

Plan Estratégico de turismo para el Municipio de Aquitania como Destino Internacional

Naydelin Yineldy López Pérez

Universidad de Boyacá
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Administración de Negocios Internacionales
Tunja
2022

Plan Estratégico de turismo para el Municipio de Aquitania como Destino Internacional

Naydelin Yineldy López Pérez

Trabajo de Grado para optar al título de
Administrador de Negocios Internacionales

Director

Marghy Andrea Monroy Avella
Administradora de Negocios Internacionales

Universidad de Boyacá
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Administración de Negocios Internacionales
Tunja
2022

Nota de Aceptación:

Firma presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Tunja, 25 de noviembre de 2022

“Únicamente el graduando es el responsable de las ideas expuestas en el presente trabajo”.
(Lineamientos constitucionales, legales e institucionales que rigen la propiedad intelectual).

Le dedico el resultado de este trabajo principalmente a Dios, por darme la fuerza, la tenacidad y la perseverancia necesaria para culminar uno de mis más grandes objetivos. A mi abuelo materno quien, con su amor, trabajo y cada uno de sus esfuerzos ha aportado significativamente a mi proceso de formación profesional, a mi madre y mi abuela materna por ser mi apoyo, mi más grande inspiración, por aportar todo su amor y sacrificio, a mi familia por motivarme y apoyarme siempre, gracias a todos ustedes estoy aquí logrando cada una de las metas que juntos hemos construido y anhelado, gracias por siempre creer en mí, por mantenerme en sus oraciones, el fruto de sus esfuerzos se ve reflejado en este gran logro. A mis amigos y compañeros que me ha dejado esta bonita etapa como lo es la universidad, que con el transcurrir del tiempo han dejado huella en mi corazón y se han convertido en personas muy importantes y valiosas, a ustedes gracias por siempre estar ahí para darme una palabra de aliento por motivarme aun en la distancia y por compartir su conocimiento sin esperar nada a cambio es un agrado tenerlos en mi vida, a las demás personas que aportaron un granito de arena para la realización y éxito de este trabajo. Muchas gracias a todos.

Agradecimientos

Agradezco de manera especial a mi directora de tesis la docente Marghy Monroy de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, quien fue mi mano derecha, quien me motivo y confió en mi durante la realización de este proyecto, gracias profe por orientarme y guiarme con amor y mucha paciencia, gracias su conocimiento, sus enseñanzas y su valioso tiempo para el desarrollo de este trabajo que no fue fácil pero dejó grandes enseñanzas para mi vida no solo a nivel profesional si no también personal; también a cada una de las personas que estuvieron presentes y participaron de manera atenta en el desarrollo de este proyecto, gracias por aportar con gran actitud su conocimiento sé que lo hicieron en pro del bienestar de toda la comunidad Aquitanense, a Andrea Pérez quien ocupa el cargo de secretaria de cultura, turismo y deporte, gracias por compartir su conocimiento y brindarme material de apoyo.

Muchas gracias a todos, por aportar su granito de arena y ayudar a complementar este trabajo, sin ustedes no hubiera sido posible tener un óptimo desarrollo y finalización.

Contenido

	Pág.
Introducción.....	16
Diagnóstico del sistema turístico en el municipio de Aquitania	18
Análisis interno del sistema turístico.....	18
Grupo focal.....	19
Atractivos del municipio	32
Análisis Externo del Sistema Turístico	40
Sistema turístico a nivel internacional.....	40
Sistema turístico a nivel nacional	45
Sistema turístico a nivel regional.....	50
Sistema Turístico a nivel local.....	58
Estrategias que permitan la promoción del sistema turístico en el municipio apuntando al mercado internacional.....	63
Plan de implementación que permita desarrollar las estrategias planteadas por parte del sector turístico	74
Conclusiones.....	79
Recomendaciones	80
Referencias	81
Anexos	84

Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. Matriz Dofa	67
Tabla 2. Matriz Mefi.....	64
Tabla 3. Matriz Mefe Amenazas	66
Tabla 4. Matriz MAFE	70
Tabla 5. Matriz plan de implementación de estrategias	75
Tabla 6. Marco Legal.....	112
Tabla 7. Presupuesto.....	127
Tabla 8. Cronograma	128

Lista de Figuras

	Pág.
Figura 1. Sector al que pertenecen los participantes	20
Figura 2. Fortalezas	23
Figura 3. Debilidades.....	25
Figura 4. Amenazas	26
Figura 5. Oportunidades	27
Figura 6. Impulso al sistema turístico del municipio de Aquitania.....	29
Figura 7. Estrategias	30
Figura 8. Percepción del mejoramiento del sistema turístico.....	31
Figura 9. Bondades	32
Figura 10. Lago de Tota	33
Figura 11. Playa Blanca.....	34
Figura 12. Páramo de Toquilla	35
Figura 13. Páramo de las alfombras	35
Figura 14. Monte Tabor.....	36
Figura 15. Mirador La cumbre	37
Figura 16. Santuario la península	37
Figura 17. Mirador la peña de la Virgen	38
Figura 18. Isla San Pedro.....	39
Figura 19. Parroquia Nuestro Señor de los Milagros	39
Figura 20. Interés del Turismo	42
Figura 21. Interés del turismo sostenible del mundo.....	43
Figura 22. Llegada de turistas internacionales, mundo y regiones.....	44
Figura 23. Llegada de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino.....	45
Figura 24. Potencial del turismo en Colombia	46
Figura 25. Seis destinos turísticos internacionales en Colombia	49
Figura 26. Principales indicadores de Turismo en Boyacá	52
Figura 27. Criterios de evaluación del ICTR.....	53
Figura 28. Temas ambientales en Boyacá	54

Figura 29. Estrategias de mercadeo en el departamento de Boyacá.....	55
Figura 30. Motivos de viaje a Colombia	55
Figura 31. Motivo principal del viaje	56
Figura 32. Municipios visitados en el departamento de Boyacá	57
Figura 33. Tipos de establecimientos visitados en Boyacá	57
Figura 34. Servicios Complementarios	58
Figura 35. Agentes que ofertan servicios turísticos en el municipio de Aquitania	60
Figura 36. Economía del municipio de Aquitania Boyacá.....	61
Figura 37. Fuerzas competitivas de Porter.	109
Figura 38. Mapa ubicación Geográfica municipio de Aquitania.	117
Figura 39. Preguntas de encuesta	137
Figura 40. Preguntas encuesta	138
Figura 41. Preguntas encuesta	138
Figura 42. Preguntas encuesta	139
Figura 43. Preguntas encuesta	139
Figura 44. Preguntas de encuesta	140
Figura 45. Preguntas de encuesta	140
Figura 46. Formato de consentimiento informado	141

Lista de Anexos

	Pág.
Anexo A. Anteproyecto.....	85
Anexo B. Encuesta aplicada al grupo focal sobre el plan estratégico	125
Anexo C. Consentimiento.....	131

Resumen

Plan Estratégico de turismo para el Municipio de Aquitania como Destino Internacional

El presente trabajo tiene como objetivo principal el diseño de un plan estratégico de turismo para el municipio de Aquitania como destino internacional, como etapa inicial se procede a realizar una investigación teniendo como base fuentes primarias que son las personas que integran el grupo focal y las fuentes secundarias, esto con el fin de, obtener información precisa y puntual, que aporte significativamente y ayude a identificar los diferentes factores que se encuentran incursos en el sistema turístico del municipio de Aquitania a fin de tener un desarrollo exitoso de la propuesta de investigación.

El tipo de metodología a utilizar para el desarrollo de este trabajo será descriptivo, se va a hacer un análisis de la información la cual más adelante será descrita. En este sentido se va a realizar un diagnóstico de cada uno de los componentes del sistema turístico para posteriormente proponer e implementar estrategias de acción mediante el método analítico.

Las técnicas que van a ser utilizadas para el procesamiento de la información serán matrices como herramientas para la obtención de información, en este caso trabajaremos con la matriz DOFA para analizar las oportunidades y amenazas que existen en el sector, la matriz nos permitirá identificar las posibles estrategias que aplican para resolver las principales debilidades del sistema turístico, y así bien, aprovechar las oportunidades o contrarrestar las amenazas, y posteriormente la matriz MEFI, MEFE y MAFE que permitirán tener un levantamiento de información más puntual.

Se recomienda tener en cuenta el diseño de cada una de las matrices dado que estas permiten tener información clara y organizada del estado actual del sector, la implementación de este plan estratégico de turismo permitirá encontrar las estrategias adecuadas para potencializar y fortalecer el sistema turístico y el sector a fin de tener una oferta turística llamativa a nivel nacional e internacional.

Palabras clave: Turismo, matrices, plan estratégico, estrategias, sistema turístico, Aquitania, posicionamiento.

Abstract

Strategic Tourism Plan for the Municipality of Aquitania as an International Destination

The main objective of this work is the design of a strategic tourism plan for the municipality of Aquitaine as an international destination, as an initial stage an investigation is carried out based on primary sources that are the people who make up the focus group and the sources secondary, this in order to obtain accurate and timely information, which contributes significantly and helps to identify the different factors that are involved in the tourism system of the municipality of Aquitaine in order to have a successful development of the research proposal.

The type of methodology to be used for the development of this work will be descriptive, an analysis of the information will be made and later it will be described. In this sense, a diagnosis of each of the components of the tourism system will be carried out in order to later propose and implement action strategies through the analytical method.

The techniques that are going to be used for the processing of the information will be matrices as tools for obtaining information, in this case we will work with the (DOFA) matrix to analyze the opportunities and threats that exist in the sector, the matrix will allow us to identify the possible strategies that apply to solve the main weaknesses of the tourism system, and later take advantage of the opportunities or counteract the threats, and later the (MEFI, MEFE and MAFE) matrix that will allow a more timely collection of information.

It is recommended to take into account the design of each one of the matrices since these allow to have clear and organized information on the current state of the sector, the implementation of this strategic tourism plan will allow finding the appropriate strategies to potentiate and strengthen the tourism system and the sector in order to have a striking national and international tourist offer.

Keywords: Tourism, matrices, strategic plan, strategies, tourism system, Aquitania, positioning.

Introducción

El turismo es sin duda alguna uno de los sectores que en la actualidad está tomando bastante fuerza en las actividades sociales y económicas de las comunidades. La industria turística a nivel mundial se ha venido desarrollando de manera gradual ya que este sector es muy productivo, fomenta el empleo, alimenta el espíritu viajero de las personas y posibilita el intercambio de experiencias, culturas y costumbres de talla nacional e internacional entre los diferentes países o regiones.

Por esta razón es de vital importancia que a las regiones y/o países se les dé una adecuada promoción del destino y así mismo estén en la capacidad de responder a este intercambio de requerimientos y necesidades que tiene el mercado en el sector del turismo a nivel internacional.

La presente investigación tiene como objetivo el diseño de un plan estratégico a partir de la necesidad de promocionar el municipio de Aquitania, y poder posicionarlo a nivel nacional e internacional, este trabajo contribuye de manera atractiva a que el destino sea más competitivo y tenga se empoderamiento del sector turístico por parte de los prestadores de servicios turísticos, los entes gubernamentales y la comunidad local.

Para el desarrollo de este trabajo fue necesario revisar material teórico en relación al sector, basado en las investigaciones y fundamentos de diferentes autores, seguido del uso de herramientas que permitieron tener un acercamiento más puntual a cerca del diagnóstico interno y externo del sistema turístico del municipio, además dentro del contexto investigativo fue necesario realizar una caracterización de los principales atractivos turísticos a fin de diseñar estrategias que integran el plan estratégico para el sector turístico del municipio, la investigación es de tipo cualitativo, y se utilizó como herramienta principal y método de recolección de información grupos focales, con el fin de obtener información precisa, ideas y opiniones por parte de los actores que intervienen en el sector turístico del municipio.

A partir de esto, se realizó el diseño de una matriz DOFA (Fortaleza, Oportunidad, Debilidad y Amenaza) con el fin de determinar los factores internos y externos que integran esta actividad turística del municipio, seguidamente, se realizó un cruce de los datos en las matrices MEFI, MEFE y MAFE a fin de diseñar las estrategias que integran la propuesta planteada en este trabajo investigativo.

Para el desarrollo del plan estratégico y el diseño de estrategias para la ejecución del mismo se tomó en cuenta la participación ciudadanía y así también el aporte por parte de los entes

gubernamentales, con el propósito de estructurar, organizar y mejorar los procesos que se llevan a cabo y las actividades que desarrolla el sistema turístico del municipio.

Finalmente se elaboró un plan de implementación que permite dar a los actores involucrados las recomendaciones para su aplicabilidad en el sector.

Diagnóstico del sistema turístico en el municipio de Aquitania

Análisis interno del sistema turístico

El sistema turístico es un conjunto de elementos que se relacionan entre sí para poder obtener una actividad turística estructurada. Con el fin de promocionar y hacer atractivo un destino teniendo en cuenta los intereses locales y los intereses de la demanda nacional como internacional.

Para el municipio de Aquitania, el sistema turístico es muy importante dado que posee herramientas de mucho valor que completan e integran dicho sistema como lo son: gobierno local, riquezas y atractivos naturales y culturales, infraestructura, oferta de productos y servicios, y demanda, lo cual permite entender las funciones que realiza cada herramienta en el sector turístico y que de manera adecuada se responda a las necesidades actuales de los turistas y posteriormente se oferte el destino.

Para poder determinar cómo se encuentra el funcionamiento del sistema turístico en el municipio de Aquitania se aplicó el método de investigación cualitativa, y se desarrolló la técnica de recolección de información denominada; grupo focal o mesa de trabajo. Por tanto, para la ejecución se diseñó de forma planificada el desarrollo del grupo focal, en donde se estructuró la metodología y las herramientas a utilizar para la recolección de la información de manera más precisa.

Inicialmente se elaboró un formato de consentimiento en donde se expresó el motivo u objeto de desarrollo del grupo focal, y se contempló la autorización de la participación de las personas pertenecientes; al sector hotelero y gastronómico, estudiantes de administración turística y hotelera oriundos del municipio, representantes del comercio, representante de asociación AICCA, representante del consejo de juventudes, representante de agencia de turismo y viajes, representante de empresas que ofrecen turismo agroecológico, los cuales intervienen en el sistema turístico del municipio. **(Anexo C)**. Posteriormente, se planteó una encuesta en donde se solicitó los datos generales del participante, el sector al que pertenece y las preguntas introductorias o iniciales.

Por último, se desarrolló el grupo focal con ayuda de un cuestionario que contiene 12 preguntas el cual se diseñó con ayuda de la plataforma *ahaslides*, herramienta que permite que los participantes que hagan uso de esta puedan responder la encuesta en vivo logrando así crear un espacio de discusión a medida que, los participantes contestaban las preguntas. **(Anexo. B)**

Cabe resaltar que para la selección y organización de los participantes de la investigación no fue tarea fácil, puesto que, se citó de manera presencial a varias personas con conocimientos en diferentes áreas relacionadas con el sector turístico y en primera instancia no fue posible realizarlo debido a que las personas no contaban con la misma disponibilidad de tiempo ya que, realizan actividades alternas al sector turístico, en razón de lo cual, manifestaron y solicitaron que la reunión se llevará a cabo de manera virtual y en horas de la noche, puesto que era la única jornada en la cual todos podían y tenían la disponibilidad de estar presentes y poder aportar sus conocimientos. De este modo, se creó a través de WhatsApp un grupo que integraba a las personas partícipes de la reunión, por este medio se les informó el día y la hora en la cual a través de la plataforma Meet se realizaría el encuentro.

Se procedió a realizar el grupo focal de forma virtual, de manera que todas los integrantes pudieran estar presentes, los partícipes fueron miembros pertenecientes al sector hotelero y restaurantes, estudiantes de administración turística y hotelera oriundos del municipio, representante de asociación AICCA, representante del consejo de juventudes, representante de agencia de turismo y viajes, representante de empresas que ofrecen turismo agroecológico.

El día del encuentro, inicialmente se dio la bienvenida y agradecimientos por estar presentes, y se procedió a iniciar con el desarrollo del grupo focal, seguidamente se realizó una breve introducción de la metodología a utilizar, y que para ello era necesario diligenciar el consentimiento informado, y posteriormente diligenciar el formato de encuesta, enseguida se explica la herramienta a utilizar, en este caso: **ahaslides** para el desarrollo de las preguntas y finalmente se solicitó que cada uno de los participantes indicara la actividad desempeña en el sector turístico.

Grupo focal

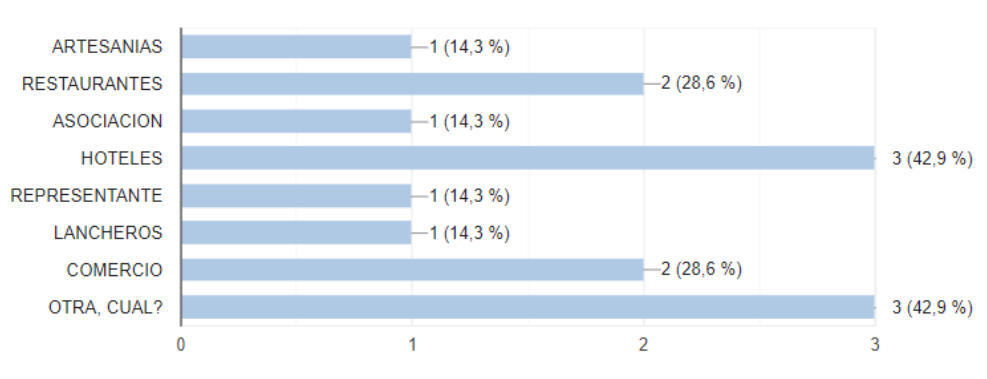
Para dar inicio, se realizó a través de la plataforma de google forms un cuestionario de 4 preguntas para identificar los sectores a los que pertenecían, y los conocimientos con los que contaban acerca del sector.

Así pues, se realizó una primera pregunta que buscaba identificar a que sectores del turismo pertenecían, en la siguiente tabla se muestra que con un porcentaje del 14,3% las personas pertenecen al sector de artesanos, con un 28,6% pertenecen al sector gastronómico o de restaurantes, con un porcentaje del 14,3% pertenecen a asociaciones, representantes y lancheros respectivamente, y finalmente con participación del 42.9% las personas pertenecen al sector hotelero y a otros sectores

como lo son; la coordinación de cultura turismo y deporte, docencia en agroecología y posteriormente agricultura.

