



UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA

**DISEÑO DE PRODUCTO ACUATURÍSTICO CON ENFOQUE SOSTENIBLE
EN EL EMBALSE DE CHIVOR, BOYACÁ**

AUTORES:

**ANDRÉS FELIPE AMADO VARGAS
PAULA ALEJANDRA DUARTE DURÁN**

DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO:

RONALD PENAGOS RUIZ

2018, BOGOTÁ D.C.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
ANTECEDENTES	10
PROBLEMÁTICA	12
OBJETIVO GENERAL.....	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
CAPÍTULO I.....	16
Marco teórico.....	16
Teoría de Desarrollo Económico local.....	16
Desarrollo sostenible del turismo	20
Marco conceptual.....	26
Paisajes naturales y ecoturismo	26
Producto turístico	30
Marco contextual	34
Demanda turística en Colombia y turismo en represas y embalses	34
Turismo en Boyacá	38
Marco legal.....	42
Metodología.....	45
Fuentes y técnicas de recolección de información.....	47

CAPÍTULO II.....	50
Especificación del ecosistema	50
Atractivos circundantes a los municipios.....	55
Embalse de Chivor.....	55
Cascada la 70	56
Sendero ecológico La Cristalina	57
Sendero interpretativo la Esmeralda.	58
Sendero ecológico Hycá-Quye	59
Finca Ecoturística " La Isla"	60
Infraestructura turística	61
Servicios básicos.....	61
Transporte.....	63
Sistema vial	63
Servicios conexos.....	64
Educación.	64
Salud.....	65
Servicios financieros	66
Estructura turística	67
Restaurantes.....	67

Hoteles.....	68
Servicios de Guianza.....	69
Población.....	69
Oferta comercial	72
Redes sociales.....	73
Página web del municipio.	74
Agencias de Viaje	75
Guías turísticas.....	75
Demanda Potencial	76
CAPÍTULO III: DISEÑO DE PRODUCTO ACUATURÍSTICO	80
Análisis DOFA	80
Atributos y concepto	87
Atributos del producto acuaturismo.....	87
Concepto.....	88
Segmentos	90
Requerimientos y atributos.....	91
Diseño del producto	93
Definición de rutas.....	94
Ruta A: Conectándose con el entorno a través del deporte	96

Ruta B: La Naturaleza de Chivor.....	101
Diseño y costeo de paquetes.....	104
Vive nuevas aventuras.....	104
Diviértete y descubre.....	105
Mercadeo del producto.....	107
Estrategia de gestión de marketing	107
Estrategia de posicionamiento	108
Canales de comercialización	114
Sostenibilidad del producto.....	115
Aspecto Ambiental.....	116
Aspecto Social	118
Aspecto Económico	119
CONCLUSIONES.....	122
RECOMENDACIONES	125
REFERENCIAS	128
ANEXOS	137
FIGURAS.....	137
TABLAS	154
TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS.....	155

INTRODUCCIÓN

Dado que se busca posicionar la imagen de Colombia como un destino de talla internacional, la creación de producto turístico es muy importante puesto que el desarrollo organizado de actividades turísticas otorga mayor confiabilidad al servicio que se presta a los turistas, al tiempo que beneficia no solo a un sector, sino a todos lo que se involucran en la actividad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo [MinCIT], 2014). Ahora bien, hablando particularmente de la conservación de recursos, es importante resaltar que una buena alternativa para promover su cuidado es a través del fomento de la interacción con el mismo, de modo que se cree un sentido de pertenencia por el paisaje y el entorno, y se genere una apropiación de recursos naturales importantes, como el agua (Blanco y Martínez, pág.135-137).

En cuanto al turismo, no existe regulación ni delimitación de zonas adecuadas para esta actividad, pues en el Embalse aún no se desarrollan actividades de este tipo. No existe secretaría de turismo y las acciones adelantadas en esta materia son recientes. En el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del departamento de Boyacá (Fondo de Promoción Turística [FONTUR], 2012) se menciona que el Embalse es apto para el turismo de aventura y se pueden realizar actividades de esquí acuático, kitesurf y canotaje. Existen también en Boyacá otros cuerpos de agua dulce en donde también se realizan actividades de este tipo, como el Lago de Tota, la Laguna de Fúquene, el Embalse de Sochagota y la Represa de La Copa. Un artículo del periódico El Espectador menciona: “A dos horas de Bogotá se esconde en medio de las montañas un paraíso para los aficionados al kitesurf, un deporte apasionante que combina velocidad, agilidad, trucos y mucha adrenalina” (Suárez, 2013); en este se hace referencia a que dentro del embalse existe el potencial para realizar esta actividad, dado que los vientos que entran por las montañas son suficiente para practicar el deporte. Se quiere lograr fomentar la integración y articulación de

todos los actores de turismo, a saber: Organizaciones No Gubernamentales, agencias de viaje, restaurantes, hospedajes, guías de turismo y entidades públicas, de manera que se vea un beneficio común y al tiempo se genere una cadena de valor en el turismo, que lo haga mucho más competitivo (Montaño, Corona, Garnica, Niccolas, Martínez, Ortega, 2012, págs. 500-501).

En primer lugar, se busca favorecer a la comunidad local desde el fortalecimiento del sentido de pertenencia hacia sus costumbres y atractivos naturales e involucrándola en cada una de las actividades, para que se generen beneficios y se mejore su calidad de vida (Gessa & Toledano, 2011). En segundo lugar, se propende por la conservación del ambiente y los recursos naturales y en particular los hídricos, al propiciar espacios que contribuyan a su cuidado más que a su sobreexplotación (Bertoni, 2008). El tercer objetivo es la satisfacción de los turistas, no solo generándoles más seguridad y calidad en su experiencia sino mostrándoles algo diferente a lo que es costumbre (Ejarque, 2005). Y finalmente, fortalecer el turismo con alternativas innovadoras y que promocionen el territorio y los atractivos que este ofrece; de acuerdo con el objetivo propuesto en el Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018 que es el fortalecimiento de destinos y productos, por medio de la competitividad, diversificación, especialización y estructuración (DNP & MinCIT, 2014).

La importancia del diseño de un producto turístico recae en que este promueve el desarrollo ordenado del turismo, facilita la articulación y cooperación de todos aquellos que participan en él, a fin de que se generen alianzas estratégicas que concienticen al gobierno, empresas, comunidades, turistas, sobre la importancia de un destino gestionado de manera organizada y productivamente. El producto turístico constituye la garantía que se brinda al cliente de un servicio de calidad y que genera una experiencia positiva (Fernández, 2006).

A pesar de que se observa que el territorio en mención cuenta con ventajas comparativas frente a otros y dado que el tiempo y recursos destinados para la investigación no son suficientes para materializarla, se busca que este documento sirva como base para los entes públicos que trabajan por el desarrollo del turismo en el municipio y el departamento en general; apoyando los ejes estratégicos del Plan de Desarrollo de Boyacá y otros proyectos como la creación de campañas para las buenas prácticas de sostenibilidad. De esta manera, las autoridades respectivas pueden tener insumos para promover el trabajo integrado con las empresas privadas, la comunidad y los turistas y proceder a la creación de paquetes turísticos consolidados que generen beneficios económicos, ambientales y culturales. Una vez realizado el trabajo de campo y aplicada la respectiva metodología, se podrá concluir la viabilidad del proyecto en las condiciones actuales del destino.

ANTECEDENTES

La sostenibilidad es un tema que aparece hace ya varios años, por la preocupación del impacto que tiene la actividad humana en el ambiente y los recursos naturales. Es así como se empiezan a generar reuniones, conferencias y convenciones en torno al tema ambiental, que dan paso a la creación de organismos especializados en el tema, como es el caso del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, que nace en 1972 en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Humano en Estocolmo. Hacia 1983, la Organización de las Naciones Unidas establece la comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo, con el fin de adelantar investigaciones en temas de ambiente; esta comisión abona el término “Desarrollo Sostenible” en el año 1987, buscando un equilibrio entre la protección del ambiente y el desarrollo económico (Pinzón, 2013, págs. 271-273).

