporada alta: Junio y julio del 2018.
- Temporada media: Agosto del 2018.
- Temporada baja: Septiembre del 2018.

En total se realizarán 368 encuestas, distribuidas en las tres temporadas, explicadas en la fase de trabajo de campo de este proyecto.

En las siguientes imágenes se mostrará la presentación plan de trabajo en la primera mesa técnica de trabajo.



Figura 9. Presentación plan de trabajo.

Fuente: Elaboración propia, 2018



Figura 10. Presentación plan de trabajo.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Se presentó el instrumento propuesto para la recolección de datos y se obtuvieron algunas sugerencias especialmente relacionadas con redacción, en cuanto a la información en general manifestaron que era suficiente y el instrumento claro y adecuado. Para ver las correcciones realizadas en la encuesta a partir de las sugerencias, dirigirse a Anexo 4.

Adicionalmente a la oportunidad de compartir con la comunidad, presentar el proyecto que hace parte de un proceso adelantado para el desarrollo del producto turístico de la Sierra Nevada del Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita y su entorno, se obtuvo una gran aceptación y receptividad por parte de los prestadores turísticos y la comunidad, quienes manifestaron su intención de apoyar el desarrollo del estudio, reconociendo su importancia para fortalecer el turismo y la economía de la región.

Al finalizar se acordaron las posibles fechas para las siguientes mesas de trabajo con el Consejo provincial de Turismo, ajustándose al cronograma propuesto, de igual forma contar con la colaboración para la aplicación de las encuestas en las diferentes temporadas.

9. PRUEBA PILOTO PARA LA VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

El día 15 de junio se presentó a la Directora del proyecto por parte de la CCD¹ la Dra Sandra Liliana Cely, la primer versión de la propuesta de encuesta para recolección de información relacionada con los turistas, quien manifiesta en general se cuenta con información suficiente, sin embargo el estudio no ha de realizarse por cada municipio, es decir si bien se requiere tener claridad sobre las visitas a los municipios el instrumento debe permitir recolectar

¹ CCD: Cámara de Comercio de Duitama.

dicha información en general considerando que los turistas van en general al destino por la cercanía de los municipios, en ese sentido las preguntas no deben ser para el municipio sino para el destino y listar los 6 municipios para evaluar conocimiento y visitas a los mismos, adicionalmente solicita se haga una mejor distribución de los campos y continuar validando con otros actores. Ver anexo 2.

El día 21 de junio en reunión de trabajo con la doctora Sandra Cely, presentamos la segunda versión del instrumento para recolección de datos al doctor Germán Caicedo Piedrahita, del Grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible de Turismo, del Viceministerio de Turismo, quien realizó algunas precisiones, por ejemplo cambiar "Provincia de Gutiérrez" por "destino o región" dado que el turista no tiene el concepto de provincia, de igual forma sugirió incluir los productos diseñados a fin de validar su posible aceptación por parte de los turistas, coincidió en que la encuesta no debería ser por municipio sino por destino especificando los servicios de los municipios. Dichas sugerencias se integraron en la encuesta.

En la validación con los actores de El Cocuy la principal sugerencia fue incluir lo del aeropuerto si lo utilizarían para llegar al lugar y el sobrevuelo por la sierra como un producto adicional, las sugerencias se integraron a la encuesta, ver anexo 4.

Luego de ser validado el instrumento por parte de los miembros de las entidades interesadas en el proyecto, se realizó una prueba piloto a 10 personas, con el propósito de abordar sugerencias, cuestiones o problemas con las preguntas de la encuesta o un tipo de pregunta más adecuada. El grupo investigador obtiene una ventaja al realizar esta prueba, debido a que los inconvenientes con las preguntas pueden ser solucionados antes de llevar a cabo la encuesta real.

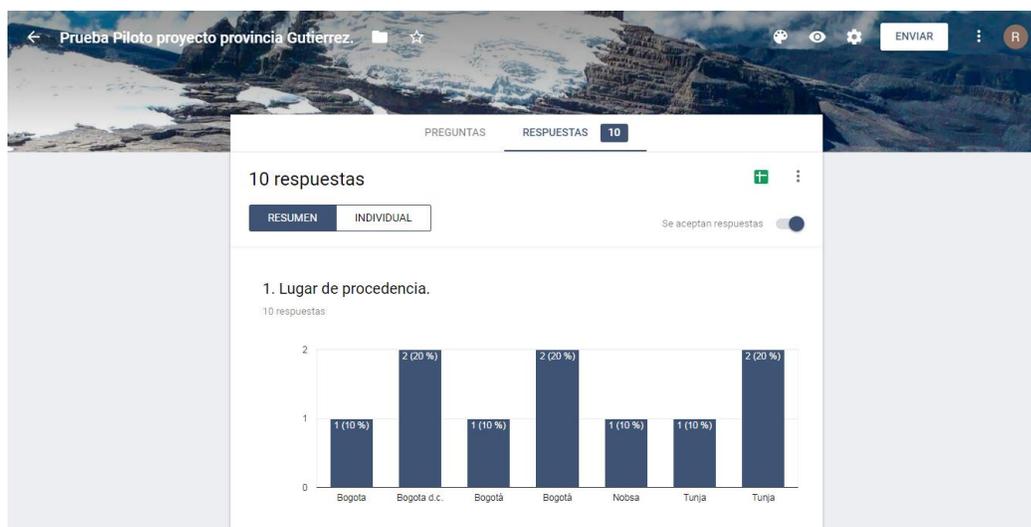


Figura 11. Prueba piloto contestada.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Los comentarios recibidos sobre la encuesta, ayudaron a detectar ciertas preguntas sobre las variables que hacían referencia al producto turístico y sus actividades, la duda radicaba en términos técnicos que no eran entendidos por parte del encuestado, de tal manera que se hizo los cambios pertinentes, elaborando preguntas que no causen confusión al momento de contestar la encuesta, para así obtener preguntas que ofrecen información, que sean cotejables y evaluables.

A partir de las sugerencias dadas, se modificó y se generó la encuesta definitiva para ser aplicada en la Provincia de Gutiérrez, en los tres tiempos establecidos para este proyecto. Para ver la encuesta definitiva ir a [Anexo 5](#).

Con los ajustes realizados y una mejor distribución se envió para conocimiento y opinión al doctor Javier Cagueñas delegado para el proyecto por la Cámara de Comercio de Bogotá, quien manifestó estar de acuerdo por ser un instrumento muy completo.

Finalmente, incluimos preguntas relacionada con destinos similares para obtener información de la competencia.

Con autorización de la Cámara de Comercio de Duitama, el instrumento se subió a la plataforma google drive-formulario de google, con el propósito de hacer más dinámica la recolección y sistematización de la información, de igual forma se realizó la traducción al idioma inglés para contar con información de extranjeros en caso de que no hablen español, para ver la encuesta en idioma ingles ver Anexo 6.

10. IDENTIFICACIÓN DEL UNIVERSO Y DE LA MUESTRA

El desarrollo de esta fase, se realizó a partir de la determinación del número de participantes que harán parte de la investigación y seleccionando aquellas personas mayores de edad que visitan los seis municipios de la Provincia de Gutiérrez- Boyacá. Se contempló este tipo de persona debido a que puede tomar la decisión sobre las actividades de ocio o recreación desea realizar. Gracias a ello, este tipo de persona proporcionara la información necesaria sobre las tres categorías a analizar: Perfil del turista, pernoctación y actividades y/o usos.

10.1. Universo

El universo de estudio, es la población que compone los visitantes al Parque Nacional Natural El Cocuy y visitantes a municipios aledaños a este parque. Se estima que esta población proporcionará información sobre su visita en la Provincia de Gutiérrez. La población muestreada está ligada al ingreso a este Parque Nacional conforme a los informes anuales del comportamiento de visitantes en Áreas Protegidas Nacionales de Parques Nacionales Naturales de Colombia.

10.2. Muestra

Para hallar la muestra se utilizó la ecuación de población finita con un total de 368 participantes caracterizados como visitantes al Parque Nacional Natural el Cocuy. La toma de la muestra se realizará en tres tiempos: Temporada alta (junio y julio) con 276 visitantes, temporada media (agosto) 67 visitantes y temporada baja (septiembre) 25 visitantes.

Para tomar la muestra previamente se realizó lo siguiente:

A partir de la información recolectada de la base de datos de visitantes a PNN de Parques Nacionales de Colombia, se tomará como referencia el año 2013, debido a que es el último año con actualización de datos mensuales de la llegada de visitantes al Parque Nacional Natural el Cocuy (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2014).

Cuadro 20. Estimación Ingreso de visitantes al Parque Nacional Natural el Cocuy 2017.

Ingreso estimado de visitantes al Parque Nacional Natural El Cocuy, Guicán de la sierra y Chita, 2017		
MESES	NUMERO DE VISITANTES	REPRESENTACIÓN EN % TOMADA DEL AÑO 2013
ENERO	3526	40.5 %
FEBRERO	274	3.15%
MARZO	1225	14.08%
ABRIL	101	1.15%
MAYO	167	1.92%
JUNIO	674	7.74%
JULIO	346	3.98%
AGOSTO	247	2.83%
SEPTIEMBRE	92	1.06%
OCTUBRE	418	4.80%
NOVIEMBRE	587	6.75%
DICIEMBRE	1038	11.93%
TOTAL 2017	8695	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de la información suministrada por Parques Nacionales Naturales de Colombia (2014), 2018.

Luego de la estimación realizada se tomó cuatro meses del año 2017, en el cual se dividirán en tres temporadas turísticas para esta investigación.

Cuadro 21. Meses seleccionados para la muestra del Parque Nacional Natural El Cocuy, Guicán de la sierra y Chita.

MESES	REPRESENTACIÓN EN PORCENTAJE %	TEMPORADAS TURÍSTICAS
JUNIO	7.74%	Temporada alta
JULIO	3.98%	
AGOSTO	2.83%	Temporada media
SEPTIEMBRE	1.06%	Temporada baja

Fuente: Elaboración propia a partir de la información suministrada por Parques Nacionales Naturales de Colombia (2014), 2018.

Para el cálculo de la muestra se tomó la ecuación de población finita, debido a que se conoce el número de la población y se quiere saber el número de personas a la que se les debe realizar el estudio.

Entonces,

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza del 95%=1.96

P= Probabilidad de éxito del 50% = 0.5, no se tiene la proporción máxima del tamaño de la muestra.

Q= Probabilidad de fracaso (1-P) es decir (1-0.5) = 0.5

d= Nivel de error, utilizando el 5%= 0.05%

Según Badii, Guillen, Cerna & Valenzuela, la fórmula para la muestra de población finita es la siguiente. (Badii, M. H., Guillen, A., Cerna, E., & Valenzuela, J, 2011).

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{d^2 * (N-1) + Z^2 * P * Q}$$

El número de visitantes registrados para el año 2017 en el PNN El Cocuy fue de **8695**, a partir de este dato se determinará la muestra para el proyecto,

$$n = \frac{8695 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (8695 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{8.350,678}{22.6954}$$

$$n = 367.9$$

$$n = 368$$

Ya obtenido el número de la muestra, a continuación, se mostrará el número de muestras que se deben realizar para cada temporada turística propuesta.

Cuadro 22. Tamaño de la muestra para los visitantes al PNN el Cocuy, El Cocuy, Guicán de la sierra y Chita.

TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA LOS VISITANTES AL PNN EL COCUY 2017			
MESES	REPRESENTACIÓN EN PORCENTAJE %		TEMPORADAS TURÍSTICAS
	Tomada de la representatividad del 2013.		368
JUNIO	7.74%	11.72%	Temporada alta
JULIO	3.98%		
AGOSTO	2.83%		Temporada media
SEPTIEMBRE	1.06%		Temporada baja
			25

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, el número de muestras para la temporada alta, comprendida por los meses de junio y julio es 276 visitantes al PNN El Cocuy, Guicán de la sierra y Chita

Temporada media en el mes de agosto es de 67 visitantes al PNN el Cocuy y temporada baja es de 25 visitantes al PNN el Cocuy. La totalidad de muestras recolectadas en estas tres temporadas es de 368 visitantes en la provincia de Gutiérrez.

11. TRABAJO DE CAMPO

Para iniciar, el trabajo de campo se estableció en tres momentos: Temporada alta, media y baja, que debe ser llevado a cabo durante el desarrollo del proyecto en los meses de junio-octubre.

La temporada alta se fijó los meses de junio y julio debido a que se coincide con el periodo de vacaciones escolares y universitarias, además el número de días festivos es numeroso a comparación de los demás meses del año. En estos días festivos se desarrollan más actividades turísticas, aumentando la demanda turística nacional e internacional.

La temporada media se fijó el mes de agosto, debido a que en este mes hay dos días festivos de tal manera que se producirían desplazamientos por parte de turistas, pero la demanda turística no se compararía con la de la temporada alta.

La temporada baja se fijó el mes de septiembre, debido a que la demanda turística se encuentra trabajando o estudiando. Otro factor determinante es que, para este mes, no se evidencia días festivos, disminuyendo la actividad turística en los destinos.

Ahora, el trabajo de campo se inicia con la observación del grupo investigador, buscando y obteniendo conocimiento de información pertinente para el desarrollo del proyecto, este se dio mediante el acercamiento a la población, acercamiento institucional y conocimiento del entorno

físico, además de eso el diseño y la aplicación de los instrumentos de recolección de información.

Se llevó a cabo el acercamiento al entorno físico de la Provincia de Gutiérrez con la primera mesa técnica de trabajo el 25 de junio del presente año, además de la presentación de hallazgos del proyecto, se comprendió los lugares o sectores donde se acentúa con mayor grado las actividades turísticas en cada uno de los municipios de la provincia.

El acercamiento institucional se realizó en la primera mesa técnica de trabajo en el municipio de El Espino, relacionándose con las entidades que prestan apoyo a este proyecto y que tienen conocimiento sobre la actividad turística que se desarrolla en la Provincia de Gutiérrez. Por medio de este acercamiento, se obtuvo la verificación, validación y sugerencias del instrumento de recolección de información.

El acercamiento a la población se desarrolló en cada uno de los momentos establecidos y se especificó en los siguientes apartados.

11.1. Trabajo de campo llevado a cabo en la investigación

El trabajo de campo fue realizado en diferentes momentos con el fin de obtener la información de fuente primaria por medio de la encuesta diseñada. Las actividades que se llevaron a cabo en los meses de junio-julio fueron las siguientes:

- Recolección de información en los municipios que se encuentran en el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita; esta información ofrecida por los visitantes del destino se obtuvo de manera presencial. Al momento de llenar la encuesta se utilizó dos métodos, un formulario en físico (cuando había señal deficiente de internet) y un formulario

digital donde se reunirá toda la información obtenida. A continuación, en la siguiente figura se evidencia dichas actividades desarrolladas.



"Paraíso entre montañas"



Figura 12. Recolección de información temporada alta a turistas en la Provincia de Gutiérrez.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

-Aplicación de encuesta a prestadores de servicios turísticos que se encuentran en el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita; se llevó a cabo la recolección de información a este grupo de personas, con el fin de obtener respuestas sobre las personas a las que ellos ofrecen sus servicios turísticos.



Figura 13. Recolección de información a prestadores de servicios turísticos de la Provincia de Gutiérrez.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12. SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA

En este apartado se presentará la información obtenida y su respectivo análisis de acuerdo con las respuestas recolectadas de los turistas que visitan el entorno de la Sierra Nevada El Cocuy. Debido a que la toma de encuestas se llevó a cabo en tres momentos, cada uno de estos se analizará en graficas según su categoría (Perfil del turista, pernoctación y actividades y/o usos) y de acuerdo con sus variables se examinará cada pregunta formulada. Este análisis se llevará de esta manera con el fin de generar así una visualización más comprensible; además permitirá comparar las opiniones dadas por los encuestados en cada una estas temporadas.

- Encuestas realizadas primer momento - temporada alta: 276.
- Encuestas realizadas segundo momento - temporada media: 87 (20 más de la muestra)
- Encuestas realizadas tercer momento - temporada baja: 27 (muestra 25)

El análisis de las respuestas obtenidas sobre la “Encuesta para la determinación de la demanda turística del producto turístico diseñado para el entorno de la Sierra Nevada El Cocuy, Guicán de la sierra y Chita” se llevó a cabo de la siguiente manera:

12.1. Categoría Perfil del Turista

En este apartado, se clasificaron las principales variables orientadas a conseguir el perfil del turista que visita el entono de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita de la siguiente manera:

- Variables Personales.
- Variable Socioeconómica.
- Variable Motivacional.
- Variable de Percepción.

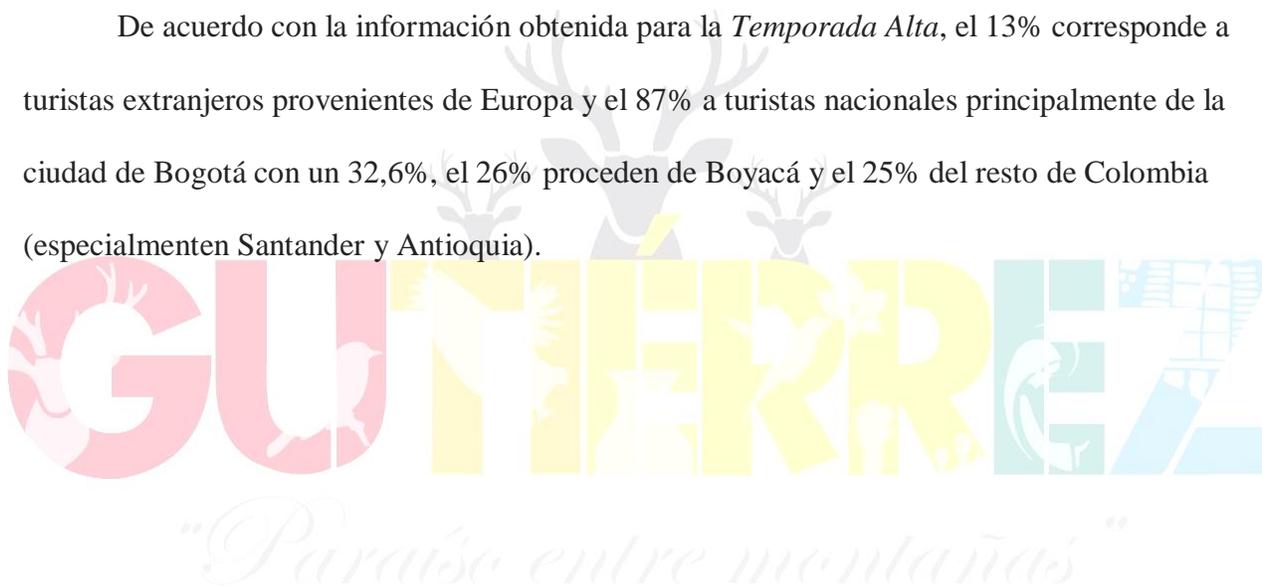
12.1.1. Variables personales.

El propósito de esta variable es determinar las características personales de los turistas que visitan la Provincia de Gutiérrez, al ser un estudio de mercados, el análisis de datos demográficos ayudara a clasificar el perfil turístico de acuerdo con las necesidades e intereses de los encuestados. Las preguntas que hacen referencia a esta variable son:

12.1.1.1. Lugar de procedencia.

Esta pregunta tiene el objetivo de conocer el lugar de procedencia del encuestado. En cuanto al turista extranjero se pretende conocer el país de procedencia y para el turista nacional, conocer la ciudad de residencia dentro del territorio colombiano.

De acuerdo con la información obtenida para la *Temporada Alta*, el 13% corresponde a turistas extranjeros provenientes de Europa y el 87% a turistas nacionales principalmente de la ciudad de Bogotá con un 32,6%, el 26% proceden de Boyacá y el 25% del resto de Colombia (especialmente Santander y Antioquia).



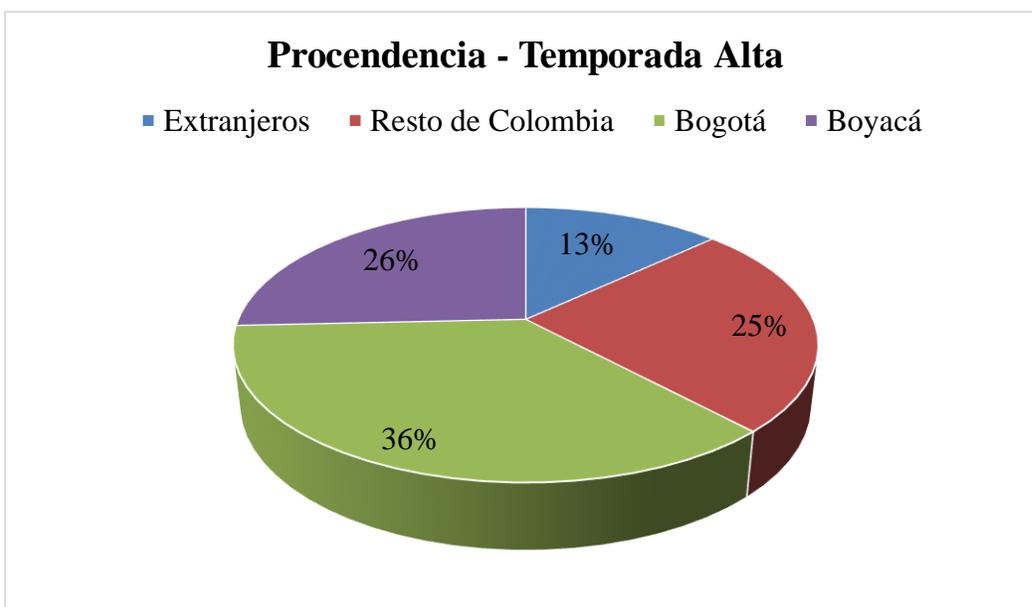


Figura 14. Procendencia-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En la siguiente figura se observa en detalle los principales lugares de procedencia:

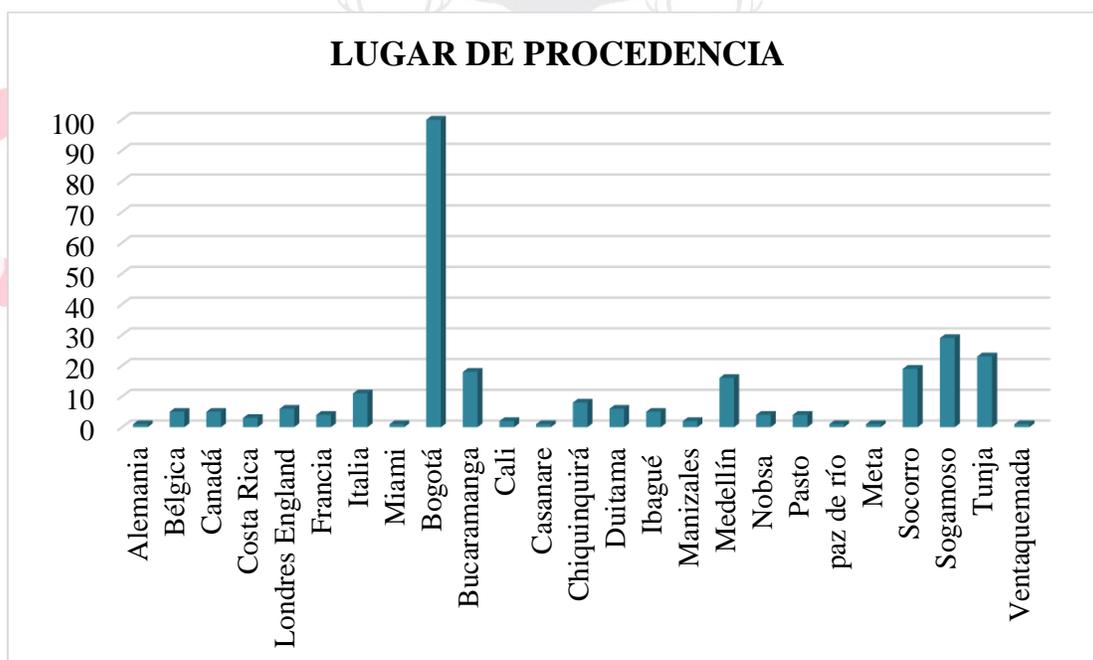


Figura 15. Principales lugares de procedencia-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para la *Temporada Media* del total de los 87 encuestados el 34% de los encuestados mencionaron que son de Bogotá. Los demás visitantes a esta región son de Boyacá y demás ciudades del territorio nacional con un 28%. Es evidente que la llegada de turistas para esta temporada es baja con un 10% de participación.

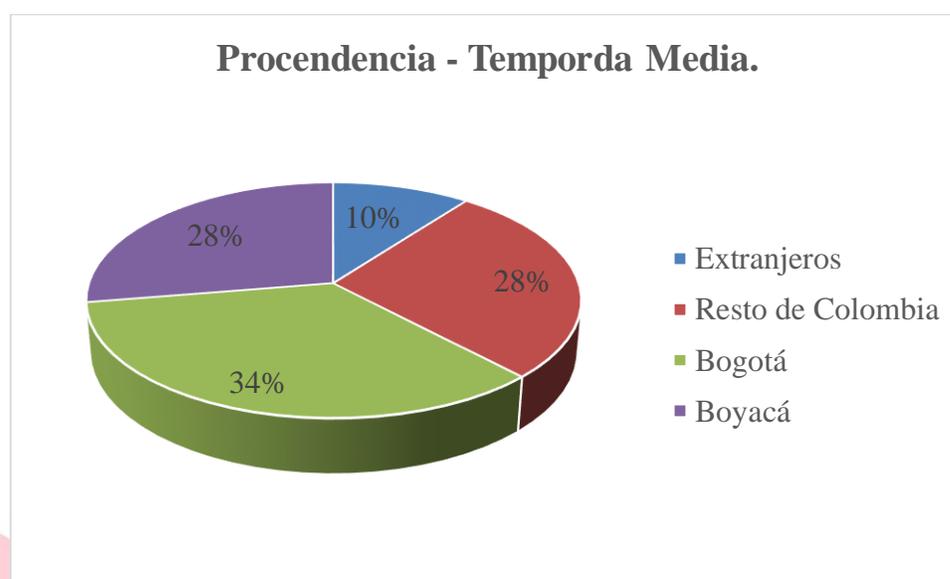


Figura 16. Procedencia-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

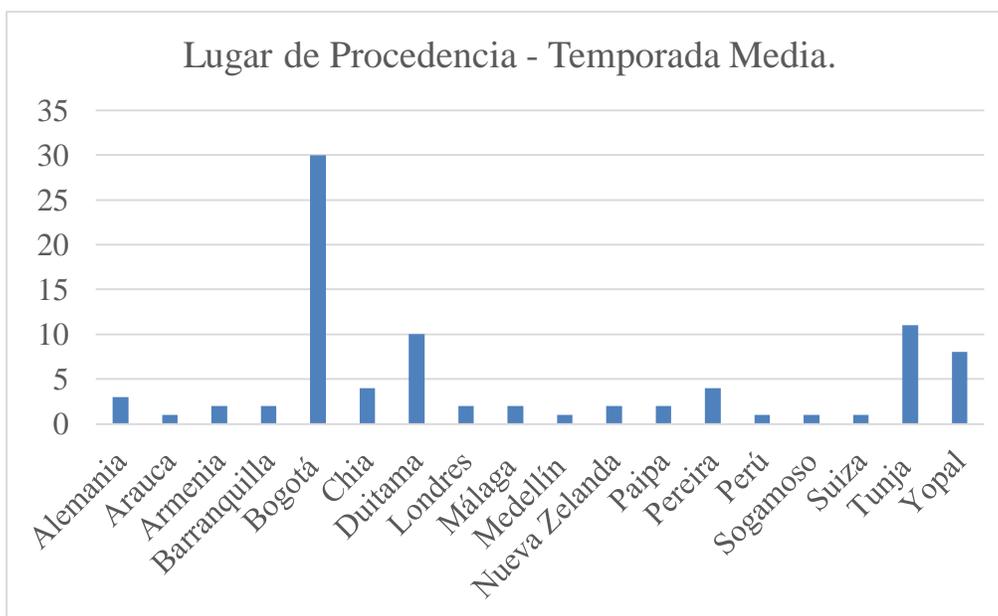


Figura 17. Principales lugares de procedencia-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, para la *Temporada Baja* de los 27 encuestados el 52% su procedencia es de Bogotá, el 27% son visitantes procedentes del territorio nacional. Para esta temporada se evidencio un aumento en la llegada de turistas extranjeros con un 18%. Los turistas boyacenses tuvieron un 11% teniendo una baja asistencia para esta temporada.

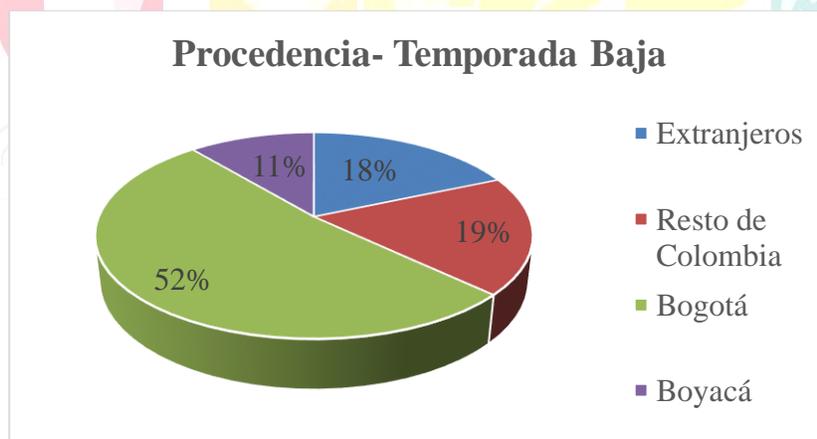


Figura 18. Procedencia-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

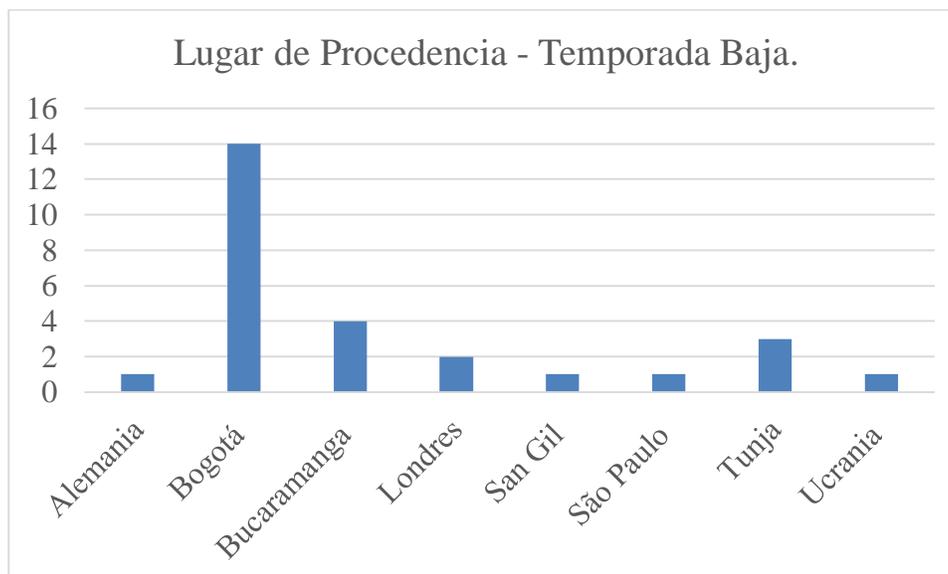


Figura 19. Principales lugares de procedencia-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.1. 2. Género.

De acuerdo con esta pregunta, se pretende averiguar la condición sexual del turista:

Masculino, Femenino u Otro.

En el caso de la *Temporada Alta*, hubo una notable igualdad entre hombres y mujeres que visitaron este destino 49,6 % para el caso de las mujeres y el 50,4 % para los hombres.

"Paraíso entre montañas"

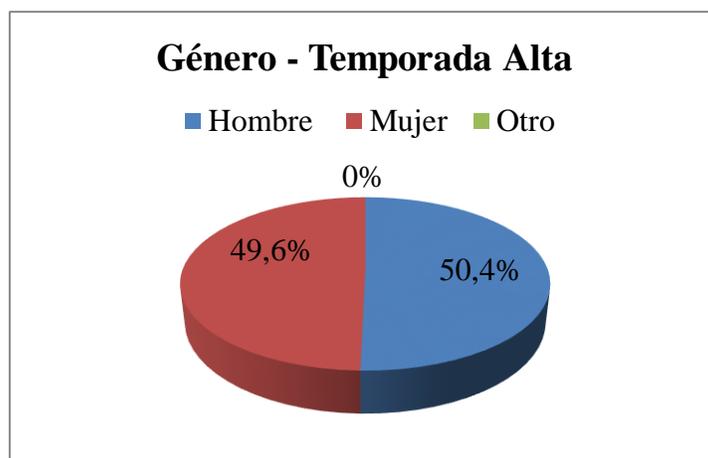


Figura 20. Género-Temporada Alta.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para la Temporada *Media*, se evidenció una llegada del 59% de hombres y un 41% de mujeres.