Figura 1

Sector al que pertenecen los participantes



Fuente: Elaboración por parte de la autora

Para entrar en contexto en relación a los conocimientos sobre el sector, se procedió a realizar una segunda pregunta; ¿Qué entiende usted por turismo?, para lo cual las personas aportaron su percepción del concepto turismo en diferentes apreciaciones y en su mayoría puntuaron que el turismo es la una forma de desplazamiento en la cual se desarrollan actividades de ocio entorno a la cultura, la naturaleza, las costumbres que se tienen en las regiones. A continuación, están las respuestas dadas por los participantes:

- *El turismo es la manera en la que podemos ocupar el tiempo libre, disfrutando de todo lo que tiene que ver con diversión, naturaleza y descanso.*
- *El turismo es dar a conocer las costumbres ancestrales de nuestro territorio mostrando sus culturas y su naturaleza.*
- *Por otra parte, aludieron que el turismo es una actividad que se realiza durante viajes en lugares distintos al entorno habitual en el que cotidianamente nos encontramos.*
- *Además, el turismo comprende actividades que realizan las personas durante sus viajes e instancias en lugares distintos.*

- *El turismo por otra parte, es la realización de actividades que impliquen desplazamiento del lugar habitual de vivienda, las cuales pueden ser por ocio, descanso, negocio, bienestar, trabajo entre otros.*
- *Y por último indicaron que el turismo es una forma de prestar servicios a las personas.*

Cabe resaltar que según la Organización Mundial del turismo: “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico”. World Tourism Organization (Unwto, 2022)

Con lo anterior se puede inferir que los participantes del grupo focal tienen conocimiento acerca del término de turismo, ya que en sus apreciaciones mencionan temas que van relacionados al objetivo principal del turismo, además puntúan y hacen énfasis en que el turismo es una actividad que genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos gastronómicos y hoteleros, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo, y permite el movimiento económico, cultural, social entre las comunidades.

En la pregunta acerca del conocimiento que tenía cada participante acerca de los actores que intervienen en el sistema turístico, el 100% de los encuestados conocen las herramientas y actores que intervienen en el sistema turístico, aportando que en dicho sistema se integran diferentes elementos como lo son: la demanda, el territorio, la comunidad, los productos y servicios, y que de manera importante ellos son un elemento muy importante como lo es la oferta de dicho sector. Aportaron que para el buen funcionamiento del sistema turístico se necesita unión y organización de dichos elementos puesto que, si un elemento de estos está en desventaja, afectaría el funcionamiento del sistema.

En cuanto a las actividades turísticas que se realizan en el municipio en su totalidad los participantes manifestaron su conocimiento en cuanto a las actividades que se realizan e indicaron son oferentes de muchas de ellas. Las actividades nombradas fueron: cabalgatas, caminatas ecológicas, paseos en lancha, paseos en cuatrimotos, camping, eco-ciclismo, talleres de gastronomía, talleres artesanales, turismo paisajístico, actividades educativas, entre otras. De este modo resaltaron la falta de muchas otras actividades que no se han estructurado y por ende no se han podido desarrollar, llegando a este punto, en este orden de ideas, Aquitania tiene el potencial para implementar

actividades con el objeto de ayudar a los turistas a salir de la rutina y a vivir nuevas y agradables experiencias.

Avanzando en el tema, se dio paso a la pregunta de cómo los participantes veían la viabilidad de implementar un plan estratégico que permitiese desarrollar el potencial del municipio de Aquitania apuntando al mercado internacional, para lo cual en su totalidad respondieron que si era viable, y les serviría no solo a los prestadores de servicios turísticos sino al municipio, en suma, esto permitiría en primer lugar estructurar los procesos y procedimientos y darle paso a la creación de una guía turística que en el desarrollo del sector es muy importante, y las estrategias en todo lugar son muy valiosas porque permiten crear oportunidades y desarrollar al máximo el potencial en un determinado lugar. A continuación, se relacionan las respuestas dadas por los participantes:

- *La implementación de un plan estratégico en el municipio es viable.*
- *Si es viable implementar un plan estratégico en el municipio porque se necesita estructurar los procesos y darle un orden al turismo del municipio.*
- *Si es viable, el municipio sería más reconocido a nivel turístico y tendría más oportunidades de trabajo.*
- *Es muy bueno implementar mejoras, porque se genera organización y además estrategias para el buen desarrollo del turismo y la economía de la comunidad.*
- *La totalidad de las personas está de acuerdo con la implementación de un plan estratégico pues esto permitirá que exista unificación y organización en los procesos y procedimientos del sector turístico del municipio.*

Aportaron en la sección de observaciones, la importancia y urgencia de iniciar la implementación del plan estratégico siempre y cuando exista responsabilidad sobre la sostenibilidad ambiental, además, de manera urgente se necesita la estructuración y dirección de un buen sistema turístico, independientemente si se tiene o no apoyo de las entidades gubernamentales, por otra parte, lo importante es la creación de una red de apoyo entre prestadores de servicios turísticos que pueda dar paso la organización completa del sector.

En conclusión los participantes se mostraron empoderados a cerca de los conocimientos en el sector turístico, y mostraron una percepción positiva a cerca de la propuesta de implementación del plan estratégico como muchos manifestaron las estrategias permiten tener un enfoque y darle paso al desarrollo de los objetivos, y además esto ayudaría a que los prestadores de servicios turísticos tengan claro el desarrollo del sistema turístico, y posteriormente tengan un orden y una buena estructura para

poder brindar así un servicio de calidad a los turistas que visitan el municipio. A continuación, se muestra la relación de las observaciones que realizaron los participantes:

- *Es muy valiosa la implementación de un plan estratégico, teniendo en cuenta la responsabilidad sobre la sostenibilidad ambiental.*
- *Es muy importante que esta estrategia se pueda implementar de manera oportuna.*
- *Independientemente de si hay o no apoyo por entidades gubernamentales, se debe buscar la forma de realizar la implementación del plan estratégico, y convocar a los actores para socializar la propuesta.*

Dando seguimiento, el desarrollo del grupo focal inicio con un cuestionario que constaba de 12 preguntas, el objetivo principal era obtener apreciaciones puntuales e identificar con la ayuda de las personas que intervinieron, debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas existentes en el sistema turístico del municipio de Aquitania, con esto se creó una serie de discusiones acerca del tema.

Para empezar, se mostró la presentación digital con la primera pregunta que buscaba identificar cuáles eran las fortalezas que tiene el municipio como destino turístico. En la siguiente figura podemos evidenciar el mapa con las respuestas dadas por los participantes.

Figura 2

Fortalezas



Fuente: Elaboración propia de la autora

El proceso de respuesta inicio de manera voluntaria, la imagen mostro el mapa de respuestas a esta primera pregunta, ahora bien, los participantes manifestaron que Aquitania es un destino que cuenta con un potencial turístico bastante alto, y que lastimosamente no es reconocido. Asimismo, resaltaron que Aquitania cuenta con diferentes formas de realizar turismo como lo son: turismo paisajístico, en suma, cuenta con hermosos paisajes naturales los cuales son percibidos por sus visitantes como lugares llenos de paz y tranquilidad a la hora de descansar. Otro tipo de turismo es el de naturaleza, acto seguido, los participantes indicaron que Aquitania cuenta con gran variedad de biodiversidad, y sus atractivos naturales permiten el desarrollo de actividades como: eco cabalgatas, caminatas ecológicas, recorrido de senderos naturales, ecoturismo, agroturismo, por tanto, resaltaron los páramos ubicados en el municipio, estos están dotados de grandes bondades regaló de la madre tierra, por este motivo, son uno de los atractivos paisajísticos y naturales más significativos los cuales permiten la desconexión del mundo real para poder conectarse con las paz y armonía que estos espacios pueden generar. Así bien, el municipio es un destino exótico al contar con muchos atractivos naturales, esto evidencia la existencia del patrimonio natural y cultural dispuesto para poder promocionar el destino y así atraer turistas.

Por otro lado, indicaron así el Lago de tota, es el referente más representativo de la región, este es un recurso hídrico que además de hermoso, en el año 2018 fue catalogado internacionalmente como el tercer destino verde más atractivo de las américas, incluso lo alaga un destino turístico importante: Playa Blanca en donde se desarrollan actividades como recorrido en caballos, se ofrecen servicios de Lancha, cuatrimotos, camping, etc. Llegando a este punto, este gran recurso hídrico alberga una de las comidas típicas más representativas en el municipio como lo es la Trucha Arco Iris y ayuda al desarrollo de diferentes actividades realizadas en el municipio como lo son: agrícolas, pecuarias y piscícolas.

Existe también un tipo de turismo denominado turismo religioso, entretanto, Aquitania es caracterizado como un municipio de alta incidencia religiosa, el cual tiene como referente la Festividad en Honor al señor de los Milagros, dicha festividad se realiza en el mes de enero, evento al cual asisten personas de diferentes partes del país, las cuales llegan al municipio a ser partícipes y profesar su fe.

Además, destacaron la importancia del patrimonio arquitectónico presente en el municipio y la existencia casas coloniales que aun en estos tiempos están en buen estado y generan curiosidad en los turistas a la hora de visitarlos pues reviven la cultura y costumbres de los ancestros. Para terminar, recalcaron la cercanía de Aquitania con las principales ciudades del país, la buena ubicación

geográfica, y el buen estado de la infraestructura vial, en este orden de ideas esto permite el fácil acceso al municipio.

En la siguiente pregunta se indago sobre los conocimientos que tenían los participantes sobre las debilidades con las que cuenta el municipio de Aquitania en términos de turismo. En la siguiente figura se puede evidenciar el mapa con las respuestas dadas por los participantes.

Figura 3

Debilidades



Fuente: elaboración propia de la autora.

En la imagen anterior, se puede evidenciar el resultado de las debilidades presentes en el municipio a nivel turístico, los participantes mencionaron la existencia de mucha desinformación, otorgada a los turistas en el momento en el que ellos realizan preguntas ya sea en temas propios de la cultura del municipio, de los atractivos naturales y culturales, de la historia, y demás, los prestadores de servicios brindan información en base a la tradición contada, a partir de esto se evidencia la mala comunicación al momento de contar por ejemplo una historia muisca representativa, pues se tiende a cambiar la versión lo cual genera confusión a los visitantes, ya que el turista o persona recepcionista de la información percibe la falta de apropiación de la historia, y acontecimientos del municipio que durante años se han venido presentado y por tanto representa la cultura del mismo.

Otra de las debilidades que indicaron fue la falta de comunicación y organización estructurada por parte de los prestadores de servicios turísticos, lo cual evidencia la poca capacitación de muchos prestadores de servicios y por consiguiente la informalidad ante la cámara de comercio, por tanto, esto

indica la rivalidad y competencia desleal presente al no estar debida y legalmente constituidos, de manera que la mayoría de actores pueden brindar precios más altos o bajos, a diferencia de los prestadores inscritos en el registro mercantil, entonces no se tiene control de tarifas para las mismas actividades ofertadas desde diferentes entidades. Se mencionó que la falta de organización genera la imposibilidad de alianzas o de creación de una red de apoyo entre prestadores de servicios turísticos.

Otra de las grandes debilidades de gran importancia, es el poco interés y poco presupuesto otorgado al sector por parte del gobierno local, porque la administración municipal ha dejado de lado el turismo, y enfoca los recursos en otro tipo de actividades como la cultura y el deporte.

En la siguiente pregunta se logró identificar la claridad de los participantes sobre las amenazas que tiene que enfrentar el municipio de Aquitania en términos de turismo. En la siguiente figura se puede evidenciar el mapa con las respuestas dadas por los participantes.

Figura 4

Amenazas



Fuente: elaboración propia de la autora.

En la imagen se puede observar las amenazas presentes en el sector determinadas por los participantes, quienes resaltaron la poca capacitación o educación otorgada a los prestadores de servicios turísticos, un ejemplo de esto es la desinformación y ciertamente la nula existencia de un estándar de calidad en cuanto al talento humano del sector, además la falta de ayuda pública desmotiva a los prestadores de servicios turísticos porque ellos tienen que buscar diferentes fuentes de recursos

para el desarrollo de sus actividades y poder así aportar un granito de arena para el posicionamiento y reconocimiento del municipio.

La promoción del destino no ha sido la adecuada empezando por la administración municipal, la falta de estrategias que les permitan estructurar sus procesos, organizar sus actividades y la prestación de sus servicios, atrasa la promoción del destino contra la competencia que existe en los municipios o lugares turísticos aledaños.

La siguiente logro identificar si los participantes tenían claridad sobre las oportunidades que podría tener el municipio de Aquitania en términos de turismo. En la siguiente figura se muestra el mapa con las respuestas dadas por los participantes.

Figura 5

Oportunidades



Fuente: elaboración propia de la autora.

En la imagen anterior se puede observar las oportunidades expresadas a consideración de los participantes, el municipio cuenta con virtudes y grandes beneficios como son: diversidad cultural, gastronomía típica, paisajes naturales, etc. Incluso ven que el municipio cuenta con potencial para la generación de divisas, aumento de la inversión ya sea por empresarios locales o nacionales, crecimiento económico si se estructuran estrategias que promocionen el destino y llamen la atención de turistas o visitantes nacionales e internacionales. La generación de empleo para la población local sería de vital importancia teniendo en cuenta que la unión hace la fuerza mencionaron.

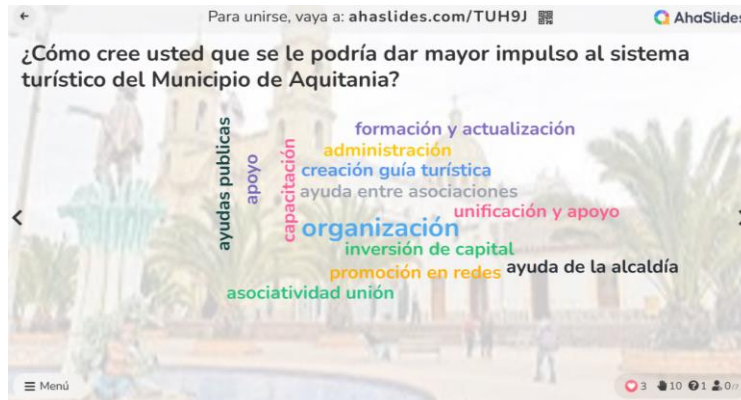
De acuerdo a la siguiente pregunta, la percepción de los participantes a cerca de las falencias en términos de turismo fue puntual, los participantes puntuaron que si existen en el municipio y en el sector debido a que por parte del gobierno local no existe mucha participación en temas de turismo, ni se tiene conocimiento del manejo del sistema turístico actual del municipio, se mostraron molestos y mencionaron que no cuentan con un sistema organizado, recalcaron que muchas de las empresas o entidades prestadoras de servicios turísticos se dejan llevar por el auge actual del sector porque todos quieren hacer turismo, pero no se toman la gentileza de capacitarse, investigar, y estructurarse como prestadores de servicios turísticos realmente. Estas consecuencias serían fatales para los sectores económicos, sociales, ambientales y culturales porque no se tiene una propuesta de valor que permita incursionar al turismo en estos sectores de manera positiva.

Los participantes hicieron alusión a la situación del sector turístico con la situación del sector cebollero, hace algún tiempo todas las personas locales empezaron a sembrar cebolla por todos lados y las consecuencias fueron muy devastadoras, las perdidas presentadas por la sobreproducción hicieron que la economía se viera muy afectada en varios periodos del transcurrir de los años.

Por ende, se inició un debate con la siguiente pregunta en donde los participantes consideran que el manejo actual del Sistema Turístico no es el adecuado para desarrollar sectores económicos, sociales, ambientales y culturales. Pues dada la importancia representada por el turismo, se requiere contar con herramientas que permitan alinear los diferentes actores a fines con este.

Los participantes expresaron que el turismo es importante para el municipio, Aquitania cuenta con los recursos para promocionar y potenciar el destino que actualmente se ha convertido en una fuente de desarrollo económico, permitiendo la generación de divisas, y fomentando la generación de empleo, estas apreciaciones deben ser tomadas como una gran oportunidad para el posicionamiento del municipio como destino turístico nacional e internacional.

La siguiente pregunta se enfoca en determinar en base a las opiniones de los participantes una lluvia de ideas en cuanto a la manera en la cual se podría dar más impulso al sistema turístico del municipio. En la siguiente figura podemos evidenciar el mapa con las respuestas dadas por los participantes:

Figura 6*Impulso al sistema turístico del municipio de Aquitania*

Fuente elaboración propia de la autora.

Se puede apreciar en la imagen, que la forma de darle mayor promoción al sistema turístico del municipio según los participantes, es empezando con la capacitación del recurso humano de las entidades prestadoras de servicios turísticos, dado que ellos son en primera medida las personas encargadas de vender y lograr el interés del turista para visitar y conocer el municipio, es de resaltar que si se tiene personal capacitado y calificado se tienen buen manejo de la información, se puede estar en constante actualización de los requerimientos que actualmente tiene los viajeros, y con ello se pueden proponer estrategias para promocionar de manera adecuada el destino y ajustarlo a las necesidades de la demanda.

También, agregaron la importancia de crear una red de asociatividad entre las entidades prestadoras de servicios turísticos a fin de permitir entre todos los prestadores de servicios turísticos, la oferta de servicios de manera agradable, con precios asequibles y de única tarifa, y por consiguiente se puedan promocionar los servicios de cada una de las entidades mediante las redes y puntos físicos de información.

Ahora bien, recalcaron la organización y el diseño de una guía turística, con el objetivo de que el turista cuente con el portafolio de los servicios que las entidades ofrecen, y puedan ajustar el desarrollo de las actividades según su requerimiento.

En esta parte del grupo focal se profundizó en la creación de nuevas estrategias desde el punto de vista de los participantes para mejorar el sistema turístico del municipio.

Figura 7*Estrategias*

Fuente: elaboración propia de la autora.