En 1991 en la cumbre Mundial de desarrollo sostenible de Johannesburgo se define el Turismo Sostenible como un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora y facilitar experiencias de calidad, manteniendo también la calidad del ambiente, del que tanto la comunidad como los turistas necesitan (Gallego, 2012, citado en Pinzón, 2013). En 1992, se celebra la Agenda 21 en Río de Janeiro y se establecen acuerdos importantes como la Declaración de Río sobre Medio Ambiente, El Convenio de Diversidad Biológica y el Convenio de Naciones Unidas Sobre el Cambio Climático. Las teorías de desarrollo van moldeando otra forma de desarrollo en la que debe observarse de manera integral, pensando en los impactos transversales de la actividad. En 1995, la Carta Mundial de Desarrollo Sostenible plantea que el desarrollo turístico debe fundamentarse en criterios de sostenibilidad.

En 1996 se expide la Ley 300 o Ley General de Turismo, en donde se define el ecoturismo, y el año 2002 se establece como el año internacional del ecoturismo; ese mismo año surge en Colombia la Red Nacional de Turismo Sostenible, creada con el objetivo de unir esfuerzos de varias entidades y actores interesados en el cumplimiento de las normas de sostenibilidad. En 2004 en Colombia se publica la Política de Desarrollo del Ecoturismo y a partir de allí se dan avances en materia de sostenibilidad, se crean las Normas Técnicas Sectoriales y el Sistema de Certificación para la Sostenibilidad Turística (Pinzón, 2013, págs. 271-273).

De acuerdo con la revisión en fuentes secundarias como sistemas de búsqueda de universidades (Externado, Javeriana y Andes) y buscadores como Google, se afirma que no hay suficientes datos o información detallada sobre ecoturismo, más allá de su definición en algunos sitios web y los lugares en donde se puede realizar esta actividad. Esto se debe probablemente a que el concepto es muy reciente, y particularmente en Colombia, se ha definido solo en la Ley 300 de 1996. Respecto al producto turístico, en estas mismas fuentes se puede encontrar información suficiente sobre el concepto, componentes, metodologías y desarrollo del mismo. De la tipología escogida para el presente trabajo, es decir, ecoturismo, existen varias publicaciones académicas como “Investigación acerca del diseño del producto turístico. Producto náutico "Travesías de Leyendas", Destino Cienfuegos”, realizado por Yaneth Hernández Aro (2013); Diseño de un producto de Aventura en los Municipios de Sasaima, Tobia y Suesca”, escrito por Andrés Argumedo (2014), y otros.

Ahora bien, con respecto al departamento de Boyacá, en el Plan de Desarrollo Turístico se menciona que el Turismo de Naturaleza es una de las actividades más desarrolladas en el departamento, ya que posee variedad de recursos naturales y además varias de las principales

cuencas hídricas del país. Algunos municipios ofrecen también deportes en lagos o represas y se toman como referencia los trabajos de Laura Fernanda Preciado, titulado “Desarrollo producto turístico: Playa Blanca, Lago de Tota” (2013) y “Desarrollo de producto turístico en la Laguna de Suesca, Cundinamarca, de Angie Tatiana Rodríguez (2014); estos trabajos son el resultado de la búsqueda en las bases de datos de la Universidad Externado de Colombia.

PROBLEMÁTICA

Con el paso de los años, la globalización y el auge de la tecnología han generado un consumo masivo que desencadena en la producción excesiva y la explotación desmesurada de los recursos naturales (Blanco y Martínez, 2013, p. 140). Es por eso que una de las mayores preocupaciones hoy en día y alrededor de la cual giran muchas investigaciones, es la conservación de los recursos y cómo satisfacer las necesidades de las generaciones actuales sin afectar las futuras (Linares y Garrido, 2014). Pero ¿cómo concientizar a las personas sobre la importancia de un ambiente sano y la conservación de la naturaleza? Pues bien, el turismo es una buena alternativa para lograr este objetivo, ya que en muchas ocasiones estos recursos son el principal motivo por el cual los turistas deciden visitar otros lugares y es precisamente dando a conocer y enseñando las maravillas de la naturaleza, como se puede lograr un cambio positivo de mentalidad en los seres humanos (OMT, 1998, p. 187).

Si bien los recursos son de suma importancia, las comunidades son el punto de partida a la hora de desarrollar un producto turístico porque es importante tener en cuenta la opinión de estas personas respecto a la ejecución de estas actividades y partir de sus requerimientos cuando se pone en marcha la creación de un nuevo producto (Serrano-Barquín, 2008). En este sentido, se

considera de especial interés el poder incentivar a los habitantes del lugar a involucrarse y participar en estos procesos, primero generando en ellos un sentido de pertenencia por las riquezas que poseen y segundo, trabajando conjuntamente para que el turismo sea un motor de desarrollo en la comunidad, generando empleos y beneficios económicos. Esto con el fin de que la actividad turística se vuelva una interacción constante entre todos los actores, que gire en torno al aprovechamiento de los recursos y su perdurabilidad en el tiempo (Linares y Garrido, 2014).

No obstante, el uso desmesurado y problemático de los recursos ha generado debates respecto a la industria turística, y una preocupación por los impactos económicos, sociales y ambientales que se producen (Fayos-Solá, 1994, p. 6). De lo anterior se infiere que desde la creación de un producto turístico sostenible, se debe propender por la reducción al mínimo de los impactos negativos que se podrían generar en un territorio, haciendo un análisis exhaustivo de aquellos elementos nocivos para el mismo y generar impactos positivos desde la actividad turística (Blanco y Martínez, 2013, págs. 135-142).

Es por esto que en Colombia, en la búsqueda de alcanzar el reconocimiento como destino turístico sostenible de clase mundial (Departamento Nacional de Planeación [DNP] & MinCIT, 2014), es necesario fortalecer la competitividad a través de estrategias que permitan la conservación de la mayor ventaja comparativa del país que es su biodiversidad (World Economic Forum [WEF], 2015). Esto se puede lograr a través de la creación de productos turísticos especializados en aquellos destinos que definan mejor la esencia del país desde los lineamientos de innovación, calidad, diferenciación, sostenibilidad, ente otros, que conlleva la competitividad. Lo anterior implica un trabajo desde la normatividad hasta la integración de todos los sectores involucrados en la actividad turística (Bravo & Pérez, 2009, págs. 5-11).

Mediante la observación del potencial turístico que tiene Colombia en cuanto a recursos naturales, se encuentra que el Embalse de Chivor es un atractivo que ofrece ventajas comparativas por la biodiversidad y el ecosistema que lo rodean, las tradiciones histórico-culturales y los diferentes paisajes que ofrece, y lo más importante, el recurso hídrico que brinda la posibilidad de crear una alternativa ecoturística (FONTUR, 2012). Por tal razón se hace pertinente la creación de un producto turístico que mejore y preserve las condiciones inherentes del destino, sobre una base normativa fortalecida y bajo los parámetros de sostenibilidad y competitividad que este implica: seguridad, articulación, infraestructura, talento humano y facilidades turísticas (Bravo y Pérez, 2009, p.7-15).

Del mismo modo, la comunidad local debe estar incluida en el diseño del producto, dado que hoy en día la oferta existente está incluyendo débilmente en su estructura a la comunidad. Por el contrario, como lo dice Mazaro y Varzin (2008), el producto debe estructurarse de tal modo que el turismo actúe como motor de desarrollo local, mediante la inclusión de la población.