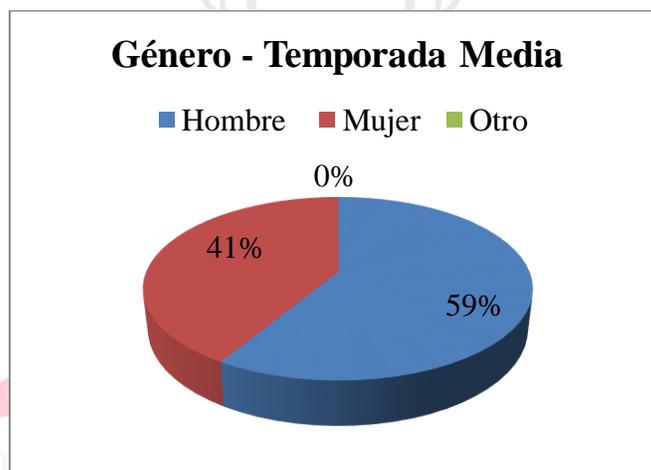


Figura 21. Género-Temporada Media. F
Fuente: Elaboración propia, 2018.

En el caso de la *Temporada baja*, de los 27 encuestados se evidenció una llegada del 67% de hombres duplicando al género femenino el cual obtuvo un 33% de participación.

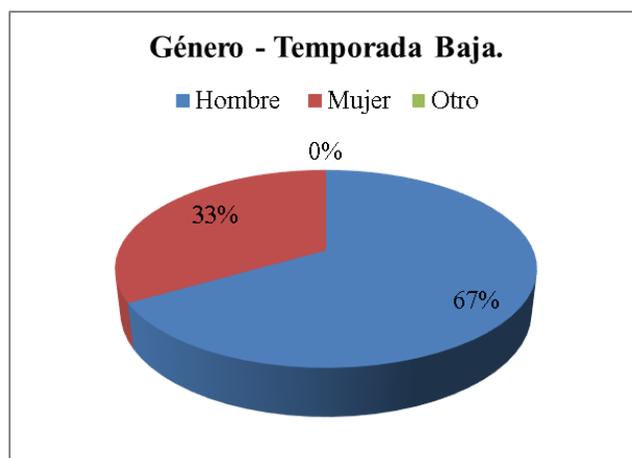


Figura 22. Género-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.1.3. Edad.

La intención de esta pregunta es unificar las edades de los turistas encuestados a partir de los rangos de edad, determinados de la siguiente manera:

- Entre 18 – 21 años.
- Entre 22 – 30 años.
- Entre 31 – 40 años.
- Entre 41 – 50 años.
- Entre 51 – 60 años.
- Mayor de 60 años.

La información obtenida para la *temporada Alta* demuestra que la edad promedio de los encuestados se ubicó entre los 18 a 22 años y 22 a 30 años con un 26% para cada rango, siendo la mitad de los encuestados con un 53%. En segundo lugar, se encuentran ubicados los turistas entre 31 a 40 años con un 23%. Se evidenció que la llegada de turistas jóvenes a este destino es alta y en el caso de las personas de más de 60 años con el 1% es claro que su arribo es mínimo.

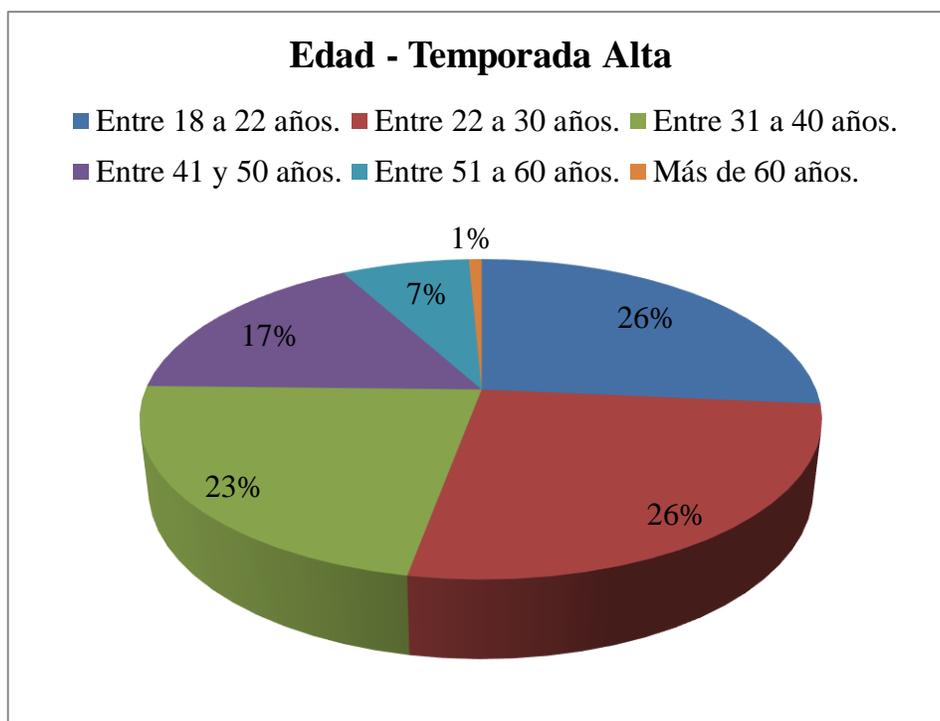


Figura 23. Edad-Temporada Alta.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para el caso de la *Temporada Media*, se obtuvo una información más equitativa en cuanto a las edades, es evidente que no se presentó un cambio de la temporada alta a la media, debido a que los jóvenes aún ocupan el primer puesto en llegadas al entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, los jóvenes entre 18 a 22 años con un 26% y los de 22 a 30 años con un 24%. Se destaca que las personas con 31 a 40 años realizan también visitas a este destino, obteniendo un 23% de la totalidad de los encuestados. Por último, las personas con más de 40 años ocupan un porcentaje mínimo frente a los demás, debido a que la llegada de estas personas es baja.

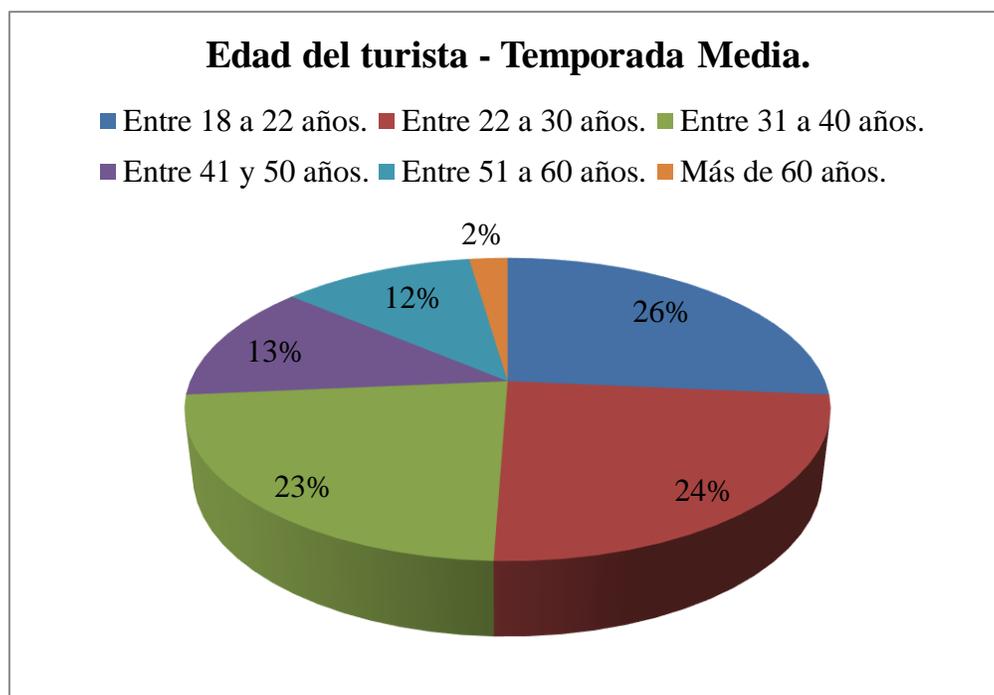


Figura 24. Edad-Temporada Media
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, para la *Temporada Baja*, se mantiene la asistencia de jóvenes a este destino, es evidente que ocupan más del 80% de la totalidad de la encuesta.

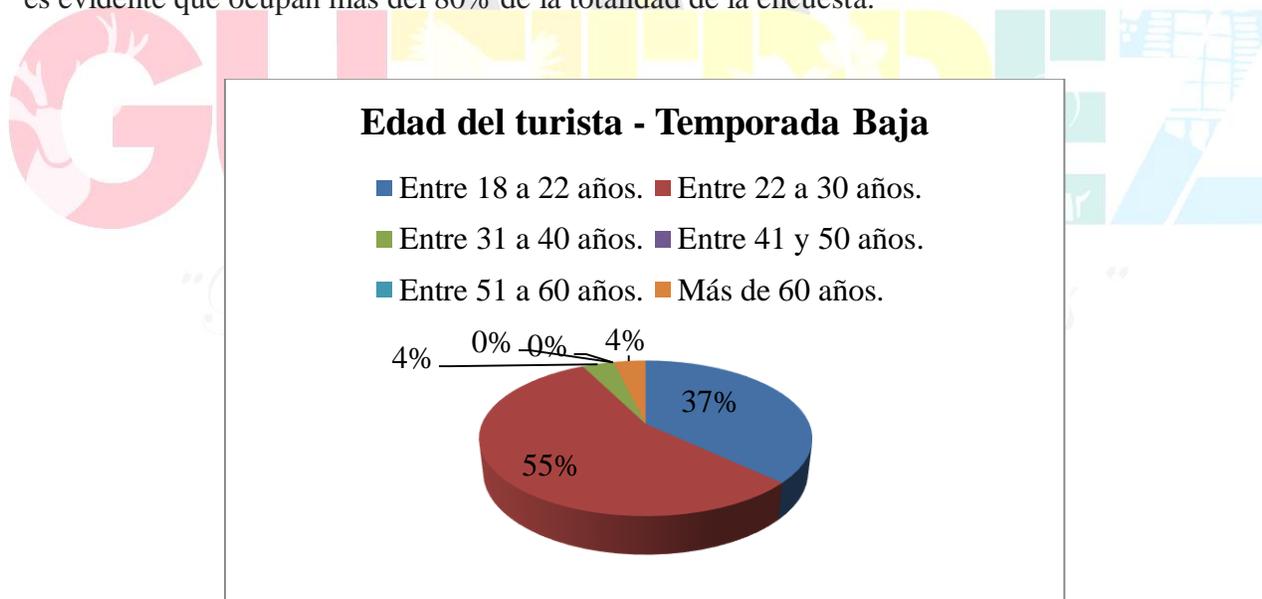


Figura 25. Edad-Temporada Baja.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.1.4. Estado civil.

Esta pregunta tiene la finalidad de establecer la condición actual del encuestado en cuanto a sus relaciones o vínculos personales.

La *temporada alta* proporcionó datos claros, en donde el 52,2% de los encuestados que visitan el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita son solteros, seguido de las personas casadas con un 28,3%, unión libre con 15% y las personas divorciadas y viudas es poca su participación en el arribo a este destino.

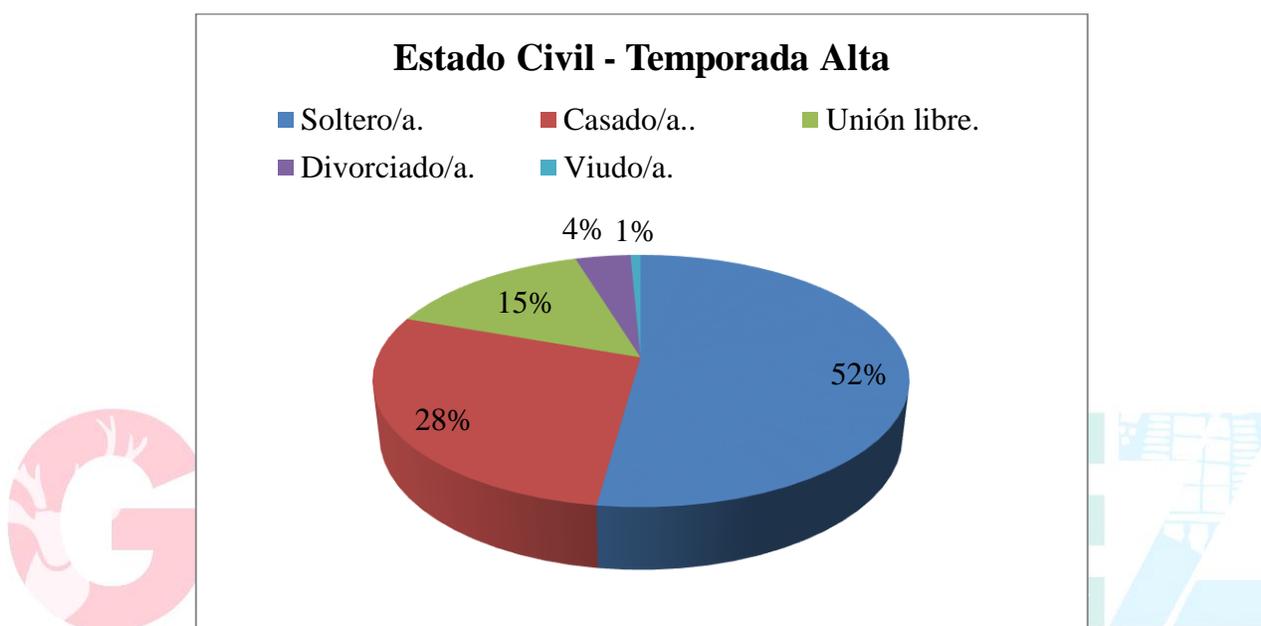


Figura 26. Estado Civil- Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En la *Temporada Media*, los encuestados mencionaron que son solteros con un 56%, seguido de las personas que se encuentran casadas con un 23% y las que se encuentran en unión

libre con un 19%. Para esta temporada se evidencio una mínima llegada de personas divorciadas y viudas.

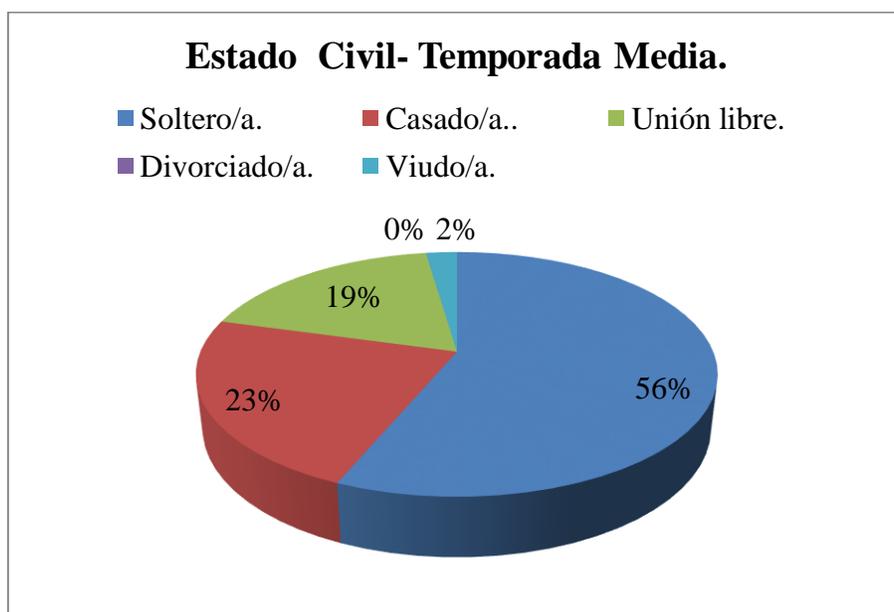


Figura 27. Estado Civil- Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

La información recolectada para la *Temporada Baja*, se obtuvo que las personas solteras con un 82% visitan este destino, seguida de las personas casadas 11% y las que se encuentran en unión libre 7%.

"Paraíso entre montañas"

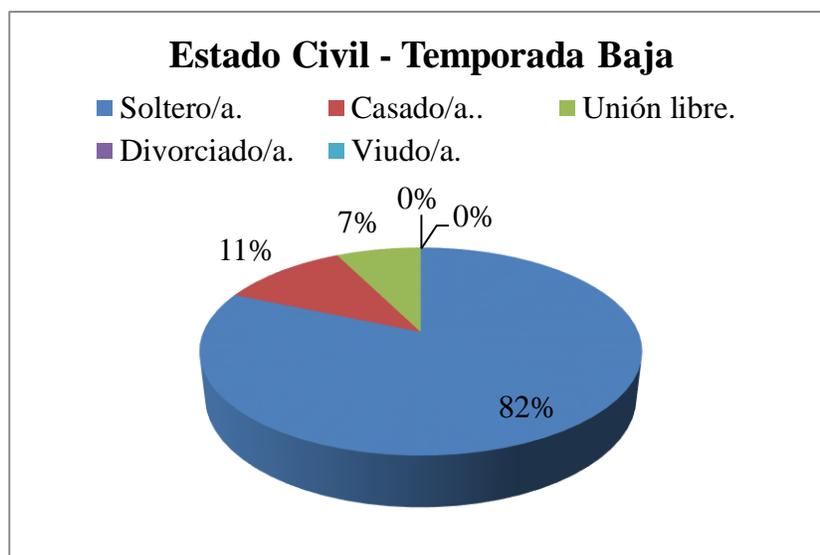


Figura 28. Estado Civil- Temporada baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.1.5. Estudios realizados.

Esta pregunta tiene el objetivo de reconocer el nivel de formación educativa o profesional del encuestado.

Los visitantes encuestados para la *Temporada Alta* en un 36,2% tienen estudios de bachiller, lo cual concuerda con la mayor participación de turistas muy jóvenes (24% entre 18 y 22 años) y soltero 52%. Seguido del 33,7% con estudios de pregrado y el un porcentaje de el 25,7 % en posgrados. Son bajos los porcentajes de turistas con estudios de primaria y técnico.

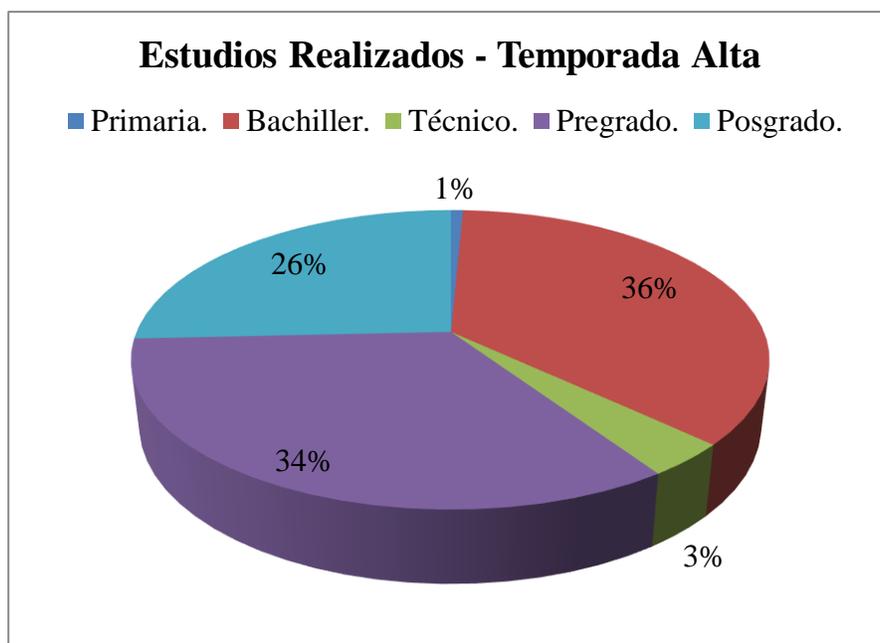


Figura 29. Estudios realizados-Temporada Alta

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En el caso de la *Temporada Media*, los turistas con estudios en pregrado obtuvieron el 39%, seguido de las personas Bachilleres con un 31% y Las personas con posgrados un 20% son las que más arriban al entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

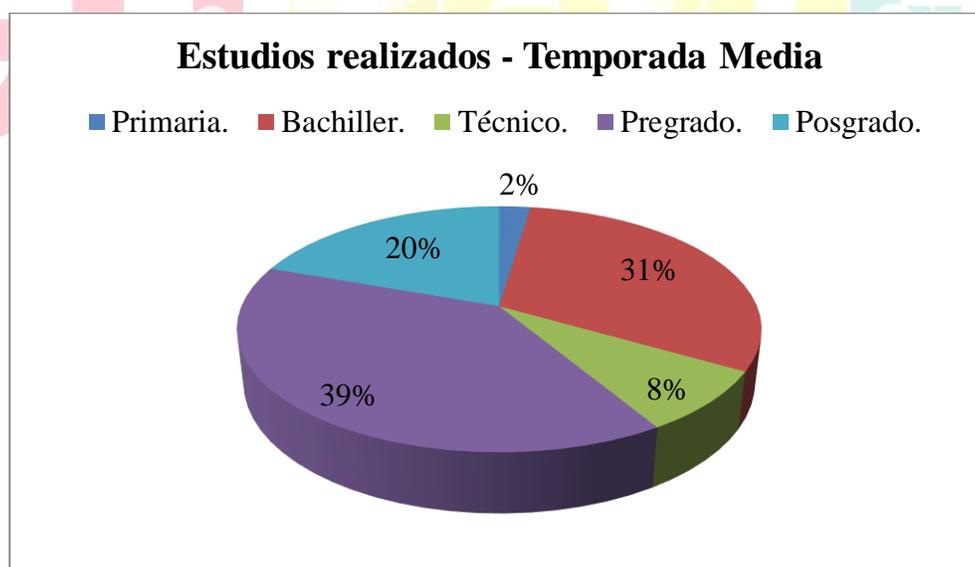
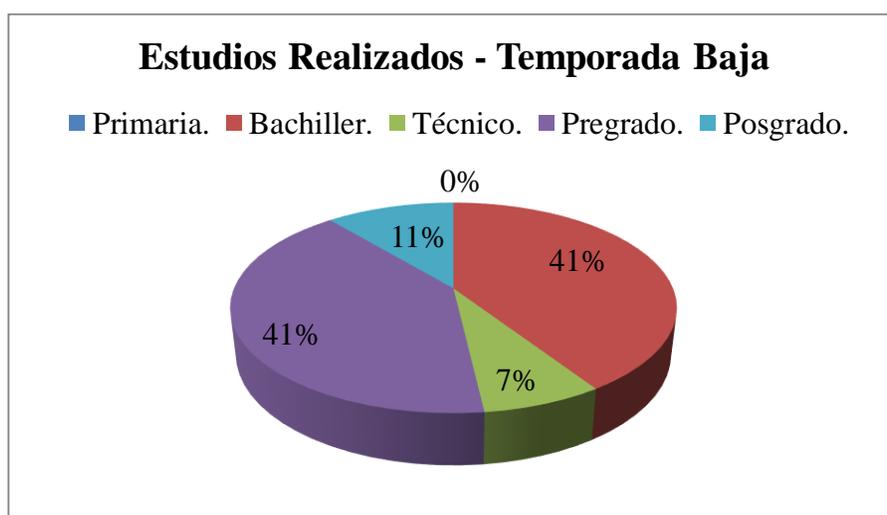


Figura 30. Estudios realizados-Temporada media.**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

La información recolectada para la *temporada Baja*, se obtuvo que con un 41% las personas con estudios en posgrados y en bachiller, son los que más visitaron este destino durante el mes de septiembre.

**Figura 31.** Estudios realizados-Temporada media.**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

12.1.1.6. Ocupación.

Esta pregunta se refiere al oficio en el que se desarrolla la persona encuestada y así poder analizar las actividades laborales que desempeña en la actualidad el turista que visita el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

Para el caso de la *Temporada Alta*, la ocupación que predomina por parte de los encuestados es de ser empleado con un 46,4% , seguido de los estudiantes con un 34,8% y las personas con ocupación independiente ocupan el 14%, por otro lado la ocupacion de empresario, ama de casa, independiente y desempleado obtuvieron poca participación.

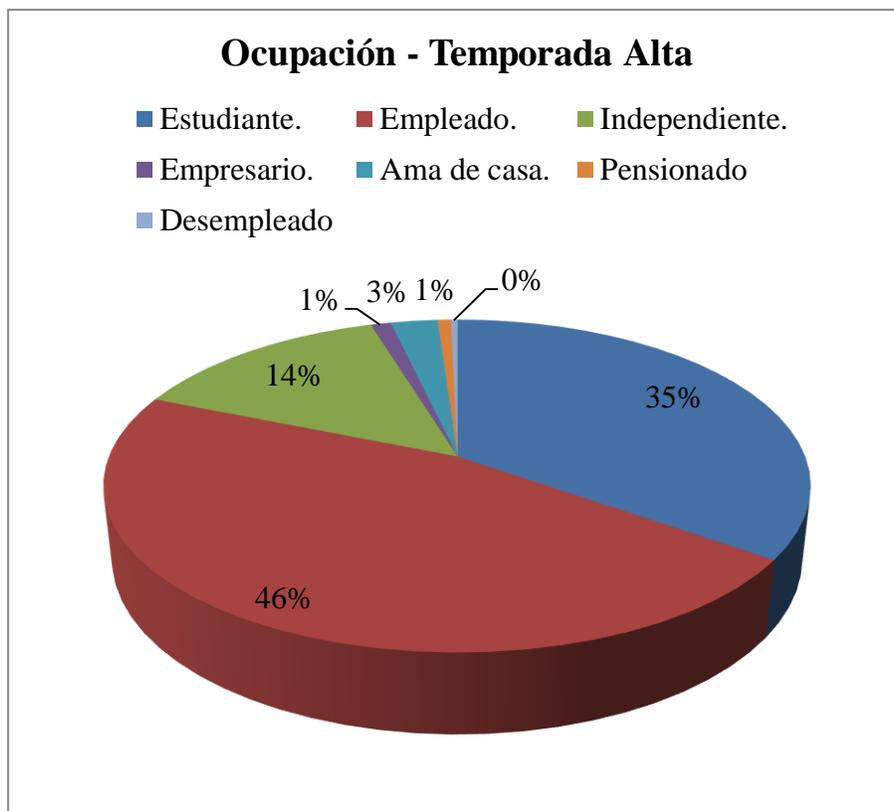


Figura 32. Ocupación-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Los visitantes que arribaron a este destino durante la *Temporada Media*, en su mayoría son estudiantes 43% ocupando una gran participación en esta encuesta. Los demás turistas su ocupación es de empleados con el 29% y de independiente 25%.

"Paraíso entre montañas"

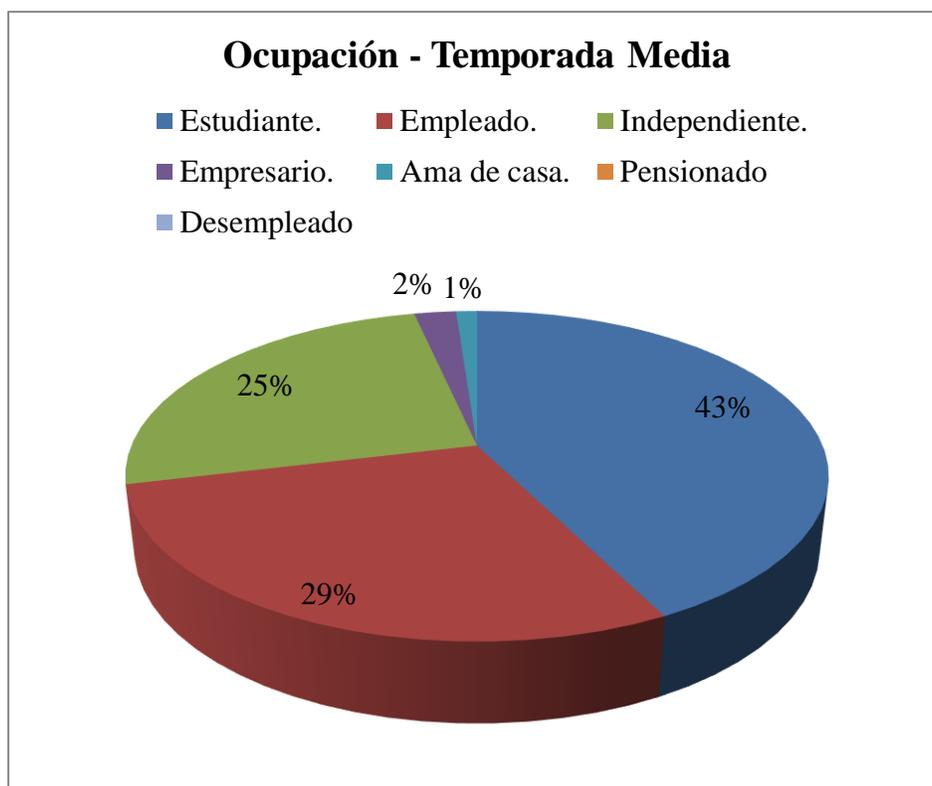


Figura 33. Ocupación-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para el caso de la Temporada Baja, los visitantes que llegaron a este destino su ocupación es de estudiantes 78%, teniendo una participación importante frente a la totalidad de encuestados. La ocupación de empleado e independiente obtuvieron el cada cual un 11%. Se evidencio que personas con las demás ocupaciones para esta temporada no realizaron alguna visita.

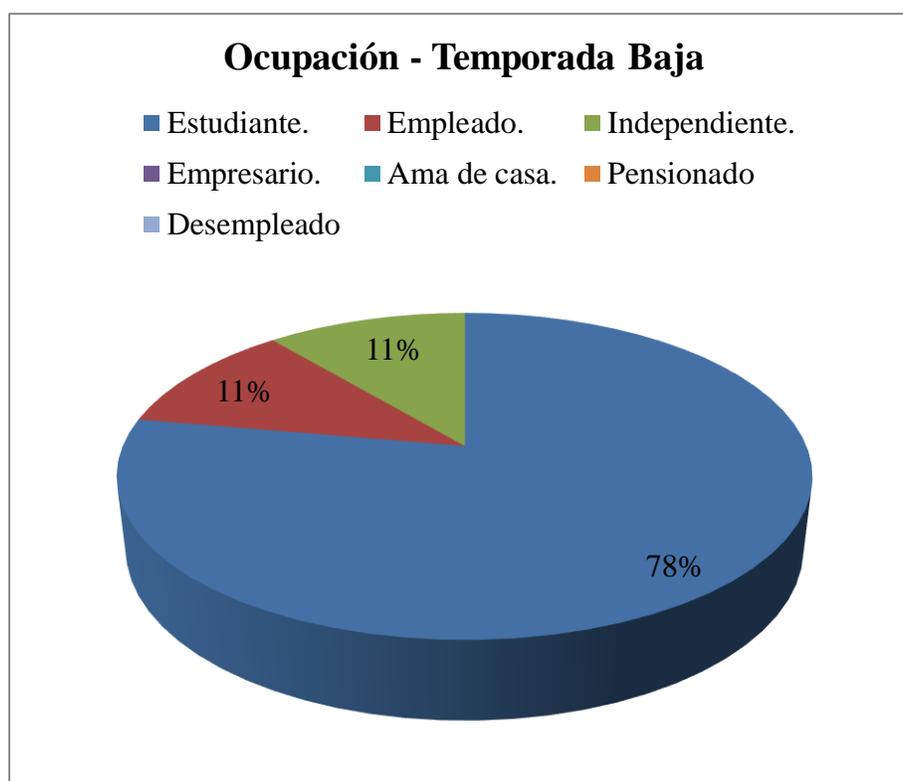


Figura 34. Ocupación-Temporada Baja.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.2. Variable socioeconómica.

Esta variable dará los criterios indicados en el estudio de mercado. Las preguntas que hacen referencia a esta se determinarán de acuerdo con el estrato socioeconómico y la inversión que se hace al momento de realizar la visita a este destino, generando así la explicación del comportamiento y el consumo del turista.

12.1.2.1. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?

La finalidad de esta pregunta es tener una aproximación del estrato socioeconómico del encuestado a partir de la jerarquización establecida.

Las personas encuestadas para la *Temporada Alta* respondieron que su estrato socio-económico es: Estrato 3 con un 45% , el 41% es estrato 4, el estrato 5 tiene una participación de el 8,4%. Los demás estratos cuentan con un porcentaje bajo.