En la imagen del mapa de respuestas, los participantes manifestaron estrategias que consideraron se deben implementar en el municipio para mejorar el sistema turístico del mismo, estas van encaminadas a la capacitación del personal, puesto que, el personal prestador de servicios turísticos debe tener buenos conocimientos y deben estar en un proceso de actualización continua, teniendo en cuenta que vivimos en un mundo cambiante el cual día a día incorpora nuevas mejoras en todos los sistemas, con el fin de brindar óptimos servicios. Además, es necesario de manera oportuna diseñar una guía turística atractiva, como fuente de partida para los prestadores de servicios turísticos con el fin de unificar los procesos, contar con más organización, y tener un lineamiento estructurado para los visitantes en cuanto a una ruta explicada de lo que se puede hacer en el municipio, los servicios existentes en el mismo y los productos ofertados, esto ayudaría en gran medida a reflejar la organización del municipio y se pueda mostrar todo el potencial.

Para concluir el desarrollo del grupo focal, se les preguntó a los participantes como sería la percepción del residente del municipio al mejorar el sistema turístico, a lo cual dieron las siguientes opiniones.

Figura 8*Percepción del mejoramiento del sistema turístico*

Fuente: elaboración propia de la autora.

La percepción que tendrá el residente será muy buena como mencionaron anteriormente, el mejoramiento y desarrollo del sector turístico tendrá grandes ventajas para el municipio y su comunidad a nivel social, económico, ambiental, cultural y de generación de empleo, al existir más oportunidades de inversión y crecimiento económico se incrementarían los ingresos de los residentes del municipio, lo que redundaría en desarrollo para el mismo.

Para determinar la importancia de generar estas estrategias, se enfocó la reunión a identificar si los participantes tenían conocimiento de la visita en la actualidad de turistas extranjeros, a lo cual puntuaron que el municipio si recibe visitantes extranjeros, incluso compartieron un documento titulado “Esquema comparativo de tipo de turistas” en el cual están expresados los diferentes tipos de turistas que han visitado el municipio, entre ellos de un 100%, el 87% de los visitantes son nacionales, el 13% de los visitantes son de talla internacional, entre ellos españoles, alemanes, argentinos, italianos, chilenos, mexicanos, guatemaltecos, brasileños, japoneses, canadienses, ecuatorianos, franceses, entre otros. Los datos han sido obtenidos del registro de visitantes al Museo del Lago de Tota y de la planilla de participantes de Grand Rile en 2018.

Finalmente, a cada uno de los participantes se les solicito que escribieran las bondades que consideran puede tener el municipio de Aquitania para recibir visitantes internacionales. En la siguiente figura se muestra el mapa con las respuestas:

Figura 9*Bondades*

Fuente: elaboración propia de la autora.

En la imagen anterior, los participantes aportaron desde su punto de vista las bondades de Aquitania en términos turísticos para el visitante internacional están arraigadas a la cultura ancestral con la que se cuenta, el patrimonio arquitectónico caracterizado por sus casas coloniales, la riqueza natural y cultural que posibilita a los turistas encender su espíritu viajero, así como la gastronomía típica la cual es un factor representativo integrado por recetas que han venido trascendiendo y degustando los paladares de los visitantes por años.

Por supuesto, los paisajes naturales, el Lago de tota, y las actividades que se pueden realizar en el municipio son muy buenas porque permite que el viajero se desconecte de la rutina y se conecte con la naturaleza, la diversión, la paz y la tranquilidad generada gracias a los espacios existentes en el municipio.

Atractivos del municipio

Por otra parte, es importante profundizar sobre el estado actual del sistema turístico del municipio, para lo que se revisó el Índice de competitividad turística regional el cual es una herramienta que permite identificar las brechas que existen para el desarrollo competitivo de la actividad turística y así poder orientar las decisiones que se toman entorno al sector turístico. Por tanto se logró determinar que un municipio, departamento o región es competitivo a nivel turístico si cuenta

con el cumplimiento de cuatro ítems fundamentales, los cuales deben estar debidamente estructurados, organizados y al día, estos son: en primera instancia, se debe tener la determinación como lugar, zona o destino turístico por parte del Ministerio de comercio, industria y turismo bajo la resolución 348 de 2007, en segundo lugar, los planes de desarrollo turístico deben estar incursos de manera organizada en cada departamento o municipio, en tercer lugar cada municipio, departamento o región cuente con la existencia de al menos 10 prestadores de servicios turísticos, y por último, se tenga una estrategia de corredores turísticos avalada por el ministerio de comercio, industria y turismo.

Como conclusión es de puntuar que el municipio de Aquitania evidentemente no cuenta con el cumplimiento, ni con la actualización de estas herramientas, por lo cual no se encuentra dentro del proceso de evaluación el índice de competitividad regional turístico al año 2020.

Aquitania cuenta con diferentes atractivos naturales y turísticos que pese a su potencial no han sido aprovechados en su totalidad, además actualmente cuenta con una infraestructura hotelera con el pasar de los años se ha venido fortaleciendo, cuenta con flotas de lanchas, restaurantes con comida típica y el calor de hogar se siente por el carisma de sus habitantes.

Uno de sus principales atractivos turísticos es el lago de tota, este majestuoso recurso hídrico tiene 18 kilómetros y una profundidad máxima de 60 metros, se encuentra a 3.015 m.s.n.m. y con una temperatura de 12° centígrados, se resalta que alberga uno de los platos típicos y representativos del municipio como lo es la “Trucha Arco Iris”, en el Lago se pueden realizar diferentes actividades como lo son; pesca deportiva, deportes náuticos y navegación.

Figura 10

Lago de Tota



Fuente: Intrioper (2017). *El Lago de Tota, un destino que no podés dejar de visitar en Colombia.*
<https://intrioper.com/lago-tota-destino-no-podes-dejar-visitar-colombia/>

Otro de los atractivos turísticos naturales más representativo del municipio es; Playa Blanca, este lugar es muy reconocido porque cuenta con una característica inigualable como lo es la arena blanca, en este lugar se puede realizar paseos en cuatrimotos, paseo en lancha, cabalgata, caminatas ecológicas, voleibol, camping y tiene zona bbq, para realizar asados entre otras.

Figura 11

Playa Blanca



Fuente: Agoda (s.f) *Tunja alojamientos: Reserva en El Arca de Noah*. <https://www.agoda.com/es-es/el-arca-de-noah/hotel/tunja-co.html>

Gran parte del territorio Aquitanense pertenece a los páramos los cuales son uno de los grandes atractivos turísticos con los que cuenta el municipio, en ellos se presentan un gran número de fisonomías vegetales, vegetación, frailejones y recursos hídricos. El páramo de Toquilla es uno de los más reconocidos, está ubicado a las afueras del casco urbano en la zona alto andina del departamento de Boyacá, este páramo se caracteriza por ser rico en biodiversidad natural.

Figura 12*Páramo de Toquilla*

Fuente: Restrepo J. (s.f). *Páramo de Toquilla*. Wikiloc. <https://de.wikiloc.com/routen-fahrradtouren/aquitania-el-crucero-alto-de-la-sarna-toquilla-corinto-curisi-pajarito-26602494/photo-16989629>

Otro de sus más importantes páramos es denominado El páramo de las alfombras, localizado entre las veredas de Suse y Sisvaca veredas del municipio respectivamente, está rodeado por un sinfín de paisajes verdes que conservan la cantidad de agua, lo cual le ha dado paso al nacimiento de ríos y quebradas. Con gran variedad de especies nativas en el municipio también se encuentra el páramo de los Curíes, este páramo se caracteriza por tener frailejones, uvas silvestres y diferentes especies propias del páramo andino, es un páramo ideal para realizar actividades de ecoturismo.

Figura 13*Páramo de las alfombras*

Fuente: Páramo las alfombras. (2015). Páramo de las alfombras. <https://paramolasalfombras.wordpress.com/2015/05/05/el-paramo-de-las-alfombras/>

Otra de los atractivos naturales turísticos que caracteriza al municipio de Aquitania es el Monte Tabor, este lugar se encuentra ubicado en la vereda Susacá al oriente del Lago de Tota, es un cerro alto el cual en la cima del mismo cuenta con una gran variedad de rocas además desde allí se puede tener una panorámica perfecta de vista al lago, además no solo permite la realización de caminatas ecológicas y senderismo, también en épocas religiosas este atractivo natural se convierte en un escenario religioso ya que muchos feligreses suelen realizar viacrucis por estaciones encontradas en el camino de ascenso al cerro.

Figura 14

Monte Tabor



Fuente: Mamapachaexperience.(2022). *Trekking lago de tota*
<https://mamapachaxperience.com/experiencia/11>

Aquitania cuenta con un sector denominado el mirador “La Cumbre”, este lugar está ubicado en la parte alta de la montaña, en donde reposa la edificación de un santuario al que se puede llegar por un camino de herradura o por carretera de fácil accesibilidad, tiene por nombre Santuario en honor al señor de los milagros de Aquitania, este lugar es conocido local y regionalmente por ser muy religioso, el municipio tiene por tradición celebrar sus ferias y fiestas en honor al señor de los milagros, fiestas en las cuales dedican un día para realizar la visita al mirador y celebrar una eucaristía a la cual asisten visitantes de todas las partes de Colombia. Además de esto, el mirador cuenta con una hermosa vista al lago de Tota y al pueblo de Aquitania.

Figura 15*Mirador La cumbre*

Fuente: Mapio.net. (s.f). *Aquitania, desde el monumento de la cumbre*. <https://mapio.net/pic/p-20087040/>

Otro de sus atractivos religioso reconocido es la “Península” este sector se encuentra ubicado en la vereda de Daito, el cual cuenta con la edificación de una iglesia a las orillas del lago, la cual es visitada frecuentemente por la comunidad y visitantes en general que llegan a realizar su peregrinación.

Figura 16*Santuario la península*

Fuente: Mapio.net. (s.f). *Santuario al Señor de los Milagros*. <https://mapio.net/pic/p-37683442/>

El municipio de Aquitania cuenta con otro atractivo religioso, turístico y natural que se denomina “mirador turístico de la Peña de la Virgen” este lugar se encuentra ubicado a 2 kilómetros del casco urbano, y está a orillas del Lago de tota sobre la vía principal, en este sector se encuentra un gran monumento en honor a la Virgen del Carmen, fue construido debido a que Aquitania es un municipio de agricultores y la mayoría de habitantes son conductores de carga pesada, la devoción de

la comunidad se encuentra reflejada en este tipo de monumentos, el día 16 de Julio de cada año la comunidad Aquitanense celebra la fiesta en honor a la virgen del Carmen en donde realizan una eucaristía y posteriormente un desfile de automotores que pasan por enfrente del monumento y piden la bendición de sus vehículos. Además, en “La Peña” se encuentran actividades a realizar como paseos en lancha a las diferentes islas con las que cuenta el municipio, es un lugar para relajarse y disfrutar de un agradable paisaje.

Figura 17

Mirador la peña de la Virgen



Fuente: Colombia Turismo Web. (s.f). *Municipio:* Aquitania.
<https://www.colombiaturismoweb.com/DEPARTAMENTOS/BOYACA/MUNICIPIOS/AQUITANIA/AQUITANIA.htm>

Las islas por su parte son otro de los atractivos más llamativos con los que cuenta el municipio, se encuentra ubicadas en inmediaciones del Lago de tota, estas islas son; San Pedro, Santa Helena, Santo Domingo, Cerro Chico, y La Custodia. En cada una de ellas se encuentran especies nativas de flora y fauna, gran biodiversidad y además tienen un adoratorio Muisca, que refiere innumerables leyendas y mitos que las engrandecen.

Figura 18*Isla San Pedro*

Fuente: Enco Colombia. (s.f). *Listo proyecto de complejo turístico y hotelero para la Isla de San Pedro.* <https://encolombia.com/economia/comercioyeconomia/listo-proyecto-de-complejo-turistico-y-hotelero-para-la-isla-de-san-pedro/>

Por último y no menos importante, Aquitania cuenta con una hermosa parroquia llamada “Basílica Nuestro Señor de Los Milagros” es de resaltar que la arquitectura de esta edificación es colonial y sobresale por su hermosura. Los habitantes del municipio y visitantes son muy devotos al Señor de los Milagros, por lo cual visitan continuamente el santuario, el cual queda ubicado en el parque principal del municipio.

Figura 19*Parroquia Nuestro Señor de los Milagros*

Fuente: Boyacá Radio.com. (2020). *Aquitania celebrará en honor al Señor de los Milagros.* <https://www.boyacaradio.com/noticia.php?id=26652>

En base a este análisis, se puede concluir que, aunque el municipio cuenta con gran variedad de atractivos turísticos, el sistema turístico no se encuentra organizado de manera adecuada, lo que no permite que se aprovechen adecuadamente, esto demuestra que es necesario crear estrategias que permitan potencializar los atractivos del municipio vinculando activamente a los diferentes actores que hacen parte del sistema.

Análisis Externo del Sistema Turístico

Sistema turístico a nivel internacional

El turismo es una actividad de gran valor que genera reconocimiento y desarrollo en una región, y en los últimos años ha venido tomando bastante fuerza no solo a nivel nacional, sino a nivel internacional. Pese a la contingencia presentada desde 2019, según la Organización Mundial del Turismo, *“El turismo sigue recuperándose a buen ritmo. A nivel mundial, los destinos recibieron casi el triple de llegadas internacionales en el primer trimestre de 2022 que, en el mismo periodo de 2021, con Europa liderando el repunte del sector.”* (Unwto, 2022)

El turismo permite el avance de la actividad económica, fomenta el empleo, alimenta el espíritu viajero de las personas ya que posibilita el intercambio de experiencias, culturas y costumbres entre los diferentes países o regiones. Por tanto, es un mercado que permite ofertar los recursos de manera eficaz con el fin de poder satisfacer las necesidades o requerimientos de la demanda a la hora de visitar un lugar o generar una experiencia.

La demanda actual del turismo está enfocada en diferentes satisfacciones de las necesidades, los turistas en la actualidad son muy independientes, buscan generar una experiencia innovadora que con el paso del tiempo permita de recordación.

En base a esto, la organización mundial del turismo señala que la contingencia es una oportunidad presentada para replantear y reestructurar los procesos y hacer de este un mejor sector.

Incluso la OMT, ha lanzado una propuesta que consiste en un rastreador mundial de turismo el cual permite tener acceso a información como: la llegada de los turistas, reservas de los viajes, estadía en los destinos, motivos de viaje, entre otros, y lo más importante es que esta herramienta está disponible y es de forma gratuita.

En varios países como Jamaica se están adelantando procesos que incursionan en diferentes aspectos al turismo, como la implementación de una plataforma que permita a los clientes prestadores

de servicios turísticos realizar la compra de sus insumos directamente con las personas que en primera instancia son las encargadas de ofertar o vender los productos, son herramientas que permiten la innovación en el sector.

Los viajeros actualmente están enfocados en experimentar y saber todo acerca del turismo sostenible, lo cual está en tendencia y a fin de interactuar con los recursos físicos y naturales presentes en cada región, este tipo de turismo ha venido tomando fuerza y ha captado un gran número de viajeros. Se trata de disfrutar de forma serena cada una de las pequeñas cosas y conocer la gastronomía y las costumbres de lugares menos turísticos y más auténticos.

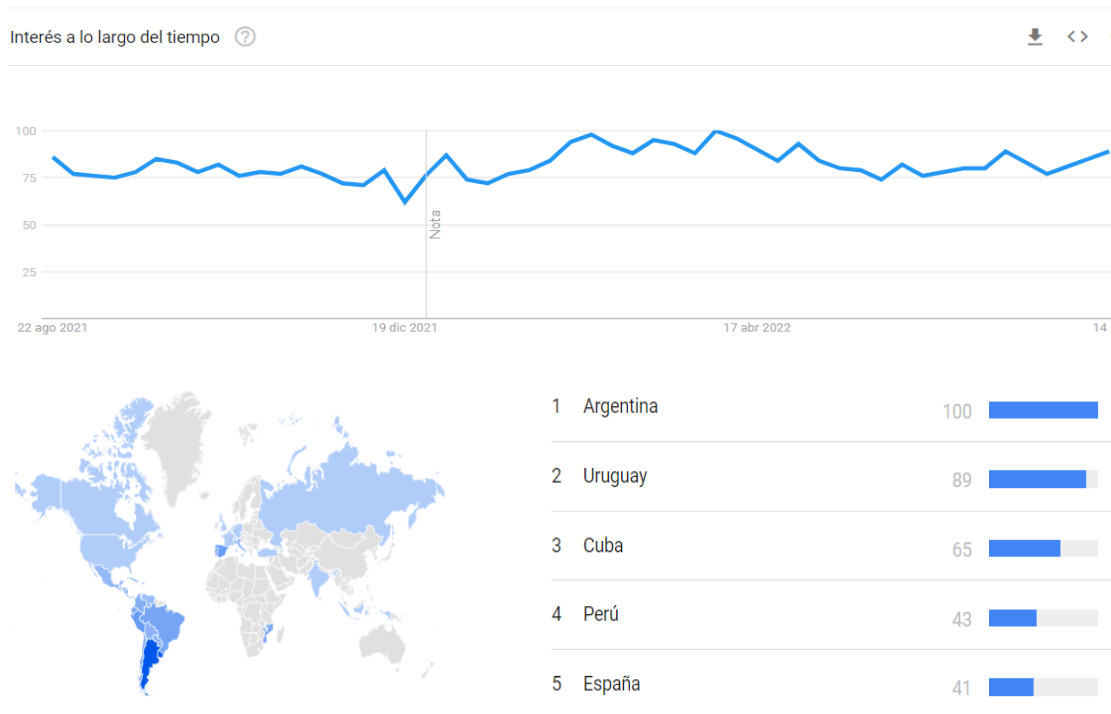
Agregando a lo anterior, en actualidad el sector del ecoturismo está tomando bastante fuerza, hoy en día las personas son más conscientes de la responsabilidad ambiental que debe tener a la hora de visitar un destino, además de ser una estrategia de mercado muy llamativa que hace del turismo un viaje de aventura, salud y bienestar.

La herramienta de google trends nos permite evidenciar el interés de búsqueda sobre un tema puntual a lo largo del tiempo, en la siguiente grafica se puede evidenciar el interés de búsqueda a cerca del turismo de manera general y en todo el mundo por parte de las personas, logrando tener una apreciación más puntual del interés que tienen en el sector.