OBJETIVO GENERAL

Estructurar un producto de acuaturismo en el Embalse de Chivor en Boyacá, mediante la promoción de actividades que relacionen al hombre con la naturaleza, con el fin de conservar los recursos hídricos que posee la región e incluir a las comunidades aledañas. Esto, dentro de un marco social, turístico y económico.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar la oferta actual de Embalse de Chivor en lo que a actividades y recursos turísticos se refiere, así como infraestructura, accesibilidad y demás componentes de un producto turístico.
- Analizar la demanda real y el perfil del turista que visita el lugar.
- Definir la relación de la comunidad con el turismo y la influencia que éste ejerce sobre el mismo.
- Diseñar un producto acuaturístico en el Embalse de Chivor, priorizando a la comunidad local y generando una oferta turística rentable y sostenible.

CAPÍTULO I

Marco teórico

Teoría de Desarrollo Económico local

En la página web del Banco Mundial se sostiene que el desarrollo económico local (DEL) proporciona al gobierno local, los sectores privados, los organismos no gubernamentales y las comunidades locales la oportunidad de trabajar mancomunadamente para mejorar la economía local. El DEL incide en el mejoramiento de la competitividad, aumenta el desarrollo sostenible y asegura la inclusividad del crecimiento por medio de un conjunto de disciplinas, incluidos el planeamiento físico, la economía y el marketing. Asimismo, incorpora numerosas funciones del gobierno local y del sector privado, tales como la planificación medioambiental, el desarrollo de empresas, la provisión de infraestructuras, el desarrollo inmobiliario y la financiación (Tello, 2010, p.53).

A lo largo de los años se han desarrollado distintas teorías económicas con el fin de definir cómo influye la economía en una sociedad y qué se considera óptimo para su progreso y buen funcionamiento dentro de la misma (Albuquerque, 2003). Tello menciona que el concepto de desarrollo económico local se fundamenta en cuatro factores: recursos autóctonos y control local, formación de nuevas riquezas, desarrollo de nuevas capacidades y expansión de los recursos (2010). Por otra parte, según las compilaciones de Luz Estella Sierra de Arango, realizadas en el Seminario Internacional “Desarrollo Económico Local: Una Apuesta por el futuro”, menciona que el DEL debe centrarse en la generación de riquezas en un territorio a través de: fortalecimiento empresarial, generación de inversión, mejoramiento y aprovechamiento del factor humano y la coordinación a diferentes niveles de la escala productiva

para los proyectos establecidos (2008), con estos factores ya establecidos, los impactos esperados apuntan a la mejor calidad de vida en el territorio.

Es así como surge la teoría de desarrollo local, que busca el aprovechamiento de los recursos locales, generando mayor bienestar, tanto social como económico. Es importante conocer que el desarrollo local no se delimita administrativamente, sino hace referencia a un territorio en el que se pueden interrelacionar distintos entes geográficos, dependiendo del alcance y magnitud que se quiere lograr (Alburquerque, 2003).

Asimismo, se evidencian tres dimensiones en el proceso del desarrollo local: la económica, donde los productos locales priman en el sistema económico del territorio y se propende por aumentar la competitividad a través de la gestión interna. La segunda dimensión es la sociocultural, generando mayor conciencia del entorno y valoración por lo propio. Por último, se debe crear un entorno favorable por parte del sector político – administrativo. Todo lo anterior dirigido a los residentes locales ya que el fin principal es el bienestar de los mismos (Tello, 2010).

En las definiciones de desarrollo local muchas veces no se hace alusión a los siguientes aspectos económicos que Tello considera importantes, dado que son fundamentales para entender el concepto y aplicarlo dentro de un territorio. El primer aspecto es la localización geográfica como insumo para el desarrollo local, Greffe, citado en Tello, argumenta que cada territorio tiene características específicas, por lo que debe ser analizado individualmente, con el fin de dar un enfoque real a la problemática que se evidencia, generando sinergias entre la base económica y social. Adicionalmente, entre las características se describen los problemas sociales, que pueden ser: falta de empleo, movilidad, asistencia médica, desequilibrio social, entre otros, por lo que las iniciativas que se propongan deben ser precisas y adaptadas al entorno (2004).

El segundo aspecto es la provisión de bienes y servicios públicos a nivel local. Los gobiernos y entidades suministran instrumentos para alcanzar los objetivos de eficiencia y equidad, entre los cuales se destacan las infraestructuras y servicios sociales. A pesar de que muchas veces no se define dentro del desarrollo local dicho aspecto, estos instrumentos inciden directamente en el bienestar de los residentes de los territorios (Tiebout, citado en Tello, 1956). Igualmente, el desarrollo local considera la participación y papel de los residentes locales en los procesos, dado que ellos estimulan el crecimiento e influyen en la política, de modo que se mejoren las condiciones del territorio y se reduzcan las desigualdades existentes. Además, se pueden forjar alianzas y asociaciones con otros agentes locales con el fin de contribuir al aumento de bienes y servicios públicos (OCDE, citado en Tello, 2007).

Por último, el enfoque multidisciplinario que adopta el desarrollo local interviene directamente en el análisis que se realiza. Cuando se aborda la dimensión geográfica o espacial se hace uso de herramientas que provienen de campos de la economía regional, urbana y rural. Tello menciona que dentro de los tres aspectos mencionados anteriormente se hace uso de diferentes temáticas y disciplinas que son necesarias para comprender las acciones e intervenciones en el proceso de desarrollo local (2010).

Para Francisco Albuquerque, la articulación de los diferentes entes como la comunidad local, las empresas privadas y el sector público, generan mayor desarrollo local. Esto se consigue también insistiendo en la competitividad a través del trabajo mancomunado entre los actores, con el fin de crear cadenas productivas y empezando a desarrollar el concepto de “competitividad sistémica territorial” (2003). Adicionalmente, se incorpora la innovación dentro de la teoría de desarrollo local, pues de allí surge la capacidad para introducir nuevas características al interior de la producción territorial, tanto de procesos productivos como de

innovaciones sociales e institucionales. Esta no depende exclusivamente de la investigación y desarrollo de grandes empresas, sino que la comunidad debe estar involucrada con el desarrollo e innovación a través de intermediarios, por lo que Albuquerque (2003) menciona tres temas que son decisivos en el desarrollo:

- Introducción de innovaciones en los sistemas y procesos de producción local.
- Cada contexto es diferente, por lo que se deben diseñar programas adecuados de formación de recursos humanos según las necesidades del territorio.
- Se empieza a hablar de sostenibilidad ambiental por lo que se debe hacer énfasis en la capacidad del ambiente local.

Junto a la importancia de los gobiernos locales en su papel como articuladores de los actores locales, también cabe destacar el papel de liderazgo, dado que influyen y deben promover el aprendizaje y el emprendimiento. Asimismo, conservar la cultura territorial a través de estrategias que permitan el aprovechamiento de los recursos sin afectar a la comunidad. De ahí la importancia por crear espacios de cooperación entre los distintos sectores y que estos influyan en el desarrollo local. Igualmente, debe existir un ambiente propenso para la creación de nuevas empresas y capacitarlas en los requerimientos necesarios con el fin de aumentar la productividad local. Por eso es importante dotarse de la capacidad de observación en el territorio, ya que así se ven los requerimientos del tejido social, cultural, económico, político, administrativo y ambiental del territorio (Albuquerque, 2003).

Así pues, según la articulación de ideas contempladas por Sierra (2008), se es necesario hacer hincapié en el tema de la empleabilidad, dado que este es un problema que afecta principalmente a las economías latinoamericanas, y el cual ha estado tomando fuerza y diversos contrastes en cada región. Por lo cual, plantea ciertas estrategias para hacerle frente a este

problema y dinamizar la economía a nivel local. Entre estas, menciona que a nivel público se debe optar por políticas de empleo más amplias, haciéndola participe de una política social local. Así mismo, apoyar la creación de MIPYMES, dado que este tipo de empresas ayudan a la población local y permiten fomentar la inversión, adicionalmente, se busca que se mejore la formación profesional local.

Por último, Albuquerque menciona:

La estrategia de desarrollo económico local debe buscar, esencialmente, la diversificación del sistema productivo y la creación de nuevas empresas y empleo en el territorio, a partir de una valorización mayor de los recursos endógenos y el aprovechamiento de las oportunidades de dinamismo externo existentes (2003, p. 19).