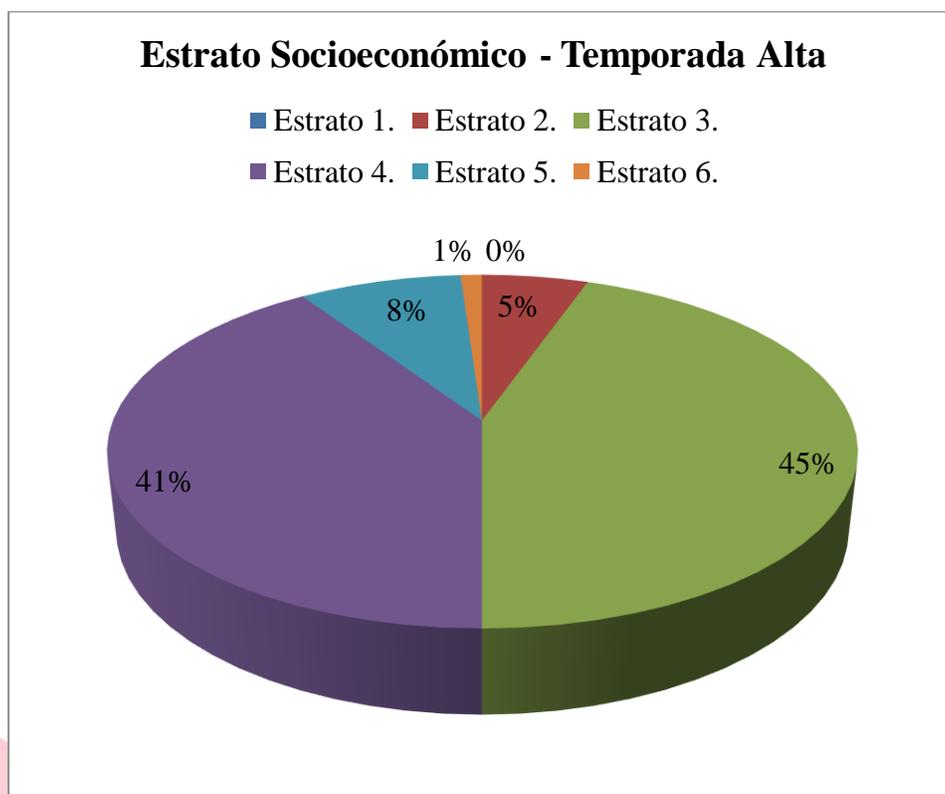


Figura 35. Estrato Socioeconómico-Temporada Alta

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En la *Temporada Media*, los encuestados mencionaron tener un estrato socioeconómico de estrato 3 con el 43%, estrato 4 con un 32%, siendo un grupo de personas con buena adquisición económica lo que ayudaría a la economía de la Provincia de Gutiérrez, gracias a sus visitas. Las personas con estrato 2 y 1 su arribo es bajo a este destino.

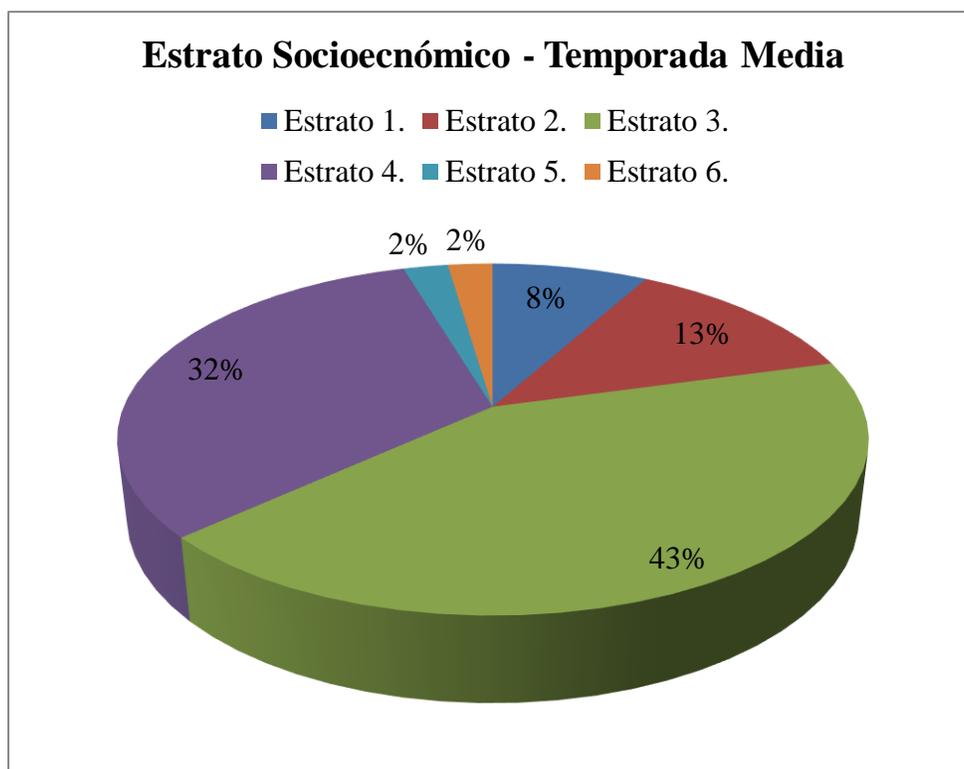


Figura 36. Estrato Socioeconómico-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, para la *Temporada Baja* las personas con estrato socioeconómico 3 obtuvieron el 52% de totalidad de la encuesta. Aquellas personas con estrato 4 su participación fue del 26% seguido de las personas con estrato 2 con 11%, es evidente que las personas que realizan una visita a este destino cuenta con recursos económicos adecuados.

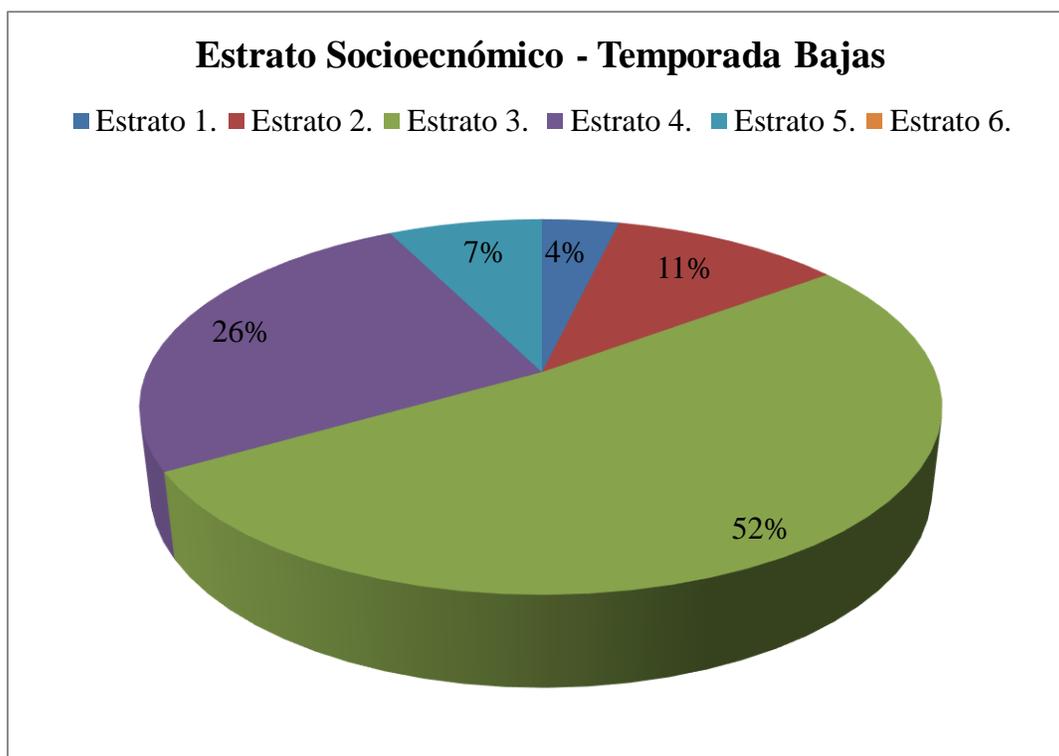


Figura 37. Estrato Socioeconómico-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.2.1. ¿Cuánto invierte usted en cada salida a este destino?

Esta pregunta permite indagar sobre el gasto que realiza el turista al momento de visitar este destino que se encuentra fuera de su entorno habitual. Las respuestas se dividieron por rangos para mejor comprensión.

En el caso de la *Temporada Alta*, la inversión realizada por los turista en cada salida a este destino es de \$1'001.000 - \$1'500.000 con un 42,8% prevaleciendo en el total de encuestados, le sigue entre \$500.000 - \$1'000.000 con un 25% y el 18,8% de los encuestados invierten entre \$1'501.000 - \$2'000.000 en las visitas que realizan.

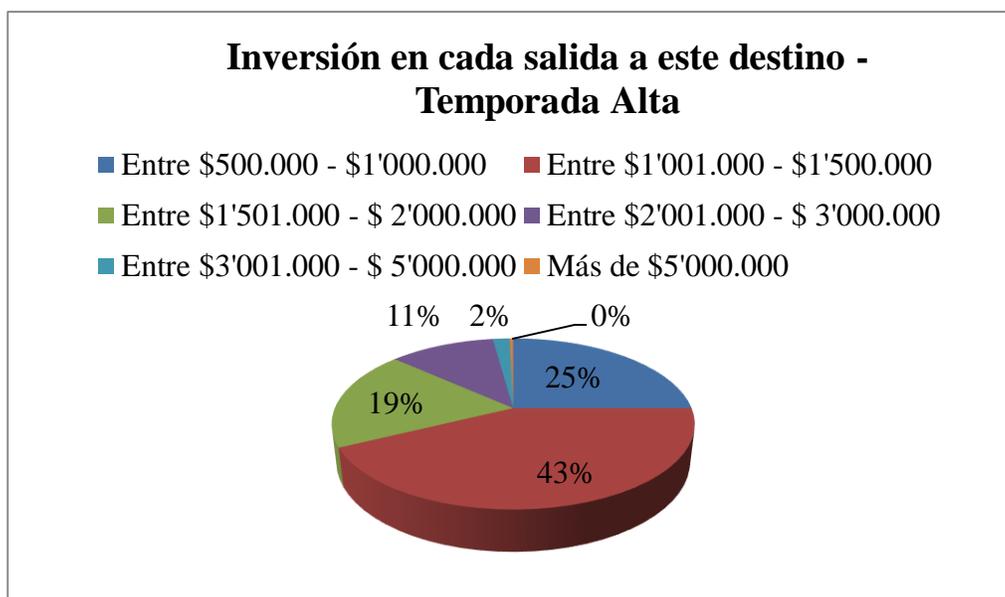


Figura 38. Inversión en cada salida a este destino-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

La información recolectada para la Temporada Media, en cuanto a la inversión en cada salida a este destino por parte del turista es de \$500.000 - \$1.000.000 con el 58%, continuo del gasto de \$1.001.000 - \$1.500.000 con un 24%, es evidente que los turistas están dispuestos a destinar una buena cantidad de dinero con el fin de satisfacer sus necesidades.

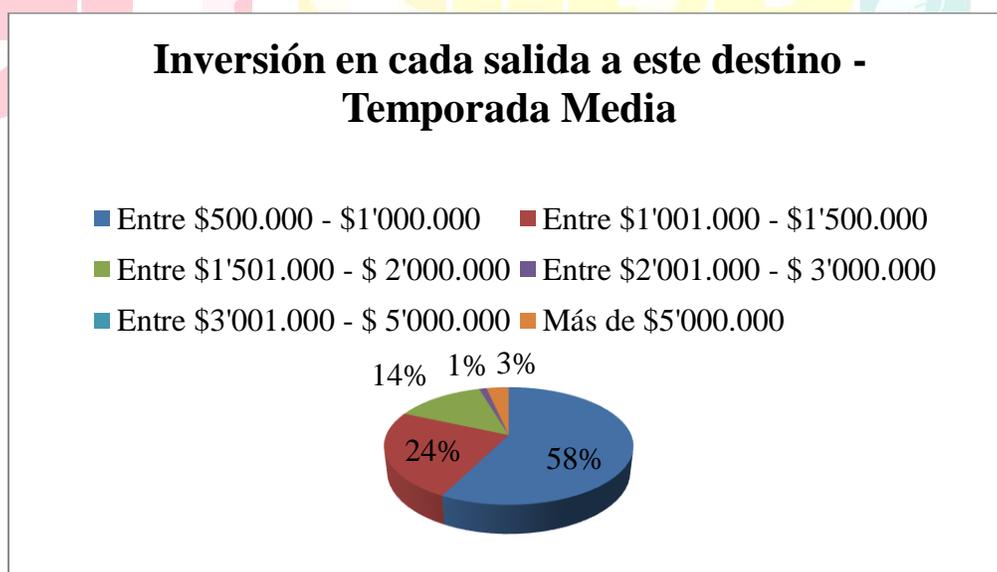
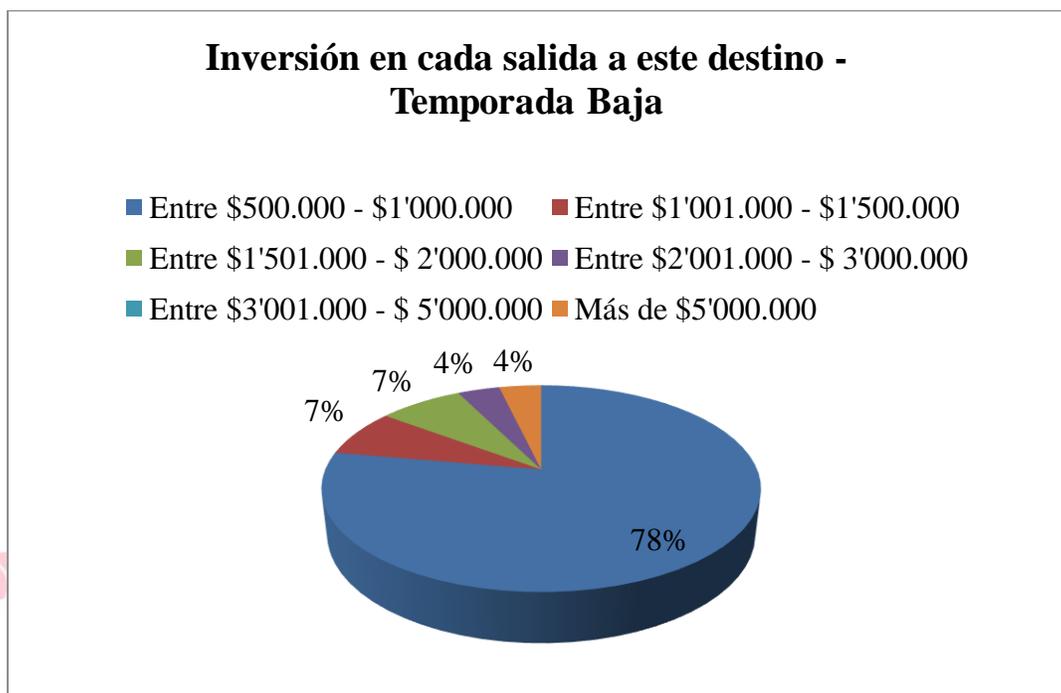


Figura 39. Inversión en cada salida a este destino-Temporada Media**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

En el caso de la Temporada Baja, el gasto por parte de los turistas es de \$500.000 - \$1.000.000 con un 78% siendo esta cantidad la que los turistas estarían dispuestos a invertir en su salida a este destino.

**Figura 40.** Inversión en cada salida a este destino-Temporada Baja.**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

12.1.3. Variable motivacional.

La variable motivacional definirá aquellas acciones que llevaron al turista a realizar la visita a este destino, generando así la satisfacción de una necesidad.

12.1.3.1. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

Con esta pregunta se quiere determinar el motivo principal que ha encaminado al turista a tomar la decisión elegir el destino que se encuentra entorno a la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

La *Temporada Alta* dio como resultados que las vacaciones con un 91,3% son el principal motivo de viaje de las personas que visitan el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita. La visita a familiares y amigos con el 5,4% y negocios 3,6% son el motivo por el cual se realizan visitas a este destino, por otro lado el estudio, voluntariado y deporte no representan algún motivo para los encuestados.

7. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?

276 respuestas

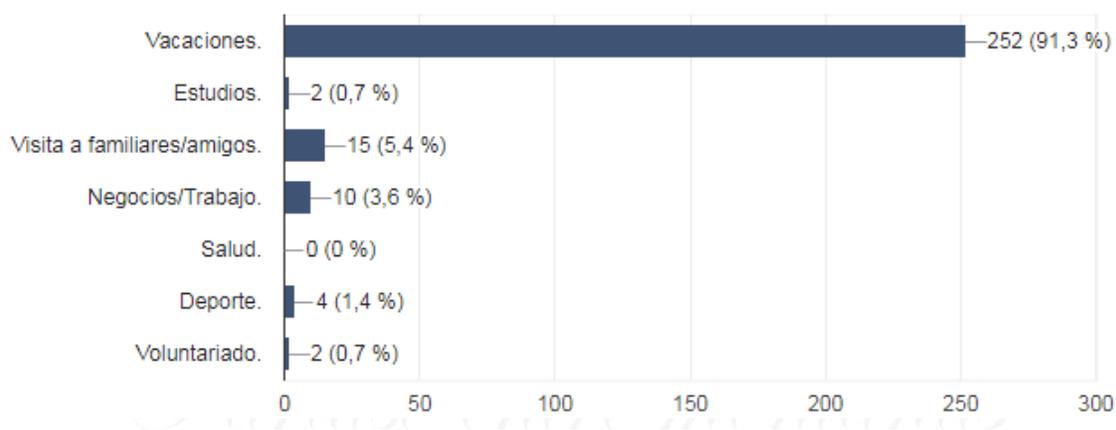


Figura 41. Principal motivo de viaje-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

La información obtenida para la *Temporada Medía*, señala que los turistas su principal motivo de viaje es el de Vacaciones con un 57,5%, seguido de estudios con 21,8% y negocios y

trabajo con el 20,7%. Es claro que los turistas se encuentran realizando turismo en este destino por descanso y ocio.

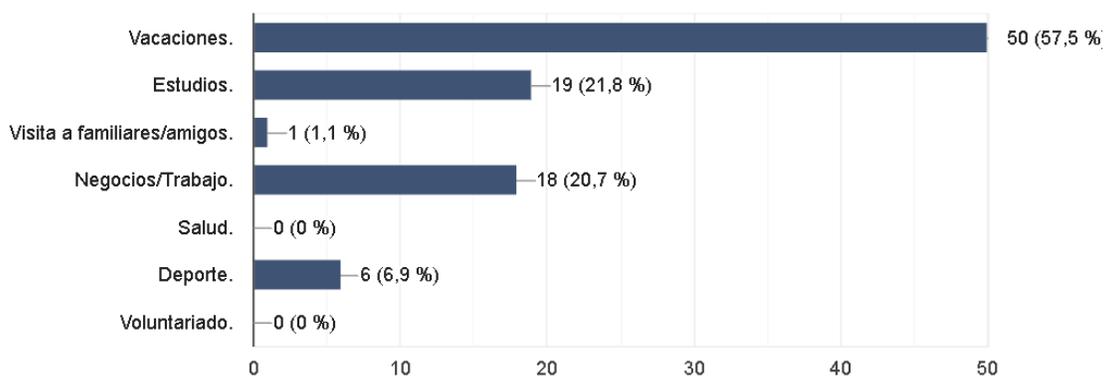


Figura 42. Principal motivo de viaje-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para la *Temporada Baja*, la principal motivación de los turistas son las vacaciones con un 59,3% de respuestas por parte de los encuestados. Los motivos de viaje por estudio ocupó el 37% dando respuesta a la llegada de una gran mayoría de estudiantes y jóvenes para esta temporada.

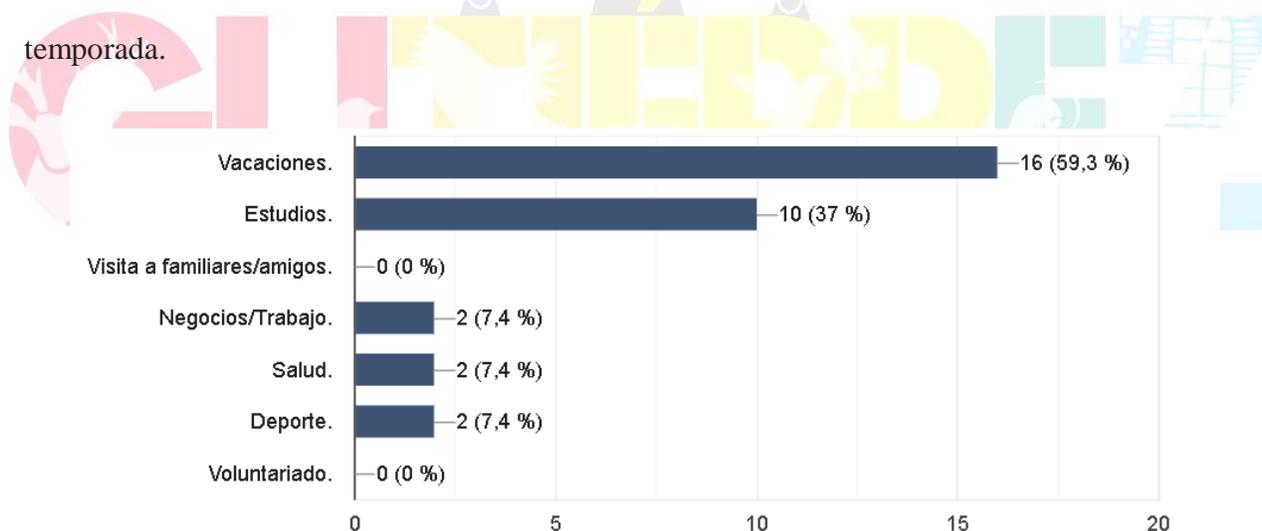


Figura 43. Principal motivo de viaje-Temporada baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.1.3.2. ¿Cuál es su modo de viaje?

El modo de viaje se refiere a las personas con las que decidió el encuestado realizar la visita a este destino.

En el caso de la *Temporada Alta*, el 53,6% de los encuestados su modo de viaje es en familia, seguido viajar con amigos con 30,8% y en pareja un 11,6%. No se obtuvo respuesta en un grupo organizado de personas, es decir, este modo de viaje una agencia turística no es utilizado por los turistas que visitan este destino.

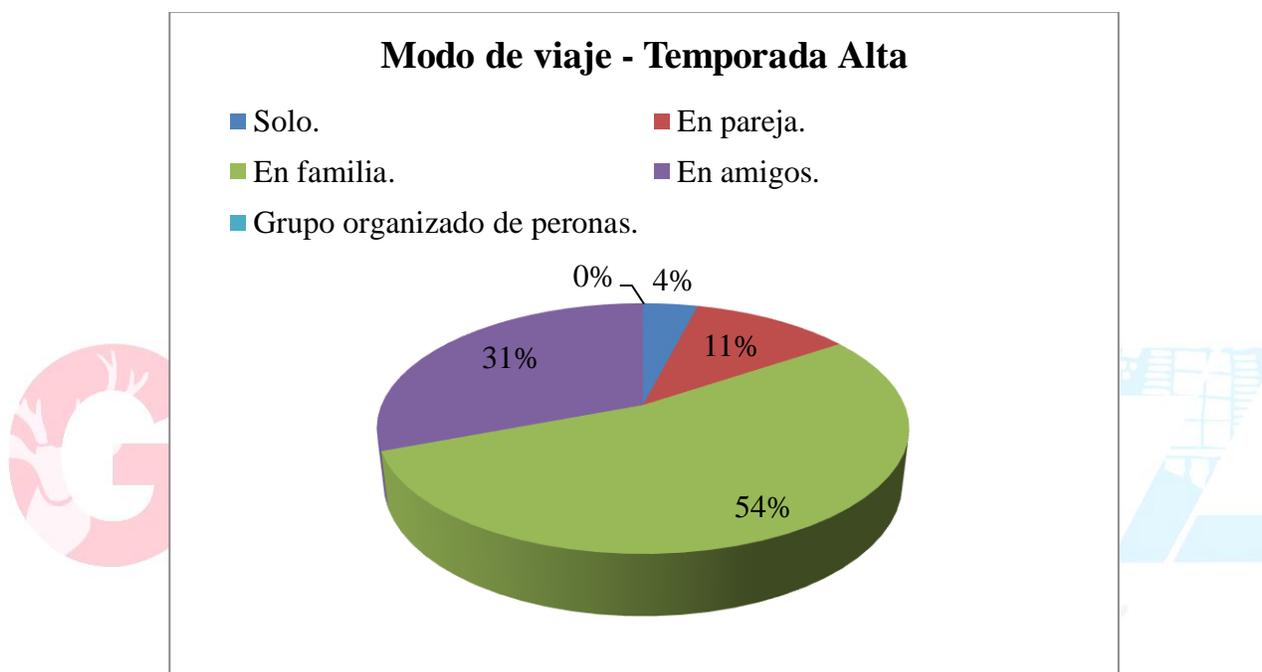


Figura 44. Modo de viaje- Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En el caso de la *Temporada Media*, las opiniones sobre el modo de viaje se evidencian de la siguiente manera. El 29% en familia, 26% en amigos, 23% grupo organizado de personas y en pareja el 18%. Es evidente que las agencias de viajes para esta temporada ofrecieron sus

servicios a turistas, que en la temporada alta no se evidencio. Por otro lado, es baja la llegada de personas solas a este destino.

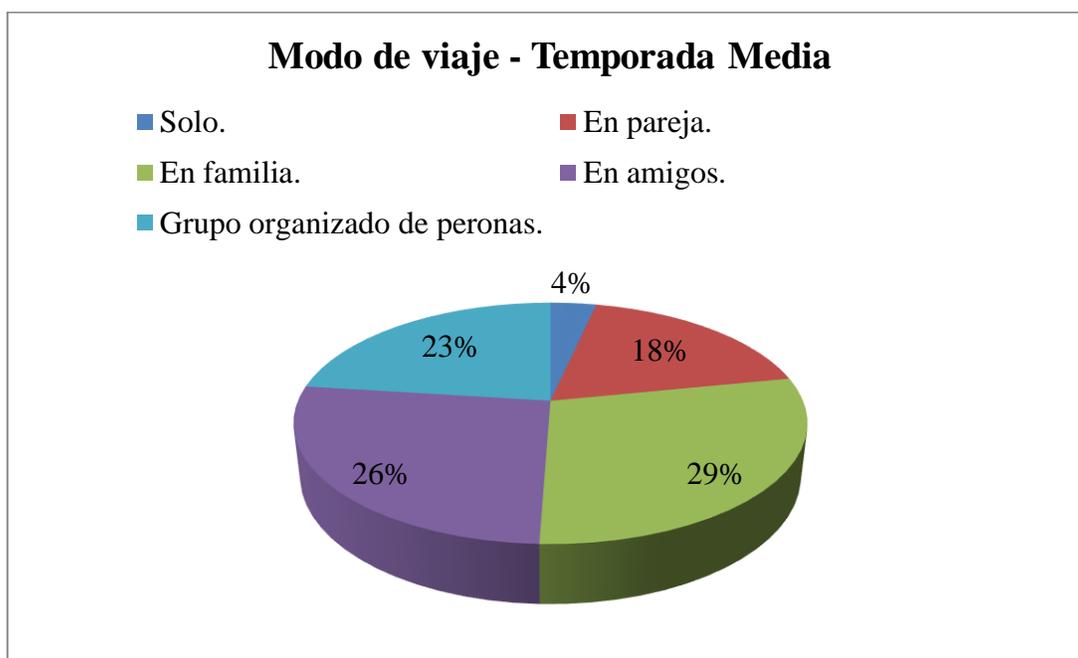


Figura 45. Modo de viaje- Temporada media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, para la *Temporada Baja*, las agencias de viajes y sus servicios para un grupo organizado de personas ocuparon el 41%, seguido de los que viajan con amigos 29% y en familia con el 22%.

"Paraíso entre montañas"

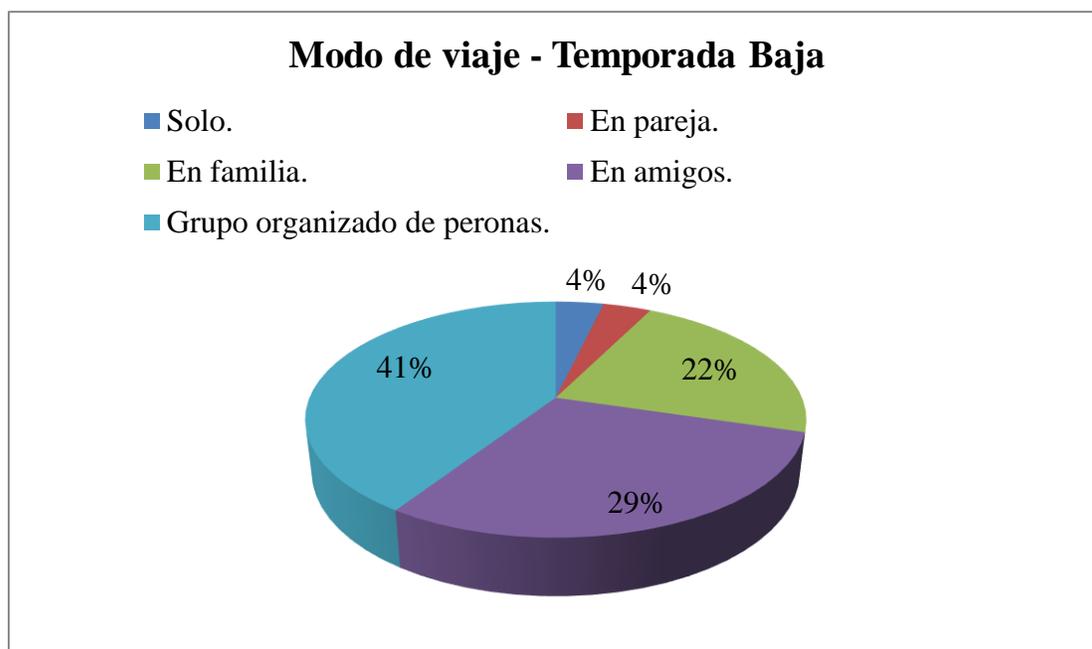


Figura 46. Modo de viaje- Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.2. Categoría Pernoctación

Las variables clasificadas para establecer la pernoctación por parte del turista que visita el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita se dividieron de la siguiente manera:

- Variable Motivacional.
- Variable de Percepción.

12.2.1. Variable motivacional.

Se utilizó la variable motivacional con el fin de entender las decisiones que tomo el encuestado al momento de pernoctar en el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

12.2.1.1. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la zona?

Esta pregunta proporciona información sobre el número de pernoctaciones que llevará a cabo el turista en la región, definiendo así la estadía del turista en intervalos de días.

El resultado obtenido para la *Temporada Alta* es: La permanencia promedio en la zona es de 2 a 3 días con el 84%, en segundo lugar, con el 9% los encuestados respondieron que su permanencia sería de 4 a 7 días.



Figura 47. Tiempo de permanencia en la zona-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

La información recolectada para la *Temporada Media*, el tiempo de permanencia de los turistas en promedio es de 2 a 3 días con el 62%, seguido de las personas que estarán en este destino de 4 a 7 días con el 32%.

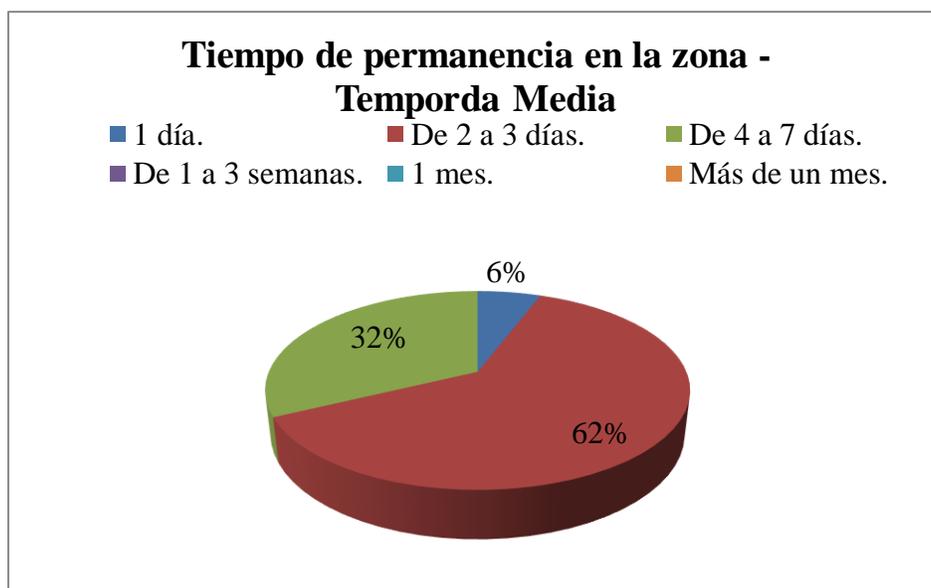


Figura 48. Tiempo de permanencia en la zona-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para el caso de *la Temporada Baja*, estarán en un tiempo de permanencia promedio de 4 a 7 días obteniendo el 56%, seguido de la estadía de 2 a 3 días con el 37%, es claro que los turistas no tienen pensado durar semanas en este destino, únicamente están motivados por realizar actividades en el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

"Paraíso entre montañas"

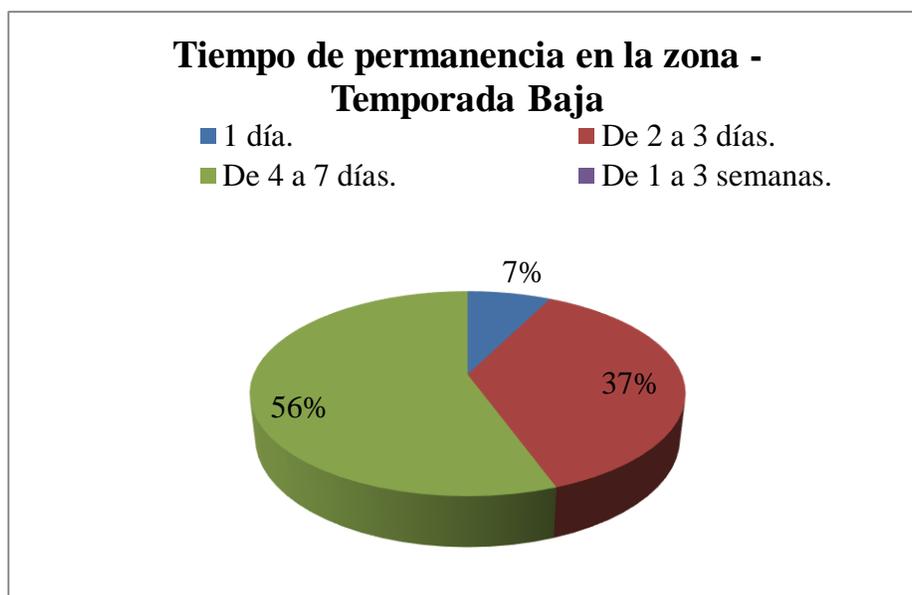


Figura 49. Tiempo de permanencia en la zona-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.2.1.2. ¿El tipo de alojamiento es/será?