A continuación, en la siguiente gráfica se puede evidenciar el interés de búsqueda global en tema del turismo especificando la categoría de viajes, podemos observar que las personas en todo el mundo han estado en constante interés por viajar, y el interés para agosto de 2022 sigue subiendo, en tal sentido, el turismo va a seguir tomando fuerza, y esto es una gran oportunidad a nivel mundial. Enseguida podemos observar en interés por región, resaltando 5 países que actualmente están indagando sobre el turismo, los valores se calculan en una escala del 0 al 100, en la que 100 indica la ubicación con mayor frecuencia de búsqueda en proporción al total de investigaciones realizadas sobre un término, Argentina por su parte ocupa el primer lugar obteniendo el límite de puntaje, es decir 100 puntos de interés en temas de turismo, seguido de Uruguay con 89 puntos, Cuba con 65 puntos, Perú y España con 43 y 41 puntos respectivamente.

Figura 20

Interés del Turismo

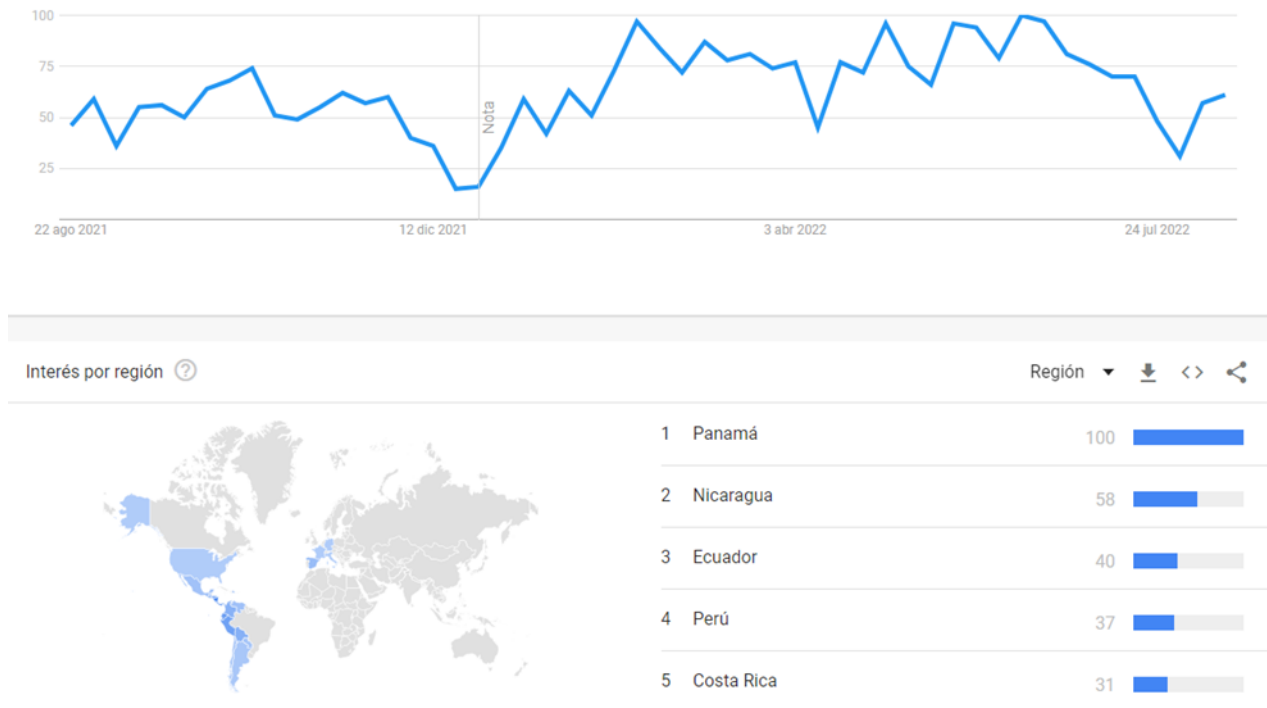


Fuente: Google Trends (14 de agosto de 2022). *Interés a lo largo del tiempo, viajes a nivel mundial.*
<https://trends.google.es/trends/explore?cat=67&date=2021-08-22%202022-08-14&q=Turismo>

El tema de interés en la actualidad es el turismo sostenible, los viajeros quieren tener experiencias *eco-friendly*, los viajeros buscan experiencias personalizadas, que vayan de la mano con el cuidado del medio ambiente. En la siguiente grafica se muestra el interés constante a nivel mundial por hacer y experimentar turismo sostenible. Lo cual es una gran apuesta en la actualidad, ya que el turismo sostenible permite tener responsabilidad ambiental, disfrutar de un determinado sitio de manera amigable, primando el cuidado del medio ambiente y teniendo a cambio una agradable experiencia. En temas de investigación sobre turismo sostenible, Panamá lidera el interés de búsqueda por temas que sean amigables con el medio ambiente ocupando así el primer lugar y una puntuación de 100, seguido de Nicaragua con 40 puntos, Perú con 34, Ecuador con 33 y Costa Rica con 28 puntos respectivamente. Es de resaltar que el turismo sostenible actualmente está tomando fuerza, los viajeros quieren realizar planes que integren y primen el cuidado del medio ambiente, es por esto que el tema es llamativo en la actualidad.

Figura 21

Interés del turismo sostenible del mundo



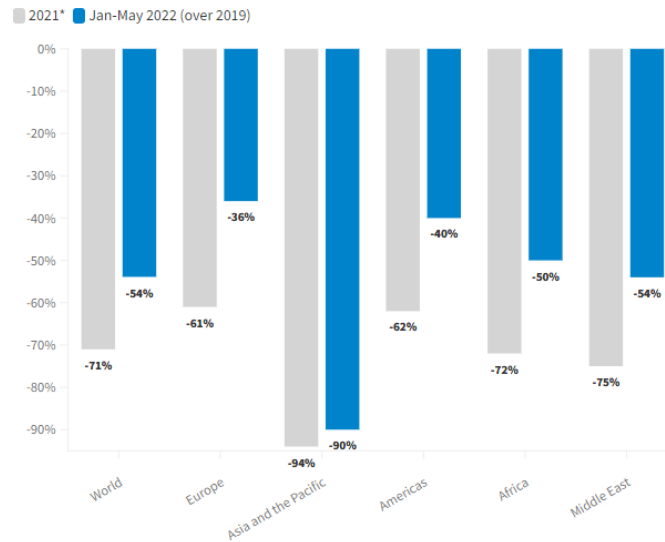
Fuente: Google Trends (14 de agosto de 2022). *Turismo sostenible a nivel mundial*
<https://trends.google.es/trends/explore?date=2021-08-22%202022-08-14&q=Turismo%20sostenible>

Es de resaltar que en la actualidad y según el barómetro mundial del turismo el sector se ha venido recuperando con mucha fuerza, en la siguiente grafica se muestra la llegada de los turistas internacionales a las diferentes regiones del mundo.

Figura 22

Llegada de turistas internacionales, mundo y regiones

Llegadas de turistas internacionales, mundo y regiones



Fuente: World Tourism Organization (Unwto. 2022). *Llegada de turistas internacionales*. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20C3%BAltimo%20Bar%C3%B3metro%20de%20niveles%20anteriores%20a%20la%20pandemia>

Para el tiempo determinado de mayo a junio del 2022, se puede apreciar que las regiones más visitadas en lo corrido del año son Asia y el Pacífico con un porcentaje del 94% y 90% respectivamente, seguido de África con un porcentaje de visitas del 72% y América con un porcentaje de visitas del 62%. La activación del turismo de manera continua se dará a medida que los países adopten los lineamientos pertinentes para atender la demanda de manera responsable.

En conclusión, los viajeros actualmente quieren tener una atención personalizada un tipo de turismo en el cual puedan tener experiencias únicas, que vayan de la mano a sus intereses y que puedan satisfacer sus necesidades de manera puntual. Además, las personas quieren que el turismo no sea solamente en determinadas temporadas del año, sino que puedan tener la elección de viajar fuera de temporada, de esta manera se puede tener un movimiento de turismo repartido, lo que permite que se diversifique el sector y no se tenga reportes masivos de personas. Es de vital importancia para los turistas en la actualidad el tema de flexibilidad, que las empresas se puedan adaptar a los requerimientos y puedan ofrecer los servicios para poder optimizar mejor el tiempo. Además, las tendencias y herramientas tecnológicas en la actualidad están tomando fuerza, los turistas buscan compartir sus experiencias en sus redes sociales y así se genera una red de marketing que ha venido

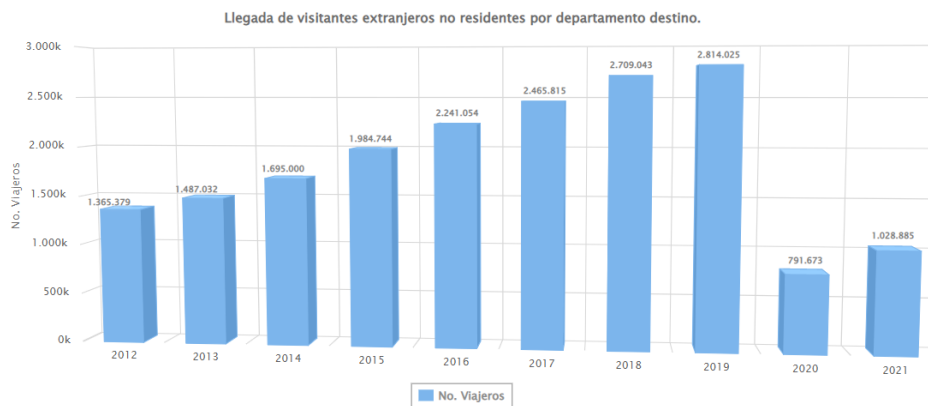
siendo una pieza clave para atraer nuevos consumidores, de este modo se pretende que el turismo sea más amigable con el medio ambiente y todo sea digitalizado a fin de tener conciencia y responsabilidad ambiental por parte de las empresas prestadoras de servicios turísticos.

Sistema turístico a nivel nacional

Por otro lado, Colombia es un país rico en patrimonio cultural, en cuanto al sector turístico es un país que tiene un portafolio amplio en diferentes aspectos, cuenta con gran biodiversidad, bosques tropicales, grandes y agradables ecosistemas hídricos, y como si fuera poco se cosecha el mejor café del mundo. Por lo que la reactivación del sector tiene aires positivos debido a que se han venido incrementando las visitas al país por parte de los viajeros extranjeros. En la siguiente grafica se muestra la llegada de turistas extranjeros al país, mostrando después de la contingencia un aumento significativo para 2021, lo cual indica que poco a poco el sector turístico está tomando fuerza y muestra proyecciones de crecimiento.

Figura 23

Llegada de visitantes extranjeros no residentes por departamento destino



Fuente: Ministerio de comercio industria y turismo. (2021). *Estadísticas territoriales de turismo: Llegada de visitantes extranjeros no residentes*. <https://portucolombia.mincit.gov.co/tematicas/estadisticas-territoriales-de-turismo-1>

Colombia tiene potencial para ofrecer a los turistas, los destinos se ajustan a los requerimientos de los viajeros, a través de FONTUR con iniciativa de la ministra de turismo, se busca fortalecer y seguir promocionando el destino, con el fin de optimizar la competitividad turística del país y así poder alcanzar los objetivos y superar las expectativas que se tienen frente al sector.

Incluso según la página consultada del departamento nacional de planeación, y en la siguiente grafica se puede evidenciar que Colombia posee potencial para desarrollar el sector turístico, la contribución que ha tenido este sector se ha visto reflejado en el incremento de PIB, esto es importante a la hora de tomar decisiones, ya que con el transcurrir de los años la capacidad turística y el sector irán aumentando con el fin de poder llegar a un posicionamiento representativo, que no solo represente desarrollo económico sino que también tendrá incurso temas de sostenibilidad, responsabilidad, innovación y alto valor con el fin de que Colombia llegue a tener un reconocimiento a nivel nacional e internacional.

Figura 24

Potencial del turismo en Colombia



Fuente: Departamento Nacional de Planeación. (s.f.). *Turismo el propósito que nos une*. <https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pilares-del-PND/Emprendimiento/Turismo-el-proposito-que-nos-une.aspx#:~:text=El%20sector%20turismo%20contribuye%20a,de%20sostenibilidad%2C%20responsabilidad%20y%20calidad>

Según la cumbre mundial de turismo y en representación de Procolombia, “Para la temporada julio – agosto de 2022, Colombia es el octavo país con mejores cifras de recuperación, frente al mismo período de 2019, con base en las reservas aéreas internacionales. Los 10 países con mejor desempeño en esta materia son Costa Rica, Aruba, República Dominicana, Jamaica, Pakistán, México, Bahamas, Colombia, India e Islandia”. (El espectador, 2022).

Colombia presenta un incremento bastante fuerte de visitantes no residentes en lo corrido del año, lo cual indica que el crecimiento del turismo puede verse reflejado con el pasar de los años en

grandes cifras y esto permite que se promocionen todos los destinos con los que cuenta el país de manera organizada y atractiva para la demanda internacional.

Además se están implementando estrategias para desarrollar en su máximo potencial el sector turístico algunas de estas son: incentivar al turista a extender su estadía en el destino visitado, crear ofertas competitivas, ampliar las vías de acceso aéreo y mejorar las terrestres, capacitar a las personas que están en el sector buscando convenios con entidades que están en condición de educar, financiar los proyectos que busquen fortalecer el sector, promocionar los destinos de manera llamativa, establecer necesidades y basarse en el desarrollo de satisfacción turística de las mismas, generar mercado estratégico, maximizar visitas a ferias y fiestas a lo largo del año, conectar los destinos o atractivos turísticos cercanos, fortalecer la experiencia turística de visitantes al país y generar reconocimiento de destinos en todo el país.

Estas son algunas de las propuestas que se tiene para fortalecer el sector turístico de Colombia, que tiene como objetivo transformar la historia de turismo del país, atraer inversión, generar empleo, aumentar el PIB, y hacer del turismo una fuente potencial de crecimiento económico.

Colombia está en la capacidad de recibir a los turistas internacionales, cuenta con paisajes únicos y amplia biodiversidad, se resalta que Colombia cuenta con tres distinguidos reconocimientos a nivel mundial, como lo son: en el año 2019; World Travel Awards, es una distinción otorgada por ser el principal destino de Suramérica, en el año 2020 Colombia obtuvo dos reconocimientos; Country Brand Awards como mejor marca país de Latinoamérica, The Webby Awards por tener el mejor sitio web en el mundo en categoría travel, y el Condé Nast Traveler que se especializa en turismo de lujo y estilo de vida. Colombia cuenta con el mejor café del mundo, el mejor chef es de Colombia, cuenta con destinos enfocados en sostenibilidad; Tres playas del país cuentan con el reconocimiento de la bandera azul que simbolizan los cumplimientos de las condiciones ambientales de las instalaciones y este reconocimiento lo tienen las playas: Johnny Cay (San Andrés), Playa Azul (Cartagena) y Bello Horizonte (Santa Marta). No solo se traduce en mayor visibilidad a nivel internacional sino en mejores ingresos que puedan permear a los habitantes y trabajadores de las zonas de influencia.

Además, cuenta con ciudades atractivas y reconocidas como lo son: Bogotá, Medellín, Cali o Cartagena, del colorido del Carnaval de Barranquilla y de la riqueza natural de la Sierra Nevada de Santa Marta y del Parque Tayrona. (Colombia travel, 2022)

Colombia es un destino ideal para desarrollar turismo de aventura, que en la actualidad ha venido tomando fuerza, el turismo de aventura consiste en tener un acercamiento con la naturaleza y adicionarle adrenalina, es por eso que Colombia cuenta con infinidad de selvas, llanuras, ríos, y demás

elementos que permiten que se desarrolle de manera atractiva este tipo de turismo, entre los destinos en los cuales se puede experimentar este tipo de turismo en Colombia están: San Gil (Santander), Isla de Malpelo (Valle del Cauca), San Francisco (Antioquia), Ciudad Perdida (Magdalena), Suesca (Cundinamarca), y Amazonas. Destinos en los cuales se puede practicar parapente, espeleísmo, bungee, torrentismo, buceo, trekking, escalada de roca, senderismo, esquí acuático, pesca deportiva, canotaje, y otros deportes de aventura que generan una experiencia única e inolvidable y que posteriormente están familiarizados con el turismo sostenible.

Es de resaltar que, Colombia cuenta con una Red Nacional de Puntos de Información Turística, creada en el año 2006 con el objetivo brindar un sistema de información turística integral en todo el país.

Desde el 2010, la Red Nacional es administrada por el Fondo Nacional de Turismo (Fontur), y cuenta con puntos en varios municipios del país. Además, ciudades principales como Bogotá y Medellín cuentan con un amplio número de Puntos de Información Turística (PITS). (Colombia travel, 2022).

Colombia pese a las debilidades que tiene en cuanto a redes terrestres, aéreas y de seguridad, Colombia está trabajando en convertirse en un destino turístico prestigioso, que tiene como fin aprovechar su valor máspreciado como lo es el recurso natural, y diversificar la oferta turística a los visitantes apuntado a la naturaleza, Colombia cuenta con diferentes tipo de turismo, como lo son: Turismo de naturaleza, ya que el país tiene 59 áreas naturales, Turismo de deporte y aventura ya que desarrolla actividades como: trekking, buceo, turismo ecuestre y pesca deportiva. Turismo de negocios ya que realiza eventos y convenciones internacionales en diferentes ciudades del país. Turismo cultural, uno de sus iconos por excelencia es Cartagena de Indias, Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad, quien ha sido elegida como el 2° destino de Latinoamérica preferido para viajar en 2021.

Turismo de bienestar y salud El turismo de salud en Colombia se concentra en la medicina curativa y la estética. Turismo de cruceros, En 2020 se recibieron 73 cruceros y se destaca el turismo náutico por su gran potencial de crecimiento.

Turismo gastronómico, con una amplia oferta gastronómica gracias a la diversidad de climas y culturas en las distintas zonas del país lo cual ha sido representativo en sectores económicos y culturales. Siendo así cuenta con una oferta amplia para crear una ruta atractiva para los visitantes de talla internacional.