Así pues, los procesos de desarrollo local deben contar con la participación de la comunidad, pues la base en la que se fundamenta toda esta teoría se concentra en que se deben obtener los máximos beneficios para los habitantes de un lugar. Por lo que el desarrollo local no es una acción aislada llevada a cabo por un individuo o un grupo, sino que debe ser una acción mancomunada por parte de todos los entes que se interrelacionan en el destino (Núñez & Orozco, 2013).

Desarrollo sostenible del turismo

La Organización Mundial del Turismo muestra la estrecha relación que hay entre la biodiversidad y el turismo y lo dependientes que son el uno del otro; además, los estándares a seguir para la adecuada gestión turística de un destino. Por esta razón, promueven la valoración del patrimonio cultural y natural de los destinos desde su protección con planes de desarrollo sostenible a largo plazo o siguiendo la normatividad respectiva. Además, impulsa la capacitación

de personal, el turismo accesible para personas con discapacidades, cuidado del ambiente y otros. Estos estándares han sido generados con el objetivo de que las aspiraciones globales de un turismo sostenible no se queden solo en palabras, sino que a través de este tipo de metodologías puedan ser implementadas y den buenos resultados (OMT, 2012).

Debido a los cambios que se han generado en los últimos años en los ecosistemas y las alteraciones que han recibido los mismos, se propende por un desarrollo sostenible que es, de acuerdo con el informe Brundtland, “aquel que satisface las necesidades actuales sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras” (World Commission on Environment and Development, 1987). Esto quiere decir que el desarrollo sostenible vela por la estabilidad social, la perdurabilidad de los recursos y la distribución equitativa de los beneficios económicos.

La Comisión Brundtland inicia un proceso que busca mejorar la situación actual y futura mundial mediante políticas y programas de conservación ambiental, mitigación de la pobreza e inclusión social. La Comisión considera que el futuro es una construcción de todas las personas, por eso se ve la necesidad de que en las decisiones políticas y sociales se considere un adecuado uso de los recursos ambientales, sean más asertivas y permitan un crecimiento equitativo. Con dicho informe los países participantes se comprometieron a implementar objetivos y acciones en torno a temas ambientales, económicos y sociales. Así pues, se vivió una época de transformación de las políticas dado que buscaba que se implementaran los temas de desarrollo sostenible en el entorno social. Las siguientes son las áreas más importantes que se tuvieron en cuenta en el informe:

- a. Población y recursos humanos: la población mundial está creciendo constantemente, lo que genera un problema en cuanto a la cantidad de recursos disponibles para cada persona. Se necesita replantear el tema de crecimiento poblacional dado que los recursos son limitados y es necesario mitigar la pobreza. Por esto, los gobiernos deben desarrollar objetivos a largo plazo, en donde se entienda que el manejo adecuado de los recursos mejorará las condiciones sociales pese al crecimiento constante.
- b. Seguridad alimentaria: cada año hay más personas en el mundo que no tienen suficientes alimentos. La agricultura global ha potencializado el crecimiento de la comida para el alcance de todos, pero aún existen lugares donde la comida no está disponible para toda la población y se viven situaciones de deficiencia alimentaria.
- c. Pérdida de especies y recursos: La diversidad de especies es necesaria para el normal funcionamiento de los ecosistemas y de la biosfera. Es por eso que la primera prioridad es controlar el problema de la desaparición de especies a través de políticas que abarquen la conservación y preservación de los ecosistemas. Se busca desarrollar redes de apoyo para áreas protegidas y abarcar mayores áreas con otros grados de protección.
- d. Energía: actualmente, con la industrialización, el desarrollo de la agricultura y el rápido crecimiento de la población, el mundo necesita mucha más energía que antes. El planeta no puede soportar esto, especialmente si el incremento está basado en energías no renovables. Impera la necesidad de crear alternativas de suministro de energía y nuevas técnicas de eficiencia energética que permitan el buen aprovechamiento de los recursos naturales.

- e. Industria: es fundamental el desarrollo de nuevos tipos de industrias que tengan en cuenta la relación costo – efectividad en términos de daños ambientales, dado que estas, no solo tienen que impulsar el crecimiento económico, sino propender por mejorar la calidad de vida de los habitantes y en general, a preservar el ambiente.
- f. Retos urbanos: para el siglo 21, la mayoría de la población vivirá en centros urbanos, y el cambio en cuanto a redes de comunicación, producción, información, capital humano y comercio, será grande. Corresponde a los gobiernos desarrollar estrategias acordes con estos cambios, teniendo en cuenta que las nuevas urbes tendrán que ser descentralizadas en autoridades locales, las cuales podrán apreciar y manejar las necesidades locales (World Comission on Environment and Development, 198/).

A su vez, Carlos Gomez Gutierrez (2014) menciona que en este informe se empieza a observar la crisis ambiental y económica que existe a nivel mundial dado el nivel de crecimiento poblacional, por lo que poco a poco se agotarán los recursos y se generará la degradación ambiental. Este problema, es lo que da pie a que en el informe de Brundtland se mencionen los tres componentes que posee el desarrollo sostenible, que es social, ambiental y económico. Primero, a nivel social, educar a la población, haciéndole saber que el crecimiento demográfico afecta la disponibilidad de recursos, por ende, crisis a nivel social. Adicionalmente, en temas ambientales, se hizo hincapié en la pérdida de biodiversidad y el riesgo que existe por posibles extinciones de algunas. Por último, en el aspecto económico menciona las limitaciones de crecimiento económico que existen debido al agotamiento de recursos, y la necesidad de que los avances tecnológicos optimicen procesos y reduzcan el desperdicio y emisión de desechos.

Cabe destacar dos pautas que fueron recomendadas en el informe que Gómez menciona las cuales son:

Los gobiernos debían realizar un papel más dinámico como difusores de información sobre los recursos naturales y la calidad ambiental, y promover una contabilidad anual de dichos recursos como un activo más a escala social.

Se debía reforzar el papel regulador de los gobiernos en temas ambientales, reconociendo el papel de los incentivos destinados a disminuir costos y utilizar de modo eficiente los recursos naturales. (p. 92, 2014)

Añadido a lo anterior, el documento “Sustainable Tourism in Protected Areas” sostiene que desde el último siglo, el turismo se ha convertido en una importante industria y cuyas cifras van cada vez más en aumento. Este incremento genera también mayor demanda y nuevos mercados y con ellos un nuevo pensamiento, más consciente de lo que pasa en el mundo y adaptado a las tendencias de los últimos años. Los turistas hoy en día “sofisticaron” su demanda y buscan alternativas que les brinden experiencias realmente significativas, que les permitan tener una conexión más íntima con su destino. Es así como llega el auge de distintas tipologías de turismo, en especial aquellas que tienen que ver con la interacción con comunidades locales, flora, fauna, ecosistemas y la naturaleza en general (Eagles, McCool, Haynes, 2002).

Según la OMT, “el desarrollo sostenible consiste en lograr el equilibrio entre los objetivos sociales, económicos y ambientales” (2002). Este enfoque busca conservar la integridad cultural y ambiental, sin afectar áreas ecológicas y del patrimonio cultural. Desde el punto de vista económico, también se procura generar beneficios en términos de rentabilidad para el territorio, fortaleciendo la oferta a través de capacitaciones, generación de empleo, leyes en materia económica, entre otros (Núñez & Orozco, 2013). De igual forma, Para Núñez y Orozco, la adopción del turismo sostenible debe estar guiada por medidas como (2013):

- a. Desde el sector público y privados, aumento de la cooperación entre sectores, así como las asociaciones, dado que permiten unir esfuerzos y encaminarse a objetivos en común.
- b. Formular programas que fomenten el desarrollo del ecoturismo, conserven el patrimonio cultural y ayuden a proteger las comunidades, la cultura local y autóctona.
- c. Estimular el sector privado a través de inversión y programas para crear empresas de turismo sostenible. Además, mejorar el turismo interno, permitiendo valorar la propia cultura y crear conciencia turística ambiental.
- d. Apoyar a las comunidades locales por medio del fortalecimiento de las visitas en sus atractivos turísticos, con el fin de obtengan un beneficio equilibrado con el mínimo de riesgos y efectos negativos en su cultura y ambiente, con el apoyo de organismos competentes en el tema.
- e. Facilitar el acceso de información dentro del territorio, aumentando el conocimiento y participación con el mercado.