El objetivo de esta pregunta es indagar la manera en la que opta el encuestado alojarse en el destino, ya sea por servicios hoteleros, alojamiento en casa de amigos-familiares o en camping.

La información recolectada en la Temporada Alta, señala que el tipo de alojamiento mas utilizado por parte de los encuestados es de Hotel/Hostal con un 94,6%, seguido de los encuestados que se hospedarán en casa de amigos o familiares con el 5,4%. No se obtuvo ninuguna respuesta respecto a la utilización de Camping como tipo de alojamiento para este destino.

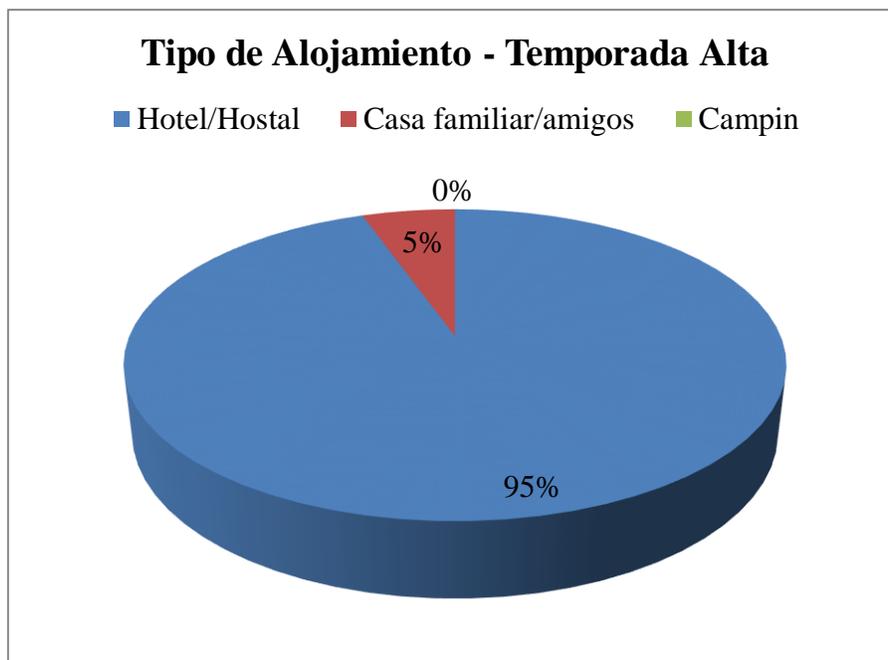


Figura 50. Tipo de alojamiento-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En la *Temporada Media*, los encuestados van a pernoctar en su mayoría en hoteles/hostales con casi la mayoría de encuestados es decir el 92%. El restante 8 % se hospedarán en casas de familiares o amigos. Hay que mencionar que el alojamiento en Campin no es tomado como una buena opción.

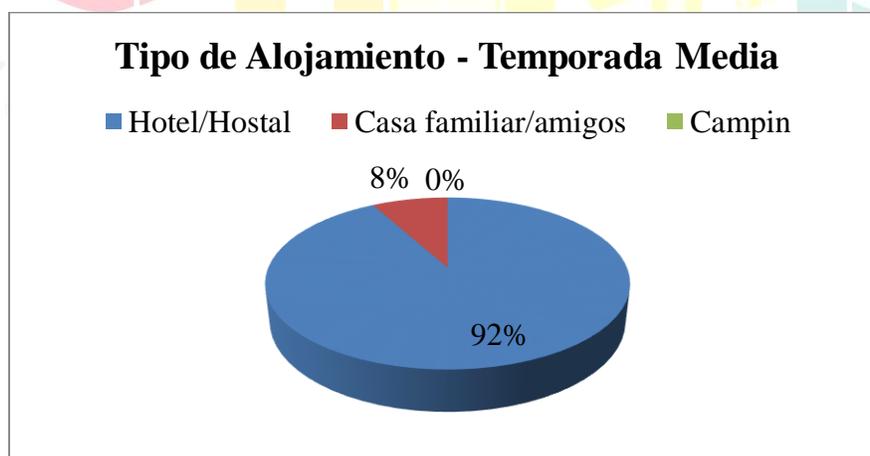
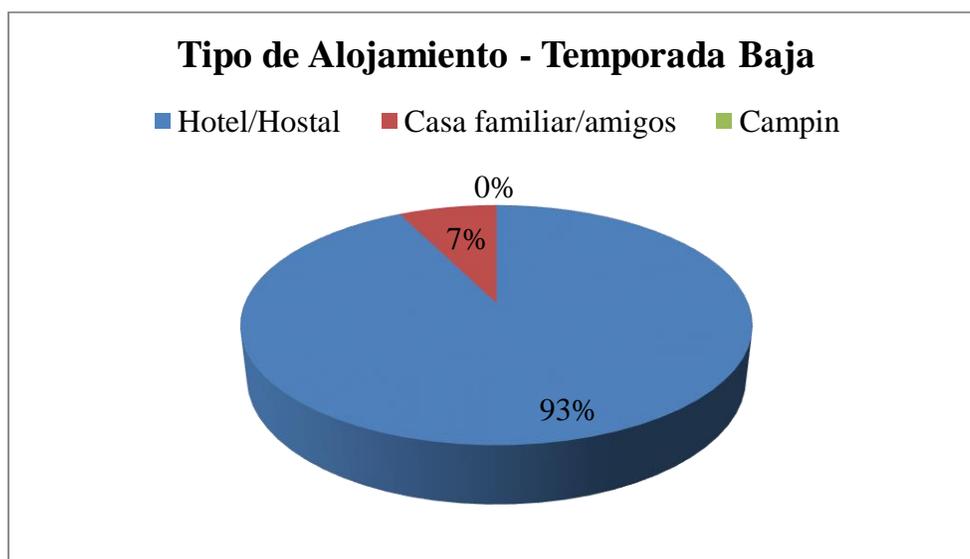


Figura 51. Tipo de alojamiento-Temporada Media.**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

Para el caso de la *Temporada Baja*, el 93% de los encuestados respondieron que utilizarán el servicio de alojamiento de Hotel/ Hostal, el 7% restante pernoctarán en casas de amigos o familiares. No se evidencia la posibilidad de hospedarse en Camping en este destino.

**Figura 52.** Tipo de alojamiento-Temporada Baja.**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

12.2.1. Variables de percepción.

Esta variable detallará opinión que tiene el turista de acuerdo con los servicios de alojamiento en el destino visitado.

12.2.1.1. Indique la percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.

Se analizará la percepción que tiene encuestado hacia el servicio de alojamiento en el destino, especialmente en los precios.

En cuanto a la *Temporada Alta* el 81,16% de los encuestados mencionaron que los precios de los servicios de alojamiento son adecuados destacando que para estas fechas eran días festivos con celebraciones patronales, en donde los precios incrementan en la prestación de estos servicios.

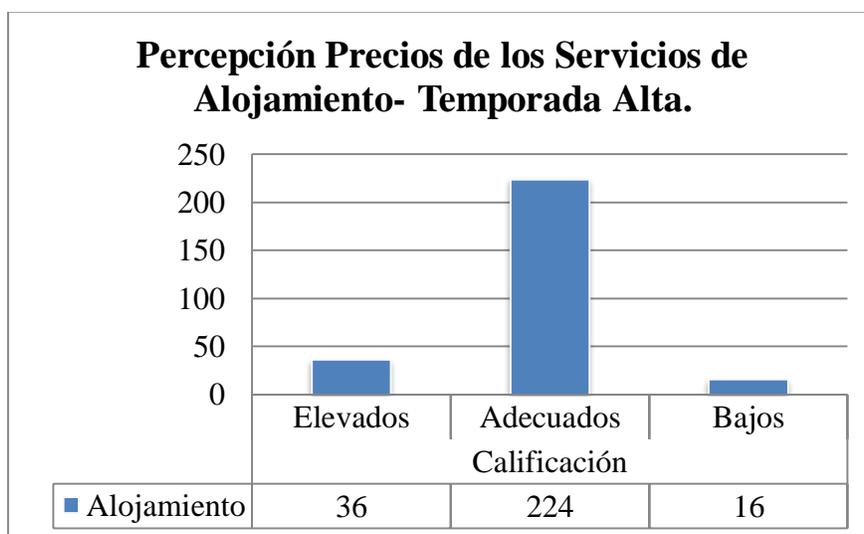


Figura 53. Percepción precios de los servicios de alojamiento-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Los turistas encuestados para la *Temporada Media*, su percepción es que los precios para los servicios de alojamiento son adecuados con un 93,10%, es una buena noticia debido a que los prestadores de servicios turísticos son conscientes de los precios que ofrecen.

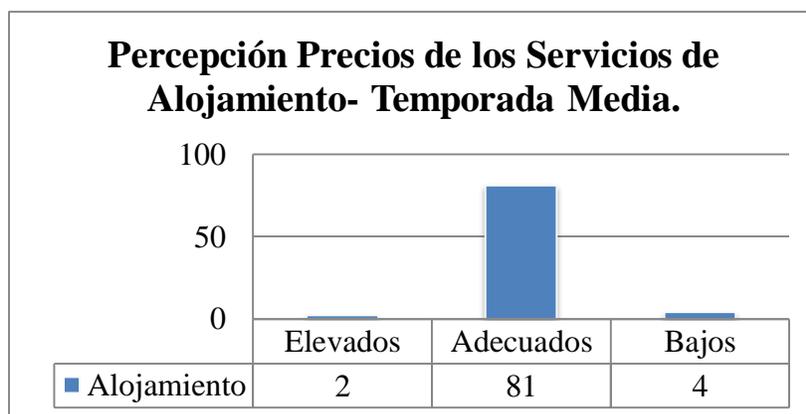


Figura 54. Percepción precios de los servicios de alojamiento-Temporada media.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para el caso de la Temporada Baja, 85,19% de los encuestados mencionaron que los precios de los servicios de alojamiento son adecuados y el 7,41% correspondiente para precios elevados y precios bajos.

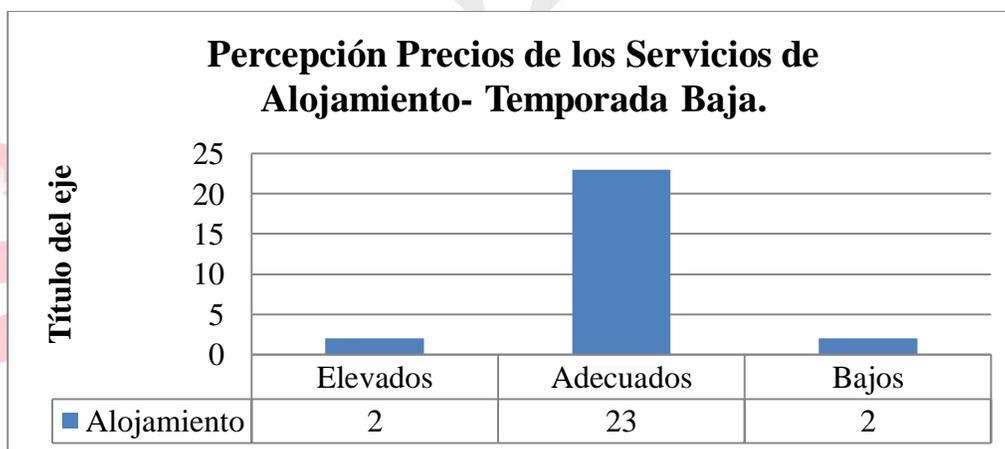


Figura 55. Percepción precios de los servicios de alojamiento-Temporada media.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.3. Categoría Actividades y/o Usos

En esta categoría, las variables utilizadas para determinar las actividades y/o Usos del turista que viaja al entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita se determinaron de la siguiente manera:

- Variable Motivacional.
- Variable de Influencia.
- Variable de Percepción.
- Variable de Deseo.
- Variable de Preferencia.

12.3.1. Variable motivacional.

Esta variable ayudará a comprender el motivo que llevo al turista a realizar las diferentes actividades y/o usos en el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias.

12.3.1.1. Municipio que está visitando.

En este apartado se interrogará al encuestado el municipio de la Provincia de Gutiérrez en el cual está llevando a cabo sus actividades turísticas.

Para la *Temporada Alta* el municipio mas visitado de la Provincia de Gutierrez por parte de los encuestados, es el municipio de El Cocuy con un 73,2% y seguido de el municipiode Guicán con un 23,6%, esto debido a que el parque Nacional Natural El Cocuy se encuentra ubicado entre estos dos municipios, siendo los municipios que de igual forma cuentan con mayor oferta de prestadores turísticos.



Figura 56. Municipio que está visitando-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Las encuestas realizadas para la *Temporada Media*, se llevaron en su totalidad en el Municipio de El Cocuy debido a la preferencia por parte de los turistas por reunirse en este lugar. Es claro que estos turistas también realizarán alguna visita a los demás municipios de la Provincia.



Figura 57. Municipio que está visitando-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Igualmente, para la Temporada *Baja*, las encuestas se llevaron en su totalidad en el Municipio de El Cocuy debido a la preferencia por parte de los turistas por reunirse en este lugar. Es claro que estos turistas también realizaran alguna visita a los demás municipios de la Provincia.



Figura 58. Municipio que está visitando-Temporada Baja. Fuente: Autor, 2018.

12.3.1.2. ¿Qué municipios visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez?

El objetivo de esta pregunta es determinar si el turista realiza otras actividades turísticas en los demás municipios de la Provincia de Gutiérrez. Entendiendo así que municipios motivan a los turistas a ser visitados.

Para la Temporada Alta, el municipio que cuenta con mas popularidad en visitas es El Cocuy con un 92,4% ,seguido de Guicán con 46,9% y Guacamayas con el 40,6%.

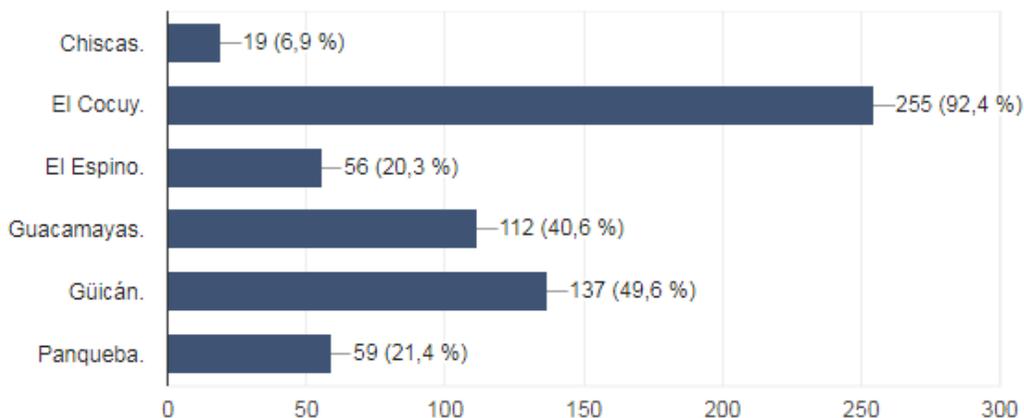


Figura 59. Municipio que visitó de la Provincia de Gutiérrez.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Las personas encuestadas para la *Temporada Media*, mencionaron que el principal municipio a visitar es El Cocuy con el 98,9%, además mencionan la visita los demás municipios. El segundo con más preferencia es el municipio de Güicán 30% y Guacamayas con el 27,6%.

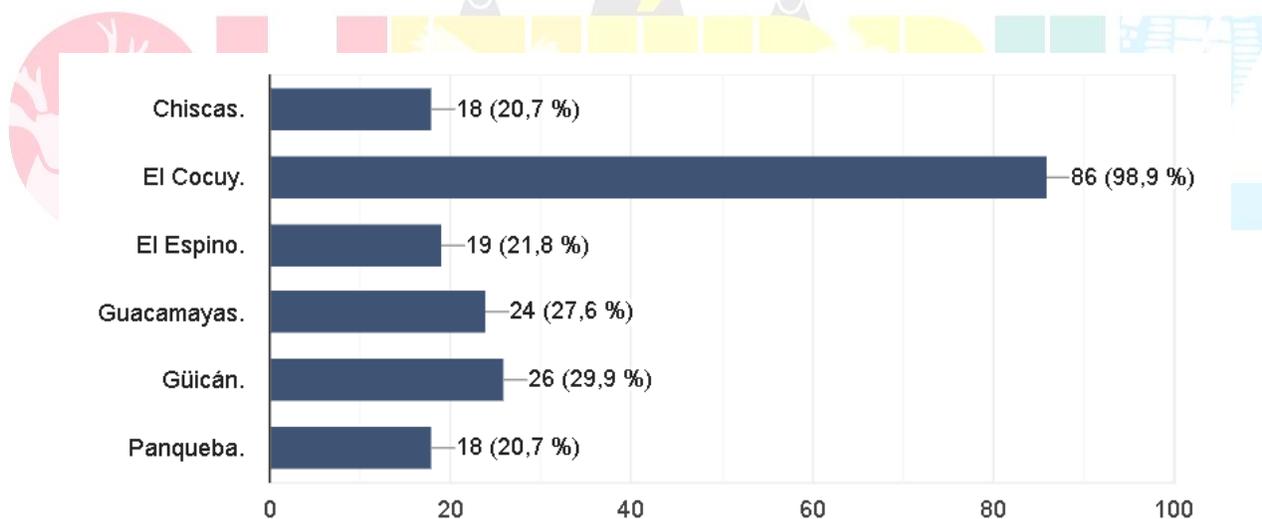


Figura 60. Municipio que visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez- Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Es evidente que, para la Temporada Baja, es el municipio de El Cocuy, las 27 personas encuestadas visitaran este lugar, además de Güicán con el 7,4%, Guacamayas y el Espino con el 3,7% correspondiente para cada uno. Los municipios de Chiskas y Panqueba no motivan a los turistas a ser visitados.

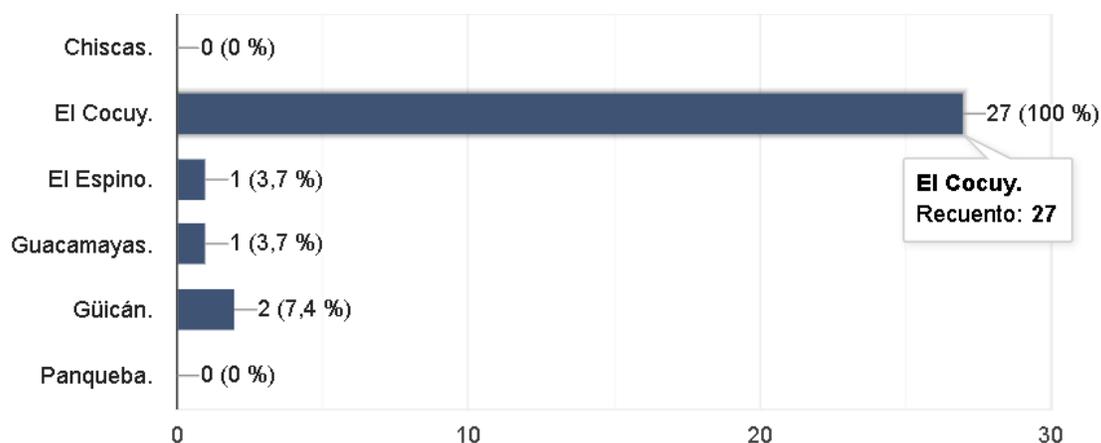


Figura 61. Municipio que visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez- Temporada Media.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.3.1.3. ¿Qué actividades realizó/rá? ¿Qué servicios utilizó/rá?

La finalidad de esta pregunta es comprender aquellas actividades realizadas y servicios utilizados que motivaron al encuestado. Además, se podrá determinar cuáles son las que más tienen apogeo entre los turistas y las que poco se le destinan tiempo.

Para la *Temporada Alta*, las actividades y servicios que realizó/rán los encuestados en su mayoría se llevaron a cabo en el municipio de El Cocuy destacándose las actividades de subir al nevado, senderismo, artesanías, centros históricos, R.cultural, avistamiento de fauna y flora, hospedaje y gastronomía siendo el número de turistas de mas de 100. En el municipio de Guicán se destaca la actividad de subir al nevado, senderismo, avistamiento de fauna y flora y gastronomía con un número de turistas de mas de 50. Guamayas las actividades mencionadas son las de artesanías y gastronomía con un número de turistas de más de 50.

11. ¿Qué actividades realizó/rá ? ¿Qué servicios utilizó/rá?

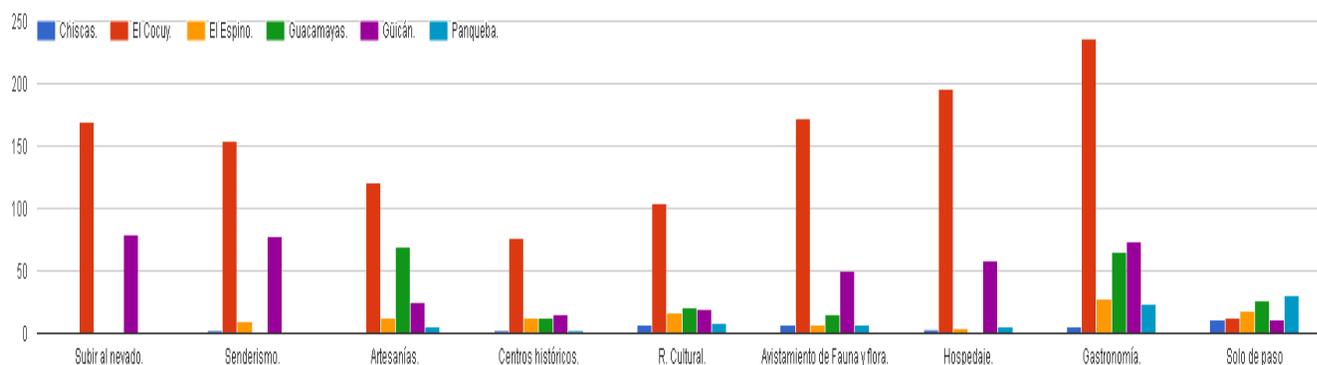


Figura 62. Actividades que realizó/rá, servicios que utilizó/rá en la Provincia de Gutiérrez- Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

En La Temporada Media, se tiene que la mayoría de las actividades a realizar se llevaran a cabo en el municipio de El Cocuy, tales como Subir al nevado, Senderismo, Artesanías, Centros Históricos, R. Cultural, Gastronomía y Hospedaje. Hay que mencionar que los turistas mencionan al municipio de Guacamayas para realizar actividades culturales, como el

reconocimiento de artesanías en especial la cestería en rollo y también su gastronomía. Los demás municipios serán pocas las actividades turísticas que se llevarían a cabo.

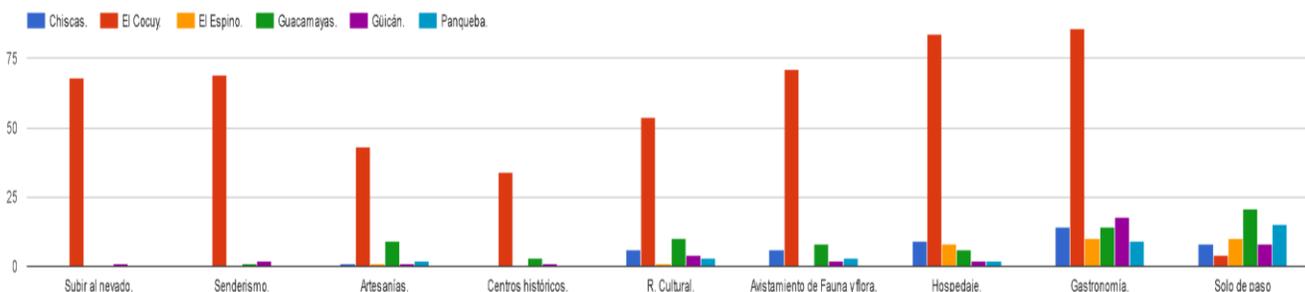


Figura 63. Actividades que realizó/rá, servicios que utilizó/rá en la Provincia de Gutiérrez- Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Finalmente, para la Temporada Baja, en su totalidad los encuestados realizarán actividades turísticas como: Subir al nevado, Senderismo, Artesanías, Centros Históricos, R. Cultural, Avistamiento de Fauna y Flora y Gastronomía en el municipio de El Cocuy, Se menciona que realizarán actividades gastronómicas en los municipios de El Espino y Guacamayas.

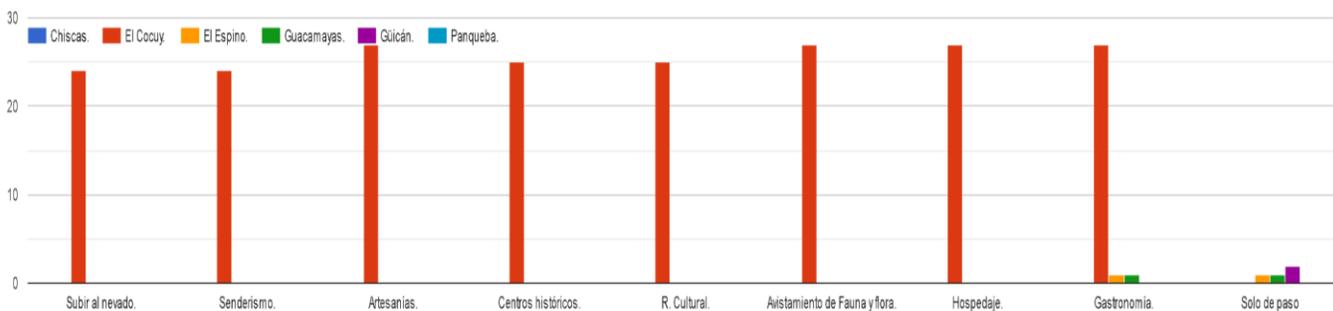


Figura 64. Actividades que realizó/rá, servicios que utilizó/rá en la Provincia de Gutiérrez- Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018



12.3.1.4. Indique el número de visitas realizadas a este destino.

Se determinará la recurrencia que tiene el encuestado en cuanto a la frecuencia de visitas, infiriendo así, si hay algún tipo de motivación de visitar en diferentes ocasiones este destino.

En el caso de la *Temporada Alta*, el 85 % de los encuestados respondieron que era su primera vez en este destino. Es evidente que un alto porcentaje de los viajes realizados por los turistas no son reiterados, según la información recolectada.

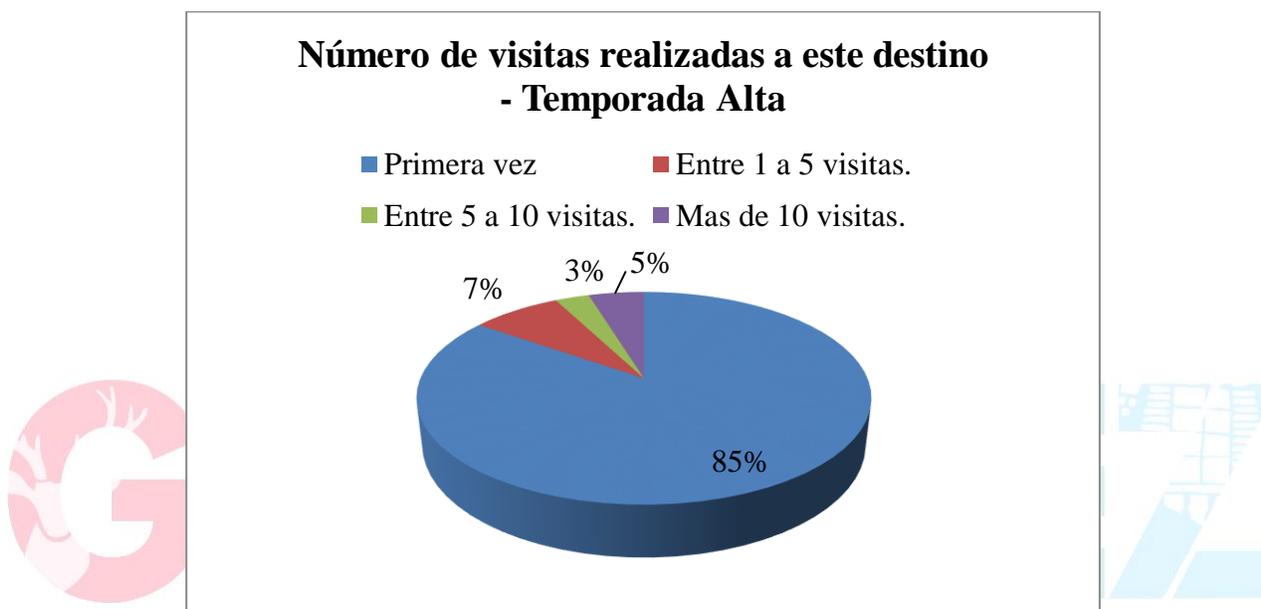


Figura 65. Número de visitas realizadas a este destino- Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

En el caso de la *Temporada Media*, los encuestados mencionaron que es su primera vez en la Provincia de Gutiérrez con el 85%, el 7% de los turistas ya habían realizado una visita a este destino seguido de los que llevan más de 10 visitas con el 5%.



Figura 66. Número de visitas realizadas a este destino- Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

En la *Temporada Baja*, con casi el 93% de los encuestados, estos mencionaron que era la primera vez en este destino, el 7% restante ya habían realizado entre 1 a 5 visitas.



Figura 67. Número de visitas realizadas a este destino- Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.1.5. ¿Qué medio de transporte utilizó para llegar a este lugar?

Esta pregunta hace referencia a la información sobre el medio de transporte por el cual el encuestado arribó a la región. Determinado así el transporte más utilizado.

En la *Temporada Alta*, los dos medios de transporte más populares por parte de los turistas para llevar a cabo la totalidad del recorrido hacia el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita fueron el carro propio con el 61% y el transporte público (Representado en buses intermunicipales) con el 34%.

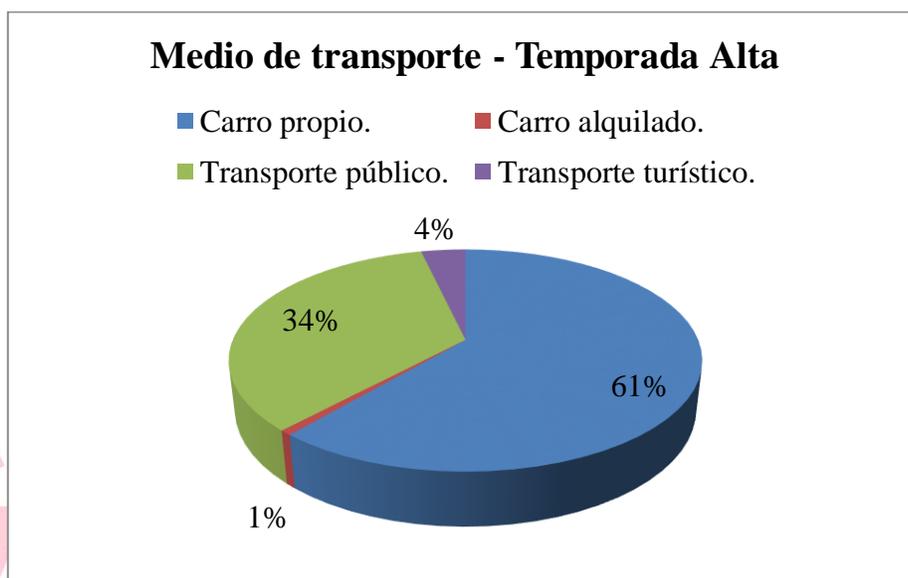


Figura 68. Medio de transporte – Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Para la *Temporada Media*, el medio de transporte más utilizado por parte de los turistas es el carro propio con un 47%, seguido del transporte público con el 37%, en esta temporada se evidencio la llegada de un servicio de transporte turístico 14% debido a la llegada de un grupo organizado.