Por otro lado, sigue vigente el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 para el fomento del emprendimiento, la productividad, la creación de valor añadido y sostenibilidad en para las empresas, destinos y comunidades turísticas. Los pilares o líneas estratégicas del plan sectorial son: modernizar el marco regulatorio, diversificar la oferta turística, mejorar la infraestructura y conectividad, atracción de inversión extranjera, fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo y fomento de programas de turismo responsable, accesible y comercio justo. España exportación e inversiones (Icex, 2021)

Hoy en día el segmento de mayor demanda es la naturaleza, en la siguiente imagen, se muestra actualmente el mapa de Colombia, y seis regiones las cuales apuestan para atraer viajeros internacionales, mediante una estrategia que lidera Procolombia, la cual consiste en posicionar dichas regiones ya que cuentan con una amplia y gran biodiversidad, y variedad cultural, con la propuesta por el turismo sostenible y responsable, que como se mencionaba anteriormente está tomando fuerza en los últimos tiempos.

Figura 25

Seis destinos turísticos internacionales en Colombia



Fuente: Ministerio de Industria y Turismo. (2022). *Noticia de Turismo: Seis regiones turísticas, la apuesta de Colombia para atraer viajeros internacionales.* <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/seis-regiones-turisticas-para-atraer-viajeros>

Las seis regiones son: Gran Caribe Colombiano; es un destino rico en naturaleza, cuenta con el mar de siete colores, cuenta con selva, y con la ciudad más colonial de Colombia: Cartagena de Indias. La segunda región es el Pacífico colombiano; es un destino que cuenta con salvajes selvas que conectan con el mar y su diversidad de especies como las ballenas jorobadas, y tortugas marinas, tiene herencia afrodescendiente y ancestral, la oferta cultural con la que cuenta es de talla mundial y es rica en gastronomía, música y su género representativo la salsa que es muy representativa de la Ciudad de Cali llamada la sucursal del cielo.

La tercera región es Andes Occidentales Colombianos; es una variedad de tradiciones, donde se hace el mejor café del mundo y cuenta con una ciudad muy llamativa como lo es Medellín. La región del Macizo Colombiano; es la cuna de la cultura andina colombiana, cuenta con gran variedad de naturaleza, páramos, montañas, ríos, y volcanes, cuenta con arquitectura arqueológica hecha por los indígenas, y este destino tiene a una de las ciudades más visitadas en lo corrido del año; la ciudad Banca de Popayán.

La quinta región por la que apuesta esta iniciativa es la de Amazonía-Orinoquía Colombiana; el corazón verde de Colombia, denominado así por su riqueza natural, biodiversidad, selvas salvajes, llanuras que albergan indígenas ancestrales con identidad. Por último, la región de los Andes Orientales Colombianos; es un destino lleno de historia, alberga muchos paisajes naturales, es rico en museos gastronomía, recursos hídricos y naturales, cultura pueblos coloniales, y es la región en la cual estamos ubicados. Cada una de estas regiones cuenta con un atractivo de talla mundial lo cual hace que se tenga un valor agregado y se pueda estructurar una ruta puntual y organizada para los visitantes y así poder satisfacer los segmentos diferentes de turismo.

En conclusión, la estrategia es muy llamativa ya que está incorporando los requerimientos que tienen los turistas actualmente, mostrando la riqueza natural y cultural de los destinos, generando así mayor eficiencia en la labor de promoción y creación de la marca país, logrando la apertura de nuevos segmentos de mercado.

Sistema turístico a nivel regional

De la misma manera el departamento de Boyacá ubicado en el centro de Colombia, cuenta con un importante portafolio en cuanto a sectores turísticos, se destaca por poseer unas de las más importantes y excepcionales ciudades coloniales. Los pueblos de Boyacá están cargados de historia, cultura y mucha riqueza, y se encuentran ecosistemas naturales muy hermosos. Aquitania cuenta con

una gran variedad de riquezas naturales, reconocido por su agricultura, destacado por ser la capital cebollera de Colombia, por otro lado, también se cataloga por la producción de la trucha arco iris, la cual es muy apetecida por los turistas o visitantes y así mismo, por los habitantes.

El *Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023 llamado “Pacto Social por Boyacá: tierra que sigue avanzando, (2020)* dentro del componente turístico y en el plan sectorial de turismo 2018-2022, “Turismo el propósito que nos une”, tiene establecidas seis líneas que responden a las tendencias actuales del sector turístico en el departamento teniendo como objetivo la satisfacción de las necesidades, estas seis líneas son: Gestión integral de destinos, Mejor infraestructura y conectividad a fin fortalecer el desarrollo empresarial, Emprendimiento, formalización y productividad, Educación para el turismo con altos estándares internacionales, Información y promoción eficiente para la productividad y Fortalecimiento de la institucionalidad a fin mejorar la gobernanza turística, para impulsar el turismo interno. (Mincit, M, d, 2018 como se citó en Gabinete de Gobierno Departamental, 3 de junio de 2020).

Según la secretaria de turismo, Boyacá se ha venido posicionando en el sector, y está enfocando todos sus esfuerzos en temas de salubridad en los establecimientos que brindan servicios turísticos. En la siguiente grafica se muestra el comportamiento de los visitantes en el sector turismo del departamento de Boyacá para el año 2018 y 2019. Se puede evidenciar que al pasar de un año a otro cada indicador ha presentado un aumento, y que significa que Boyacá cuenta con la capacidad para generar turismo masivamente, además porque cuenta con atractivos naturales, arquitectónicos y demás que son llamativos para los visitantes nacionales e internacionales.

Figura 26*Principales indicadores de Turismo en Boyacá*

Indicador	2018	2019
Visitantes Parques Naciones Naturales	15.482	16.019
Visitantes extranjeros no residentes	4.569	5.244
Número total de prestadores de servicios turísticos con RNT	1.194	1.490
Número de hoteles registrados	1.001	1.173
Número de habitaciones disponibles registradas	12.185	13.280
Número de camas disponibles registradas	21.661	23.738
Ocupación hotelera	38,03%	37,19%
Noches promedio por viaje	2	2
Instalaciones para realización de eventos especializados y convenciones	40	40
Número de empleos demandados por el sector turístico	6.740	6.985
Forma de ingreso de los turistas a Boyacá		
Aéreo	NA	NA
Terrestre	NA	NA

Fuente: Gabinete departamental de Gobierno de Boyacá. (3 de junio de 2020). *Plan de desarrollo departamental 2020-2023 llamado "Pacto social por Boyacá: Tierra que sigue avanzando"*. Gobernación de Boyacá. <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>

El Departamento de Boyacá está adelantando estrategias para fortalecer el turismo en todos sus aspectos, como fortalecer los consejos de turismo, comités, mesas técnicas y actores estratégicos del sector turístico. Desarrollar una estrategia de planificación técnica en la conformación de cadenas de valor regionales, en el aprovechamiento del potencial turístico local y regional en el departamento. Fortalecer los procesos de planificación turística y organización de los destinos, de acuerdo a la vocación natural y cultural, generando valor, diversificando la oferta y dándole sostenibilidad a través de la calidad, la armonización de actividades y atractivos y la integración de los territorios de la Región Central con el desarrollo de productos turísticos.

Esto con el fin de generar una promoción turística que resalte en todos los aspectos que este de manera organizada, y permita que el departamento sea más competitivo a nivel nacional e internacional.

Según el índice de competitividad turística regional de Colombia, a 2020, el departamento de Boyacá se encuentra ubicado en el puesto número 12, teniendo en cuenta su participación del 7,93% en turismo de empleo, 3,49% por participación del turismo en el PIB, presupuesto de inversión destinado al turismo con una participación del 0,65%, cuenta con un 0,79% de prestadores de servicios turísticos que cuentan con sello de calidad turística, 1.674 prestadores de servicios turísticos activos en el departamento, y 8.138 turistas de talla internacional o extranjeros que han ingresado al departamento.

Los criterios de evaluación del Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - Departamentos 2020, están definidos por 8 ítems los cuales son: económico, social, ambiental, cultural, infraestructura, empresarial, gestión de destino, y estrategias de mercadeo, es por esto que el departamento de Boyacá se encuentra en la posición número 12 de 32 departamentos evaluados en este índice de competitividad, realmente es una posición buena ya que indica que el departamento está próximo a ser más competitivo.

En la siguiente grafica se puede ver temas culturales del departamento de Boyacá los cuales han mostrado un crecimiento de 14 puntos, esto indica que se están realizando los ajustes pertinentes en el tema cultural, por su parte y pese a los adelantos de mejora en temas ambientales la puntuación presento una baja de 9 puntos, el tema económico mostro un incremento significativo de 12 puntos lo cual indica que el departamento está recibiendo buenos ingresos, en el ámbito empresarial gracias a la creación de diferentes estrategias de promoción turística y se han establecido relaciones de valor con diferentes cadenas prestadoras de servicios turísticos nacionales se muestra un incremento de 36 puntos, las estrategias de mercadeo por su parte han presentado una baja significativa de 112 puntos esto indica que dichas estrategias se deben reforzar e implementar para promocionar el destino turístico de manera atractiva y se puedan satisfacer las necesidades de los viajeros en la actualidad.

Figura 27

Criterios de evaluación del ICTR.

	2019 (De 0 a 10)	2020 (De 0 a 10)	
CULTURAL	6,25	6,39	▲
AMBIENTAL	5,63	5,52	▼
GESTIÓN DE DESTINO	6,00	6,02	▲
ECONÓMICO	3,68	3,80	▲
EMPRESARIAL	2,28	2,64	▲
ESTRATEGIA DE MERCADEO	6,72	5,60	▼
SOCIAL	4,15	4,33	▲
INFRAESTRUCTURA	5,50	5,53	▲
ICTRC	5,26	5,23	▼

Fuente: Centro de Pensamiento Turístico- Colombia (Cotelco-Cafam). (2020). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - Departamentos: Boyacá*. <https://cptur.org/publicaciones/ZtYnRVO9fxFXIeq>

El departamento de Boyacá en temas de cultura cuenta con una participación que esta evaluada de 0 a 10, y cuenta con ítems como inventario cultural del 6,86, en cuanto a la oferta de productos turísticos culturales y atractivos culturales declarados tiene una participación muy buena del 9,49, atractivos culturales del departamento declarados patrimonio de la humanidad el departamento no

cuenta con ninguno, tiene una buena participación del 7,39 en oferta de productos turísticos gastronómicos, con una participación del 6,35 Boyacá cuenta con eventos para la preservación y promoción de la gastronomía tradicional, en cuanto a diseño técnico de productos culturales tiene una buena participación del 8,25, y en cuanto a festividades y eventos culturales cuenta con una participación del 5,75. Esto en conclusión es bastante bueno puesto que cada uno de los ítems tiene una ponderación buena lo cual indica que el departamento posee una identidad cultural bastante diversificada y amplia y tiene la capacidad de ofrecer una ruta turística cultural atractiva.

En cuanto a términos empresariales el departamento muestra una buena participación, en prestadores de servicios certificados en calidad turística con una participación del 4,56, ejecución de proyectos turísticos en alianza público privado con un 4,31.

En la siguiente imagen se puede evidenciar que en cuanto al tema de naturaleza o ambiental, Boyacá posee grandes virtudes las cuales han sido ponderadas con buen puntaje, las áreas protegidas con el plan de manejo ambiental con una participación del 8,95, seguida del apoyo técnico a la oferta de productos de naturaleza con una participación del 8,2.

Figura 28

Temas ambientales en Boyacá

— AMBIENTAL —		
Código	Indicador	Puntaje (De 0 a 10)
AMB 1	Calidad del agua	2,94
AMB 2	Productos turísticos de naturaleza	2,45
AMB 4	Diversidad en fauna y flora	6,50
AMB 5	Concentración de especies endémicas	7,42
AMB 6	Vulnerabilidad ambiental	3,86
AMB 7	Biodiversidad en riesgo	3,85
AMB 8	Áreas naturales de uso turístico	6,06
AMB 15	Apoyo técnico a la oferta de productos de naturaleza	8,52
AMB 17	Reconocimientos ambientales internacionales	0,00
AMB 18	Áreas de protección ambiental	6,83
AMB 19	Adaptación al cambio climático	5,81
AMB 20	Gestión del riesgo	6,86
AMB 21	Áreas protegidas con plan de manejo ambiental	8,95
AMB 23	Denuncias ambientales	4,86
AMB 24	Tasa anual de deforestación	7,82

Fuente: Centro de Pensamiento Turístico- Colombia (Cotelco-Cafam). (2020). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - Departamentos: Boyacá*. <https://cptur.org/publicaciones/ZtYnRVO9fxFXIeq>

En cuanto a las estrategias de mercadeo manejadas en el departamento se puede ver en la siguiente imagen la buena puntuación del 9,12 obtenida en temas de relación entre la vocación turística

del departamento y la promoción de productos turísticos, seguida del apoyo técnico al diseño de productos turísticos con un 8,95.

Figura 29

Estrategias de mercadeo en el departamento de Boyacá

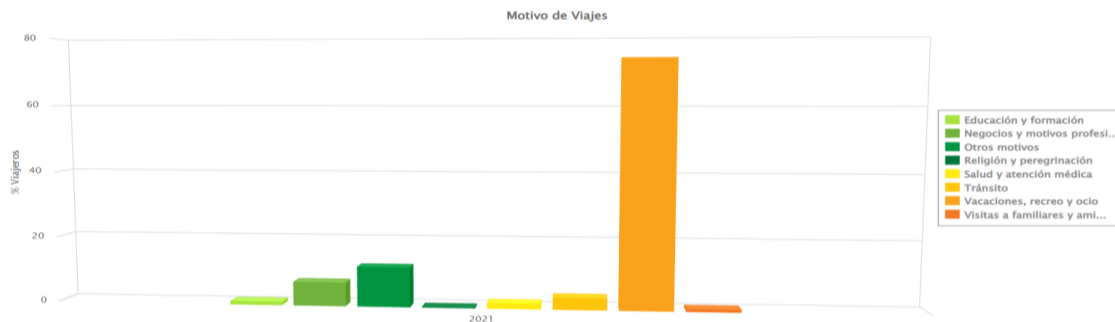
— ESTRATEGIA DE MERCADEO —		
Código	Indicador	Puntaje (De 0 a 10)
EST 1	Apoyo técnico al diseño de productos turísticos	8,95
EST 4	Relación entre la vocación turística del departamento y la promoción de productos turísticos	9,12
EST 5	Promoción a través de guías turísticas	3,71
EST 6	Disponibilidad de paquetes turísticos en OTAS	6,86
EST 10	Participación en ferias nacionales especializadas en turismo	2,70
EST 11	Participación en ferias internacionales especializadas en turismo	0,63
EST 14	Promoción en medios virtuales	7,24

Fuente: Centro de Pensamiento Turístico- Colombia (Cotelco-Cafam). (2020). *Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia - Departamentos: Boyacá*. <https://cptur.org/publicaciones/ZtYnRVO9fxFXIeq>

Según las estadísticas que nos presenta el Centro de información turística de Colombia “CITUR”, los motivos por los cuales las personas de procedencia extranjera visitan Colombia en su gran mayoría para el año 2021 el motivo fue por vacaciones recreo y ocio, con una participación del 74.14%, seguido de otros motivos con una participación del 11.9%, negocios y motivos profesionales con una participación del 7.13%, para el año 2021.

Figura 30

Motivos de viaje a Colombia



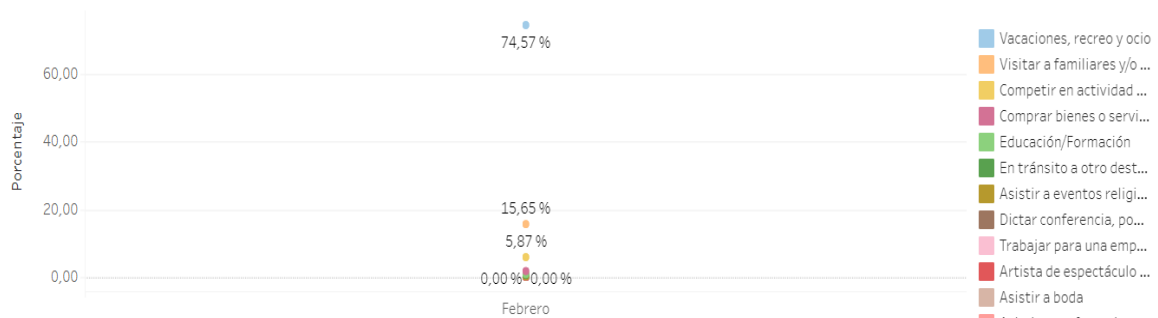
Fuente: Turismo Receptor- Sistema de Información Turística de Boyacá. (2019). *Motivo de Viajes*. <https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/indicadores/>

Los motivos de viaje de las personas para visitar Boyacá según, el Sistema de Información Turística de Boyacá (Situr, 2022), para febrero de 2019, son: vacaciones, recreo y ocio con una participación del 74,57%, seguida de visitar a familiares y/o amigos con un porcentaje del 15,65%, ocupando el tercer lugar con el motivo de competir en actividades deportivas con una participación del 5,87%, comprar bienes o servicios para empresa que no es de Boyacá o como independiente con un 1,74%.

Figura 31

Motivo principal

Motivo principal del viaje



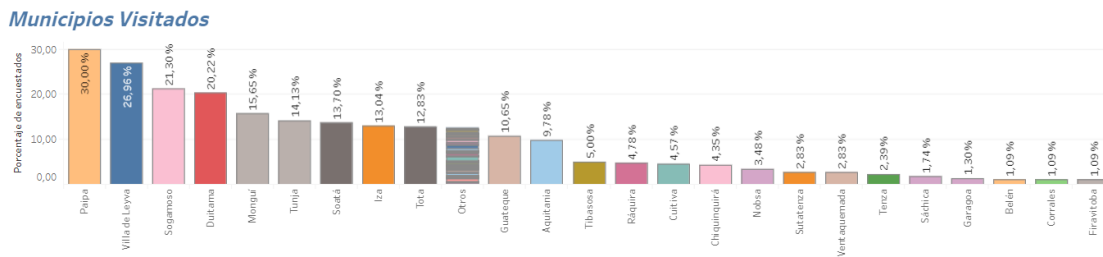
del viaje

Fuente: Turismo Receptor – Sistema de Información Turística de Boyacá. (2019). *Indicadores: Motivo principal del viaje.*: <https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/>

En cuanto a la encuesta sobre las características del viaje turístico y los municipios que las personas visitaron durante su estadía en el departamento de Boyacá, el sistema de información turística de Boyacá nos presenta la siguiente gráfica, ubicando al municipio de Aquitania en el puesto número 12, con un porcentaje total de personas que lo visitaron de 9,78%.