Para lograr consolidar estas alternativas de turismo es necesario que, a través de la promoción de estas nuevas tendencias y una adecuada planificación, gestión y control de los planes y lineamientos normativos, se pueda concientizar a turistas y visitantes de la importancia del ambiente y todas las posibilidades que brinda a los seres humanos. Se plantea que de los recursos económicos obtenidos por el turismo se dedique una parte considerable a la instauración de medidas de conservación efectivas, pues, de otro modo se generaría deterioro de los recursos, impactos negativos y por ende, un detrimento de la industria turística (OMT, 2002).

Del turismo sostenible se desprenden nuevas tendencias específicas, particularmente el turismo de naturaleza que aprovecha los recursos naturales para propiciar una interacción con la

naturaleza y el ambiente, dejando de lado los tradicionales métodos de turismo (MinCIT, 2007). Para delimitar el tema, el artículo 26 de la Ley 300 de 1996, define el acuaturismo como una forma de turismo especializado que tiene por objetivo el disfrute de servicios turísticos alrededor de cuerpos de agua como ríos, mares y lagos, que contengan atractivos turísticos.

Ya que el acuaturismo es una tipología especializada, necesita medidas especiales de conservación que se apoyan en mecanismos como la capacidad de carga, entendida en el artículo 26, numeral 2, de la ley 300 de 1996 como el número máximo de visitantes que puede soportar un lugar sin afectar la satisfacción de los turistas y causando mínimas repercusiones en los recursos naturales y culturales. El Límite de Cambio Aceptable (LAC), que además de incluir la capacidad de carga que puede tener un destino, basa su metodología en otras causas pues no se pretende evitar el cambio, sino decidir cuánto de este se permitirá y qué acciones se usarán para controlarlo, además del monitoreo y la evaluación (Stankey, et al. citado en Krumpe & Strokes, 1994).

Marco conceptual

Paisajes naturales y ecoturismo

Para comenzar, se define el paisaje natural ya que a partir de este se genera todo lo que hoy se conoce o percibe. Originalmente el paisaje natural se refiere a todo aquello que no ha sido modificado por el esfuerzo humano, que continúa en sus condiciones auténticas. Sin embargo, las necesidades económicas, políticas y sociales del ser humano han vuelto al paisaje un objeto de cambio que se convierte en una mezcla heterogénea de tamaños, formas de producir las cosas, edades, etc.; dada la multiplicidad de funciones y relaciones en una sociedad, que además cambian con el tiempo e impiden conservar el paisaje en su estado plenamente natural,

condicionan la artificialidad de un paisaje a la complejidad de una vida social (Santos, 1996, págs. 62-65).

Las tensiones entre lo natural y lo artificial nacen cuando se habla de estética y funcionalidad del paisaje. La primera proporciona un vínculo fundamental entre los humanos y los procesos ecológicos pues, los sentidos se conectan con las emociones al tiempo que estas se ven influenciadas, entre otros, por el placer, que influye directamente en la manera de responder ante los estímulos. Este placer y la estética generan en el ser humano la necesidad de cambiar el paisaje y adaptarlo a la percepción de cada quien, lo que causa que se modifiquen aquellos lugares que no se consideran atractivos a la vista. Es entonces cuando las preferencias y los objetivos de funcionalidad del paisaje se desalinean, pues lo que se considera agradable no es ecológicamente sano y lo que sí lo es, es visto como mediocre o muy común (Gobster, Nassauer, Daniel & Fry citados en Selman, 2012, pág.119).

Estas consideraciones explican la razón de ser de la planificación territorial desde el paisaje, entendiendo este último como un sistema complejo, cambiante y resiliente en el que la información, procesos y energía fluyen y se transforman a través de los distintos ámbitos y miembros de la sociedad. No se puede dejar de lado este concepto sistémico porque muchas veces las modificaciones en el paisaje impactan negativamente en la biodiversidad y los espacios naturales y culturales, cuando prima una perspectiva estética.

Por tal razón, debe velarse por una planificación que garantice el desarrollo adecuado de las funciones ecosistémicas y humanas, lo cual no implica necesariamente conservar el paisaje en su estado tradicional e inalterado, sino el establecimiento de políticas, planes, ordenamiento y estrategias que analicen y evalúen, mediante herramientas especializadas, la estructura paisajística, la adaptabilidad a los cambios y los procesos que allí se desenvuelven. Así se puede

lograr que los paisajes realicen sus funciones ecológicas, socioeconómicas y culturales y que las perturbaciones a su dinámica sean las mínimas posibles (Iglesias et al., 2009, págs. 25-32).

Para realizar actividades turísticas, se requiere transformar el paisaje y adecuarlo a las distintas tipologías. Pero, en aras de minimizar los impactos, surge el turismo sostenible, definido por el programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo como “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”(2006), considerando que este turismo debe usar óptimamente los recursos medioambientales y mantener los procesos ecológicos esenciales, de manera que se conserven los recursos y la diversidad biológica.

También debe respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades locales y conservar su patrimonio y valores culturales y arquitectónicos, promoviendo la tolerancia intercultural; así como asegurar la viabilidad de las actividades económicas que generen beneficios bien distribuidos entre quienes participen, que generen empleo estable y contribuyan a la reducción de la pobreza. Finalmente se exige una colaboración conjunta y continua para lograr un turismo que satisfaga altamente a los turistas y represente una experiencia tan significativa que los concientice sobre la importancia de la sostenibilidad (PNUMA & OMT, 2006, pág.11).

El turismo de naturaleza, definido por la OMT como “todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en el que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (2002); como rama de esta tipología surge el ecoturismo (véase figura 1), que es

Una de las actividades en las cuales se hace más viable la implantación de modelos de desarrollo sostenible; a través de él se ofrece al visitante la posibilidad de disfrutar de la oferta ambiental de un área geográfica, representada ya sea en su diversidad biológica (número total de especies) o ecosistémica (características geológicas o geomorfológicas) o en sus paisajes y acervo cultural, a cambio de una retribución (manifiesta en términos de ingresos) que benefician, en primera instancia, a las comunidades que viven en las zonas de influencia de las áreas protegidas o de cualquier otra área natural con atractivos para los visitantes. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo & Ministerio de Ambiente, 2003, pág. 15)

El ecoturista debe tener como motivación principal la apreciación de la naturaleza y la cultura, debe incluir elementos educacionales y preferiblemente organizado para grupos pequeños, procura reducir los impactos negativos en su entorno y contribuye a la protección de las zonas naturales generando beneficios económicos para las comunidades, empleo y conciencia sobre la conservación (OMT & PNUMA, 2002). Para el presente trabajo se considera importante también definir el turismo de aventura, entendido en el Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza en Colombia como Subproducto de turismo de naturaleza cuya motivación principal es la “realización de alguna actividad física recreativa con riesgo sobre el escenario natural” (2012).

De la mano con el ecoturismo y turismo de aventura está el acuaturismo, que es

Una forma de turismo especializado que tiene como motivación principal el disfrute por parte de los turistas de servicios de alojamiento, gastronomía y recreación, prestados durante el desplazamiento por ríos, mares, lagos y en general por cualquier cuerpo de

agua, así como de los diversos atractivos turísticos que se encuentren en el recorrido utilizando para ello embarcaciones especialmente adecuadas para tal fin.(Ley 300,1996)



Figura 1. Subproductos del turismo de naturaleza. Fuente: Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza, 2013, pág.8.