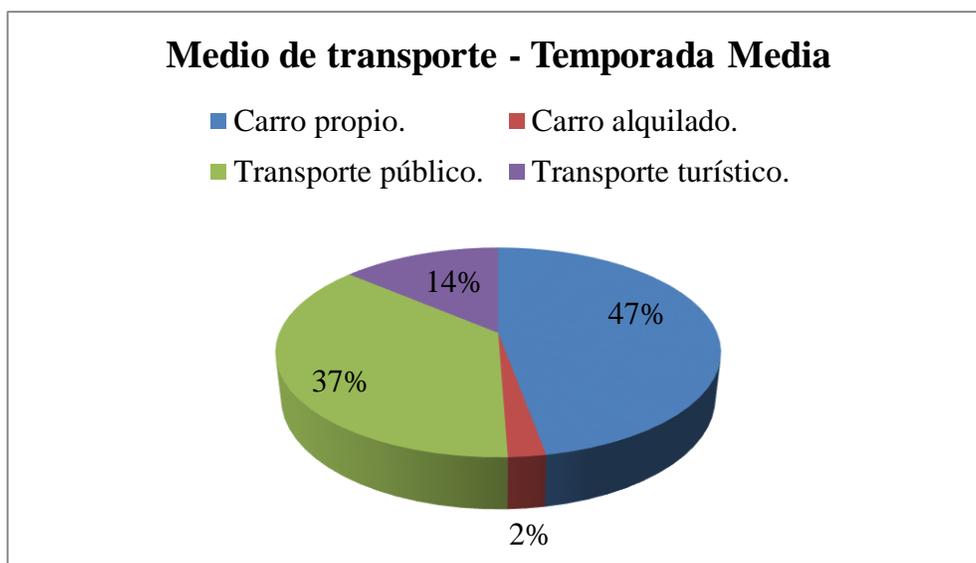


Figura 69. Medio de transporte – Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Finalmente para la *Temporada Baja*, el transporte más utilizado por parte de los encuestados fue el transporte público con el 74%, seguido de los que usan el carro propio con el 22%, en esta temporada se evidenció el caso de una persona que empleó la moto como medio de transporte.

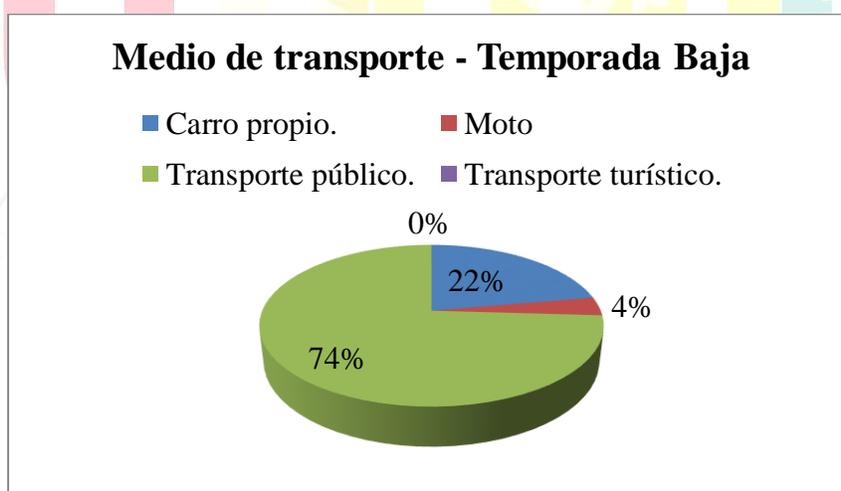


Figura 70. Medio de transporte – Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.2. Variable de influencia.

Esta variable dará la información referente sobre la influencia que recibió el encuestado por parte del testimonio de otras personas sobre el destino. Además, también se tendrá la declaración del encuestado sobre destinos similares al del entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

12.3.2.1. ¿Cómo se enteró usted de este destino?

En esta sección por medio de esta pregunta se quiere indagar, la forma con la que el encuestado accedió y obtuvo conocimientos sobre este destino. Describiendo así, la manera que más influye en el pensamiento de una persona al momento de sugerir un sitio turístico.

El medio más común para la Temporada Alta y por el cual los encuestados se enteraron de este destino que gira entorno a la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita fue el voz a voz con un 69,9% de los turistas, seguido de las redes sociales 31,5% y las páginas especializadas con un 31,2% es destacable mencionar la importancia del internet y aquellos medios masivos como modo de comunicación y transferencia de información. Por otro lado no se evidencio que los medios tradicionales (televisión, radio, prensa) no proporciona información a los turistas.

"Paraíso entre montañas"

17. ¿Cómo se enteró usted de este destino?

276 respuestas

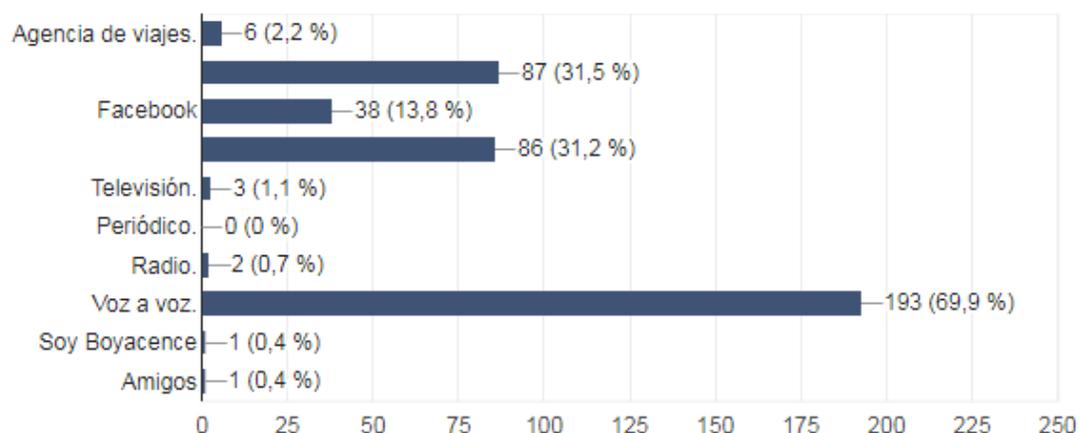
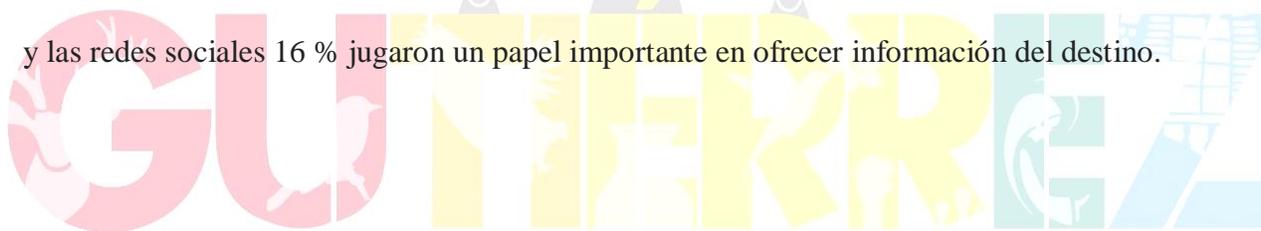


Figura 71. Medio por el cual se enteró del destino-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

En la *Temporada Media*, el 72% de los encuestados respondieron que se enteraron de este destino a través del voz a voz, seguido de las páginas especializadas en turismo con un 31% y las redes sociales 16 % jugaron un papel importante en ofrecer información del destino.



"Paraíso entre montañas"

87 respuestas

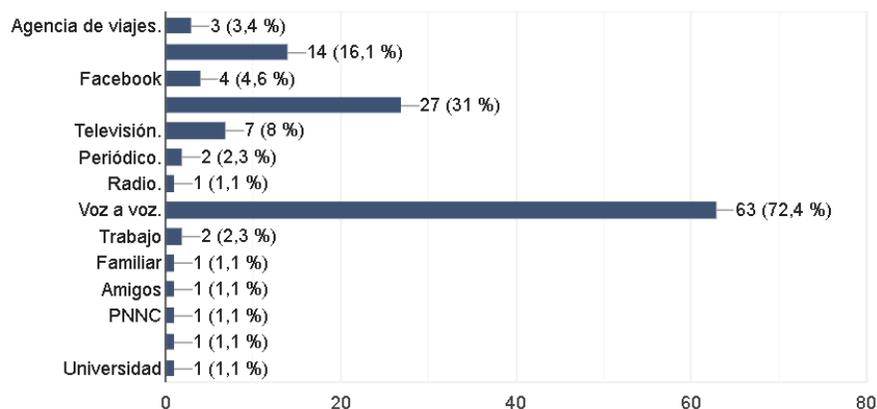


Figura 72. Medio por el cual se enteró del destino-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Finalmente, para la *Temporada Baja*, los encuestados mencionaron que recibieron información a partir del Voz a voz con un 70%, además hay que mencionar que las pagina especializadas en turismo 33,3 % son de importancia al momento de motivar a las personas que realicen un viaje a este destino, igualmente el trabajo que realiza las redes sociales 7,4%

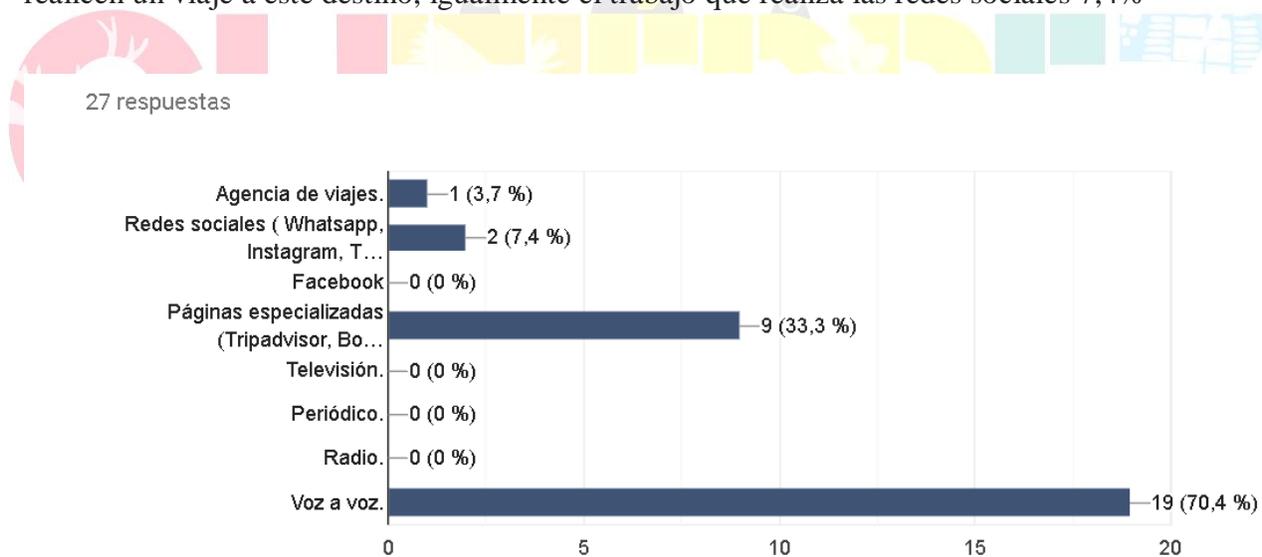


Figura 73. Medio por el cual se enteró del destino-Temporada Baja

Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.3.2.2. ¿Cómo califica la información ofrecida sobre el destino?

Se determinará si la información ofrecida por otras personas, fueron determinantes para realizar la visita a este destino por parte del encuestado.

En el caso de la *Temporada Alta*, la información obtenida por parte de los encuestados es calificada como buena con un 63,8%, (corresponde a quienes se enteraron por amigos u otros – voz a voz) seguido de regular con un 26,1% (internet), principalmente la consideran incompleta e insuficiente, siéndo una oportunidad de mejoramiento al promover turismo con el uso de las TICs .

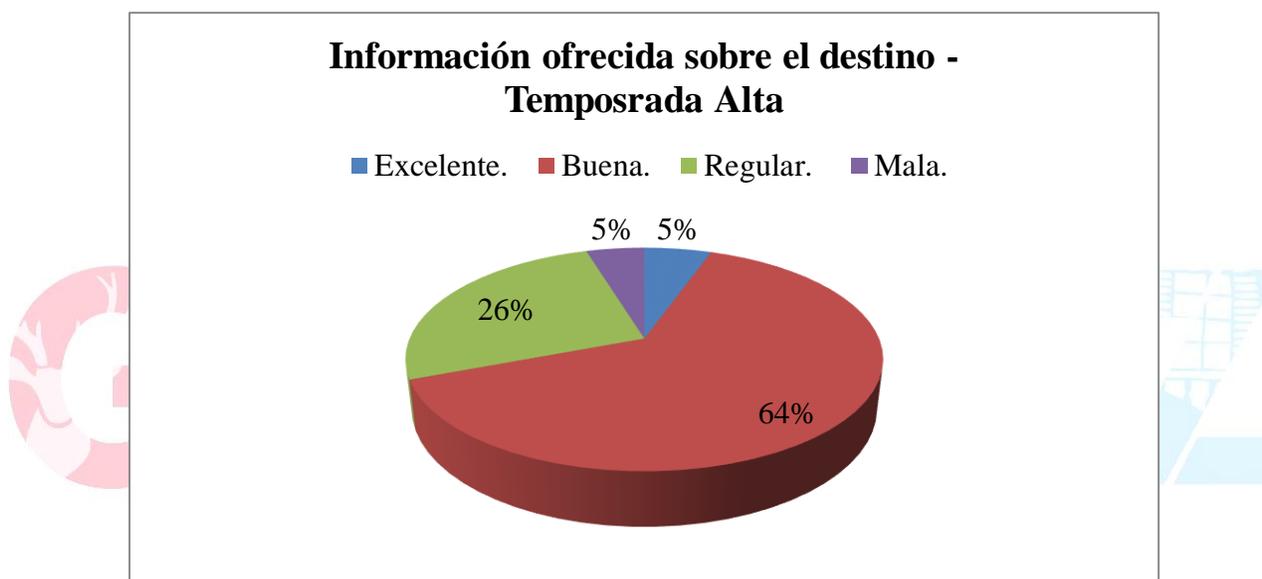


Figura 74. Información ofrecida sobre el destino-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Las respuestas obtenidas en la *Temporada Media*, mencionan que la información ofrecida sobre el destino fue buena con un 61%, seguida de excelente con el 21%, esto quiere decir, que la información de voz a voz sobre el Entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican

de la Sierra y Chita es acorde y esto hace que se motiven las personas a realizar turismo en esta región.

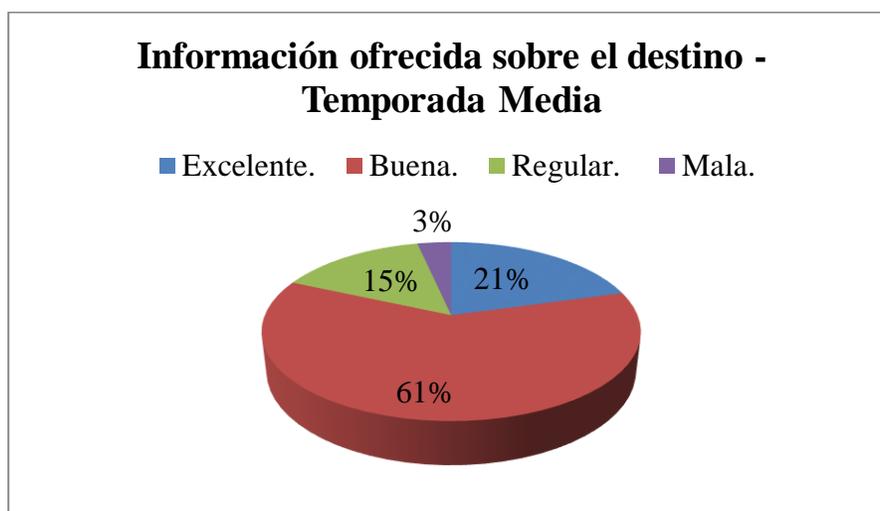


Figura 75. Información ofrecida sobre el destino-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

La información suministrada por parte de los turistas en la *Temporada Baja*, menciona que le ofrecieron un testimonio bueno a cerca del destino entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita. En esta temporada y en las demás no se evidencio una mala información por parte de otras personas. Esto quiere decir que las personas que han motivado a otras a que desarrollen actividades turísticas quedaron satisfechas con su recorrido en este destino.

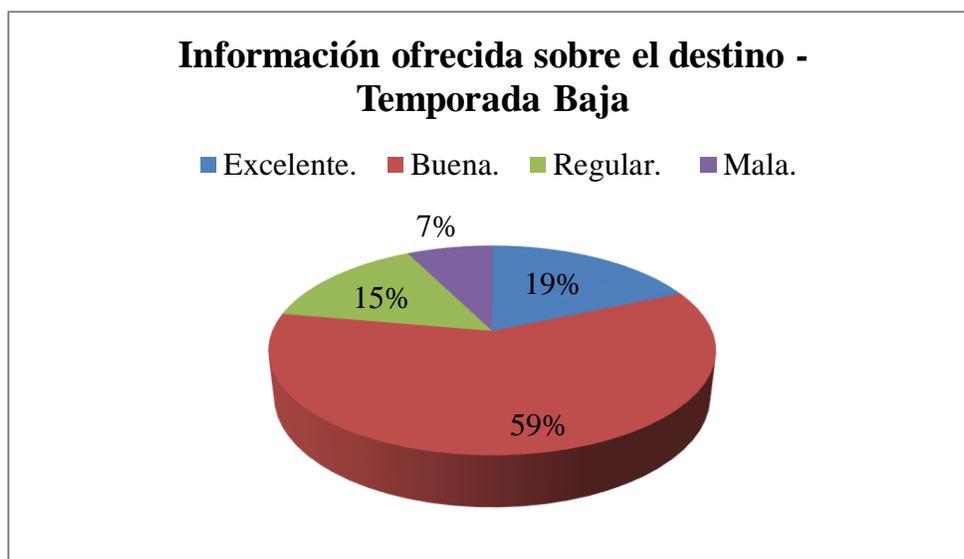


Figura 76. Información ofrecida sobre el destino-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.2.3. ¿Usted ha visitado destinos similares a nivel nacional o internacional? Si la respuesta anterior es SÍ, por favor indique que destino similar visitó.

El propósito de esta pregunta es saber el conocimiento por parte del encuestado de otros destinos similares al del entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita y así poder analizar los posibles competidores de este producto turístico.

La información obtenida para la *Temporada Alta* da como resultado que en la mayoría de los turistas mencionaron que no han visitado destinos similares con 81,9%, es decir, que el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita cuenta con una característica única, que hace que los turistas se interesen por visitar este destino.

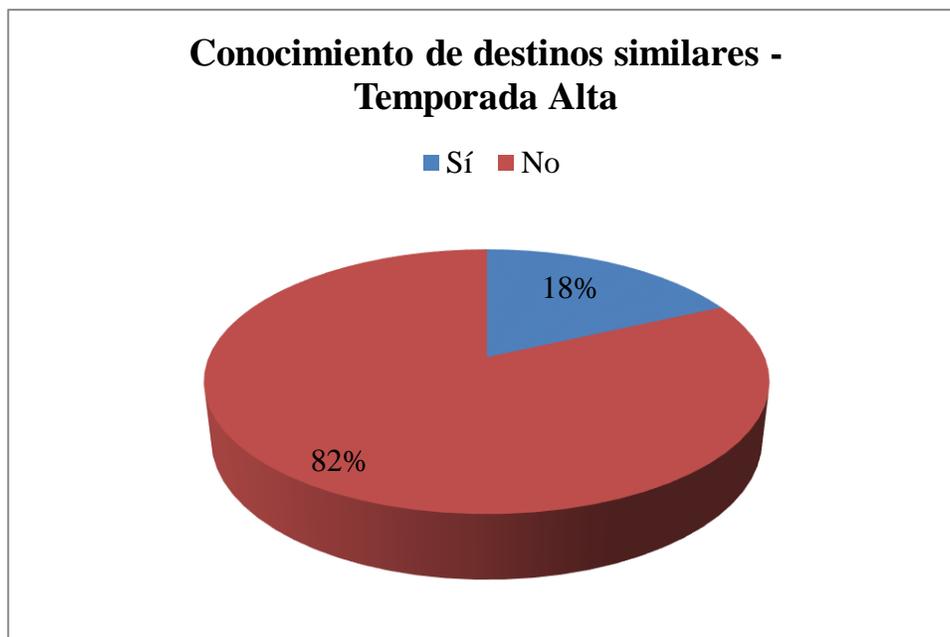


Figura 77. Conocimiento de destinos similares-Temporada Alta.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

Los turistas encuestados en la *Temporada Media*, el 68% mencionaron que, si conocían destinos similares, entre los que se destacan el Nevado del Ruiz, La Sierra Nevada de Santa Marta, California Park, La Patagonia y Cusco. 32% restante mencionaron que no conocían destinos similares.

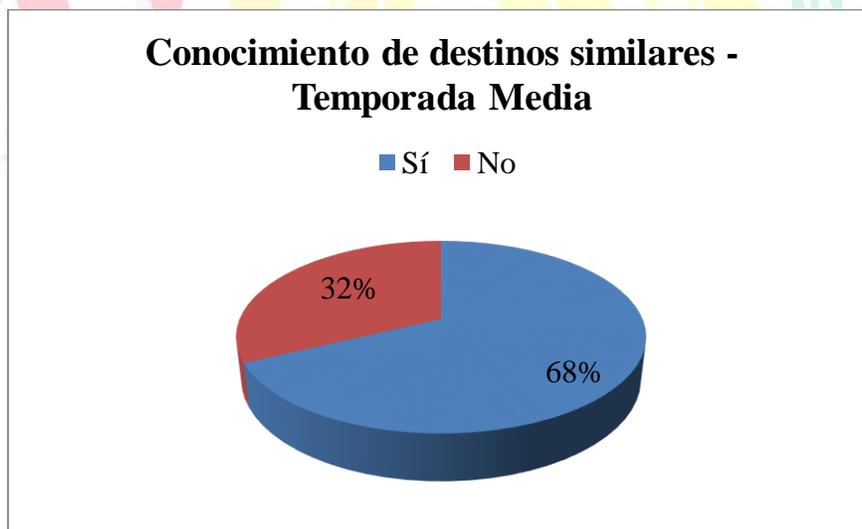
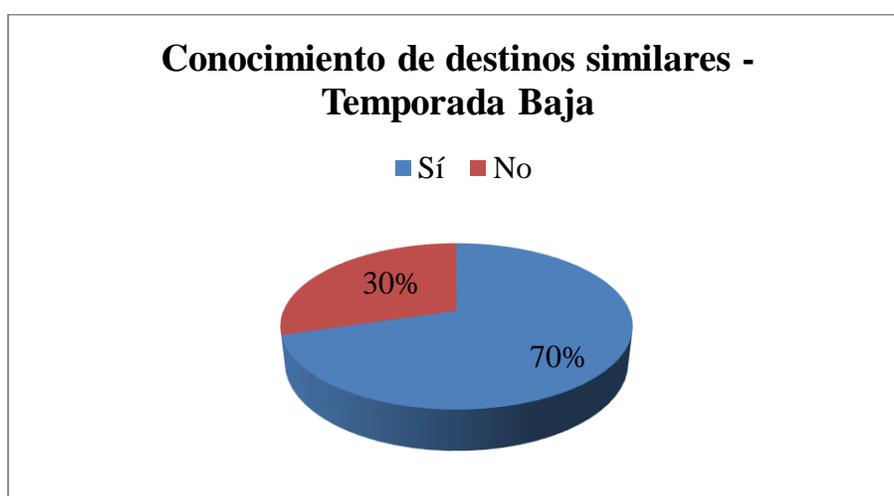


Figura 78. Conocimiento de destinos similares-Temporada Media.**Fuente:** Elaboración propia, 2018.

Finalmente, en la *Temporada Baja*, el 70% de los encuestados mencionaron que, si conocían un destino similar al del entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, señalando los destinos de Santa Isabel, Machu Pichu y el Parque Nacional Natural de los Nevados. El 30% de los encuestados dijeron que no conocían destinos similares.

**Figura 79.** Conocimiento de destinos similares-Temporada Baja.**Fuente:** Elaboración propia, 2018

12.3.2.4. ¿Recomendaría este destino a otras personas para hacer turismo? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.

La finalidad de esta pregunta es determinar si el encuestado podría influenciar a otras personas de manera positiva o negativa de acuerdo con su opinión o experiencia en el destino del entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita.

En la *Temporada Alta*, es claro que el 96,7% de los encuestados respondieron que SÍ recomendarían el destino a otras personas. Al preguntar ¿Por qué no recomendarían el destino?

Los turistas mencionaron que se tiene poca información y malos servicios recibidos, especialmente transporte.



Figura 80. Recomendación del destino a otras personas-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para la *Temporada Media*, los encuestados si recomendarían este destino a otras personas siendo el 97% y el 3% no lo haría, el motivo, poco comercio en los pueblos y mal servicio por parte de prestadores.

"Paraíso entre montañas"



Figura 81. Recomendación del destino a otras personas-Temporada media.
Fuente: Elaboración propia, 2018

En la *Temporada Baja*, el 96% de los encuestados si recomendaría el destino a otras personas, evidenciándose el grado de satisfacción en su recorrido turístico en el destino. El 4% que menciono que no lo haría ya que su opinión es que no hay turismo en la zona.



Figura 82. Recomendación del destino a otras personas-Temporada Baja.
Fuente: Elaboración propia, 2018.

12.3.3. Variable de percepción.

Esta variable precisará el pensamiento que tiene el turista de acuerdo a las actividades y/o usos brindados en el destino visitado.

12.3.3.1. ¿Utilizaría medio aéreo para llegar al destino? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.

A partir de esta pregunta y sus posibles respuestas darán la apreciación por parte del encuestado sobre la utilización del transporte aéreo para llegar a este destino. De tal manera que sus ideas son de importancia sobre la viabilidad de la creación de un aeropuerto en la Provincia de Gutiérrez.

En la *Temporada Alta*, al responder la pregunta sobre el si utilizaría el medio aéreo para llegar a este destino, el 80,8% de los encuestados respondieron que Sí lo realizarán. El 19,2% que respondieron negativamente, no viajarían de este modo ya que desean disfrutar los paisajes que ofrece la región.



Figura 83. Utilización del medio aéreo para llegar al destino-Temporada Alta.
Fuente: Elaboración propia, 2018

En la *Temporada Media*, los encuestados mencionaron que si utilizarían el medio de Transporte Aéreo para arribar al entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, el 22% de las personas que respondieron que no en su mayoría mencionan que sería muy costoso utilizar este servicio.



Figura 84. Utilización del medio aéreo para llegar al destino-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

En el caso de la *Temporada Baja*, el 96% de los encuestados respondieron que si utilizarían el medio de transporte aéreo, con el fin de dirigirse al entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, el 4% dijeron que no lo harían porque afectaría al medio ambiente de la zona.



Figura 85. Utilización del medio aéreo para llegar al destino-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.3.2. ¿Le gustaría realizar un recorrido aéreo a la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.

El objetivo de esta pregunta es describir el pensamiento que tiene el encuestado al momento de sugerirle un recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita. Ayudando a determinar la viabilidad de la creación de una actividad de esta magnitud.

La información obtenida para la *Temporada Alta*, se destaca que el 94,9% de los encuestados, tuvieron aceptación por la realización de un recorrido aéreo en la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, el 5,1% de las personas que dieron una respuesta negativa, se debe a nervios y miedos al momento de viajar en avión.

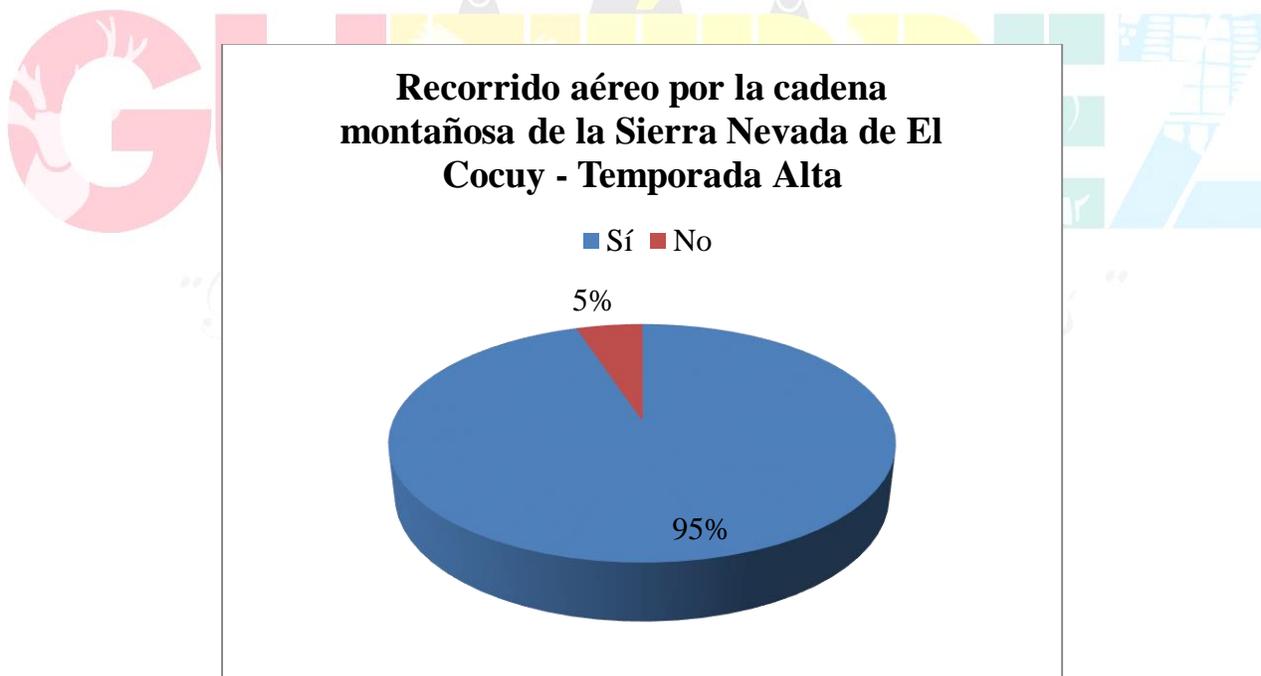


Figura 86. Recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita- Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

La información obtenida para la *Temporada Media*, el 91% menciona que si llevarían a cabo un recorrido en el entorno por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita. Además, las personas que respondieron que no lo harían 9% sus razones es la contaminación que podría ocasionar estos servicios al entorno.

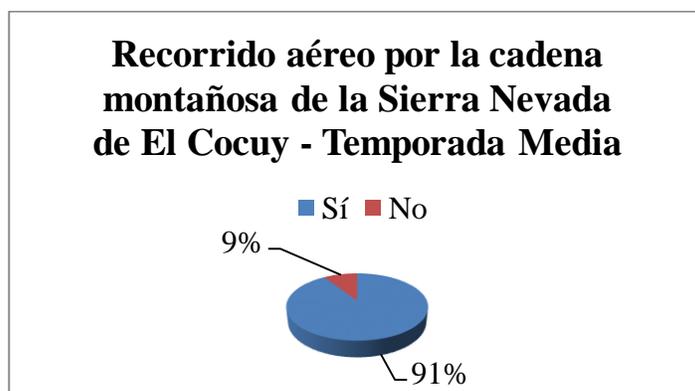


Figura 87. Recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita- Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

En el caso de la *Temporada Baja*, el 96% de los encuestados si llevarían a cabo un recorrido aéreo en la Cadena Montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, el 4% respondió que no lo harían debido a que estos servicios contaminarían el ecosistema de esta zona.

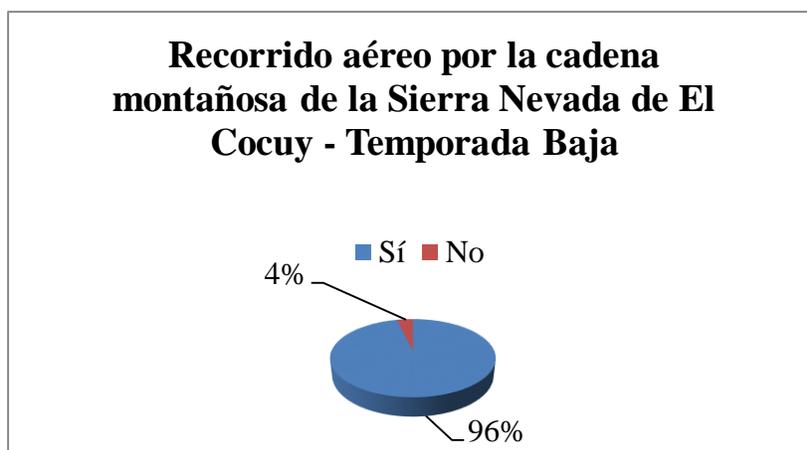


Figura 88. Recorrido aéreo por la cadena montañosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita- Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.3.3. ¿Cómo le ha parecido la visita? Califique el grado de satisfacción en todo el recorrido.