Figura 32

Municipios visitados en el departamento de Boyacá



Fuente: Turismo Receptor – Sistema de Información Turística de Boyacá. (2019). Indicadores: *Municipios Visitados*. <https://situr.boyaca.gov.co/estadísticas/turismo-receptor/>

El departamento de Boyacá, por su parte trabaja en la implementación de estrategias para potenciar el turismo mediante el marketing turístico, con el que se pretende conocer el mercado, segmentarlo, saber cuáles son las tendencias actuales.

El departamento de Boyacá, es uno de los lugares que tiene mayor demanda turística, puesto que cuenta con diferentes atractivos turísticos en los diferentes municipios que lo integran, según el Sistema de información turística de Boyacá, nos presenta en la siguiente gráfica los tipos de establecimientos que tienen en cuenta los turistas a visitar y a la hora de recibir la oferta de un destino en Boyacá, prefieren como sitios de interés visitar Museos con una participación del 31,82%, otros lugares con una participación del 22,73%.

Figura 33

Tipos de establecimientos visitados en Boyacá



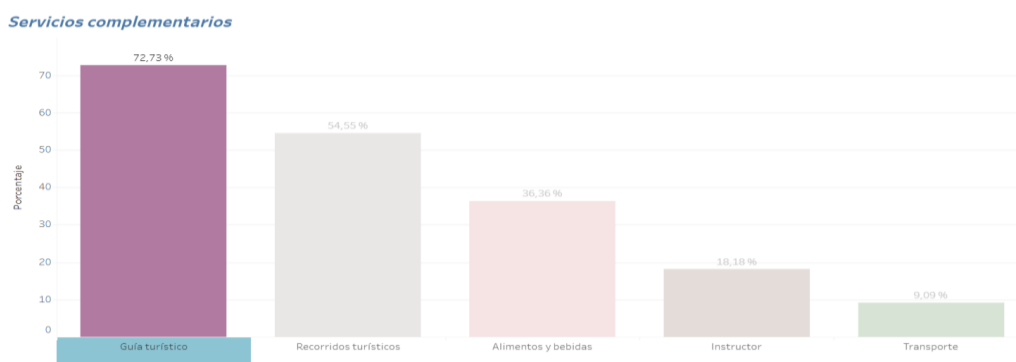
Fuente: Turismo Receptor – Sistema de Información Turística de Boyacá. (2019). Indicadores: *Tipo de establecimiento*. <https://situr.boyaca.gov.co/estadísticas/turismo-receptor/>

Los servicios que suelen tener en cuenta los turistas a la hora de visitar un lugar, son: en su mayoría y con una participación de 72,73% a la guía turística, con una participación del 54,55% tienen en cuenta los recorridos turísticos que se llevan a cabo en el lugar a visitar, en tercer lugar, con una participación de 38,36% el tema de alimentos y bebidas ofrecidas.

Quiere decir que los turistas tienen en cuenta estos aspectos en primera instancia para que su visita sea de agrado y satisfaga su necesidad.

Figura 34

Servicios Complementarios



Fuente: Turismo Receptor – Sistema de Información Turística de Boyacá. (2019). *Indicadores: Servicios complementarios*. <https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/>

Sistema turístico a nivel local

Aquitania cuenta con una gran variedad de riquezas naturales, es reconocida en temas de agricultura, y es destacada al ser la capital cebollera de Colombia, por otro lado, también se cataloga como un destino gastronómico atractivo gracias a la producción de la trucha arco iris, la cual es muy apetecida por turistas, visitantes y habitantes en general. Los páramos, la fauna y la flora con la que cuenta el municipio no están exentos, dado que, se puede apreciar grandes y maravillosos recursos naturales y culturales los cuales resaltan la belleza del territorio.

El municipio de Aquitania, es un paraíso, con gran biodiversidad, con una fuente hídrica muy conocida a nivel nacional e internacional; el Lago de Tota. Aquitania actualmente cuenta con un Museo propio denominado: “Museo Lago de Tota”, lugar en el cual se encuentra la historia del municipio, se da a conocer información cultural del municipio, gastronomía típica, se cuentan

historias, se describe al campesino, se muestra su producto agrícola representativo llamado “cebolla larga”, su fuente hídrica más importante la “laguna de Tota” y su plato típico la “trucha arco iris”.

Hace poco en Aquitania, se llevó a cabo el desarrollo de la propuesta que se da por la existencia del ave emblemática denominada: “Cucarachero de Pantano”, con ello se pretende fortalecer y consolidar el grupo “Guardianes de las aves del Lago de Tota”, con el fin de que se resalte la importancia de cuidar y proteger a las especies que habitan en los atractivos naturales, y posteriormente que se promulgue el turismo, a través de actividades de Aviturismo, y que el grupo sea capacitado para poder brindar el desarrollo de dicha actividad a los visitantes que lleguen al municipio.

Adicionalmente, en ocasiones especiales como en la conmemoración de los cumpleaños del municipio se realizan actividades como ferias campesinas, ferias gastronómicas, muestras musicales, danzas, y artesanales. Son aspectos a tener en cuenta para poder realizarlos no solo cuando se tenga una fecha especial, sino también para poder ofrecerles a los turistas de manera continua.

Por otra parte, en Aquitania se han venido implementando entidades o lugares prestadores de servicios turísticos, más que todo en la parte de alojamientos, como lo es el caso de los glampings. Es así que esta es una de las propuestas más llamativas y por las cuales residentes de la localidad están apostando actualmente.

Aquitania cuenta con diferentes tipos de turismo a realizar; turismo gastronómico porque cuenta con talleres que permiten que los turistas aprecien las recetas ancestrales o típicas, turismo natural, turismo paisajístico y turismo de aventura, puesto que cuenta con espacios para la realización de actividades como senderismo, caminatas ecológicas, deportes náuticos como moto acuática, esquí acuático, kitesurf, vela, remo, visitar las diferentes islas y otros deportes. También hay cerros para subir y experimentar recorridos en bicicletas, turismo religioso.

Potenciar el turismo, es una manera de atraer y desarrollar el potencial empresarial, generar empleos, atraer inversión, y que así mismo la economía crezca.

Según la información consultada en el (*Plan de desarrollo de Aquitania periodo 2020-2023 llamado “Unidos construimos el progreso”, 2020*), diagnostican que el sector turístico del municipio ha venido obtenido reconocimiento, más sin embargo no han podido desarrollar una oferta turística que se adapte a los requerimientos del mercado. Mencionan en su plan de desarrollo la información de los agentes que ofertan los servicios turísticos en el Municipio. Los cuales se muestran en la siguiente tabla, resaltando que en su mayoría son prestadores de servicios como: alojamiento, restaurantes, artesanías, una persona encargada de cultura y otra de ecoturismo.

Figura 35

Agentes que ofertan servicios turísticos en el municipio de Aquitania

Sitios	Categoría	Descripción del servicio	Dirección	Correo Electronico
TRAVELT.SAS	Ecoturismo	Servicios de lanchas senderismo y ecoturismo.	km 3 via aquitania -	lucero15.71@hotmail.com
ARTESANIAS SIRAMENA ARTESANIAS	Artesanias	Ruanas monteras chavos bufandas chales bolsos guantes gorros boinas medias y artesanias	cll 7 # 6 - 22	sol27mar@gmail.com
RESTAURANTE ALTO DE LAS NIEVES	Restaurante	Especialidad trucha arcoiris y platos de la región Mirador Hermosa Vista del algo de Tota amplia Zona	cra 8 # 4 - 68	altdelasnieves@gmail.com
POSTRES DELICIA Y SABOR CUAJADA Y MELADO	Restaurante	Postres con frutas de la región obleas helados cuajada con melado.	quioscos parque principal	marinamuneverr@gmail.com
HOTEL SANTA INÉS	Hospedaje	Hospedaje con 13 habitaciones disponibles 2 cabañas servicio de restaurante y ecoturismo.	km 29 via sogamoso -	santaineshotel@gmail.com
HOTEL ROCAS LINDAS	Hospedaje	Hospedaje con 10 habitaciones 1 cabaña servicio de caminatas guiadas y paseo en bicicleta a orillas del	km 34 via sogamoso -	no registra
ANDINO CAFÉ ARTE Y SABOR	Restaurante	Café expreso capuchino licores Cocteles y artesanias	cll 6 # 7 - 16 2do piso	holman_pr@yahoo.com
ECOQUITANIA TOURS	Ecoturismo	Ecoturismo: caminatas ecológicas senderos interpretativo eco cabalgata eco ciclismo	cra 7 # 7 - 25	ramirezcarito@gmail.com
GERMAN BELLO El indio rastrojero - CULTURA	Cultural	Poeta declamador que lleva en su narrativa la poesía costumbrista que refleja la realidad cotidiana de	no registra	gabindiorastrojeroeta@gmail.com
PUEBLITO VIEJO I Y II	Restaurante	Especialidad Trucha Arcoiris: Trucha Pueblo Viejo Trucha Ahumada	cra 6 cll 7 esq. parque principal	uriel1451@hotmail.com
ARTESANIAS ARTILUJOS GUAQUIRA TALLER DE	Artesanias	Taller educativo por una identidad a través de joyas artesanales en plata y vidrio	cll 6 # 8 - 36	pattygaroarte@gmail.com
RESTAURANTE BRASAS Y LEÑOS	Restaurante	Platos típicos truchas y carnes. Res cerdo cordero conejos pescados. Parqueadero privado pago con	cra 10 # 10 - 16	brasasyleñosrestaurant@gmail.com
OLAS DE CRISTAL	Hospedaje	Hospedaje con 15 habitaciones disponibles de diferente acomodación. en total 35 personas.	cra 6 # 8 - 04	hotel_olasdecristal@hotmail.com
CERES PARADOR TURISTICO	Restaurante y Ecoturismo	Centro de Eventos recreación ecoturismo y servicios de Restaurante con la mejor Trucha Arco Iris y los	km 3 via aquitania -	no registra
EL CANELAZO	Restaurante	Cafetería heladería y salón de onces.	cll 6 # 4 - 6	reneca07@yahoo.es
POZO AZUL	Hospedaje	Hospedaje con 15 habitaciones disponibles 2 cabañas a orillas del lago de tota.	vda susaca sector pozo azul	hpozoazul@yahoo.com
ARTESANIAS ARTEXCOL (Arte Textil Colombiano)	Artesanias	Confecciones en lana virgen ruanas cobijas gorros bufandas suéteres mochilas medias tapetes guantes	cll 6 # 5 - 35	artexcol76@hotmail.com
DON LUCHO	Hospedaje	Hospedaje con capacidad para 20 personas habitaciones con tv cable y baño privado	cll 7 # 6 - 35 parque principal	restaurantelucho.aquitania@gmail.com
COSTA AZUL	Hospedaje	Hospedaje con capacidad para 11 personas con habitaciones con tv cable y baño privado. servicio	cra 8 # 7 - 53	lucero15.71@hotmail.com

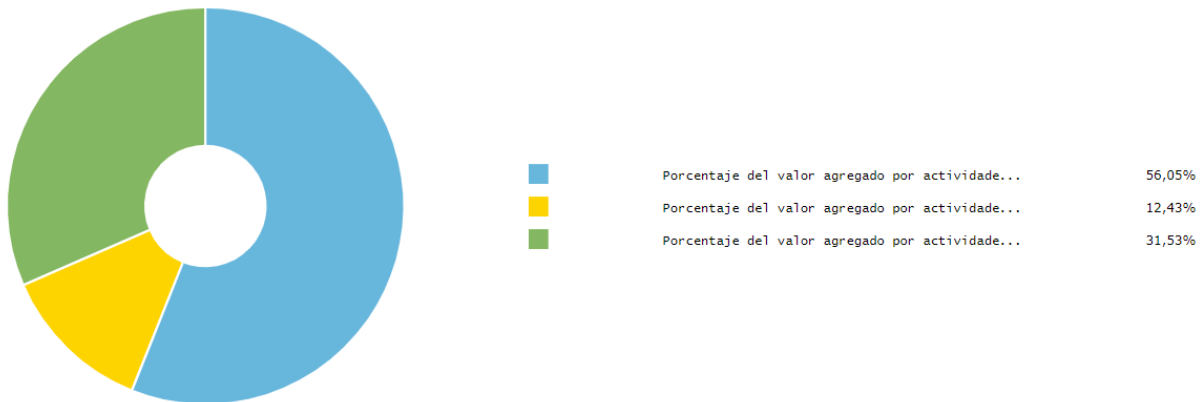
Fuente: Servicio de Tramites del Estado colombiano: Alcaldía Municipal de Aquitania en Boyacá. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal (2020-2023)*, "UNIDOS CONSTRUIMOS EL PROGRESO 2020-2023".

<http://www.aquitania-boyaca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-20202023-unidos-construimos-el-progreso-103456>

La economía del municipio de Aquitania se basa en 3 pilares fundamentales los cuales son: actividades económicas primarias, actividades económicas secundarias y actividades económicas terciarias. En la siguiente grafica según el Departamento nacional de planeación (DNP) se muestra que las actividades primarias como la agricultura, pesca, ganadería entre otras tienen la mayor participación en la economía del municipio con un 56,05%.

Figura 36

Economía del municipio de Aquitania Boyacá.



Fuente: Servicio de Trámites del Estado colombiano: Alcaldía Municipal de Aquitania en Boyacá. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal (2020-2023)*, “UNIDOS CONSTRUIMOS EL PROGRESO 2020-2023”. <http://www.aquitania-boyaca.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-20202023-unidos-construimos-el-progreso-103456>

Según el índice de competitividad turística regional de Colombia, el cual realizó la recolección de información para obtener los datos a nivel regional y departamental de la adopción, avance e implementación de estrategias, políticas y proyectos del sector turismo en los territorios se pudo encontrar que el municipio de Aquitania no se encuentra en el listado de evaluación del departamento de Boyacá.

Cabe resaltar que la recolección de la información se realizó a través de las secretarías de turismo departamentales o municipales, con la ayuda de herramientas tales como: Dane, Fontur, DIAN, IDEAM, entre otras.

Con lo analizado anteriormente se puede concluir que el turismo es uno de los motores del sector económico, además es una fuente de oportunidades que permiten el desarrollo y la potencialización de los destinos, los recursos naturales, culturales, y de patrimonio son herramientas fundamentales para la promoción turística de un determinado lugar ya que estos permiten identificar de manera puntual y significativa el destino. Actualmente la demanda turística ha cambiado, las motivaciones de viaje de las personas están enfocadas en el turismo sostenible, en el cuidado y preservación del medio ambiente y posteriormente en la generación de una experiencia que satisfaga las necesidades y genere recordación.

En este sentido la importancia del turismo depende de los elementos que lo integran, de la organización y estructuración de los destinos, se puede decir que a nivel internacional y nacional se están adelantando proyectos encaminados a la mejora de las experiencias turísticas, además Colombia

es uno de los países por los cuales los turistas optan por visitar, ya que es un país rico en cultura, biodiversidad, recursos naturales y patrimoniales. Boyacá es uno de los departamentos que tiene un gran portafolio turístico, la arquitectura de sus municipios, la riqueza natural y cultural es muy llamativa para los turistas, la gastronomía es una de sus principales fuentes de atracción turística. Aquitania por su parte es un municipio rico en recursos naturales y culturales, cuenta con un gran potencial para desarrollar el turismo que actualmente es el más demandado que es el turismo de naturaleza o turismo sostenible, dado que el municipio cuenta con gran variedad de recursos naturales en los cuales se pueden desarrollar actividades acordes a las motivación y preferencias de los turistas en la actualidad, Aquitania cuenta con potencial turístico pero se tiene que trabajar para mejorar sus accesos y potencialización, y sobre todo, se debe planificar el turismo a través de todos los canales.

Estrategias que permitan la promoción del sistema turístico en el municipio apuntando al mercado internacional

A partir de los resultados generados en la etapa de aportación de información del desarrollo del grupo focal, se pudo obtener un análisis de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades con las que cuenta el sistema turístico del municipio de Aquitania, logrando obtener valiosa información para construir la matriz DOFA, con la que se logró identificar y establecer diferentes parámetros que nos ayudaran a la elaboración de las estrategias.

Cabe resaltar que, inicialmente se dio paso a la construcción de la matriz de evaluación de factores internos (MEFI) y la matriz de evaluación de factores externos (MEFE), lo que permitió resumir seguidamente estos factores en la matriz DOFA, la que constituye el punto de partida para la formulación o elaboración de estrategias, de la cual se deriva la matriz MAFE (Amenazas, Oportunidades, Debilidades y Fortalezas) que mediante el cruce de variables se determinarán las estrategias que más le convengan al sistema turístico del municipio de Aquitania.

Entre tanto, a cada una de estas matrices fueron asignados 3 ítems de calificación expresados de la siguiente manera: el peso en cada matriz manifiesta la importancia considerada que tiene cada una de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, este debe ser asignado en un rango de cero (irrelevante) a 1.0 (muy importante), independientemente de que el factor muestre una fortaleza o un aspecto a mejorar, se recomienda que para los ítems que representen desempeño, productividad, y calidad se le otorguen los valores más altos, el total debe sumar 1.0. Enseguida, la calificación se divide en cuatro valores entre 1 y 4 a cada uno de los factores, según el orden de representación en efecto de indicar si el factor representa: 4 una calificación de fuerza mayor, 3 una fuerza menor, 2 una debilidad menor y 1 una debilidad mayor, para terminar, se procede a multiplicar el peso de cada factor por su calificación para obtener un total ponderado para cada una de las variables, esto permitió obtener un puntaje total entre 1.0 como el valor más bajo y 4.0 el valor más alto, siendo así 2,5 el valor promedio del valor ponderado.

Finalmente, la elaboración de la matriz MAFE, permite garantizar la utilización de las fortalezas internas con el propósito de aprovechar las oportunidades externas, así como la disminución del impacto de las amenazas del entorno, valiéndose de las fortalezas; en consecuencia, se busca la disminución de las debilidades y neutralización de las amenazas a través de las acciones de carácter defensivo y desde luego el mejoramiento de las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas. (Talancón, 2006)

Teniendo en cuenta la información obtenida en el análisis externo e interno descrito en el primer capítulo de esta investigación, se procede a apoyar el diseño del esquema de estrategias a través de la elaboración de las matrices MEFI y MEFE, las cuales permiten enlistar de manera más precisa y puntual los factores internos y externos con los que cuenta el sistema turístico del municipio de Aquitania.