Producto turístico

La OMT menciona al producto turístico como parte fundamental de la oferta, debido a que esta es el “conjunto de productos y servicios turísticos puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (OMT, 1998); o como lo define Miguel Ángel Acerenza:

[...] el producto turístico no es más que un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de los turistas [...], es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que los integran: atractivos, facilidades y acceso (1993, p. 15).

Adicionalmente, las características del producto turístico son según Juan Luis Nicolau (2011):

- **Intangibilidad:** se refiere a que un producto turístico está compuesto por partes tangibles e intangibles. Sin embargo, lo que adquiere el consumidor es un uso y una experiencia, más que un producto físico. Este producto intangible además genera inseguridad dado que no se tiene certeza de lo que se va a adquirir, por tal razón se buscará información previa y se debe hacer más tangible el producto.
- **Caducidad:** se deben consumir en el momento programado dado que no son almacenables, por tal razón los ofertantes deben vender con antelación o al ritmo de mercado.
- **Agregabilidad:** los productos turísticos pueden estar compuestos por más productos, haciéndolos más complejos y así satisfaciendo nuevos o más nichos de mercado, dependiendo del enfoque que se le esté dando.
- **Simultaneidad de producción y consumo:** los productos turísticos difieren de los tangibles, dado que en este caso el producto se compra y la producción y consumo es simultánea. De ahí la importancia de prestar un excelente servicio y tener personal altamente cualificado para esa operación.
- **Heterogeneidad:** cada producto y servicio es diferente, se pueden incurrir en ciertos errores a pesar de ofrecer el mismo producto dado su carácter de consumo y producción al mismo tiempo, por tal razón se estandarizan los procesos al momento de ofrecer los servicios. Sin embargo, supone una ventaja dado que se pueden confeccionar productos a medida y hacer servicios más personalizados.

Según dice Jorge Ramón Gonzáles Ferrer, en su artículo “Conceptualización del producto turístico: contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios”, la clásica concepción que sienta acerca de producto y oferta es:

[...] un conjunto de componentes tangibles e intangibles que relaciona sistémicamente los recursos turísticos (impulsa al desplazamiento), la infraestructura (facilitan la satisfacción de las necesidades de aproximación física a los recursos turísticos) y los servicios (satisfacen necesidades de subsistencia), los que confluyen en un espacio determinado. (2009, p. 37.) (Ver figura 2).

De acuerdo con la anterior definición y entendiendo el producto turístico como un sistema en el que cada una de las dimensiones debe estar interrelacionada con las otras, es importante establecer algunos conceptos que sientan las bases para el desarrollo de un producto turístico. El primer elemento son los recursos turísticos, entendidos como aquellos que brinda la naturaleza o crea el hombre y llaman la atención del turista; estos pueden clasificarse en naturales y socioculturales, que a su vez se clasifican en patrimonio tangible e intangible. Para la investigación se optará por la definición de la ley colombiana que propone que los recursos son solo los naturales y que no han sido alterados por el hombre, pero que pueden ser aprovechados para futuras adecuaciones; son un atractivo en sí (Ley 300, 1996). Los recursos modificados por el hombre son llamados atractivos (Navarro, 2015) y se consideran un motivo de atracción que facilita la experiencia del turista.

“Los productos turísticos requieren también de una infraestructura, que son las vías de comunicación y transporte, servicios básicos e instalaciones y facilita el acercamiento físico de los clientes a los recursos turísticos” (Altés, citado en González, 1998). Asimismo, los servicios, es decir, las facilidades que prestan ciertas organizaciones para satisfacer las necesidades básicas

del turista en su desplazamiento (González, 2009), complementan la experiencia en un territorio. La estructura hace referencia al alojamiento, restauración, información turística, servicios de recreación y transporte especializado que se brinda al turista (Beltrán, Gómez, López, 2002, pág.3).

La superestructura, según Luis Fernando Jiménez (1986), es el instrumento que se encarga de la coordinación y marketing del proceso productivo a todos los niveles. Dentro de la superestructura hay instituciones públicas y privadas, tales como: Organización nacional de turismo, industria turística, asociaciones de profesionales relacionados con turismo, organizaciones sin ánimo de lucro, dispositivos del gobierno central y/o local y organismos periféricos con apoyo a la actividad turística, aunque no sean del mismo sector.

Si se habla de un producto turístico sostenible es importante definir la capacidad de carga: número de personas que puede soportar una zona con fines turísticos, asegurando la máxima satisfacción a los visitantes y un mínimo impacto en los recursos culturales y naturales. Por lo que se establecen límites de uso a través de factores medio ambientales, sociales y de gestión (Ley 300, 1996).

Por último, al analizar el producto turístico se debe prestar especial interés al entorno con el que se relaciona, dado que es un sistema en donde interactúan varios factores internos y externos creando así un sistema turístico complejo. Algunos de estos factores que inciden dentro del territorio son: la comunidad local, la cual a su vez tiene una cultura, el paisaje, los recursos naturales, factores políticos, tecnológicos, económicos, productos y ecosistémicos (Ferrer, 2009).

Marco contextual

Demanda turística en Colombia y turismo en represas y embalses

A nivel mundial la OMT es un organismo especializado de la ONU, el cual se encarga y propende por el desarrollo de un turismo responsable y sostenible, adicionalmente, aporta cifras al sector turístico con el fin de generar una industria cada vez más competitiva. Por tal razón, cada año, elabora un registro de llegadas de turistas internacionales en las regiones propuestas por ellos, donde Europa es el líder con un 42,7% de la cuota del mercado, pero las Américas tienen 13,8% del mismo y se espera que siga creciendo para los próximos años (Tabla 1).

Tabla 1

Llegadas de turistas internacionales

Regiones de la OMT	Llegadas de turistas internacionales					Cuota de Mercado (%)	Variación 15' - 16' (%)
	2010	2013	2014	2015	2016	2016	(%)
Europa	488,7	566,6	576,1	603,3	615,9	42,7%	2,09%
Asia y el Pacífico	205,4	249,8	269,5	284	308,4	21,4%	8,59%
Américas	150,1	168,0	181,9	192,7	199,6	13,8%	3,58%
América del norte	99,5	11,7	120,9	127,5	139,7	9,7%	9,57%
El Caribe	19,5	21,1	22,3	24,1	25,2	1,7%	4,56%
América Central	7,9	9,8	9,6	10,2	10,7	0,7%	4,90%
América del Sur	21,1	27,8	29,1	30,8	32,9	2,3%	6,82%
Colombia	2,8	3,5	3,8	4,2	4,8	2,4%*	14,29%
África	49,7	54,8	55,0	53,4	57,7	4,0%	8,05%
Oriente Medio	54,7	48,2	50,4	55,6	53,8	3,7%	-3,24%

Nota: * Respecto al 100% de las Américas. La tabla explica el número de llegadas (en millones) de turistas internacionales a los diferentes continentes del año 2010 al 2016.

Fuente: Adaptado por el grupo de trabajo, según OMT, 2017.

Adicionalmente, se observa que la región de América del Sur, donde se ubica Colombia, recibió 32,9 millones de visitas en el año 2016. Sin embargo, en Colombia, el número de llegadas en el año 2016 tuvo una variación de 14,3% respecto al año anterior, muy por encima del promedio que maneja la OMT en regiones como América del sur (26,8%) o Europa (2%). Es

una cifra bastante alentadora conforme a las políticas de promoción de los atractivos que posee el país, hechas por el Fondo de Turismo de Colombia y PROEXPORT (Vélez, 2013).

El territorio colombiano es uno de los más biodiversos del mundo, el país cuenta con la más grande diversidad del planeta por kilómetro cuadrado gracias a su ubicación geográfica, y posee todos los pisos térmicos, playas, bosques, páramos y nevados. En cada uno de estos espacios es posible apreciar especies nativas, que enriquecen la diversidad colombiana y se genera un nuevo escenario para la vida (Ospina, Mora & Romero, 2013). Colombia cuenta con 3500 especies de orquídeas, 1815 especies de aves, 764 especies de ranas. Además, es la segunda a nivel mundial en: producción de banano, flores, moras y mariposas (Proexport, citado en Ospina, Mora & Romero, 2013).