Esta pregunta hace referencia al grado de satisfacción de todo el recorrido de acuerdo a las vivencias percibidas por parte del encuestador.

Para la *Temporada Alta*, el 54% de los turistas encuestados su grado de satisfacción en todo el recorrido ha sido excelente y el 41,3% su respuesta ha sido de buena siendo agradable su visita, cumpliendo con las expectativas del destino.

"Paraíso entre montañas"

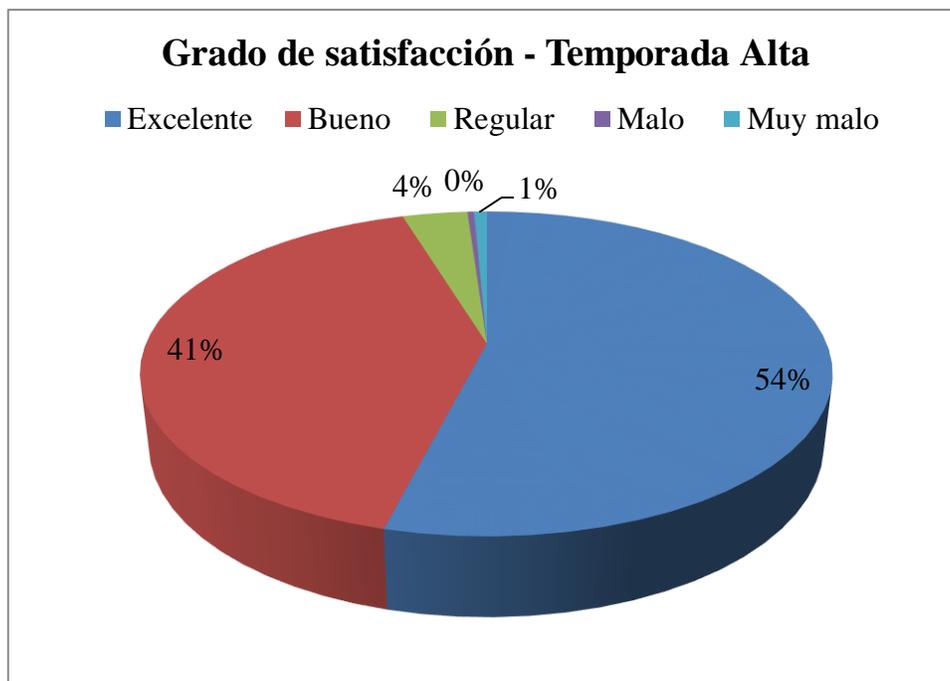


Figura 89. Grado de satisfacción-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018.

Para el caso de la *Temporada Media*, el grado de satisfacción en su recorrido turístico en este destino ha sido excelente con un 64% seguido de bueno con el 30%. Es evidente que los turistas se encuentran satisfechos con las actividades y servicios ofrecidos en la Provincia de Gutiérrez.

"Paraíso entre montañas"

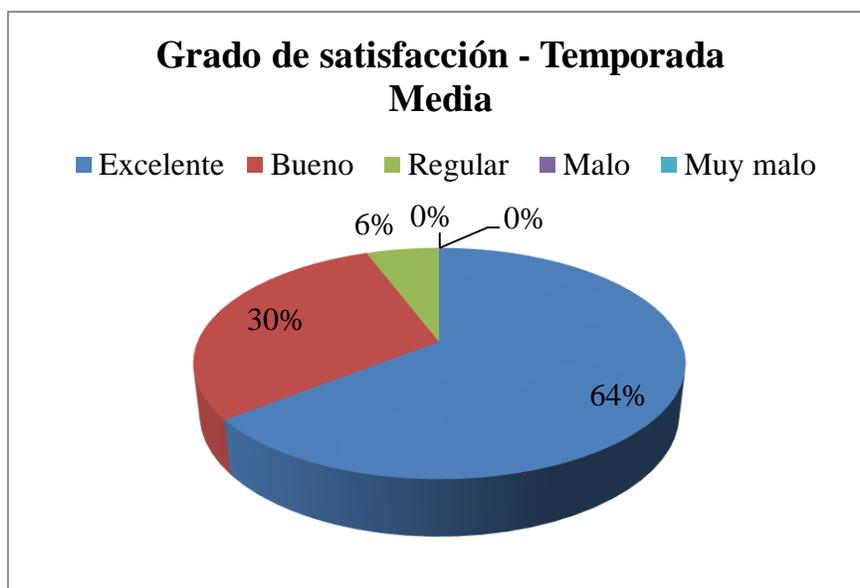


Figura 90. Grado de satisfacción-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Finalmente, para la *Temporada Baja*, el grado de Satisfacción de los turistas ha sido bueno 59% y excelente 33%, reflejando que el destino si ha cumplido con sus expectativas.

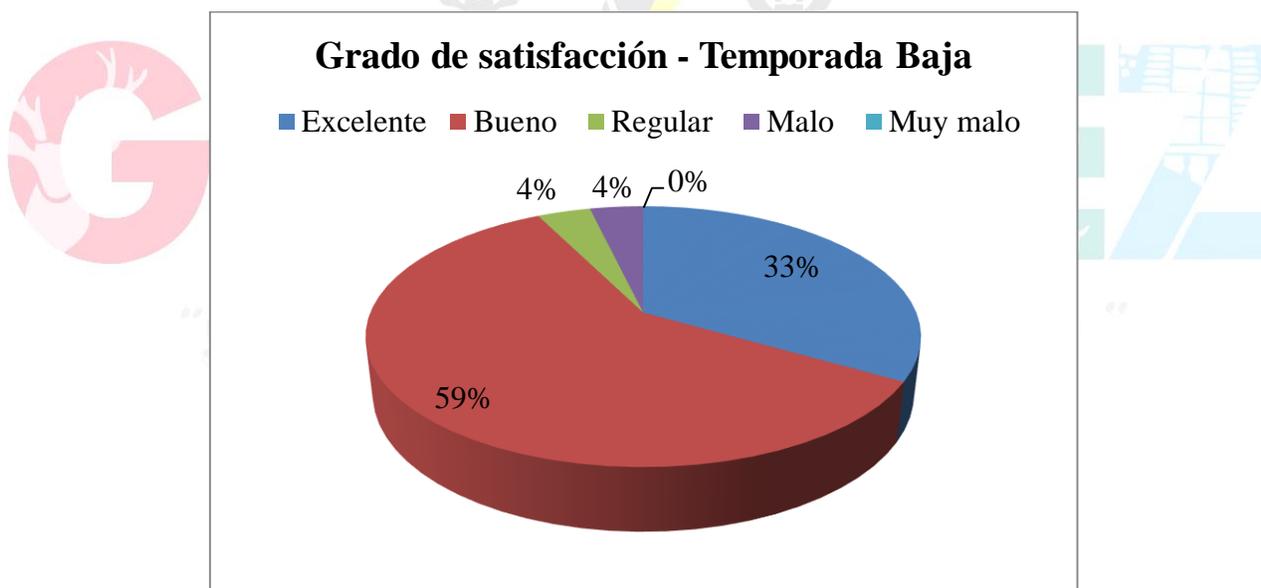


Figura 91. Grado de satisfacción-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.3.4. Indique la percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.

Se analizará la percepción de los precios de las actividades y usos por parte del encuestado. Esta pregunta determinará si los precios son apropiados para los visitantes de este destino.

Esta pregunta describirá la apreciación del encuestado referente a los precios de servicios ofrecidos en el destino visitado. Las respuestas obtenidas serán de importancia debido a que el turista tiene la opinión correcta sobre los precios brindados por medio de las compras que realizan.

Para la *Temporada Alta*, la mayoría de los encuestados según su percepción de los precios de los servicios que se ofrecen en esta región son adecuados, refiriéndose a transporte, alimentos y bebidas, guianza y recreación y ocio, éstos dos últimos son los que en ocasiones consideraron elevados. En general de acuerdo a los comentarios, lo consideran un destino económico, compensando la distancia y dificultades de transporte.

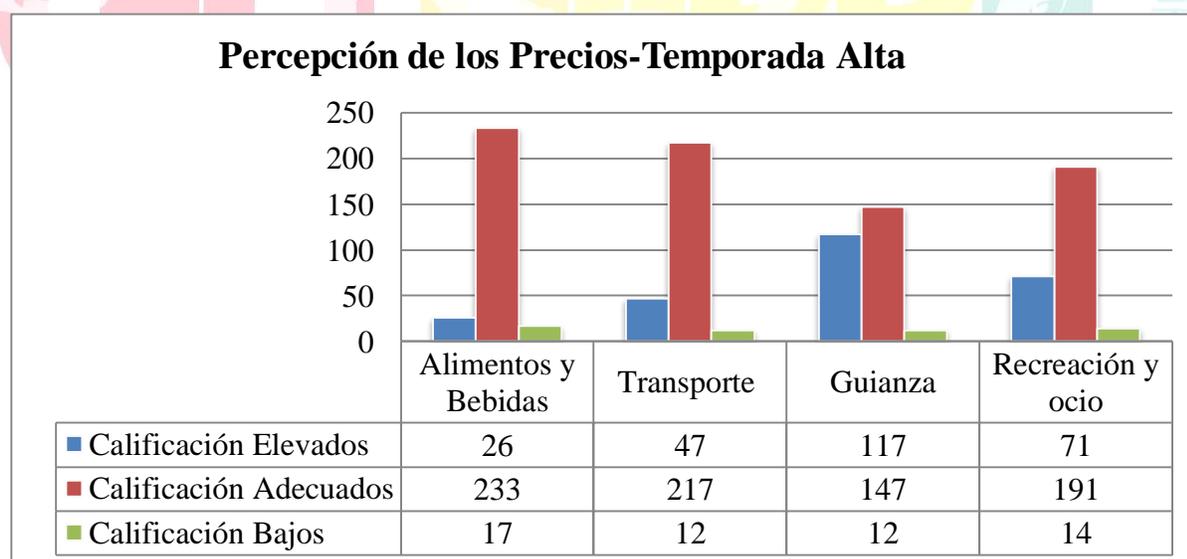
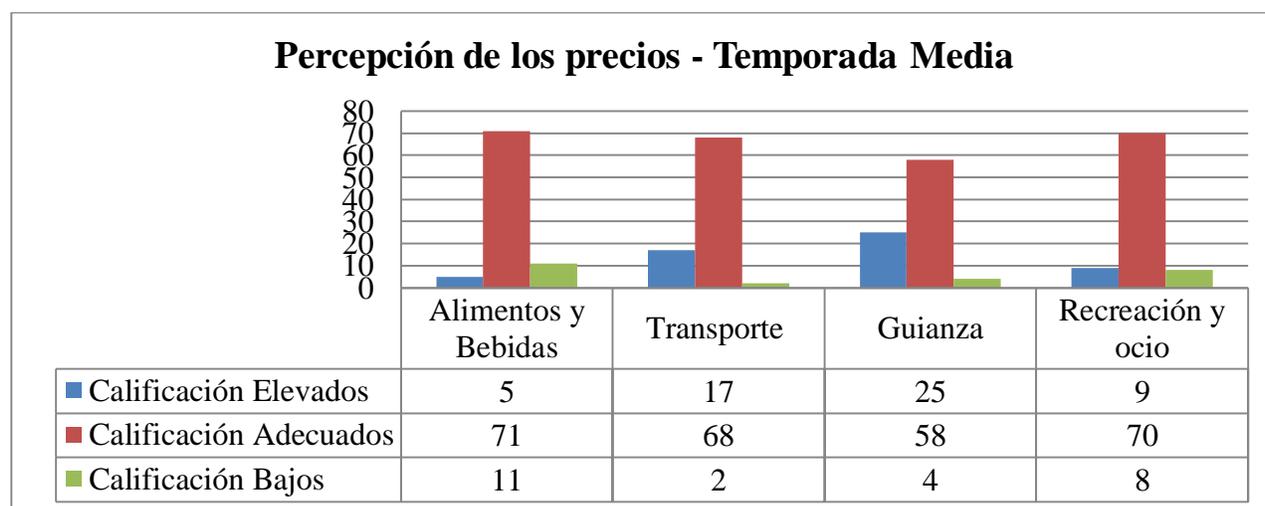


Figura 92. Percepción de los precios-Temporada Alta.**Fuente:** Elaboración propia, 2018

En la *Temporada Media*, los turistas en la mayoría de los apartados con un 80% mencionaron que los servicios de Alimentos y Bebidas, transporte, guianza y recreación y ocio son adecuados.

**Figura 93.** Percepción de los precios-Temporada media.**Fuente:** Elaboración propia, 2018

En el caso de la *Temporada Baja*, los encuestados mencionaron que los servicios de Alimentos y Bebidas, transporte y recreación y ocio son adecuados casi con un 70% de aprobación. A pesar de contar con servicios justos, los encuestados dijeron que el servicio de Guianza sus precios son elevados 52%.

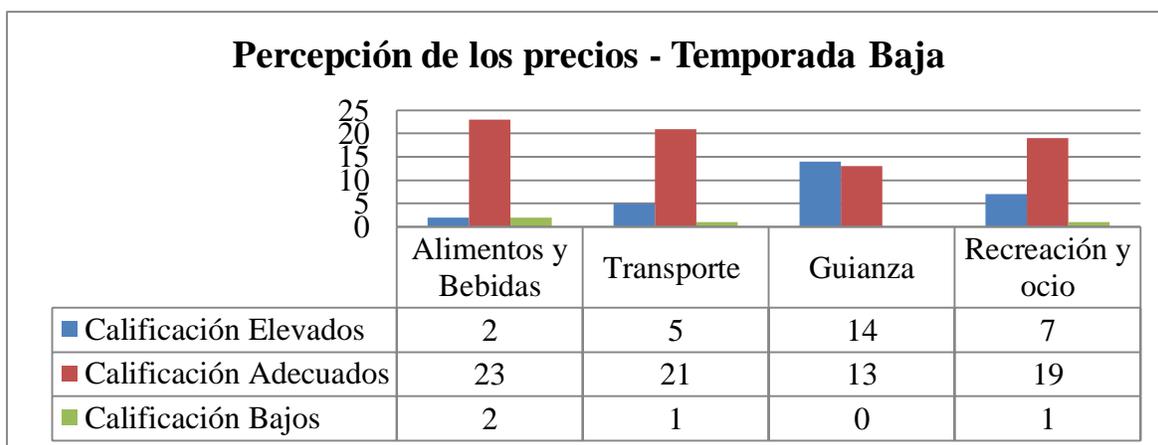


Figura 94. Percepción de los precios-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.3.5. Por favor califique de 1 a 5 la percepción que tiene de cada uno de estos elementos de la Provincia de Gutiérrez. 1 como malo a 5 como excelente.

El objetivo de esta pregunta es determinar la apreciación por parte del encuestado sobre los

- Atractivos Turísticos (Naturales y Culturales)
- Oferta en (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte).
- Infraestructura en (Red de agua potable, saneamiento, electricidad, señal telefónica e internet Wifi).
- Equipamiento en (Centros culturales, de educación, recreativos, deportivos y asistenciales).
- Servicios Conexos (Supermercados, bancos, cajeros, tiendas, papelerías, café internet, punto de información turística, servicio de envío, policía, estación de gasolina, hospital).

En el caso de la *Temporada Alta* el 79,71% de los encuestados mencionaron que los atractivos tanto naturales como culturales que ofrece la región son excelentes, gracias a la diversidad de recursos singulares con los que cuenta la Provincia de Gutiérrez, siendo así de gran importancia para la llegada de nuevos turistas. El 58 % de los encuestados mencionaron que la oferta en servicios turísticos es buena. El 53% personas señalan que la infraestructura con la que cuenta la región es buena. En cuanto al equipamiento y servicios conexos se encuentran en una percepción regular, especialmente con respecto a vías de acceso, restaurantes y comercio en general, consideran que es escaso.



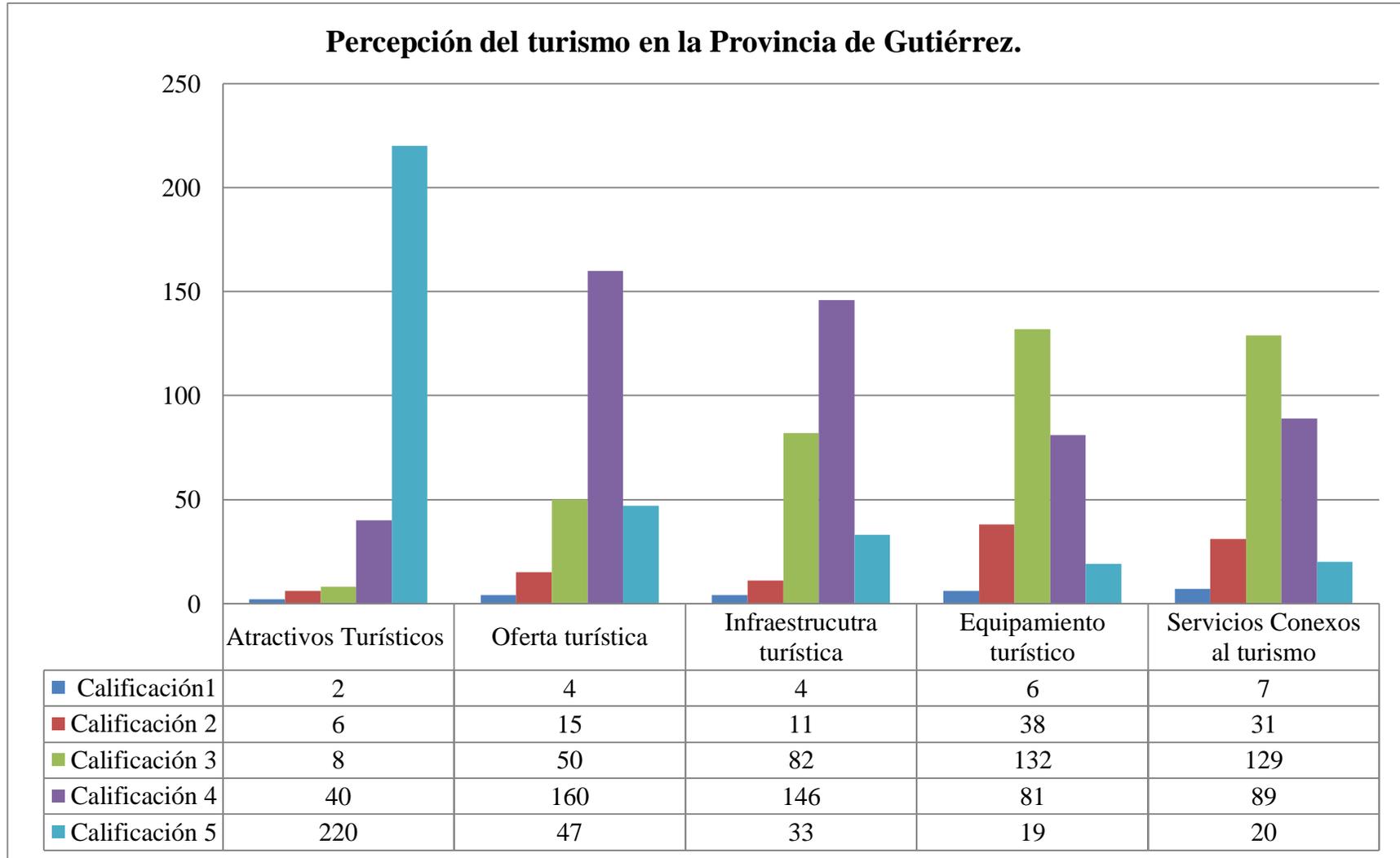


Figura 95. Percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Para el caso de la *Temporada Media*, los encuestados tienen una buena percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez, en el caso de los atractivos turísticos naturales y culturales se tiene que el 70% de los encuestados su percepción es de excelencia.

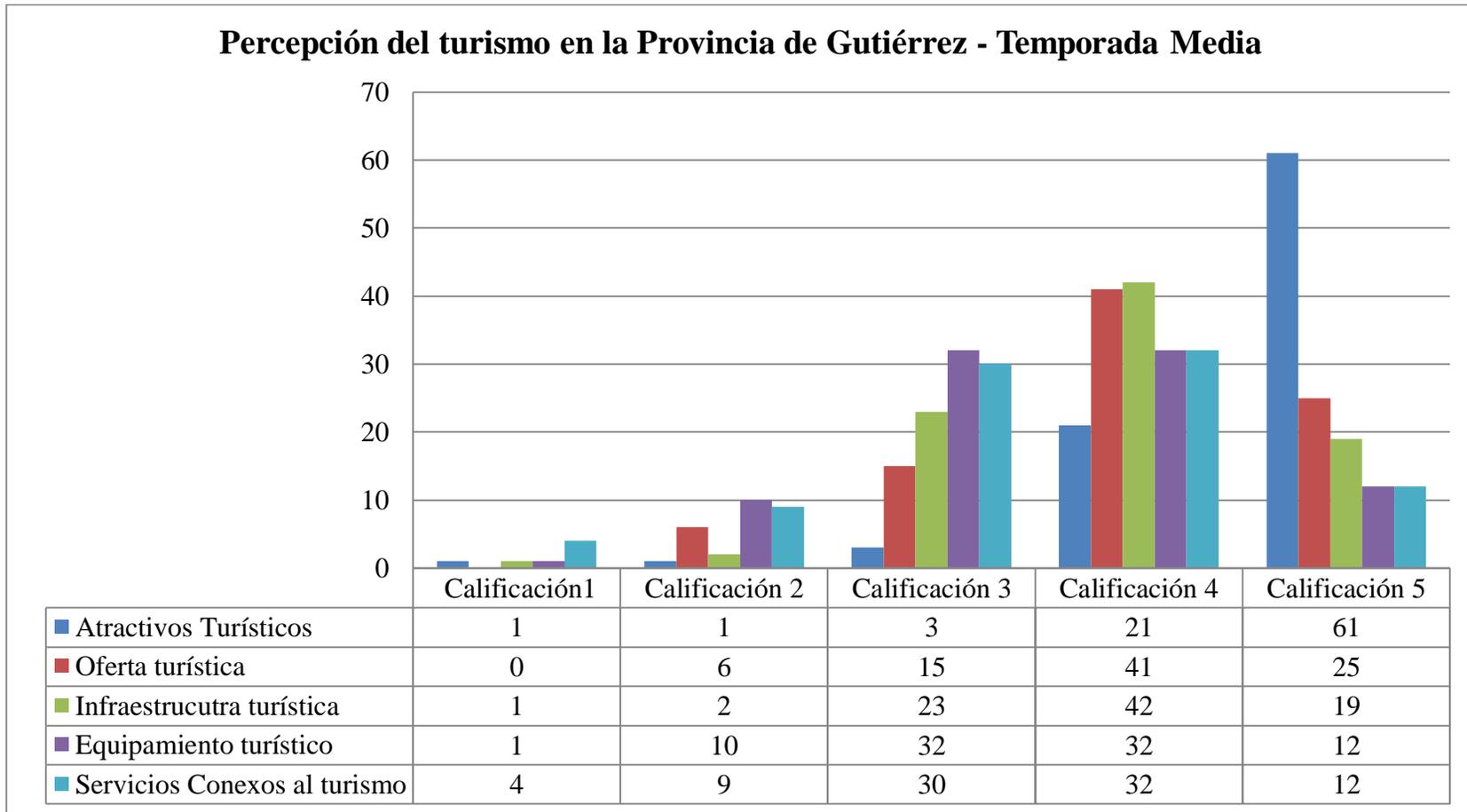


Figura 96. Percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez-Temporada Media. Fuente: Autor, 2018.

Finalmente en *la Temporada Baja*, la percepción de los atractivos turísticos con el 55 % y la infraestructura turística 56% es de una calificación buena, por los demás elementos que hacen parte del turismo en la Provincia de Gutiérrez, se calificaron de la siguiente manera: El equipamiento turístico 51%, la oferta turística 40% y servicios conexos 41% obtuvieron una calificación regular.

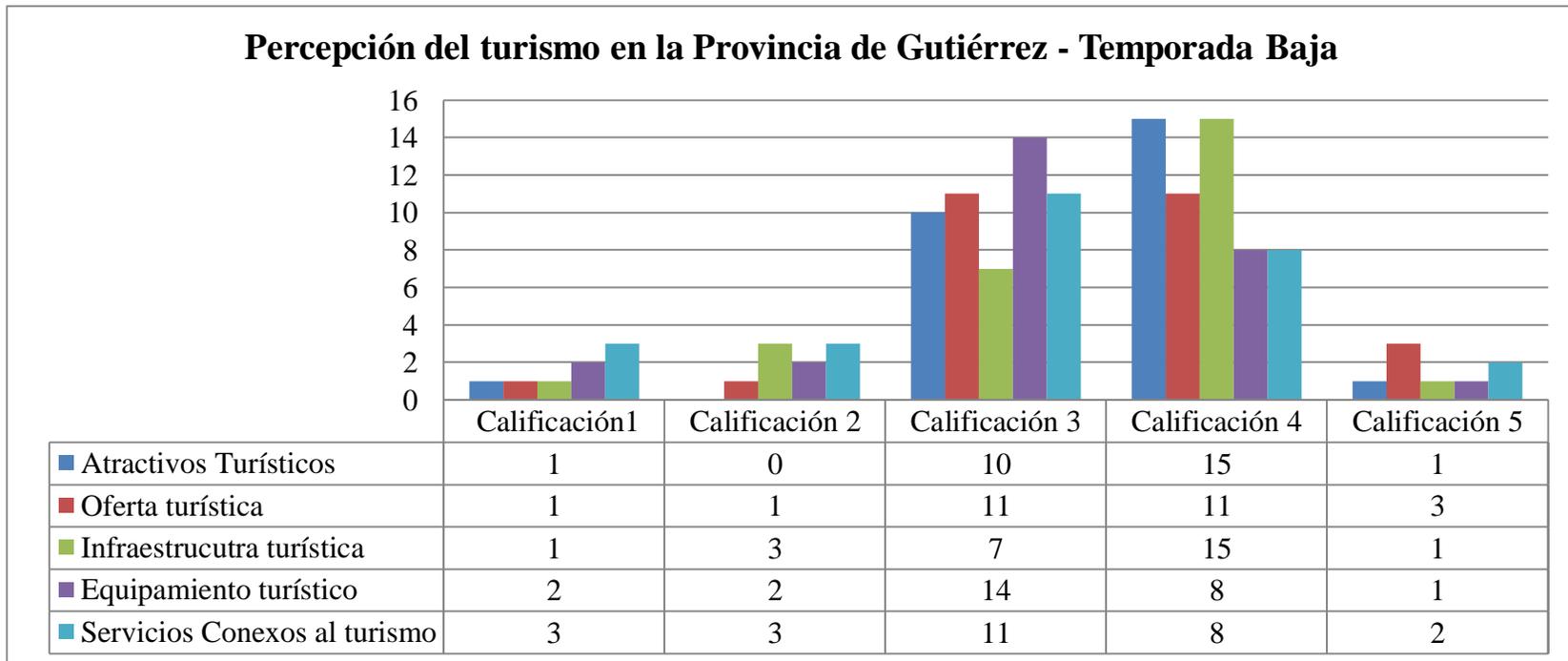


Figura 97. Percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.4. Variable de deseo.

De acuerdo con esta variable se precisará la intensidad que tiene el turista por visitar de nuevo este destino.

12.3.4.1. ¿Repetiría la visita a este destino? Si la respuesta anterior es NO, mencione sus razones.

La finalidad de esta pregunta es averiguar si el encuestado realizaría de nuevo una visita a este destino, determinando así, si las actividades turísticas realizadas cumplieron con sus expectativas.

La información recolectada para la *Temporada Alta*, destaca que El 85,5% de los turistas si realizarían de nuevo la visita a este destino. El 14,5% restante, mencionaron que no repetirían la visita debido a que el viaje fue largo, el servicio de transporte público es malo y las vías terrestres se encuentran en malas condiciones.



Figura 98. Repetir la visita del destino-Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Para la *Temporada Media*, el 90% de los encuestados respondieron que si repetirían la visita a este destino y el 10% que respondieron que No, sus opiniones se deben al deterioro de las carreteras, no hay más actividades diferentes a las del nevado y mala infraestructura turística.

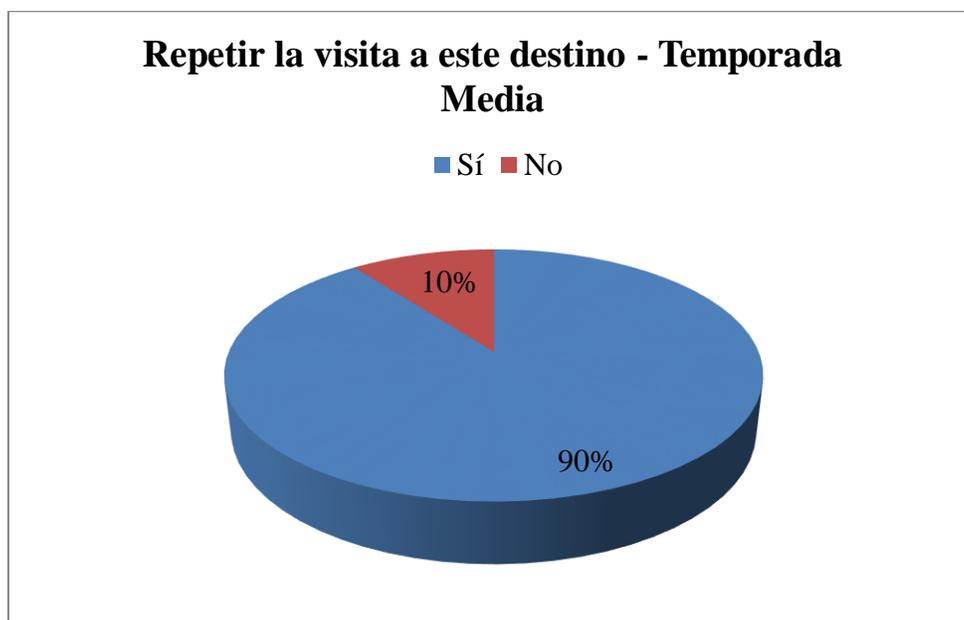


Figura 99. Repetir la visita del destino-Temporada Media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Para la Temporada Baja, el 96% de los encuestados respondieron que, si repetirían la visita a este destino, y el 4% menciono que no debido a que quiere conocer más lugares.



Figura 100. Repetir la visita del destino-Temporada Baja.

Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.5. Variable de preferencia.

La variable de preferencia proporcionará información sobre los gustos y prioridades de los encuestados referente a las actividades y/o usos del producto turístico de la Provincia de Gutiérrez.

12.3.5.1. *El producto turístico de esta región lleva el nombre de "Gutiérrez, un paraíso entre Montañas" y se caracteriza por tres actividades turísticas, ¿Cuál es de su preferencia? o ¿Cuál es la que más realiza?*

El objetivo de la pregunta es determinar el segmento turístico que prevalece en el producto turístico de la región, analizándose a partir de la preferencia de los turistas en cuanto a las actividades que desarrollan.

Al preguntarse por el producto turístico de la Provincia de Gutiérrez, las encuestas recolectadas para la *Temporada Alta* se evidenció: El 59,1% menciono que el turismo que más realiza es un “Turismo mixto”, es decir, actividades turísticas tanto de naturaleza como de cultura. El 39,1% menciono que realiza actividades turísticas de naturaleza.

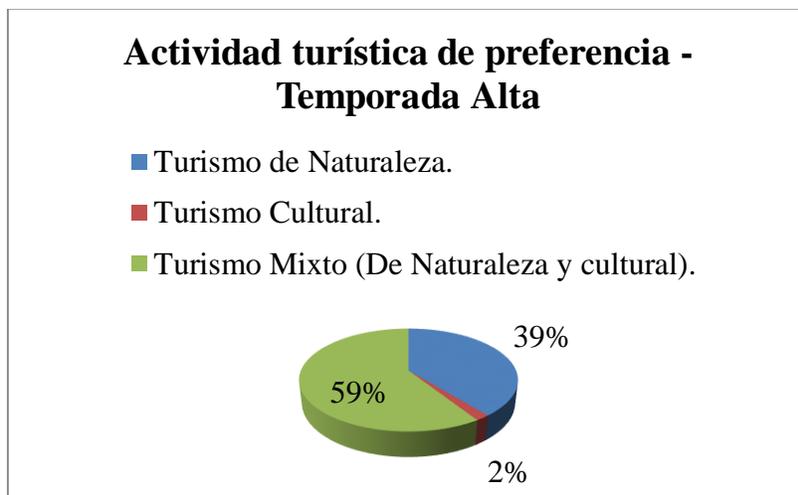


Figura 101. Actividad turística de preferencia-Temporada Alta.
Fuente: Elaboración propia, 2018

Para la *Temporada Media*, el 58% de los encuestados la preferencia de los encuestados es realizar actividades turísticas mixtas y el 39% en llevar a cabo turismo de naturaleza.