En ese orden de ideas, la matriz MEFI, ayuda a detectar de manera más puntual las fortalezas con las que cuenta el sistema y posteriormente identificar las debilidades para poder contrarrestarlas.

Tabla 1*Matriz Mefi*

MATRIZ MEFI			
FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
FORTALEZAS			
(F1) Aquitania es destino sostenible o verde.	0,05	4	0,20
(F2) Turismo gastronómico, paisajístico, religioso, de naturaleza, etc.	0,04	4	0,16
(F3) Biodiversidad.	0,04	4	0,16
(F4) Cuenta con Museo propio.	0,03	3	0,09
(F5) Contenido cultural, y riquezas naturales.	0,05	4	0,20
(F6) Productos típicos.	0,04	3	0,12
(F7) Diversidad de artesanías.	0,03	3	0,09
(F8) Historia Muisca.	0,04	3	0,12
(F9) Patrimonio cultural y arquitectura.	0,04	3	0,12
(F10) Ecoturismo	0,05	4	0,20
(F11) Agroturismo	0,04	4	0,16
(F12) Cercanía con las principales ciudades del país.	0,05	3	0,1
Subtotal de fortalezas	0,50		1,8
DEBILIDADES			
(D1) Informalidad por parte de los prestadores de servicios turísticos.	0,05	1	0,05
(D2) Falta de comunicación entre prestadores de servicios turísticos.	0,08	1	0,075
(D3) Promoción turística nula por parte del gobierno local.	0,05	2	0,1
(D4) Falta de apropiación del municipio como destino turístico parte de la comunidad y el gobierno local.	0,04	1	0,04
(D5) Problemática con educación ambiental.	0,04	1	0,04
(D6) No existe un portafolio de servicios o guía turística estructurada y establecida.	0,04	2	0,08
(D7) Puntos de información turística escasos tanto presenciales como digitales.	0,04	1	0,04

(D8) Poca organización del sector turístico.	0,05	1	0,05
(D9) Competencia desleal.	0,04	1	0,04
(D10) Poca capacitación para los prestadores de servicios.	0,06	2	0,12
Subtotal de debilidades	0,5		0,6
TOTAL	1,0		2,4

Fuente: Elaboración propia de la autora.

Los resultados obtenidos respecto a la matriz MEFI, en relación a las fortalezas con las que cuenta el sistema turístico del municipio tuvo una puntuación de 1,8, lo cual indica que las fuerzas internas son favorables, dado que pesan más que las debilidades, el sistema turístico cuenta con puntos positivos y la existencia de estas variables permite que dicho sistema sea fuerte en cuanto a fortalezas, en conclusión es viable que se tenga como punto de partida las fortalezas y se puedan estructurar y organizar de tal manera que las convierta en herramienta fundamental para el desarrollo del mismo.

Los resultados expresados como resultado de la puntuación nos muestran que las debilidades obtuvieron una puntuación total de 0,6 esto indica que las debilidades con las que cuenta en este momento el sector turístico del municipio son desfavorables, es así como, se debe trabajar en el diseño de estrategias que permitan minimizar dichas debilidades y convertirlas en fortalezas para el sector. A nivel general el resultado final del estado a nivel interno del sistema turístico es de 2,4, esto señala que este se encuentra en una posición débil a nivel interno.

En conclusión, en el análisis de la matriz MEFI, en las tablas se muestran las fortalezas y debilidades con las que cuenta el sector turístico del municipio de Aquitania. Pese a que el municipio es un destino verde que cuenta con herramientas de valor como son: riquezas naturales, culturales y patrimoniales, amplia biodiversidad, gastronomía típica, se pudo identificar que, pese a que se obtuvo una puntuación muy buena en el total de las fortalezas del municipio a nivel turístico este no las está aprovechando como principal fuente de mejoramiento. En cuanto a las debilidades se puede evidenciar que se tiene una puntuación bastante alta, es por ello por lo que el sistema turístico se ve afectado y por ende no se muestra un desarrollo constante y organizado, es de resaltar que en esta situación las debilidades son un factor importante en el cual se debe trabajar y poner todos los esfuerzos para poder mitigar las falencias con las que se cuenta actualmente.

A continuación, se relacionan los datos que determinan la clasificación de los factores se realizó en relación con la importancia que tiene cada ítem en el sistema turístico del municipio.

Tabla 2*Matriz Mefe Amenazas*

MATRIZ MEFE			
FACTOR A ANALIZAR	PESO	CALIFICACION	PONDERADO
OPORTUNIDADES			
(O1) Educación ambiental.	0,02	3	0,06
(O2) Aprovechamiento del entorno.	0,02	3	0,06
(O3) Riqueza Natural y Cultural del destino.	0,05	3	0,15
(O4) Implementación de nuevos modelos de negocio para el sector.	0,04	3	0,12
(O5) Manejo adecuado e implementación de los canales de promoción actuales. De manera física y digital.	0,03	3	0,09
(O6) Ampliación, organización y estructuración del portafolio de servicios.	0,03	4	0,12
(O7) Crecimiento del turismo a nivel: Gastronómico, Religioso. Paisajístico, de Naturaleza y demás.	0,04	3	0,12
(O8) Creación de una red de apoyo entre prestadores de servicios turísticos.	0,04	3	0,12
(O9) Fomentar actividades en sitios turísticos poco visitados.	0,04	4	0,16
(O10) Posicionar a Aquitania como destino turístico con responsabilidad ambiental.	0,04	4	0,16
(O11) Planeación de actividades turísticas según grupos específicos.	0,03	4	0,12
(O12) Convertir a la comunidad Local en promotores de experiencia turística.	0,03	3	0,09
(O13) Ofrecer experiencias educacionales como podría ser diseño de artesanías, educación ambiental, gastronomía, etc.	0,04	4	0,16
(O14) Incorporar experiencias de Agroturismo.	0,02	3	0,06
(O15) Creación de alianzas entre los prestadores de servicios turísticos.	0,04	4	0,16
Subtotal de oportunidades	0,5		1,8
AMENAZAS			
(A1) Competencia cercana.	0,05	1	0,05
(A2) Falta de recursos.	0,07	2	0,14
(A3) Actividad turística sin planificación.	0,04	2	0,08
(A4) Pérdida o deterioro de atractivos turísticos.	0,05	2	0,1
(A5) Problemáticas ambientales.	0,04	2	0,08
(A6) Baja promoción del sector turístico.	0,07	2	0,14
(A7) Variedad de atractivos turísticos cercanos.	0,05	2	0,1
(A8) Economía afectada.	0,09	1	0,09
(A9) Rivalidad entre prestadores de servicios.	0,07	2	0,14
Subtotal de amenazas	0,5		0,9
TOTAL	1,0		2,7

Fuente: Elaboración propia de la autora

En cuanto a los resultados obtenidos en relación a las oportunidades se puede apreciar que la puntuación fue de 1,8, esto se debe a la buena respuesta que tiene el sistema turístico en el municipio en aspectos que pueden comprobar que para el sistema turístico existen elementos o variables que representan oportunidades las cuales se deben aprovechar para maximizarlas para la potencialización del sector y el desarrollo de estrategias que permitan aprovechar al máximo los diferentes escenarios incursos en el turismo del municipio, además Aquitania cuenta con herramientas que permiten satisfacer las exigencias o preferencias actuales de los usuarios del turismo.

La tabla anterior nos muestra el resultado de las amenazas con una puntuación de 0,9, estas amenazas se dan por el poco aprovechamiento de las oportunidades del municipio como destino turístico, y por la falta de estructuración del sistema turístico, lo cual refleja que el sistema se vea afectado en gran proporción, por ende, se deben llevar a cabo acciones para contrarrestarlas y reducir su efecto negativo en el sistema turístico y poder así estructurar de manera organizada el sector. A nivel externo se obtuvo una puntuación de 2,7 lo que representa que el entorno en donde desenvuelve se el sistema turístico del municipio es un poco preocupante, aunque se puede tomar provecho de las oportunidades con las que cuenta el sector para poder mitigar dichas amenazas.

En base a la información recolectada en las matrices anteriores podemos identificar factores que son relevantes para el diseño de las estrategias, la información recolectada se clasificó en los aspectos internos que corresponden a las fortalezas y debilidades, y los aspectos externos que corresponden a las oportunidades y amenazas, en este sentido para establecer los elementos que aportaran en el diseño de las estrategias es importante integrar el análisis de las matrices y así desarrollar propuestas adecuadas encaminadas al logro de los objetivos. A continuación, se presenta la Matriz DOFA que resume los factores anteriormente analizados para la determinación de estrategias:

Tabla 4

Matriz Dofa

MATRIZ DOFA	
DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
(D1) Informalidad por parte de los prestadores de servicios turísticos.	(O1) Educación ambiental.
(D2) Falta de comunicación entre prestadores de servicios turísticos.	(O2) Aprovechamiento del entorno.
(D3) Promoción turística nula por parte del gobierno local.	(O3) Manejo adecuado e implementación de los canales de promoción actuales. De manera física y digital.

- | | |
|--|---|
| <p>(D4) Falta de apropiación del municipio como destino turístico parte de la comunidad y el gobierno local.</p> <p>(D5) Problemática con educación ambiental.</p> <p>(D6) No existe un portafolio de servicios o guía turística estructurada y establecida.</p> <p>(D7) Puntos de información turística escasos tanto presenciales como digitales.</p> <p>(D8) Poca organización del sector turístico.</p> <p>(D9) Competencia desleal.</p> <p>(D10) Poca capacitación para los prestadores de servicios.</p> <p>(D11) Poca difusión de las actividades que se realizan.</p> <p>(D12) Los empresarios de la zona no tienen información de valor para realizar inversión.</p> | <p>(O4) Implementación de nuevos modelos de negocio para el sector.</p> <p>(O5) Riqueza Natural y Cultural del destino.</p> <p>(O6) Ampliación, organización y estructuración del portafolio de servicios</p> <p>(O7) Crecimiento del turismo a nivel: Gastronómico, Religioso. Paisajístico, de Naturaleza y demás.</p> <p>(O8) Creación de una red de apoyo entre prestadores de servicios turísticos.</p> <p>(O9) Fomentar actividades en sitios turísticos poco visitados.</p> <p>(O10) Posicionar a Aquitania como destino turístico con responsabilidad ambiental.</p> <p>(O11) Planeación de actividades turísticas según grupos específicos.</p> <p>(O12) Convertir a la comunidad Local en promotores de experiencia turística.</p> <p>(O13) Ofrecer experiencias educacionales como podría ser diseño de artesanías, educación ambiental, gastronomía, etc.</p> <p>(O14) Incorporar experiencias de Agroturismo.</p> |
|--|---|

FORTALEZAS

- (F1)** Aquitania es destino sostenible o verde.
- (F2)** Turismo gastronómico, paisajístico, religioso, de naturaleza, etc.
- (F3)** Biodiversidad
- (F4)** Cuenta con Museo propio.
- (F5)** Contenido cultural, y riquezas naturales.
- (F6)** Productos típicos.
- (F7)** Diversidad de artesanías.
- (F8)** Historia Muisca.
- (F9)** Patrimonio cultural y arquitectura.
- (F10)** Ecoturismo
- (F11)** Agroturismo
- (F12)** Cercanía con las principales ciudades del país.

AMENAZAS

- (A1)** Competencia cercana.
- (A2)** Falta de recursos.
- (A3)** Actividad turística sin planificación.
- (A4)** Pérdida o deterioro de atractivos turísticos.
- (A5)** Problemáticas ambientales.
- (A6)** Baja promoción del sector turístico.
- (A7)** Variedad de atractivos turísticos cercanos.
- (A8)** Economía afectada.
- (A9)** Rivalidad entre prestadores de servicios.

Fuente: Elaboración propia de la autora.

Finalizando la elaboración de la matriz DOFA, se pudo concluir que, el sistema turístico del municipio de Aquitania cuenta herramientas fundamentales para tener un sistema fuerte, además está integrado de bastantes oportunidades y fortalezas, que si se aprovechan de manera oportuna y se tienen como herramienta útil, se podrían contrarrestar las debilidades y amenazas con las que cuenta el sistema en este momento; estas en su mayoría puntúan en que se debe trabajar en la capacitación continua de los prestadores de servicios turísticos, fomentar la organización conjunta del sistema

turístico, incentivar el aprovechamiento de los canales de difusión de la información para promocionar el destino de manera atractiva y concientizar la apropiación del municipio por parte de la comunidad.

Partiendo de lo anterior, en la siguiente tabla se muestra la matriz MAFE la cual permite que se utilicen las fortalezas del sector de forma puntual y garantizada a fin de aprovechar las oportunidades, y a su vez ayuda a disminuir el impacto de las amenazas teniendo como fuerte el aprovechamiento de las fortalezas, con el fin de disminuir o neutralizar las debilidades que se encuentren en el sector, mediante el mejoramiento o diseños de acciones o en este caso de estrategias, esta matriz expresa elementos de valor para la formulación y definición de las mismas. A continuación, se muestran en la siguiente tabla la formulación de estrategias retomando la información contenida en cada cuadrante de la matriz FODA, se formularon estrategias preliminares mediante la combinación de factores internos y externos, agrupándolos así para determinar cuatro tipos de estrategias que el Municipio de Aquitania podrá implementar para mejorar y fortalecer el sistema turístico.

Tabla 5*Matriz MAFE*

SISTEMA TURISTICO DEL MUNICIPIO DE AQUITANIA

ESTRATEGIAS FO

(F1-O2-O3-F3-F10-F11-O14-O10) Aprovechar los atractivos turísticos naturales, el destino sostenible y capacitar a los prestadores de servicios turísticos en temas de educación ambiental con el fin de crear actividades de interés para los turistas y así ofrecer experiencias de recordación amigables con el entorno.

(F2-O4-F6-F7-O7-O13) Fortalecer los elementos o herramientas de los diferentes tipos de turismo ofertados, para así poder implementar nuevas actividades a desarrollar en cada uno de estos, orientando las experiencias según grupos específicos.

(F4-F5-F9-O6-O11) Aprovechar las diferentes herramientas de interés para crear experiencias en base a la historia ancestral y muisca.

(F12-O2) Aprovechar la conexión vial y la cercanía del municipio con las principales ciudades del país para promocionar el destino de una forma llamativa.

(O6-F2) Diseñar productos o servicios turísticos que integren las diferentes actividades económicas y naturales con las que cuenta el sector.

(D12-O4) Buscar alianzas estratégicas con el fin de crear nuevos modelos de negocio enfocados en el sector turístico.

ESTRATEGIAS DO

(D6-O6-O3) Crear un portafolio de servicios turísticos organizado y estructurado que integre actividades con valor agregado aprovechando la riqueza natural y cultural con la que cuenta el sector.

(D2-D9-D10-O8-O15) Creación de una red de apoyo y alianza entre prestadores de servicios turísticos que permita el crecimiento organizado de dichos actores en el sector.

(D8-O9-O7-O13-D11) Diseñar acciones que permitan la estructuración y organización del sector turístico para estructurar estrategias que impulsen el crecimiento de los diferentes tipos de turismo y las actividades incursas en cada uno.

(D1-O4-O11) Incentivar a los operadores turísticos del municipio para que conozcan la normatividad turística y formalicen su actividad económica para ofrecer un servicio categorizado y abra la puerta a la creación de nuevos modelos de negocio.

(D5-O1-O10-O14) Capacitar a la comunidad y al talento humano del sector sobre temas de educación ambiental con el fin de poder brindar o promocionar actividades de agroturismo y posicionar a

ESTRATEGIAS FA

(F1-F3-F10-F11-A4-A5) Estructurar planes sostenibles y rentables en materia de turismo aprovechando el destino verde sostenible e implementar acciones que mitiguen la problemática ambiental y la pérdida de los atractivos turísticos y diseñar actividades entorno al agroturismo y ecoturismo de manera responsable.

(F2-F4-A2-A8) Realizar talleres focales donde se integren los operadores turísticos y la administración local para discutir y estructurar estrategias conjuntas e innovadores que generen interés.

(F5-F9-A3-A6) Diseñar estrategias innovadoras de marketing turístico para informar a través de los medios de comunicación y promocionar el municipio como destino turístico.

(F12-A1-A7) Impulsar la promoción del destino de manera organizada con el fin de generar valor agregado y mitigar la competencia cercana.

Aquitania como destino turístico con responsabilidad social y ambiental.

(D3-D12-O2) Diseñar acciones que vinculen el sector público y el sector privado para estructurar estrategias que impulsen la economía del sector turístico.

(D4-O12) Concientizar y educar a la comunidad y al gobierno local del municipio con el fin de que sean promotores de experiencias turísticas.

(D7-O5) Implementar canales de promoción turística atractivos de forma presencial y digital.

ESTRATEGIAS DA

(D2-A9) Diseñar un sistema de competencia leal y apoyo entre los prestadores de servicios turísticos con el fin de fortalecer el sistema de comunicación y obtener un gana-gana para todos.

(D3-A6) Diseñar acciones que vinculen al ente gubernamental a promocionar de manera continua y fuerte el municipio como destino turístico.

(D6-D11-A3-A7) Diseñar paquetes turísticos organizados y atractivos ajustándolos a las necesidades actuales de los visitantes.

(D5-A5) Diseñar planes modernos y sostenibles para con el medioambiente con el fin de mostrarse como una nueva alternativa turística.

(D12-A8) Crear un portafolio de productos y servicios turísticos para estructurar estrategias que impulsen la economía del sector turístico y posibiliten la inversión de empresarios en el sector.

(F2-A9) Crear una red de apoyo entre los prestadores de servicios turísticos para mejorar los procesos y ofrecer un servicio de calidad.

(D8-A3) Diseñar un plan de fijación de metas entre el gobierno local y los prestadores de servicios turísticos para fortalecer la prestación de los servicios y estructurar estrategias que impulsen la economía del sector turístico.