Dadas estas características y condiciones ecológicas, en Colombia se ha visto que el ecoturismo es una forma de ofrecerle al turista nuevas experiencias por medio de las cuales pueda apreciar los lugares con los que cuenta el país. Además, a través de organismos como el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, se promueve la reglamentación para que el turista y los entes públicos y privados, más allá de aprovechar el espacio, lo respeten y preserven para generar un entorno más agradable (Ospina, Mora & Romero, 2013). Fernández menciona que, dado este contexto donde el turista valora y aprecia nuevas experiencias, la oferta turística en Colombia debe diversificarse y especializarse en ofrecer mejores productos para el mercado nacional e internacional. Por tal razón, en los últimos años se ha incrementado la oferta turística en este tema, y se puede observar nuevas tendencias hacia el agroturismo, turismo rural, avistamiento de aves y ballenas, entre otros (2003).

En el país, existen 56 áreas protegidas por la Dirección Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales [PNN] de la cuales 24 están abiertas al turismo ecológico, que son:

Amacayacu, Chingaza, Cocuy, Corales del Rosario y de San Bernardo, Cueva de los Guácharos, Estoraques, Galeras, Guanentá, Iguaque, Isla de Salamanca, La Corota, Los Flamencos, Los Nevados, Macuira, Malpelo, Old Providence McBean Lagoon, Otún, Puracé, Quimbaya, Sierra Nevada de Santa Marta, Sumapaz, Tayrona, Tuparro y Utría (Parques Nacionales Naturales , 2015).

Sin embargo, a nivel nacional existen problemas asociados con el flujo masivo de turistas en áreas ecológicas que no estén controladas. Entre los más comunes se encuentra que: la mayor parte de los ingresos no va para la comunidad receptora, sino para los operadores turísticos e intermediarios; existe una afectación de la flora y fauna dado que se perjudica el hábitat y se empieza a dar una transformación al espacio para hacerlo más atractivo y accesible, ocasionando cambios paisajísticos del entorno; también, el uso de más recursos para los turistas y crecimiento poblacional dadas las nuevas oportunidades de crear industrias (Self, Self & Bell – Haynes, 2010).

En el tema del aprovechamiento de los recursos hídricos con los que cuenta Colombia, en especial las represas y embalses que se han ido creando con el paso de los años, el marco legal e institucional del país ha establecido diferentes directrices con el fin de hacer buen uso de dichos recursos. La función o uso de estos cuerpos de agua es principalmente para generar energía a poblaciones aledañas de donde están ubicadas. Por otra parte, instituciones públicas y privadas ofrecen servicios turísticos dentro de las represas o embalses, como lo es el caso del Neusa, Prado, esto debido a que no se han establecido amenazas para el ecosistema o se realizan actividades turísticas que no generen gran impacto al mismo. Sin embargo, muchos de estos servicios turísticos no se han articulado con el fin de ofrecer a los turistas un producto consolidado y de mayor atracción (Viceministerio de Ambiente, 2010).

Tabla 2
Principales Embalses y Lagunas en Colombia

	Nombre	Tipo	Departamento	Área (ha)		Nombre	Tipo	Departamento	Área (ha)
1	Jaguas	Embalse	Antioquia	3.100	21	Arrecifal	Laguna	Guainia	400
2	La Tabla	Laguna	Antioquia	175	22	Cumaral	Laguna	Guainia	400
3	Miraflores	Embalse	Antioquia	815	23	Macasabe	Laguna	Guainia	400
4	Peñol	Embalse	Antioquia	6.400	24	Mapiripana	Laguna	Guainia	550
5	Playas	Embalse	Antioquia	3.200	25	Rayado	Laguna	Guainia	550
6	Punchina	Embalse	Antioquia	360	26	Novegal	Laguna	Guaviare	400
7	Troneras	Embalse	Antioquia	465	27	Betania	Embalse	Huila	7.000
8	Guajaro	Embalse	Atlántico	16.000	28	San Rafael	Laguna	Huila	175
9	Arroyo Grande	Embalse	Bolívar	1.240	29	Carimagua	Laguna	Meta	200
10	Arroyo Matuya	Embalse	Bolívar	1.400	30	Cocha	Laguna	Nariño	4.240
11	Chivor	Embalse	Boyacá	1.200	31	Cumbal	Laguna	Nariño	211
12	Tota	Laguna	Boyacá	6.000	32	Del Trueno	Laguna	Nariño	400
13	Culebra	Laguna	Caquetá	550	33	Nerete	Laguna	Nariño	225
14	Salvajina	Embalse	Cauca	2.200	34	La Playa	Laguna	Putumayo	225
15	Chuza	Embalse	Cundinamarca	537	35	San Silvestre	Embalse	Santander	250
16	Fuquene	Laguna	Cundinamarca	680	36	Prado	Embalse	Tolima	2.185
17	Muña	Embalse	Cundinamarca	730	37	Calima	Embalse	Valle	1.000
18	Neusa	Embalse	Cundinamarca	955	38	Sonso	Laguna	Valle	1.410
19	Sisga	Embalse	Cundinamarca	680	39	Tarira	Laguna	Vaupés	1.000
20	Tominé	Embalse	Cundinamarca	3.778	40	La Rompida	Laguna	Vichada	840

Fuente: Adaptado por el grupo de trabajo con base en Molina, M.(1992). En Avances en el manejo y aprovechamiento acuícola de embalses en América Latina y el Caribe.

Colombia presenta un gran potencial de lagunas y embalses dentro del territorio, los cuales tienen diferentes usos y albergan varios tipos de ecosistema. El Embalse de Chivor está ubicado en el departamento de Boyacá. Los departamentos de Cundinamarca y Tolima, los cuales son competencia potencial dada su cercanía a la capital del país que es Bogotá, tienen otros 8 cuerpos de agua. Por tal razón, se adaptó una tabla con las distancias que hay entre Bogotá y los diferentes embalses, para determinar cuáles son los que más pueden atraer a turistas en términos de desplazamiento (Tabla 3).

Tabla 3

Embalses y Lagunas en Boyacá, Cundinamarca y Tolima y su distancia con Bogotá.

Nombre	Tipo	Departamento	Distancia con Bogotá
Muña	Embalse	Cundinamarca	38 Km
Tominé	Embalse	Cundinamarca	44 Km
Sisga	Embalse	Cundinamarca	60 Km
Neusa	Embalse	Cundinamarca	62 Km
Fuquene	Laguna	Cundinamarca	121 Km
Chivor	Embalse	Boyacá	143 Km
Chuza	Embalse	Cundinamarca	167 Km
Prado	Embalse	Tolima	218 Km
Tota	Laguna	Boyacá	232 Km

Fuente: Elaboración propia a partir de distancias por Google Maps 2015

Turismo en Boyacá

El Departamento de Boyacá está situado en el centro del país, en la cordillera oriental de los Andes; localizado entre los 04°39'10'' y los 07°03'17'' de latitud norte y los 71°57'49'' y los 74°41'35'' de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 23.189 km² lo que representa el 2.03 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Santander y Norte de Santander, por el Este con los departamentos de Arauca y Casanare, por el Sur con Meta y Cundinamarca, y por el Oeste con Cundinamarca y Antioquia (FONTUR 2012, pág. 61).

La capital del departamento es Tunja y su población es de 1.405.112 habitantes según proyecciones del DANE para 2015, dividida en 123 municipios, 13 Provincias y 123 corregimientos. Su ubicación sobre la Cordillera Oriental ocupa la mayor parte del territorio departamental con alturas hasta de 5.380 m sobre el nivel del mar, accidentes geográficos y una hidrografía que destaca frente a otros departamentos (FONTUR, 2012 pág. 66). Por estas razones, Boyacá durante varios años ha sido un destino atractivo tanto para los turistas

nacionales como internacionales, dadas las características geográficas y aspectos históricos, culturales, arquitectónicos y sociales que lo enmarcan.