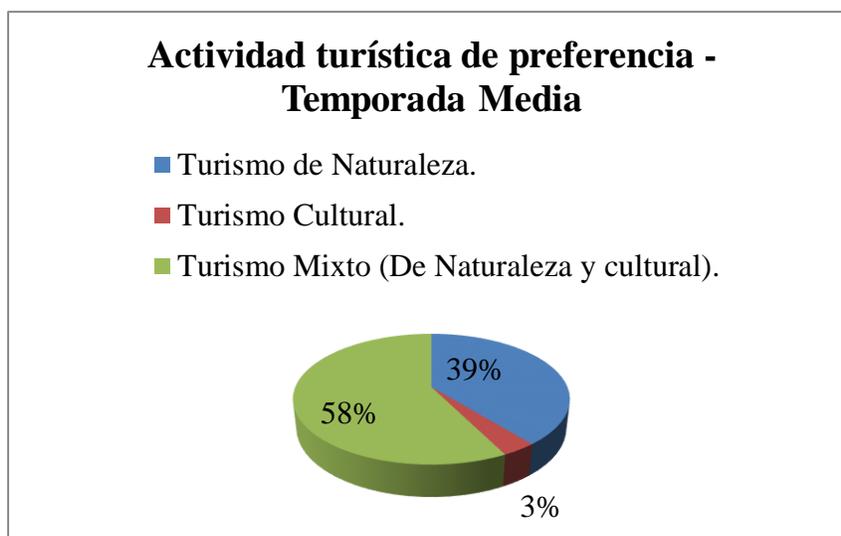


Figura 102. Actividad turística de preferencia-Temporada Media.
Fuente: Elaboración propia, 2018

En la *Temporada Baja*, el 52% de los encuestados respondieron que prefieren realizar actividades de turismo Mixto y el 48% el desarrollo de actividades turísticas de naturaleza. Los encuestados no demostraron alguna motivación por realizar actividades de turismo cultural.

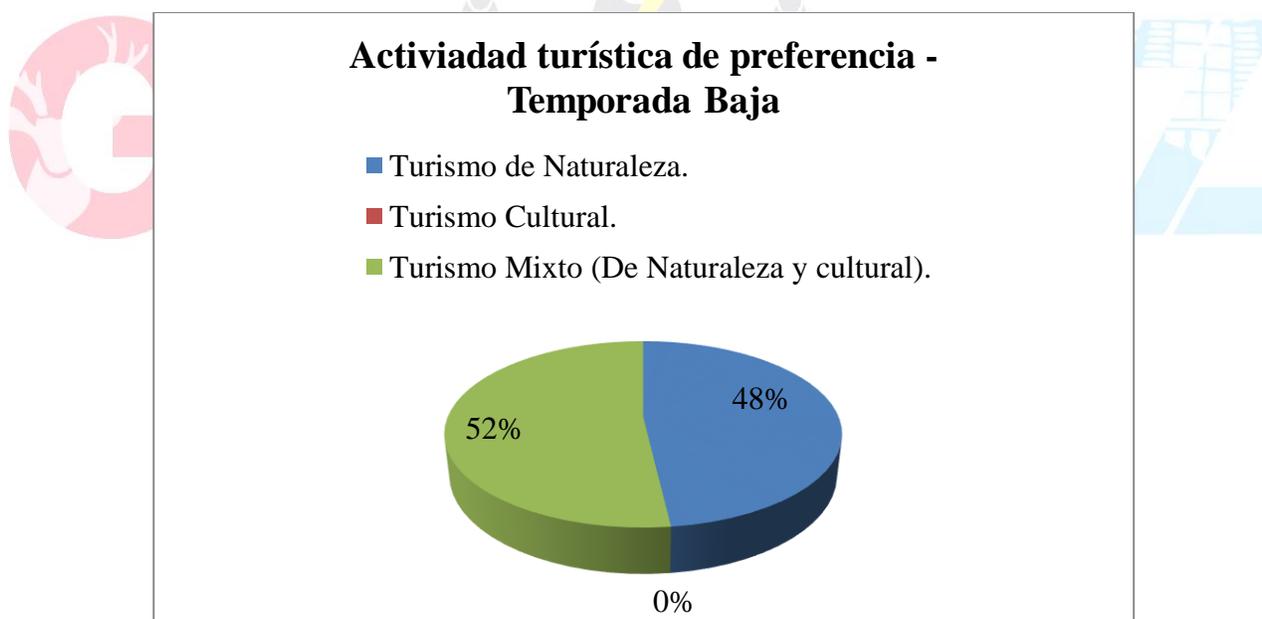


Figura 103. Actividad turística de preferencia-Temporada Baja.
Fuente: Elaboración propia, 2018

12.3.5.2. En cuanto al producto turístico de la región, se compone de ciertas actividades y recorridos. ¿Cuál/es le interesaría realizar?

Por medio de las preferencias de cada encuestado, se determinará las actividades y recorridos que priman sobre el producto turístico de la región.

Para la Temporada *Alta*, los encuestados al responder sobre las actividades que mas les llama la atención del producto turístico de “Gutiérrez, un paraíso entre montañas”, con un 94,2% estan interesados por la actividad que ofrece el destino “Tierra de cóndores y venados”. El 66,3% se identificó con el destino “Un rinconcito de el cielo” , seguido el destino de “Dulce remanso” con un 47,8% de aceptación. En general los encuestados manifestaron mucho interés por tener actividades complementarias a la subida al nevado, considerando se podría aprovechar mas el viaje.

28. En cuanto al producto turístico de la región, se compone de ciertas actividades y recorridos. ¿Cuál/es le interesaría realizar?

276 respuestas

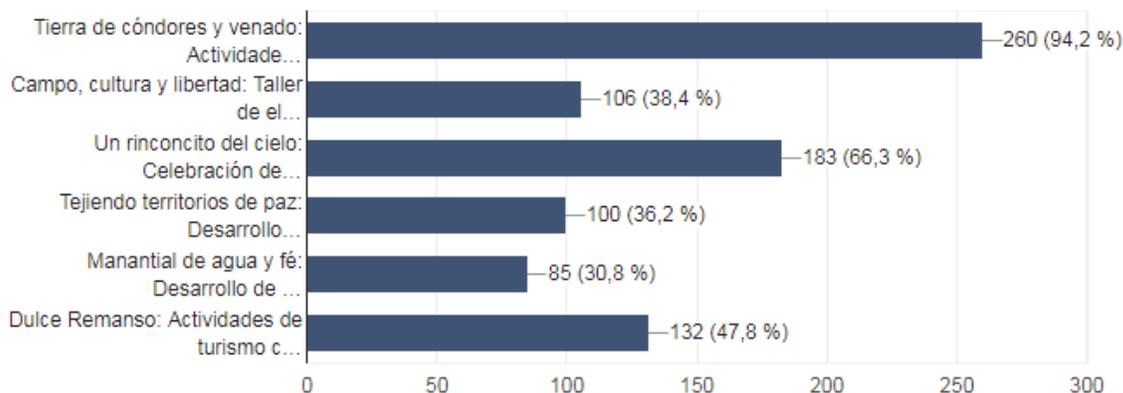


Figura 104. Actividades y recorridos del Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez- Temporada Alta.

Fuente: Elaboración propia, 2018

La información recolectada para la *temporada Media*, los encuestados están interesados en su mayoría por todas las actividades y recorrido que ofrece el Producto Turístico de Gutiérrez, pero cabe destacar que el que causa más motivación por parte de estas personas es el de producto del municipio de Chiscas “Tierra de cóndores y venados” con el 87% de aceptación.

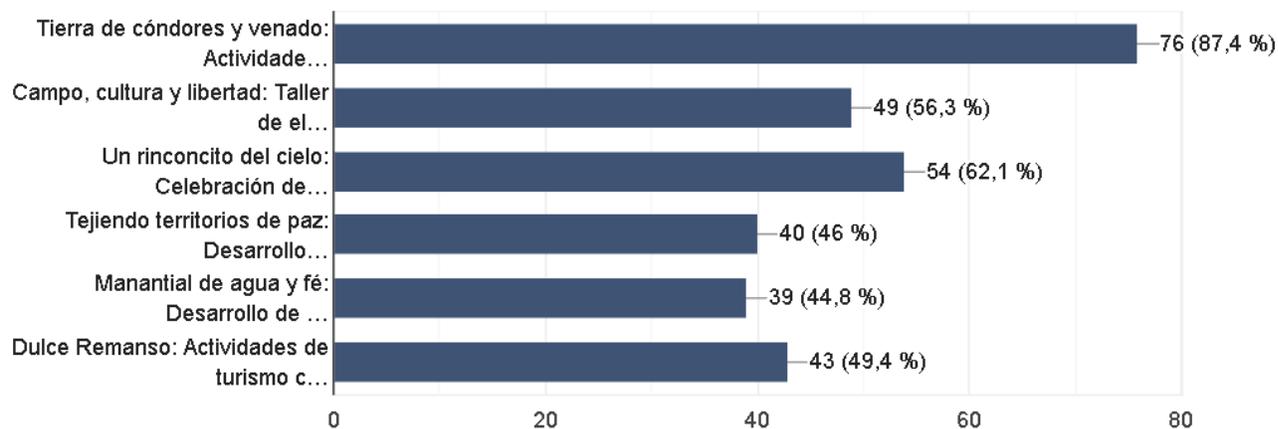


Figura 105. Actividades y recorridos del Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez- Temporada media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Para el caso de la *Temporada Baja*, los encuestados estuvieron interesados por todas las actividades y recorridos turísticos del producto turístico de cada municipio, pero hay que mencionar que el municipio de Chiscas y sus alternativas turísticas que ofrece: “Tierra de condors y Venados” con el 88,9% causa más interés a estos visitantes.

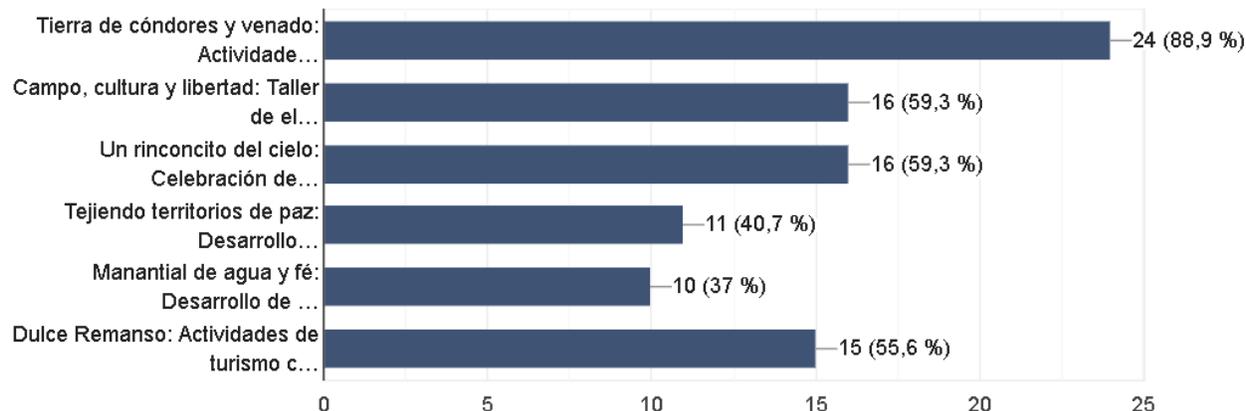


Figura 106. Actividades y recorridos del Producto Turístico de la Provincia de Gutiérrez- Temporada media.

Fuente: Elaboración propia, 2018

13. DEFINICIÓN Y RESULTADOS DE LAS CATEGORÍAS PERFIL DEL TURISTA, PERNOCACIÓN Y ACTIVIDADES Y USOS DE LOS TRES MOMENTOS.

13.1. Definición Pperfil del Turista, Pernoctación y Actividades y/o Usos Primer Momento:

Temporada Alta.

13.1.1. Perfil del turista

De los resultados obtenidos se puede concluir en cuanto al *perfil del turista* que en su mayoría proceden de destinos nacionales 87%, especialmente de Bogotá 36% y un 13% corresponde a turistas internacionales principalmente de Europa, se encontró un alto porcentaje de turistas jóvenes entre 18-22 años (26,4 %) y 23-30 años (26,4 %) es decir casi un 53% entre los 18 y los 30 años y un 38% entre los 30 y 50 años, con altos niveles de educación posgrado 25,7%, universitario 32,7% y bachiller 36,2%, solteros un 52% y casados o unión libre 42%,

viajan en familia 53,6% con amigos 30,8% y en pareja un 11,6%. No se obtuvo respuesta del modo de viaje por medio de una agencia turística.

En cuanto a la ocupación en su mayoría son empleados 46%, seguido por estudiantes 35% e independientes 14%, el estrato socio-económico de los encuestas es un 44,4% es un estrato 3, el 40,7% es estrato 4, el estrato 5 tiene una participación de el 8,4%.

13.1.2. Pernoctación.

Se pudo establecer que en su mayoría (84%) permanecen en la región 3 días, pero estarían dispuestos a permanecer más tiempo si tuvieran otras actividades para realizar, el 85% viene por primera vez, sin embargo, estarían dispuestos a regresar un 85%, el 94,6% se hospeda en Hotel/Hostal y un 5,4% en casas de amigos o familiares, no se encontraron turistas en camping, viajan en carro propio 61,2% y en transporte público 34,4%.

Las vías y el servicio de transporte público son definitivamente una de las mayores debilidades, generando grandes molestias, para la época de las encuestas antes de San Mateo se había caído un puente y varios de los vehículos que pasaron por el río como vía alterna se averiaron, de igual forma en cuanto al transporte público muchas quejas por los horarios del transporte, no hay claridad especialmente desde Bogotá, en ocasiones no se cumplen los tiempos de salida con muchas demoras y recogen más pasajeros de los de la capacidad del bus, generando malestar e incomodidad. El 81% manifestó que viajaría en avión, dependiendo de los precios, resaltan que ahorrarían tiempo para aprovechar en otras actividades de recreación.

13.1.3. Actividades y/o Usos.

Donde más se hospedan es en El Cocuy con un 73,2% y Guicán con un 23,6%, debido a que el parque Nacional Natural El Cocuy se encuentra ubicado entre estos dos municipios, la oficina de Paruqe Nacionales se encuentra en el Cocuy y las subidas al nevado se realizan por estos dos municipios, siendo los municipios que de igual forma cuentan con mayor infraestructura hotelera y prestadores de servicios turísticos.

El principal motivo es vacaciones 91,3%, Los municipios más visitados son El Cocuy con un 92,4%, seguido de Guicán con 46,9% y Guacamayas con el 40,6%. Las principales actividades realizadas son en su orden: de El Cocuy subir al nevado, senderismo, artesanías, centros históricos, R.cultural, avistamiento de fauna y flora, hospedaje y gastronomía siendo el número de turistas de más de 100. En el municipio de Guicán se destaca la actividad de subir al nevado, senderismo, avistamiento de fauna y flora y gastronomía con un número de turistas de más de 50. Guacamayas las actividades mencionadas son las de artesanías y gastronomía con un número de turistas de más de 50.

El 96% repetirían la visita y el 98% recomendarían el destino, mencionando que aunque es lejos y hay dificultades de transporte el destino en general es excelente. Así mismo estarían dispuestos sobrevolar la cadena monañosa y adquirir los productos turísticos propuestos si se contara con dichos servicios.

13.2. Definición Perfil del Turista, Pernoctación y Actividades y/o Usos Segundo Momento: Temporada Media

13.2.1. Perfil del turista.

Se puede concluir, que los visitantes que realizaron visitas entorno a la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, en su mayoría son de la ciudad de Bogotá con un 34%, para esta temporada se evidencio una disminución en llegadas de extranjero 10% de la totalidad de los encuestados. Los hombres con un 59% tuvieron más representatividad a comparación de las mujeres. Es claro que las jóvenes son lo que más realizan visitas a este destino, obteniendo el 52% de la totalidad de la encuesta y el estado civil que prevalece es ser Solteros con un 52% seguido de los que están casados 23%. Los turistas tienen estudios de pregrado 39% y de posgrados 20%, contando con una ocupación de estudiante 43%. Y de empleado del 29% de los encuestados. El estrato socioeconómico que más prevalece en los encuestados es el 3 con un 43% y el 4 con 32%, lo que generaría beneficios a la economía de la Provincia gracias al poder adquisitivo de los turistas que llegan a realizar cualquier actividad turística. Además, los encuestados están dispuestos a gastar entre \$500.00 - \$1.000.000 durante su viaje. El principal motivo de los turistas de realizar una visita a este destino se debe a que se encuentran en vacaciones 57% o están realizando actividades académicas 22%. Su modo de viaje es en familia o con amigos.

13.2.2. Pernoctación.

Los encuestados están dispuestos a permanecer en la Provincia de Gutiérrez aproximadamente de 2 a 3 días-62%, utilizando el servicio de alojamiento más convencional que es el hotelero 92%, mencionando que los precios ofrecidos son adecuados 93%.

13.2.3. Actividades y/o Usos.

En esta temporada se llevaron en su totalidad en el Municipio de El Cocuy debido a la preferencia por parte de los turistas por reunirse en este lugar. Es claro que estos turistas también realizaran alguna visita a los demás municipios de la Provincia. Además, estas personas tienen la motivación realizar visitas a El Cocuy con un 98,4%, seguido de Guicán con 30% y Guacamayas con el 27,6%. En cuanto a las actividades a desarrollar por parte de los encuestados se evidenció que en su mayoría serían llevadas a cabo en el municipio de El Cocuy.

Por otro lado, el 82% de los turistas encuestados visitan por primera vez este destino, utilizando el Carro propio como medio de transporte 47%. Estos turistas tuvieron conocimiento del destino gracias a la información suministrada por el medio de Voz a Voz 72% destacando el 61% que esta información ofrecida fue buena. Este turista ha realizado visitas similares al destino entorno de la Sierra Nevada del Cocuy, destacando el Nevado del Ruiz, La Sierra Nevada de Santa Marta, California Park, La Patagonia y Cusco. De tal manera que el 97% recomendaría este destino a otras personas.

Se les preguntó sobre la utilización del medio aéreo para llegar a este destino, teniendo una gran aceptación del 81% de los encuestados y de la misma manera el desarrollo de un recorrido por la cadena montañosa de la Sierra Nevada de El Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita estaría entre sus planes turísticos con un 91%. A partir de la experiencia y recorridos realizados, el 59% los turistas mencionaron que se encuentran satisfechos. Destacando que los precios en servicios de Alimentos y Bebidas, Transporte, Guianza y Recreación y ocio son adecuados. De la misma manera los encuestados tienen una buena percepción del turismo en la Provincia de Gutiérrez., en el caso de los atractivos turísticos naturales y culturales se tiene que el 70% de los

encuestados su percepción es de excelencia, repitiendo así la visita a este destino en su mayoría con el 86%. En esta temporada el 58% de los encuestados la preferencia de los encuestados es realizar actividades turísticas mixtas y el 39% en llevar a cabo turismo de naturaleza. Finalmente, para esta temporada los encuestados están interesados en su mayoría por todas las actividades y recorrido que ofrece el Producto Turístico de Gutiérrez, pero cabe destacar que el que causa más motivación por parte de estas personas es el de producto del municipio de Chiscas “Tierra de cóndores y venados” con el 87% de aceptación.

13.3. Definición Perfil del Turista, Pernoctación y Actividades y/o Usos Tercer Momento: Temporada Baja.

13.2.1. Perfil del turista

Para la temporada baja el turista que visita el entorno de la Sierra Nevada del Cocuy es de Bogotá 52% seguido de las personas que proceden del territorio nacional 19%. Además el 67% de los encuestados son hombres, con edades entre los 18 a 30 años ocupando el 80% de los encuestados, es decir, son personas jóvenes, que para el caso son solteros 82% y el 41% tienen estudios en pregrado y en la actualidad se encuentran realizando actividades académicas con el 78%, ubicándose en un estrato socioeconómico 3 – 52%, estando dispuestos a invertir entre \$500.000 y \$1.000.000 en cada salida a este destino. Su principal motivo son las vacaciones 59% y de estudio 37% dando respuesta a que en esta temporada se evidenció la llegada masiva de estudiantes a este destino. Su principal motivo de viaje es en un grupo organizado de personas con el 41% de encuestados, seguido de los que viajan con amigos 29%.

13.2.2. Pernoctación.

En esta categoría, la temporada baja obtuvo que los turistas estarían de 4 a 7 días en promedio con un 56%, además el tipo de alojamiento que sería utilizado es el servicio de hoteles u hostales- 93%, debido que la casa de un familiar o amigos y camping no es una opción. Finalmente, el 85% de los encuestados mencionaron que los precios ofrecidos por los servicios de alojamiento son adecuados.

13.2.3. Actividades y/o Usos.

Para la Temporada Baja, las encuestas se llevaron en su totalidad en el Municipio de El Cocuy debido a la preferencia por parte de los turistas por reunirse en este lugar. De las 27 personas encuestadas visitaran en su mayoría El Cocuy y Güicán con el 7,4%, Guacamayas y el Espino con el 3,7% correspondiente para cada uno. Las actividades turísticas a desarrollar se llevarán a cabo en el municipio de El Cocuy. El 93% de estos turistas es la primera vez que realizan una visita a este destino, utilizando el transporte público 74%. El 74% de los turistas tuvieron conocimiento de este destino gracias a la información obtenida por parte de otras personas, con una buena referencia 59%. A este turista se le preguntó sobre el conocimiento de destinos similares al de El Cocuy y el 70% su respuesta fue afirmativa, señalando los destinos de Santa Isabel, Machu Pichu y el Parque Nacional Natural de los Nevados. Debido a la buena experiencia obtenida por parte de estos turistas, el 96% de los encuestados mencionaron que recomendarían este destino a otras personas. Además, estarían dispuestos a utilizar el medio de transporte aéreo y de la misma manera un recorrido por la cadena montañosa de Sierra Nevada de El Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita. El 59% mencionaron que su grado de satisfacción es bueno y destacan que los servicios de Ay B, transporte y Recreación y ocio sus precios son adecuados, A pesar de contar con servicios justos, los encuestados dijeron que el servicio de

Guianza sus precios son elevados 52%. La percepción de los atractivos turísticos con el 55 % y la infraestructura turística 56% es de una calificación buena, por los demás elementos que hacen parte del turismo en la Provincia de Gutiérrez, se calificaron de la siguiente manera: El equipamiento turístico 51%, la oferta turística 40% y servicios conexos 41% obtuvieron una calificación regular. el 96% de los encuestados respondieron que, si repetirían la visita a este destino, y el 4% menciono que no debido a que quiere conocer más lugares. El 52% de los encuestados respondieron que prefieren realizar actividades de turismo Mixto y el 48% el desarrollo de actividades turísticas de naturaleza. Finalmente, para el caso de la *Temporada Baja*, los encuestados estuvieron interesados por todas las actividades y recorridos turísticos del producto turístico de cada municipio, pero hay que mencionar que el municipio de Chiscas y sus alternativas turísticas que ofrece: “Tierra de condores y Venados” con el 88,9% causa mas interes a estos visitantes.



14. RESULTADOS FINALES

A partir del análisis e interpretación realizada de las respuestas en los tres momentos de: Temporada (Alta, Media y Baja), de acuerdo con la característica que identifica a cada uno de los visitantes a este entorno y según sus puntos de vista, se elaboró el perfil de la demanda turística en concordancia con las categorías: Perfil del Turista, Pernoctación y Actividades y Usos.

14.1. Perfil del turista que visita el entorno de la Sierra Nevada El Cocuy

14.1.1. Turista Colombiano Joven²

El “Turista Colombiano Joven” que visita el entorno de la Sierra nevada de El Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita, particularmente es un grupo de hombres y mujeres solteros/as con edades que oscilan entre los 18 a 30 años, cuya procedencia en su mayoría es de la ciudad de Bogotá. Se caracterizan por tener estudios universitarios y de posgrados, con ocupación laboral como empleados y estudiantes, teniendo un estrato socioeconómico medio, estimando así un gasto de 1'000.000 a 1'500.000 en la llegada a este destino. Su principal motivo de visita a este entorno es de vacaciones en compañía de amigos.

La estadía promedio de este turista es de 2 a 3 días, pernoctando en Hoteles/Hostales de los municipios de El Cocuy y Güicán debido a que el Parque Nacional Natural de El Cocuy se encuentra entre estos dos municipios y la oficina de Parque Nacionales se ubica en el Cocuy,

² De acuerdo con datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT) los jóvenes, entre 15 y 30 años de edad, representan el 23% del turismo a nivel global. Siendo uno de los segmentos con más rápido crecimiento a nivel internacional.

siendo los municipios con mayor infraestructura hotelera, teniendo así una percepción adecuada por parte del visitante frente a los precios de estos servicios ofrecidos.

Los municipios más visitados del entorno de la Sierra Nevada de El Cocuy, Guicán de la Sierra y Chita por parte de estos turistas son El Cocuy, Güicán y Guacamayas, utilizando el carro propio o bus público como medio de transporte; Cabe resaltar que tiene una percepción optimista en la utilización del transporte aéreo como medio de arribo a este destino. De la misma manera es un turista que se interesa por realizar actividades tales como subir al nevado, senderismo, artesanías, centros históricos, R. Cultural y avistamiento de fauna y flora, señalando que la realización de un recorrido aéreo por la cadena montañosa de El Cocuy sería aceptable, adquiriendo los productos turísticos propuestos si se contara con dichos servicios.

Este turista es la primera vez que realiza una visita a este destino, informándose principalmente en redes sociales, páginas especializadas en turismo y del voz a voz, obteniendo una información favorable del lugar. De igual manera a partir de su visita, este turista tiene una percepción adecuada de los precios en servicios de Alimentos y Bebidas, transporte, guía, recreación y ocio. Donde la apreciación del desarrollo turístico de la Provincia de Gutiérrez es aceptable, obteniendo así un alto grado de satisfacción por parte del turista, estando dispuestos a volver y recomendar el destino a otras personas.

Finalmente, este visitante se siente identificado con el desarrollo de un turismo mixto (de naturaleza y cultural) en la Provincia de Gutiérrez, donde las actividades y recorridos de “Tierra de cóndores y venados” del municipio de Chiscas, “Un rincón del cielo” del municipio de El Espino y “Dulce Remanso” del municipio de Panqueba las son de su preferencia y gusto, llegando a la conclusión que este tipo de turista estaría dispuesto a realizar nuevas alternativas

turísticas diferentes a la de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, destacandose la diversidad de los recursos y atractivos que ofrece la región.

15. MESAS TÉCNICAS DE TRABAJO

Las mesas técnicas de trabajo estarán encargadas de recibir la información cuantitativa y cualitativa del proyecto, este proceso se hará de manera participativa, elaborándose propuestas y sugerencias que puedan ser de ayuda para el desarrollo y validación del proyecto. Estas mesas de trabajo están conformadas por los profesionales en campo, las cámaras de Comercio, El Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez y delegados del Viceministerio de Turismo. Luego, serán responsables de la valoración a lo largo del progreso de todo el plan del proyecto.

Se designó la implementación de cuatro mesas técnicas de trabajo, estas se desarrollarán durante todo el proyecto y sus fechas ya fueron establecidas. A continuación, se indicará las actividades establecidas para cada una de las mesas.

15.1. Mesa Técnica N°1



Figura 107. Mesa Técnica N° 1.

Fuente: Elaboración propia, 2018

Fecha: 25 de junio.

Actividades a realizar: Socialización plan de trabajo al Consejo provincial de Turismo de Gutiérrez, definición temporadas en el rango de la ejecución del estudio y validación instrumento a aplicar.

Lugar: Municipio de El Espino.

15.2. Mesa Técnica N° 2



Figura 108. Mesa Técnica N° 2.
Fuente: Elaboración propia, 2018

Fecha: 23 de julio.

Actividades a realizar: Socialización primer informe de avance, análisis de contexto valoración del perfil del turista desde el punto de vista de los prestadores turísticos.

Lugar: Municipio de El Cocuy

15.3. Mesa Técnica N° 3

- Reunión en Viceministerio de Turismo presentación avance del estudio y resultados parciales.



Figura 109. Reunión Viceministerio de Turismo.
Fuente: Elaboración propia, 2018

Fecha: 6 de agosto.

Actividades a realizar: Presentación plan de trabajo y resultados preliminares.

Lugar: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Bogotá

15.4. Mesa Técnica N° 4

Fecha: 18 de agosto

Actividades a realizar: Socialización resultados encuestas, análisis de variables en función de los resultados obtenidos con los asistentes, retroalimentación e insumos para definir estrategias por parte del Consejo para planes futuros.

Lugar: Municipio de El Güicán



16. CONCLUSIONES

Los resultados arrojados en la formulación de la demanda turística y el perfil del turista son positivos en la medida de que confirman que el producto turístico formulado para la provincia de Gutiérrez es viable, esto se ve reflejado en las respuestas dadas por los turistas encuestados en donde muestran interés por realizar las actividades y recorridos de cada uno de los productos turísticos municipales.

La metodología propuesta en este proyecto puede ser replicada en la determinación de la demanda de otros atractivos turísticos del departamento.

Se evidenció que actualmente no existe en los municipios de estudio una base de datos enfocada en la demanda turística, que facilite la obtención de información para el desarrollo de distintos proyectos dirigidos a la actividad turística.

Debido a la inexistencia de bases de datos en los municipios, se optó por utilizar la información ofrecida por Parques Nacionales de Colombia, con sede en el Parque Nacional Natural El Cocuy.

La obtención de turistas se realizó principalmente en los municipios de El Cocuy y Guicán, debido a la cercanía al Parque Nacional Natural El Cocuy.

El acceso vehicular al municipio de Chiscas dificulta la llegada de turistas a este, por este motivo, no se hallaron turistas que aportaran información para el proyecto.

La colaboración por parte de los prestadores de servicios hoteleros fue clave para la recolección de información del perfil del turista.

Las deficiencias tecnológicas de los municipios estudiados, más concretamente la comunicación satelital, fue una debilidad a la hora de realizar las encuestas, puesto que se habían propuesto en formato digital y al final se tuvieron que realizar manualmente en físico, demorando la ejecución de la fase de sistematización de la información obtenida.

Las recomendaciones y correcciones dadas por parte de las mesas técnicas ayudaron a consolidar las actividades realizadas en las fases metodológicas y aplicación de instrumentos de recolección de información.