Fuente: Elaboración propia de la autora

En base a lo anterior es necesario priorizar las estrategias, en este sentido, se elige darle mayor importancia al desarrollo de la estrategia DO, puesto que son oportunas y tiene mayor viabilidad de desarrollo, además brindan respuesta al problema inicial de la investigación que radica en la falta de organización del sistema turístico, en primer lugar se debe crear con el objetivo de estructurar el sistema turístico del municipio una red de apoyo de prestadores de servicios, a fin de desarrollar estrategias que impulsen el crecimiento de los diferentes tipos de turismo y las actividades incursas en cada uno, en segundo lugar se debe incentivar el proceso de formalización de la actividad económica esto ayudara en gran medida a que se tenga una base de datos sólida en cuanto a los prestadores de servicios turísticos, así pues, se cuenta con herramientas de gran utilidad para capacitar el talento humano del municipio, y se pueden plantear actividades que vinculen al sector público y privado para impulsar la economía.

En este sentido, se puede determinar que al enfocar los esfuerzos en el desarrollo de las estrategias que resultan de identificar las debilidades y aprovechar las oportunidades, se puede llegar a fomentar el turismo del municipio de Aquitania a nivel regional, nacional e internacional. Pues la prioridad es fortalecer el sistema turístico desde la concientización de los actores, la asociatividad, capacitación, creación de alianzas estratégicas y organización de la estructura local del sistema. Esto permitirá que se puedan proponer estrategias de mercadeo efectivas de acuerdo a las condiciones del mercado internacional.

Finalmente, se pudo identificar actividades y áreas con mayor potencial de mejora y de capacidad para mitigar los impactos negativos del contexto. Se puede deducir que se deben aprovechar las características del municipio, utilizando el trabajo de los prestadores de servicios turísticos y los entes gubernamentales de manera integrada para poder fortalecer el sistema turístico y poder diversificar la actividad económica, y con el fin de generar mayor turismo para el municipio y lograr el posicionamiento y reconocimiento como destino turístico nacional e internacional.

En conclusión, con el desarrollo y ejecución de estas estrategias que otorgan la solución al problema inicial, se pretende que Aquitania cuente con un sistema turístico visionario, que tenga establecidos puntos fuertes los cuales permitan ofrecer un portafolio de servicios organizado y estructurado que permita la diversificación de productos y servicios, la correcta y objetiva promoción y divulgación turística, y a su vez se posibilite el posicionamiento del municipio como destino turístico atractivo a nivel nacional e internacional.

Plan de implementación que permita desarrollar las estrategias planteadas por parte del sector turístico

El diseño de un plan de implementación turístico es muy importante en el sector dado que permite alinear y utilizar de manera adecuada y puntual los distintos actores que inciden en el desarrollo del turismo, además permite tener una visión estratégica orientada al cumplimiento de los objetivos y las estrategias van encaminadas al fortalecimiento de los sistemas.

De acuerdo a las estrategias planteadas se realiza a continuación el diseño de un plan de implementación para el sistema turístico del municipio de Aquitania, con el fin de promocionar y posicionarlo como destino turístico no solo nacional sino también internacional, es de mencionar que para el éxito del plan de implementación es necesario integrar los diferentes actores que intervienen en el sector turístico dado que forman parte de la oferta del municipio dentro del mercado competitivo entre ellos; los entes gubernamentales, los prestadores de servicios y productos turísticos y la comunidad local, a fin de que, la iniciativa promueva el desarrollo y fortalecimiento a nivel general del sector turístico del municipio. El diseño de las estrategias está expresado en la siguiente tabla:

Tabla 6

Matriz plan de implementación de estrategia

Objetivo estratégico	META	ACTIVIDAD	RESPONSABLES	TIEMPO
1. Creación de una red de apoyo y alianza entre prestadores de servicios turísticos que permita el crecimiento organizado de dichos actores en el sector.	Que el municipio cuente con una modalidad de asociatividad 100% integrada por prestadores de servicios turísticos.	<ul style="list-style-type: none"> -Fomentar mediante reuniones y capacitaciones el trabajo en equipo para fines de planeación estratégica y trabajo en equipo para enfrentar amenazas del entorno cambiante. -Diseñar un sistema de competencia leal y apoyo entre los prestadores de servicios turísticos con el fin de fortalecer el sistema de comunicación y obtener un gana-gana para todos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Prestadores de servicios turísticos. -Entidades de capacitación. 	de 12 meses.
2. Elaborar un plan estratégico que pueda ejecutar la red de apoyo para la coordinación de acciones en turismo.	Que el 80% de los prestadores de servicios turísticos del municipio cuenten con alianzas estrategias para la creación o diversificación de nuevos modelos de negocios y a fin de organizar y estructurar el sistema turístico.	<ul style="list-style-type: none"> -Buscar alianzas estratégicas con entidades en relación con el sector turístico para captar mayor número de visitantes y amplificar la oferta del municipio. - Realizar un inventario turístico y cultural a fondo del municipio. -Realizar talleres focales donde se integren los operadores turísticos y la administración local para discutir y estructurar estrategias conjuntas e innovadores que generen interés - Elaborar un plan de turismo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Prestadores de servicios turísticos -Alcaldía municipal de Aquitania -Secretaria de cultura, turismo y deporte. 	de 12 meses
3. Capacitar a los empresarios del sector turístico en la normatividad turística y formalicen su actividad económica para ofrecer un servicio	Que el 100% de los operadores y prestadores de servicios turísticos del municipio conozcan la normatividad	Realizar actividades de sondeo o vistas a los prestadores de servicios turísticos por parte de las entidades gubernamentales para identificar la	<ul style="list-style-type: none"> -Alcaldía Municipal 	12 meses. de

categorizado y abra la puerta a la turística actual y formalicen su informalidad o formalidad de los -Secretaria de creación de nuevos modelos de actividad en las entidades prestadores de servicios turísticos. Cultura, Turismo y negocio. correspondientes. Deporte.

4. Capacitar al talento humano del sector sobre temas de educación ambiental con el fin de poder brindar o promocionar actividades de agroturismo y posicionar a Aquitania como destino turístico con responsabilidad social y ambiental.

El 80% del talento humano de sector cuente con las competencias adecuadas para desarrollar su actividad.

-Promocionar actividades de agroturismo y posicionar a Aquitania como destino turístico con responsabilidad social y ambiental.
-Concientizar y educar a la comunidad y al gobierno local sobre la apropiación del municipio con el fin de que sean promotores de experiencias.
- Solicitar actualizaciones periódicas en materia de turismo.

-Alcaldía Municipal de Aquitania.
-Secretaria de Cultura, Turismo y Deporte.

12 meses.

5. Diseñar un plan de mercadeo del turismo de Aquitania que contenga estrategias de producto, tarifas, canales de comercialización y de promoción de los productos desarrollados.

En un año se cuente con un plan de mercadeo concreto que incluya estrategias de promoción, producto, plaza y precio mejorar la oferta turística del municipio.

- Diseñar folletos, presentaciones u otro tipo de arte que represente la historia ancestral y muisca del municipio.
-Diseñar una oferta turística entorno a grupos de turistas específicos.
-Impulsar la promoción del destino a través del marketing turístico de manera organizada con el fin de generar valor agregado y mitigar la competencia cercana.
- Identificar los atractivos turísticos naturales.
-Realizar reuniones para estructurar planes sostenibles y rentables en materia de turismo aprovechando el destino verde sostenible a fin de diversificar la actividad economía y

-Alcaldía Municipal de Aquitania.
-Secretaria de cultura, turismo y deporte.

8 meses

lograr mayores niveles de desarrollo
en el municipio.

Fuente: Elaboración propia de la autora

El diseño del plan de implementación se puede ejecutar en primer lugar, creando una organización o un grupo de debate que esté integrado por los diferentes líderes de cada uno de los sectores de prestación de servicios turísticos, con este grupo se realizarán reuniones periódicas en las cuales se expresarán los diferentes puntos de vista y opiniones que se tienen respecto a el acatamiento de los lineamientos planteados, a su vez se implementarán acciones que fortalezcan la ejecución y cumplimiento de cada una de las objetivos.

En segundo lugar se pretende que los prestadores de servicios turísticos creen alianzas estratégicas que permitan la articulación de los servicios, obteniendo así una mejora continua del sistema turístico a nivel organizacional, es decir, que el gremio prestador de servicios turísticos cuente con un portafolio de servicios estructurado y unificado, integrando así los diferentes campos turísticos que se encuentran presentes en el municipio buscando así que la promoción del destino sea de mayor impacto y genere interés en los visitantes.

Como se menciona anteriormente, es importante crear actividades que tengan en cuenta el perfil de los turistas en la actualidad a fin de que se puedan satisfacer sus necesidades o requerimientos, para ello, es necesario innovar en aspectos como: creación de actividades que integren al sector natural de manera responsable, diversificar el portafolio de productos y servicios, establecer tarifas que se adapten a los diferentes consumidores, implementar mecanismos de difusión de la información de manera física y digital.

Finalmente se puede decir que el plan estratégico permite que se tenga una ruta clara y puntual encaminada a la toma de decisiones de éxito, que en este caso aportarán significativamente al desarrollo y fortalecimiento del sector turístico del municipio de Aquitania. Además, el plan de implementación presentando en la tabla anterior permitirá que se evalúe su estado actual del sistema turístico y se pueda optar por realizar acciones de mejoramiento y así alcanzar el logro de los objetivos, es de resaltar que se debe contar con apoyo tanto del ente gubernamental, como de los prestadores de servicios turísticos y la comunidad local, a fin de que se tenga un proceso de ejecución organizado que facilite la puesta en marcha y el seguimiento de las actividades planteadas y que los encargados de la gestión realicen las proyecciones en los tiempos acordados y establecidos por los responsables.

Conclusiones

Este proyecto ha tenido como fin diseñar un plan estratégico para el sector turístico del municipio de Aquitania, puntualmente para mejorar el sistema turístico del mismo, una vez realizado y finalizado el proyecto en donde se usó la metodología de diferentes matrices se pudo obtener las siguientes conclusiones:

Durante el proceso de investigación en la fase inicial de diagnóstico se logró identificar que el municipio cuenta con grandes fortalezas que si se aprovechan de manera óptima se lograra el desarrollo de las oportunidades y así se disminuirán las debilidades y las amenazas existentes, con el fin de que el sector se encuentre organizado y estructurado lo cual permitirá la promoción del destino de manera atractiva a nivel nacional e internacional.

Para la segunda fase, el proyecto se desarrolla de forma objetiva porque se logró identificar las falencias con las que cuenta actualmente el sistema turístico del municipio, es así que, se pretende dar solución a dichas brechas a través de la formulación de estrategias, las cuales están planteadas en diferentes fases y en un tiempo estimado con ayuda de las matrices DOFA, MEFI y MAFE a fin de tener un desarrollo de estrategias óptimo, y que el sistema turístico del municipio este organizado y estructurado.

Finalmente, el desarrollo o implementación de esta investigación en el municipio será de gran ayuda puesto que ayudara a establecer una visión clara de ejecución para fortalecer el sector y así sacar su máximo potencial aprovechando las virtudes con las que cuenta a nivel turístico, abriendo así grandes oportunidades, además permitirá que el municipio tenga identificados los atractivos turísticos con los que se cuenta a fin de diversificar la actividad económica y pueda lograr mayores niveles de desarrollo en el municipio, en este sentido se podrán desarrollar iniciativas de interés de inversión a fin de desarrollar nuevos modelos de negocio o fortalecer los existentes y así fomentar el desarrollo económico y participativo del sector.

Recomendaciones

Mejorar la articulación y red de apoyo entre los prestadores de servicios turísticos ya que esto permitirá que se oferte de manera organizada el destino y se tenga una visualización de la oferta de forma leal y unificada.

Se recomienda que por parte de las entidades gubernamentales se muestra más apoyo para la promoción del destino y organización del sistema turístico, ya que de eso depende el ingreso de turistas o visitantes al municipio y así mismo el mejoramiento de las diferentes actividades económicas desarrolladas en el municipio.

Se recomienda establecer puntos físicos y digitales y la creación de una página web en donde se mantenga actualizada la información no solo turística sino de las actividades que se realizan en el municipio a fin de que los turistas puedan planear su visita.

Mantener campañas continuas de concientización y educación ambiental y cultural para la comunidad, los prestadores de servicios turísticos y talento humano del sector a fin de que se divulgue información unificada y organizada.

El plan estratégico de turístico para el municipio de Aquitania como destino turístico internacional se establece en un tiempo de desarrollo e implementación de 2 años, razón por la cual al terminar este periodo se recomienda realizar una revisión y evaluación del cumplimiento de objetivos.

Se recomienda por parte de la alcaldía municipal de Aquitania y la secretaria de cultura turismo y deporte, gestionar, motivar y facilitar las herramientas necesarias a quienes tengan la responsabilidad directa en el cumplimiento de esas actividades propuestas.

En cuanto al tema de creación y estructuración del portafolio de servicios se recomienda evaluar e investigar de manera conjunta y minuciosa las necesidades actuales del mercado en el sector, para tal fin que se puedan diseñar o proponer nuevos modelos de negocio que integren todos los tipos de turismo ofertados en el municipio y las actividades a realizar se adapten a los requerimientos de la demanda, con el propósito de que el portafolio de productos y servicios sea llamativo y genere curiosidad al turista a la hora de verlo.

Referencias

- Alcaldía Municipal de Aquitania.(19 de agosto de 2022).*Plan de Desarrollo Municipal de Aquitania 2020-2023.* " Unidos construimos el progreso".
https://aquitaniaboyaca.micolombiadigital.gov.co/sites/aquitaniaboyaca/content/files/000582/29081_plan-de-desarrollo-aquitania-20202023-juliofinal-revisado-concejo-15.pdf
- Agoda. (s.f).*Tunja alojamientos: Reserva en El Arca de Noah.* <https://www.agoda.com/es-es/el-arca-de-noah/hotel/tunja-co.html>
- Boyacá Radio.com. (2020). *Aquitania celebrará en honor al Señor de los Milagros.*
<https://www.boycaradio.com/noticia.php?id=26652>
- Centro de Pensamiento Turístico- Colombia (Cotelco-Cafam). (2020). *Índice de competitividad turística regional de Colombia - Departamentos: Boyacá.*
<https://cptur.org/publicaciones/ZtYnRVO9fxFXIeq>
- Colombia Travel (2022). *Colombia travel: Acerca de Colombia.*
<https://colombia.travel/es/reuniones/informacion-practica/acerca-de-colombia>
- Cotelco-UniCafam (2020). *Centro de Pensamiento Turístico: ICTRC: Departamentos.*
<https://cptur.org/ICTRC/departamentos#boyaca>
- Departamento Nacional de Planeacion. (s.f.). *Turismo: el proposito que nos une.*
<https://www.dnp.gov.co/DNPN/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Pilares-del-PND/Emprendimiento/Turismo-el-proposito-que-nos-une.aspx#:~:text=El%20sector%20turismo%20contribuye%20a,de%20sostenibilidad%2C%20responsabilidad%20y%20calidad.>
- Encolombia. (s.f). *Listo proyecto de complejo turístico y hotelero para la Isla de San Pedro.*
<https://encolombia.com/economia/comercioyeconomia/listo-proyecto-de-complejo-turistico-y-hotelero-para-la-isla-de-san-pedro/>
- El Espectador. (25 de 04 de 2022). *Colombia, el top de 10 países con mejor recuperación del turismo internacional:El Espectador.* <https://www.elespectador.com/turismo/colombia-en-el-top-10-de-paises-con-mejor-recuperacion-del-turismo-internacional/>
- España xportacion e Inversiones .Icex (2021). *Icex Turismo en Colombia.*<https://www.icex.es>
- Gabinete Departamental de Gobierno de Boyacá. (3 de junio de 2020).*Plan de Desarrollo Departamental 2020-2023 llamado " Pacto Social por Boyacá: Tierra que sigue avanzando"*

- Gobernación de Boyacá*. <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2020/06/pdd2020-2023boy.pdf>
- Google Trends (14 de agosto de 2022). *Interés a lo largo del tiempo, viajes a nivel mundial*. <https://trends.google.es/trends/explore?cat=67&date=2021-08-22%202022-08-14&q=Turismo>
- Google Trends (14 de agosto de 2022). *Turismo sostenible a nivel mundial*. <https://trends.google.es/trends/explore?date=2021-08-22%202022-08-14&q=Turismo%20sostenible>
- Intriper (2017). *El Lago de Tota, un destino que no podés dejar de visitar en Colombia*. <https://intriper.com/lago-tota-destino-no-podes-dejar-visitar-colombia/>
- Mamapachaexperience. (2022). *Trekking lago de tota*. <https://mamapachaxperience.com/experiencia/11>
- Mapio.net. (s.f). *Aquitania, desde el monumento de la cumbre*. <https://mapio.net/pic/p-20087040/>
- Mapio.net. (s.f). *Santuario al Señor de los Milagros*. <https://mapio.net/pic/p-37683442/>
- Ministerio de Comercio Industria y turismo. (2021). *Estadísticas territoriales de turismo: Llegada de visitantes extranjeros no residentes*. <https://portucolombia.mincit.gov.co/tematicas/estadisticas-territoriales-de-turismo-1z>
- Ministerio de Industria y Turismo. (2022). *Noticia de Turismo: Seis regiones turísticas, la apuesta de Colombia para atraer viajeros internacionales*. <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/seis-regiones-turisticas-para-atraer-viajeros>
- Páramo las Alfombras. (2015). *Páramo de las alfombras*. <https://paramolasalfombras.wordpress.com/2015/05/05/el-paramo-de-las-alfombras/>
- Restrepo, J. (s.f). *Páramo de Toquilla*. Wikiloc. <https://de.wikiloc.com/routen-fahrradtouren/aquitania-el-crucero-alto-de-la-sarna-toquilla-corinto-curisi-pajarito-26602494/photo-16989629>
- Turismo Receptor – Sistema de Información Turística de Boyacá. (2019). *SITUR Boyacá*. <https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/>
- Talancón, H (2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, (2) ,1-16. <https://www.eumed.net/ce/2006/hpt-FODA.htm>

Unwto. (2022). *Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

World Tourism Organization (2022). *Llegada de turistas internacionales*. <https://www.unwto.org/es/taxonomy/term/347#:~:text=Seg%C3%BAn%20el%20C3%BAI%20Bar%C3%B3metro%20del,niveles%20anteriores%20a%20la%20pandemia>