17. BIBLIOGRAFÍA

- Badii, M. H., Guillen, A., Cerna, E., & Valenzuela, J. (2011). *Nociones Introductorias de Muestreo Estadístico*. P.94. Revista Daena. México. Recuperado en: <http://www.spentamexico.org/v6-n1/89a105.pdf>
- Barrera Moreno, L. M., Vargas Ortíz, J. D. & Vargas Tobos, D. (2016). Actualización del Inventario Turístico de la Provincia de Gutiérrez (Trabajo de grado). P.p 43- 219. Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Duitama. Recuperado en : <http://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/2029>
- Calderón Ramírez, (2014). La participación como base del turismo comunitario y el manejo de los recursos de uso común. Sendero de Ritakuwas, Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita, Güicán y/o Chita, Boyacá, Colombia. Recuperado en: <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4214/4853>
- Cámara de Comercio de Duitama, Cámara de Comercio de Bogotá y Consejo Provincial de Turismo de Gutiérrez, (2017). Diseño de producto turístico de la provincia de Gutiérrez departamento de Boyacá propuesta de implementación. P.p 40- 46. Recuperado en:
- Caracol Radio, (2017). \$20.000 millones se han perdido después del cierre de “El Cocuy”. Recuperado en: http://caracol.com.co/emisora/2017/03/24/tunja/1490361320_856702.html
- Caracol Radio, (2017), Restricciones a turistas en el Nevado del Cocuy, han permitido que aumente la nieve: Indígenas U’wa. Recuperado en: http://caracol.com.co/emisora/2017/08/10/tunja/1502376928_287299.html
- Centro de Pensamiento Turístico. (2017). Índice de competitividad turística regional de Colombia ictrc. P.p 16-42. Recuperado en: [http://www.cptur.org/Publicaciones/o0GVkLQsHFpRqCD?utm_source=sendinblue&utm_campaign=MD Comunicado CPTUR Resultados ICTRC 2017&utm_medium=email](http://www.cptur.org/Publicaciones/o0GVkLQsHFpRqCD?utm_source=sendinblue&utm_campaign=MD%20Comunicado%20CPTUR%20Resultados%20ICTRC%202017&utm_medium=email)
- Colombia Turismo Web. (s.f.). El Cocuy. Información de un blog. Recuperado en: <http://colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/BOYACA/MUNICIPIOS/EL%20COCUY/EL%20COCUY.htm>
- Corpoboyacá, (2015). Aspectos socio-económicos de las provincias Boyacenses. Recuperado en: <http://corpoboyaca.gov.co/cms/wp-content/uploads/2016/03/Aspectos-Socio-Economicos.pdf>
- De la Colina. M, (s.f.) El concepto de producto turístico. Recuperado en: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo Turístico - LS2.2. Concepto de Producto Turístico.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-09/semana2/Mercadeo%20Turistico%20-%20LS2.2.%20Concepto%20de%20Producto%20Turistico.pdf)

- El Colombiano, (2016). Parque El Cocuy: las razones del cierre al ecoturismo. Recuperado en: <http://elcolombiano.com/colombia/parque-el-cocuy-las-razones-del-cierre-al-ecoturismo-YD4746881>
- Fontur, (s.f.). Glosario de terminología de Turismo. Recuperado en: <http://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Gobernación de Boyacá, (2004). Plan de Desarrollo Departamental 2004- 2007 “Boyacá deber de Todos”. P.p 61. Recuperado en: [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20boyacá%20-%20plan%20de%20desarrollo%20departamental%20-%202004%20-%202007%20\(276%20pág.%20-%2064.966%20kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd%20-%20boyacá%20-%20plan%20de%20desarrollo%20departamental%20-%202004%20-%202007%20(276%20pág.%20-%2064.966%20kb).pdf)
- Gobernación de Boyacá. (2008). División provincial de Boyacá. Recuperado en: <http://boyaca.gov.co/images/MenuMiBoyaca/Provincial%20con%20división%20Municipal.pdf>
- Gobernación de Boyacá, (s.f.). Aspectos geográficos de Boyacá. Recuperado en: <http://boyaca.gov.co/prensa-publicaciones/mi-boyacá/aspectos-geograficos>
- Gobernación de Boyacá, (2018). Aeropuerto El Espino activará el turismo y la economía de la provincia de Norte y Gutiérrez. [Noticia]. Recuperado en: <http://boyaca.gov.co/prensa-publicaciones/noticias/26068-aeropuerto-el-espino-activará-el-turismo-y-la-economía-de-la-provincia-de-norte-y-gutiérrez>
- Guevara, Niurka, (2011). Demanda Turística en la Comunidad de Madrid: Análisis y Modelos de Detección de Variables Significativas. P.p 27. Recuperada en: <https://eciencia.urjc.es/bitstream/handle/10115/11638/Demanda%20Tur%EDstica%20en%20la%20Comunidad%20de%20Madrid%20An%20El%20An%20lisis%20y%20Modelos%20de%20Detección%20de%20Variables%20Significativas.pdf;jsessionid=5F1C472D4F4332F89FA29DE64B394CF8?sequence=1>
- Los Glaciares, (2018). Parque Nacional Los Glaciares. Recuperado en: <https://losglaciares.com/es/parque>.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2012). Guía Turística de Boyacá Colombia. P.p 138-140. Recuperado en: <http://mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=58176&name=GuiaTuristicaBoyaca-ok.pdf&prefijo=file>
- Mercy Narváez, Gladys Fernández, (2010). El turismo desde la perspectiva de la demanda. lugar de estudio: península de Paraguaná – Venezuela. P.p. 4. Recuperado en: <http://scielo.org.co/pdf/rudca/v13n2/v13n2a20.pdf>
- Municipalidad provincial la Convención (2017). Nevado de Salkantay. Recuperado en: <https://laconvencion.gob.pe/turismo/donde-ir/santa-teresa/nevado-de-salkantay/>

- Nacional Geographic, 2015. Los Parques Naturales más bellos del mundo. Recuperado en: http://nationalgeographic.com.es/viajes/grandes-reportajes/los-parques-naturales-mas-bellos-del-mundo_8876/1
- Observatorio Turístico de Boyacá, (2017). Boletín Turístico edición 002 Investigación en turismo una herramienta para el desarrollo. P.p 17. Recuperado en: <https://www.otguia.org/index.php/documentos/boletines>
- Observatorio Turístico de Boyacá, (2017). Boletín Turístico 002 Investigación en turismo una herramienta para el desarrollo. Recuperado en: <https://otguia.org/index.php/documentos/boletines>
- Observatorio Turístico de Boyacá, (2017). Boletín Turístico 002 Investigación en turismo una herramienta para el desarrollo. P.p. 18- 20. Recuperado en: <https://otguia.org/index.php/documentos/boletines>
- Organización Mundial del Comercio, (1998). Servicios de Turismo. P.p. 1. Recuperado en: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/w51.doc
- Organización Mundial del Turismo, (2016). Entender el turismo: glosario basico. 2016, de organización mundial del turismo.OMT Recuperado en: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo. (2018). *Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años*. Recuperado en: <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-anos>
- Organización Mundial del Turismo. (2005-2007). *Acerca de la OMT (Glosario)*. p 103-104. Recuperado en:<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Parques Nacionales de Colombia. (2014). *Base de datos ingreso visitantes Parques Nacionales Naturales ecoturismo*. Colombia. Recuperado en: <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/servicio-al-ciudadano/datos-abiertos/>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2018). *Así va el Ecoturismo en Parques, histórico visitantes 2002-2018*. Recuperado en: <http://parquesnacionales.gov.co/portal/es/ecoturismo/asi-va-el-ecoturismo-en-parques/>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2018). Guía Parques Nacionales Naturales. Recuperado en: <http://parquesnacionales.gov.co/portal/es/parquesnacionales/>
- Pascarella, Roberto, & Fontes Filho, Joaquim Rubens. (2010). Competitividad de los destinos turísticos: modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *Estudios y perspectivas en turismo*. P.p 1-17. Recuperado en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322010000100001&lng=es&tlng=es.
- Revista Portafolio. (2018). *En seis años el PIB del turismo creció 24%*. Recuperado en: <http://portafolio.co/economia/en-seis-anos-el-pib-del-turismo-crecio-24-515062>

- Universidad Nacional de Cuyo, (2013). Aconcagua tarifa especial para latinos. Recuperado en: <http://www.politicaspUBLICAS.uncu.edu.ar/novedad/aconcagua-tarifa-especial-para-latinos>
- World Economic Forum. (2017). *The Travel & Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future*. Recuperado en: <https://doi.org/ISBN-13:978-1-944835-08-8>
- Secretaria de Ambiente y Ordenamiento Territorial, (2018). Parque Provincial Aconcagua. Recuperado en: <http://aconcagua.mendoza.gov.ar>
- Socatelli, Mario. (2013). Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles. Recuperado en: <http://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>



18. ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades.

Actividades a Desarrollar:	Período: junio 15 a octubre de 2018																				
	Dom-sáb		Junio				julio				Agosto				Septiembre				Octubre		
	3-9	10-16	17-23	24-30	1-7	8-14	15-21	22-28	29-4	5-11	12-18	19-25	26-1	2-8	9-15	16-22	23-29	30-6	7-13	14-20	21-27
1.1. Análisis desde fuentes primarias y secundarias del estado actual del territorio en materia de análisis de demanda turística que aporten a la determinación de la población y la muestra del estudio.																					
1.2. Diseño y planeación de la investigación																					
1.3. Diseño y validación de los instrumentos de recolección de información.				25 junio																	
1.4. Prueba piloto para la validación de los instrumentos.				25 junio																	
1.5. Identificación del universo y de la muestra.				28 junio																	
1.6. Trabajo de campo a turistas y visitantes en tres momentos: Temporada Alta, Media y Baja.				T.A. 29,30 1y2 julio				T.A. 19-23 julio			T.M. 17-21 agos				T.B 8,9,10 sept						
1.7. Sistematización de la información obtenida por medio del análisis de los indicadores principales (perfil del turista, pernóctación, actividades y/o usos) con el análisis respectivo de graficas			22-23 Junio																		
1.8. Cuatro (4) mesas técnicas de trabajo entre las Cámaras de Comercio, los profesionales en campo, el Consejo Provincial y los delegados del Viceministerio de Turismo que facilite la obtención y a la vez la socialización de los hallazgos.				Mesa1 junio25				Mesa 2 julio 19 o 23			Mesa 3 ago 17 o 21							Mesa4 oct. 1			
Cierre-entrega documentos-liquidación																					Oct. 11

Anexo 2. Diseño de encuesta para la determinación de la demanda turística en la provincia de Gutiérrez, un paraíso entre montañas

Encuesta para la determinación de la demanda turística en la Provincia de Gutiérrez.

Por favor marcar con una X las siguientes preguntas					
1. Nacionalidad:			Lugar de procedencia:		
2. Edad: 18 - 21 <input type="checkbox"/>	22 - 30 <input type="checkbox"/>	31 - 40 <input type="checkbox"/>	41 - 50 <input type="checkbox"/>	51 - 60 <input type="checkbox"/>	Mayor de 60 <input type="checkbox"/>
3. Género: Femenino <input type="checkbox"/>		Masculino <input type="checkbox"/>			
4. Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/>		Casado <input type="checkbox"/>	Unión Libre <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Viudo <input type="checkbox"/>
5. Estudios realizados: Primaria <input type="checkbox"/>		Bachiller <input type="checkbox"/>	Técnico <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>
6. Ocupación: Estudiante <input type="checkbox"/>		Empleado <input type="checkbox"/>	Independiente <input type="checkbox"/>	Empresario <input type="checkbox"/>	Ama de casa <input type="checkbox"/>
7. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?					
Vacaciones <input type="checkbox"/>	Estudios <input type="checkbox"/>	Negocios <input type="checkbox"/>	Deporte <input type="checkbox"/>	Religión <input type="checkbox"/>	Visita a amigos <input type="checkbox"/>
Visita a familiares <input type="checkbox"/>	Salud <input type="checkbox"/>	Voluntariado <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cual:	
8. ¿Cuánto tiempo permanecerá en este municipio?					
1 día <input type="checkbox"/>	2-3 días <input type="checkbox"/>	4-7 días <input type="checkbox"/>	1-3 semanas <input type="checkbox"/>	1 Mes <input type="checkbox"/>	Mas de un mes <input type="checkbox"/> Cuánto meses:
9. Modo de Viaje: Solo <input type="checkbox"/>		En pareja <input type="checkbox"/>	En familia <input type="checkbox"/>	Con amigos <input type="checkbox"/>	Organización <input type="checkbox"/>
10. ¿Qué medio de transporte usted utilizo para llegar a este lugar?					
Carro propio <input type="checkbox"/>	Carro alquilado <input type="checkbox"/>	Bús Público <input type="checkbox"/>	Bús Turístico <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Cual:
11. El tipo de alojamiento será en:					
Hotel <input type="checkbox"/>	Casa de un familiar <input type="checkbox"/>	Casa de amigos <input type="checkbox"/>	Otro:		
12. ¿Cómo se enteró usted de este destino?					
Internet <input type="checkbox"/>	Agencia de viajes <input type="checkbox"/>	Televisión <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>	Periodico <input type="checkbox"/>	Voz a voz <input type="checkbox"/>
Ya tenia conocimiento del destino <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/> Cual:			
13. ¿Cómo califica la información ofrecida sobre el destino?					
Excelente <input type="checkbox"/>	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>		

14. ¿Cuál es su estrato socio-económico?						
Estrato 1 <input type="checkbox"/>	Estrato 2 <input type="checkbox"/>	Estrato 3 <input type="checkbox"/>	Estrato 4 <input type="checkbox"/>	Estrato 5 <input type="checkbox"/>		
15. Percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.						
Servicios	Elevados	Adecuados	Bajos			
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Transporte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
Recreación y ocio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
16. Cuál ha sido la actividad turística que usted ha desarrollado en este municipio. (puede marcar diferentes opciones). Turismo de...						
Naturaleza <input type="checkbox"/>	Ecoturismo <input type="checkbox"/>	cultural <input type="checkbox"/>	Aventura <input type="checkbox"/>	Religioso <input type="checkbox"/>	Artisanal <input type="checkbox"/>	Salud <input type="checkbox"/>
Gastronómico <input type="checkbox"/>	Agroturismo <input type="checkbox"/>	Negocios <input type="checkbox"/>	Deportivo <input type="checkbox"/>	Etnográfico <input type="checkbox"/>	Mochilero <input type="checkbox"/>	
Otro tipo de turismo <input type="checkbox"/> Cuál:						
17. Número de visitas realizadas a este Municipio						
Primera vez <input type="checkbox"/>	Entre 1 a 5 visitas <input type="checkbox"/>	Entre 5 a 10 visitas <input type="checkbox"/>	Entre 10 a 15 visitas <input type="checkbox"/>			
Entre 15 a 20 visitas <input type="checkbox"/>	Mas de 20 visitas <input type="checkbox"/>					
18. Grado de satisfacción al visitar este Municipio. 1 como malo a 5 como Excelente .						
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>		
19. Grado de satisfacción al visitar esta Provincia. 1 como malo a 5 como Excelente.						
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>		
20. Recomendaria este Municipio a otras personas para hacer turismo.						
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?					
21. Recomendaria la Provincia de Gutiérrez a otras personas para hacer turismo.						
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?					
22. Repetiría la visita a este municipio.						

Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?
FIN DE LA ENCUESTA	
Muchas gracias por realizar la encuesta, es de gran importancia para nuestra investigación.	

Anexo 3. Listado de asistentes a la primera mesa técnica de trabajo.

Anexo 4. Formato corrección de encuesta a partir de las sugerencias dadas en la primera mesa técnica de trabajo.

ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ PARAÍSO ENTRE MONTAÑAS.

A continuación, lo invitamos a diligenciar la siguiente encuesta con el propósito de conocer su percepción sobre la prestación de nuestros servicios, el conocimiento de nuestros productos, perfilar la demanda y emprender acciones para mejorar nuestro destino.

1. Lugar de procedencia:			2. Género: Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>			
3. Edad: 18 – 21 <input type="checkbox"/>	22 – 30 <input type="checkbox"/>	31 – 40 <input type="checkbox"/>	41 – 50 <input type="checkbox"/>	51 – 60 <input type="checkbox"/>	Mayor de 60 <input type="checkbox"/>	
4. Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/>		Casado <input type="checkbox"/>	Unión Libre <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Viudo <input type="checkbox"/>	
5. Estudios realizados: Primaria <input type="checkbox"/>		Bachiller <input type="checkbox"/>	Técnico <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>	
6. Ocupación: Estudiante <input type="checkbox"/>		Empleado <input type="checkbox"/>	Independiente <input type="checkbox"/>	Empresario <input type="checkbox"/>	Ama de casa <input type="checkbox"/>	
7. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?			Vacaciones <input type="checkbox"/> Estudios <input type="checkbox"/> Visita a familiares <input type="checkbox"/>			
Negocios <input type="checkbox"/>		Salud <input type="checkbox"/>	Deporte <input type="checkbox"/>	Voluntariado <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> Cuál?:	
8. ¿Cuánto tiempo permanecerá en este municipio?				Municipio:		
1 día <input type="checkbox"/>	2–3 días <input type="checkbox"/>	4-7 días <input type="checkbox"/>	1-3semanas <input type="checkbox"/>	1 Mes <input type="checkbox"/>	Mas de un mes <input type="checkbox"/> Cuántos meses:	
9. ¿Qué municipios visitó/rá?			10. ¿Qué actividades realizó/rá? o servicios que utilizará?			
Actividad	El Espino	Chiscas	Guacamayas	Panqueba	El Cocuy	Güicán
Subir al nevado						
Senderismo						

Artesanías						
C. Históricos						
R. cultural						
Avistam. aves						
Hospedaje						
Gastronomía						
11. Modo de viaje: Solo <input type="checkbox"/> En pareja <input type="checkbox"/> En familia <input type="checkbox"/> Con amigos <input type="checkbox"/> Organización <input type="checkbox"/>						
12. ¿Qué medio de transporte usted utilizó para llegar a este lugar?						
Carro propio <input type="checkbox"/>	Carro alquilado <input type="checkbox"/>	Público <input type="checkbox"/>	Turístico <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	¿Cuál?	
13. Utilizaría medio aéreo para llegar al destino? Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>						
14. El tipo de alojamiento es/será:						
Hotel/Hostal <input type="checkbox"/>	Casa de un familiar/ amigos <input type="checkbox"/>	Camping <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>			
15. ¿Cómo se enteró usted de este destino?						
Internet <input type="checkbox"/>	Agencia de viajes <input type="checkbox"/>	Televisión <input type="checkbox"/>	Radio <input type="checkbox"/>	Periódico <input type="checkbox"/>	Voz a voz <input type="checkbox"/>	
Ya tenía conocimiento del destino <input type="checkbox"/>		Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál?				
16. ¿Cómo califica la información ofrecida sobre el destino?						
Excelente <input type="checkbox"/>	Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>			
17. ¿Cuál es su estrato socio-económico?						
Estrato 1 <input type="checkbox"/>	Estrato 2 <input type="checkbox"/>	Estrato 3 <input type="checkbox"/>	Estrato 4 <input type="checkbox"/>	Estrato 5 <input type="checkbox"/>	Estrato 6 <input type="checkbox"/>	
18. Percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.						
Servicios	Elevados	Adecuados	Bajos			
Alojamiento						
Alimentos y bebidas						
Transporte						
Guianza						
Recreación y ocio						
19. Número de visitas realizadas a este destino						
Primera vez <input type="checkbox"/>	Entre 1 a 5 visitas <input type="checkbox"/>	Entre 5 a 10 visitas <input type="checkbox"/>	Mas de 10 visitas <input type="checkbox"/>			
20. Grado de satisfacción en todo el recorrido. 1 como malo a 5 como Excelente.						
1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>		
21. Recomendaría este destino a otras personas para hacer turismo.						

Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?					
22. Repetiría la visita a este destino.						
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?					
23. El producto turístico Gutiérrez “Paraíso entre montañas” se caracteriza por tres actividades turísticas, ¿Cuál es de su preferencia? o ¿Cuál es la que más realiza?						
Turismo de naturaleza <input type="checkbox"/>	Turismo cultural <input type="checkbox"/>	Turismo mixto(turismo natural y cultural) <input type="checkbox"/>				
24. Por favor califique de 1 a 5 la percepción que tiene de cada uno de estos elementos dentro de cada uno de los municipios 1 malo a 5 como excelente.						
Elementos	El Espino	Chiscas	Guacamaya s	Panqueb a	Cocuy	Güicán
Atractivos turísticos (naturales y culturales)						
Oferta en (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte)						
Infraestructura en (red de agua potable, saneamiento, electricidad, señal telefónica e internet-wifi).						
Equipamiento en (centros culturales, de educación, recreativos, deportivos y asistenciales).						
Servicios conexos (supermercados, bancos, cajeros, tiendas, papelerías, café internet, punto de información turística, droguerías, servicios de envío, policía, estación de gasolina, hospital)						
Observaciones y comentarios _____						

<i>Muchas gracias por sus aportes, son de gran importancia para nuestra investigación.</i>						

Anexo 5. Encuesta definitiva para la determinación de la demanda turística en la provincia de Gutiérrez.

ENCUESTA PARA LA DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE GUTIÉRREZ PARAÍSO ENTRE MONTAÑAS.

Estimado turista.

A continuación, lo invitamos a diligenciar la siguiente encuesta con el propósito de conocer su percepción sobre la prestación de nuestros servicios, el conocimiento de nuestros productos, perfilar la demanda y emprender acciones para mejorar nuestro destino.

Nombre y Apellidos:				Teléfono:		
1. Lugar de procedencia:			2. Género: Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>			
3. Edad: 18 - 21 <input type="checkbox"/>		22 - 30 <input type="checkbox"/>	31 - 40 <input type="checkbox"/>	41 - 50 <input type="checkbox"/>	51 - 60 <input type="checkbox"/>	Mayor de 60 <input type="checkbox"/>
4. Estado civil: Soltero <input type="checkbox"/>		Casado <input type="checkbox"/>	Unión Libre <input type="checkbox"/>	Divorciado <input type="checkbox"/>	Viudo <input type="checkbox"/>	
5. Estudios realizados: Primaria <input type="checkbox"/>		Bachiller <input type="checkbox"/>	Técnico <input type="checkbox"/>	Pregrado <input type="checkbox"/>	Posgrado <input type="checkbox"/>	
6. Ocupación: Estudiante <input type="checkbox"/>		Empleado <input type="checkbox"/>	Independiente <input type="checkbox"/>	Empresario <input type="checkbox"/>	Ama de casa <input type="checkbox"/>	
7. ¿Cuál es el principal motivo de su viaje?			Vacaciones <input type="checkbox"/>		Estudios <input type="checkbox"/>	
			Visita a familiares/Amigos <input type="checkbox"/>			
Negocios/ Trabajo. <input type="checkbox"/>		Salud <input type="checkbox"/>	Deporte <input type="checkbox"/>	Voluntariado <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> Cuál?:	
8. Municipio que está visitando		Chiscas <input type="checkbox"/>	El Cocuy <input type="checkbox"/>	El Espino <input type="checkbox"/>	Guacamayas <input type="checkbox"/>	
		Güicán <input type="checkbox"/>	Panqueba <input type="checkbox"/>			
9. ¿Cuánto tiempo permanecerá en la zona?						
1 día <input type="checkbox"/>		2-3 días <input type="checkbox"/>	4-7 días <input type="checkbox"/>	1-3semanas <input type="checkbox"/>	1 Mes <input type="checkbox"/>	Mas de un mes <input type="checkbox"/>
Cuántos meses: <input type="text"/>						
10. ¿Qué municipios visitó/rá de la Provincia de Gutiérrez?						
Chicas <input type="checkbox"/>		El Cocuy <input type="checkbox"/>	El Espino <input type="checkbox"/>	Guacamayas <input type="checkbox"/>	Güicán <input type="checkbox"/>	Panqueba <input type="checkbox"/>
11. ¿Qué actividades realizó/rá? o ¿Qué servicios utilizó/rá?						
Actividad	El Espino	Chiscas	Guacamayas	Panqueba	El Cocuy	Güicán
Subir al nevado						
Senderismo						
Artesanías						
C. Históricos						
R. Cultural						

Avistamiento de Flora y Fauna					
Hospedaje					
Gastronomía					
Solo de paso					
12. Modo de viaje: Solo <input type="checkbox"/> En pareja <input type="checkbox"/> En familia <input type="checkbox"/> Con amigos <input type="checkbox"/> Organización <input type="checkbox"/>					
13. ¿Qué medio de transporte usted utilizó para llegar a este lugar?					
Carro propio <input type="checkbox"/> Carro alquilado <input type="checkbox"/> Transporte Público <input type="checkbox"/> Transporte Turístico <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál?					
14. Utilizaría medio aéreo para llegar al destino?			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?:	
15. ¿Le gustaría realizar un recorrido aéreo a la cadena monatoñosa de la Sierra nevada de El Cocuy, Guican de la Sierra y Chita?			Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?:	
16. El tipo de alojamiento es/será:					
Hotel/Hostal <input type="checkbox"/> Casa de un familiar/ amigos <input type="checkbox"/> Camping <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/> :					
17. ¿Cómo se enteró usted de este destino?					
Agencia de viajes <input type="checkbox"/>		Redes sociales (Whatsapp, Instagram, twitter) <input type="checkbox"/>		Facebook <input type="checkbox"/>	Televisión <input type="checkbox"/> Periódico <input type="checkbox"/>
Radio <input type="checkbox"/>	Páginas especializadas (Tripadvisor, Booking, Yelp) <input type="checkbox"/>		Voz a Voz <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/> ¿Cuál?:	
18. ¿Cómo califica la información ofrecida sobre el destino?					
Excelente <input type="checkbox"/>		Buena <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Mala <input type="checkbox"/>	
19. ¿Cuál es su estrato socio-económico?					
Estrato 1 <input type="checkbox"/>	Estrato 2 <input type="checkbox"/>	Estrato 3 <input type="checkbox"/>	Estrato 4 <input type="checkbox"/>	Estrato 5 <input type="checkbox"/>	Estrato 6 <input type="checkbox"/>
20. ¿Cuánto invierte usted en cada salida a la Provincia de Gutiérrez?					
Entre \$500.000 - \$1'000.000 <input type="checkbox"/>		Entre \$1'001.000 - \$1'500.000 <input type="checkbox"/>		Entre \$1'501.000-\$ 2'000.000 <input type="checkbox"/>	
Entre \$2'001.000-\$2'500.000 <input type="checkbox"/>		Entre \$2'501.000-\$3'000.000 <input type="checkbox"/>		Entre \$3'001.000-\$5'000.000 <input type="checkbox"/>	
Más de \$5'000.000 <input type="checkbox"/>					
21. Percepción de los precios en cuanto a los siguientes servicios ofrecidos en el municipio.					
Servicios	Elevados	Adecuados	Bajos		
Alojamiento					
Alimentos y bebidas					
Transporte					
Guianza					
Recreación y ocio					
22. Indique el número de visitas realizadas a este destino					
Primera vez <input type="checkbox"/>	Entre 1 a 5 visitas <input type="checkbox"/>	Entre 5 a 10 visitas <input type="checkbox"/>	Mas de 10 visitas <input type="checkbox"/>		
23. ¿Cómo le ha parecido la visita? Califique el grado de satisfacción en todo el recorrido.					
Excelente <input type="checkbox"/>	Bueno <input type="checkbox"/>	Regular <input type="checkbox"/>	Malo <input type="checkbox"/>	Muy malo <input type="checkbox"/>	
24. ¿Usted ha visitado destinos similares a nivel nacional o internacional?					

Si <input type="checkbox"/>	¿Cuál destino?:	No <input type="checkbox"/>			
25. Recomendaría este destino a otras personas para hacer turismo.					
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Por qué?			
26. Repetiría la visita a este destino.					
Si <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Por qué?			
27. El producto turístico Gutiérrez “Paraíso entre montañas” se caracteriza por tres actividades turísticas, ¿Cuál es de su preferencia? o ¿Cuál es la que más realiza?					
Turismo de naturaleza <input type="checkbox"/>	Turismo cultural <input type="checkbox"/>	Turismo mixto(turismo natural y cultural) <input type="checkbox"/>			
28. En cuanto al producto turístico de la región, se compone de ciertas actividades y recorridos. ¿Cuál/es le interesaría realizar?					
<input type="checkbox"/> Tierra de cóndores y venado: Actividades de apreciación de la naturaleza y el avistamiento del Venado cola blanca. Turismo comunitario en fincas y finalmente el reconocimiento de la arquitectura colonial de Chiscas					
<input type="checkbox"/> Campo, cultura y libertad: Taller de elaboración de artesanías, recorrido cultural por el patrimonio arquitectónico de El Cocuy y un recorrido rural por las veredas de este municipio.					
<input type="checkbox"/> Un rinconcito del cielo: Celebración de las fiestas tradicionales decembrinas de El Espino y el desarrollo de la actividad turística natural reconociendo la fauna y flora.					
<input type="checkbox"/> Tejiendo territorios de paz: Desarrollo de turismo cultural en Guacamayas, reconociendo la labor de la mujer artesana y la elaboración de cestería en rollo.					
<input type="checkbox"/> Manantial de agua y fé: Desarrollo de un turismo religioso por medio de recorridos naturales en el municipio de Güican					
<input type="checkbox"/> Dulce Remanso: Actividades de turismo comunitario reconociendo la flora y fauna en especial el avistamiento de aves y además el reconocimiento de la elaboración de miel y panela.					
29. Por favor califique de 1 a 5 la percepción que tiene de cada uno de estos elementos dentro de la provincia de Gutiérrez.					
Elementos	1	2	3	4	5
Atractivos turísticos (naturales y culturales)					
Oferta en (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte)					
Infraestructura en (red de agua potable, saneamiento, electricidad, señal telefónica e internet-wifi).					
Equipamiento en (centros culturales, de educación, recreativos, deportivos y asistenciales).					
Servicios conexos (supermercados, bancos, cajeros, tiendas, papelerías, café internet, punto de información turística. droguerías, servicios de envío, policía, estación de gasolina, hospital)					
Observaciones y comentarios _____					

<i>Muchas gracias por sus aportes, son de gran importancia para nuestra investigación.</i>					

Anexo 6. Encuesta traducida al idioma inglés.

SURVEY "PROVINCIA DE GUTIÉRREZ PARAÍSO ENTRE MONTAÑAS".

Respected Tourist.

We invite you to do the following survey with the purpose to know your understanding and opinion about our services, to get better our destiny.

Name:			Number:			
1. City:		2. Gender: Female <input type="checkbox"/> Male <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/>				
3. Age: 18 to 21 <input type="checkbox"/>		22 to 30 <input type="checkbox"/>	31 to 40 <input type="checkbox"/>	41 to 50 <input type="checkbox"/>	51 to 60 <input type="checkbox"/>	More than 60 <input type="checkbox"/>
4. Estado civil: Single <input type="checkbox"/>		Married <input type="checkbox"/>	Free Union <input type="checkbox"/>	Divorced <input type="checkbox"/>	Widow/er <input type="checkbox"/>	
5. Estudios done: kínder <input type="checkbox"/>		HighSchool <input type="checkbox"/>	Técnico <input type="checkbox"/>	University <input type="checkbox"/>	Post grade <input type="checkbox"/>	
6. Occupation: Estudiante <input type="checkbox"/>		Employed <input type="checkbox"/>	Independent <input type="checkbox"/>	businessman <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/>	
7. ¿Which is the main objective for you trip?		Vacations <input type="checkbox"/>	Estudies <input type="checkbox"/>	See family/ Friends <input type="checkbox"/>		
Business/ Work <input type="checkbox"/>		Health <input type="checkbox"/>	Sports <input type="checkbox"/>	Voluntary Help <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/> Which Other?:	
8. Town where you are?		Chiscas <input type="checkbox"/>	El Cocuy <input type="checkbox"/>	El Espino <input type="checkbox"/>	Guacamayas <input type="checkbox"/>	
		Güicán <input type="checkbox"/>	Panqueba <input type="checkbox"/>			
9. ¿How much time you will be here?						
1 day <input type="checkbox"/>	2to3 days <input type="checkbox"/>	4to7 days <input type="checkbox"/>	1to3weeks <input type="checkbox"/>	1 <input type="checkbox"/>	More than that <input type="checkbox"/> How much?:	
		Month <input type="checkbox"/>				
10. ¿Which towns you will visit in this trip?						
Chicas <input type="checkbox"/>	El Cocuy <input type="checkbox"/>	El Espino <input type="checkbox"/>	Guacamayas <input type="checkbox"/>	Güicán <input type="checkbox"/>	Panqueba <input type="checkbox"/>	
11. What activities you did/ will do here? or ¿What services you got?						
Actividad	El Espino	Chisca	Guacamaya	Panqueba	El Cocuy	Güicán
Climb nevado		s	s			
Rambling						
Handicraft						
Historic Center						
Cultural walk						
To see Flora & Fauna						
Lodging						
Gastronomy						
Just staying						
12. Travel with: Alone <input type="checkbox"/>						
Couple <input type="checkbox"/>		Family <input type="checkbox"/>	Friends <input type="checkbox"/>	Corp <input type="checkbox"/>		
13. ¿Wich kind of transport have you used to come this place?						
Self car <input type="checkbox"/>	rent car <input type="checkbox"/>	Public transport <input type="checkbox"/>	Tourist bus <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/>	¿Wich other?	
14. would you like to use air transport to come this place?		Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Why?:		

15. ¿Would you like to fly over Sierra Nevada del Cocuy?		Yes <input type="checkbox"/>	No <input type="checkbox"/>	¿Why?:							
16. Kind of hosting :											
Hotel	<input type="checkbox"/>	Family's/Friend's home	<input type="checkbox"/>	Camping <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/> :						
17. ¿How you have got knowledge about this destiny?											
Travel agence	<input type="checkbox"/>	Social Networks (Whatsapp, Instagram, twitter).	Facebook <input type="checkbox"/>	T.V	<input type="checkbox"/>	News Paper <input type="checkbox"/>					
Radio <input type="checkbox"/>	(Tripadvisor, Booking, Yelp)	<input type="checkbox"/>	Another tolds <input type="checkbox"/>	Other <input type="checkbox"/>	¿Which Other?:						
18. ¿ What do you think about the information recived from this place?											
Excelent	<input type="checkbox"/>	Good	<input type="checkbox"/>	Regular	<input type="checkbox"/>	Bad	<input type="checkbox"/>				
19. ¿Cuál es su estrato socio-económico?											
Estrato 1	<input type="checkbox"/>	Estrato 2	<input type="checkbox"/>	Estrato 3	<input type="checkbox"/>	Estrato 4	<input type="checkbox"/>	Estrato 5	<input type="checkbox"/>	Estrato 6	<input type="checkbox"/>
20. ¿How much money do you spend when you go to trip?											
Into \$100us to \$300us	<input type="checkbox"/>	Into \$301us to \$500us	<input type="checkbox"/>	Into \$501us to \$ 700us	<input type="checkbox"/>						
Into \$701us to \$900us	<input type="checkbox"/>	Into \$901us to \$1100us	<input type="checkbox"/>	Into \$1101us to -\$2000us	<input type="checkbox"/>						
More than \$2000us <input type="checkbox"/>											
21. What do you think about the price from services you have got?											
Services		High		Sufficient		Low					



GUTIERREZ

"Paraíso entre montañas"