Como bien explica el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible de Cundinamarca, existen varios atractivos turísticos enfocados a distintos segmentos de mercado, entre los cuales se resaltan: el Monumento a Los Lanceros del Pantano de Vargas, el municipio de Villa de Leyva, el campo de la Batalla de Boyacá, la Laguna de Tota, el Parque Nacional El Cocuy, entre otros. (FONTUR, 2012, pág.64). También se dice que

La identidad del país se ve reflejada en Boyacá, a través de su geografía, sus costumbres, sus paisajes y sus gentes que como sucede en la mayor parte del territorio nacional, es diverso y multicultural, lo que construye un tejido simbólico de indudable valor.

(FONTUR, 2012, pág.24)

De acuerdo con el Centro de Información Turística de Colombia (CITUR), en 2009 en Boyacá había 15 alojamientos rurales, 1 apartamento turístico, 166 hoteles, 26 posadas turísticas y 9 establecimientos de otro tipo y el promedio de pernoctación de los visitantes estaba entre 1 y 3 días. Este mismo año, el 80,28% de los viajeros nacionales provenían de Bogotá, seguidos por el 6,10% de Bucaramanga. La motivación era principalmente los negocios y luego el turismo (ver figura 3).

Dentro del sector había 206 personas ocupadas sin remuneración, 1.046 ocupadas con remuneración y 769 personas con ocupación temporal. A 2010, el departamento tenía 461 prestadores de servicios con Registro Nacional de Turismo divididos en agencias, hoteles, restaurantes, entre otros, como se muestra en la Tabla 4. En 2011 llegaron al departamento 3.935

turistas extranjeros por puntos de control del DAS, de los cuales 1.061 eran de Venezuela, seguido de 562 visitantes de Estados Unidos; 1668 turistas visitaron Boyacá motivados por el turismo y 354 por eventos (ver tabla 5). Hubo 2905 llegadas en avión y 1.028 por vía terrestre. En 2012, se recibieron 49.672 visitas a Parques Nacionales Naturales en 2012.

El turismo aporta el 2,97% del PIB en Boyacá, siendo superado por el sector servicios (23,71%), agropecuario (14,02%) e industrial (15,67%). Las causas de esta baja participación del turismo en el PIB se le atribuyen a la desarticulación entre los actores, informalidad, débil planificación del sector, entre otros (Gobernación de Boyacá, 2012, pág.188). Pese a esto, el Plan Departamental de Desarrollo 2012-2015 plantea que el turismo ha sido un sector estratégico en cuanto genera empleo, permite más ingresos para un mayor número de habitantes, atrae inversión extranjera y abre la posibilidad de integración económica y social (Gobernación de Boyacá, 2012, pág.189). Dentro del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del departamento, tal y como su nombre lo indica se hace un enfoque en la sostenibilidad, desde las tipologías de ecoturismo, agroturismo y turismo de aventura como complementos del turismo religioso y cultural ya reconocido (FONTUR, 2012, págs. 16-17).

De Boyacá se destaca que cuenta con variedad de recursos naturales, culturales, arquitectónicos e históricos que les dan una ventaja frente a otros destinos. Asimismo, es un destino que con los años se ha potencializado y posicionado en el mercado nacional e internacional y cada vez le es más fácil acceder al mercado turístico por la tecnología y los avances en comunicaciones. Sin embargo, la contaminación ambiental, el mal uso de los recursos naturales, la falta de sentido de pertenencia, poca capacitación en temas turísticos y la falta de actualización e implementación de las políticas públicas por la poca coordinación entre gobiernos, son limitaciones que el departamento debe velar por mejorar, para que se pueda

fortalecer la actividad turística, brindar beneficios a la comunidad y un servicio de calidad y altos estándares a los turistas (FONTUR, 2012, pág. 196).

Según la Central Hidroeléctrica de Chivor, la construcción de esta se fundamenta en el aprovechamiento del río Batá con el fin de generar eléctrica a municipios aledaños y la región del Valle de Tenza. Posee 569,64 millones de metros cúbicos distribuidos entre los municipios de Macanal, Chivor, Santa María y Almeida (2014). Dentro del Embalse de la Esmeralda se practican actividades deportivas como kitesurf, canotaje o esquí acuático, bastante apetecidas por los turistas que visitan este embalse.

La mayor parte del Embalse de La Esmeralda se encuentra rodeando el municipio de Macanal, en la provincia de Neira. Este está localizado al sur-oriente del departamento de Boyacá, a 145 km de Bogotá; tiene una extensión de 199.5 km² y una población de 4.827 habitantes repartida en área urbana y rural de 21 veredas; su temperatura promedio es de 19°C. Macanal está ubicado astronómicamente a 04° 58' 19" de latitud norte, 73° 19' 10" de longitud oeste y 0°,35' 15" de longitud con respecto al meridiano de Bogotá. Tiene límites al sur con los municipios de Santa María y Chivor, norte con Garagoa, oriente con Campohermoso y occidente con Almeida. Las actividades económicas principales del municipio son la agricultura y ganadería pero con la construcción del Embalse, la ganadería sin tecnificación y la utilización inadecuada de agroquímicos, se han generado cambios en el clima y los suelos de una parte del municipio, erosión y otros (Alcaldía de Macanal, 2016).

Estos cultivos en su mayoría son de subsistencia y producen generalmente yuca, maíz, fríjol, caña, tomate, café y otros cereales y legumbres. Con respecto a la minería, no es muy fuerte esta actividad, pero hay yacimientos donde se explota yeso, esmeraldas y recebo. Otro

sector que genera empleo en la región es el de la silvicultura, pese a que los árboles fueron plantados inicialmente con fines protectores, ahora tienen fines comerciales. La pesca es una actividad potencial, pero no existen allí muchos criaderos. Se ofrecen también algunas labores en el sector comercio y construcción, pero el sector secundario y terciario no cubren la tasa de desempleo (6,4%) del municipio. A razón de que las actividades no son suficientemente sobresalientes en el municipio y que ocurren ciertas externalidades, la Alcaldía ve el turismo como una actividad potencial, enfatizando en que “el Embalse se configura en un atractivo que puede enfocarse al turismo sostenible y rural”, lo que brinda la posibilidad de desarrollar un producto estructurado, que contribuya de manera significativa al desarrollo económico de Macanal (Alcaldía de Macanal, 2012).

Una de las estrategias planteadas en el plan de desarrollo de Macanal 2012- 2015 hace referencia al fomento del sector turismo como forma de impulsar la mejora de la calidad de vida de la población. Se proponen varios programas como la capacitación de guías, formalización de prestadores de servicios turísticos, señalización de senderos ecológicos y la integración del municipio a la cadena de valor de turismo del Valle de Tenza (Alcaldía de Macanal, 2012). Pese a todo esto, en el trabajo de campo se identificó que la labor en términos turísticos es muy débil, no se ve esta actividad como sector productivo ni se tiene claridad sobre las actividades turísticas que se realizan. Existen 8 establecimientos de hospedaje registrados, pero con débiles servicios para ofrecer; tampoco hay un inventario de los atractivos turísticos.

Marco legal

Cada país posee sus propias ventajas comparativas y competitivas, las cuales le permiten crear mayor valor a sus productos y servicios (Bravo & Pérez, 2009). En el caso concreto de Colombia se puede determinar que su mayor ventaja comparativa es la biodiversidad en fauna y

flora con la que cuenta, ocupando los primeros puestos a nivel mundial en este tema (Sistema de Información sobre Biodiversidad de Colombia, 2014). Por lo anterior, se han materializado diferentes políticas de protección y salvaguarda de los recursos a partir de un enfoque sostenible, como por ejemplo la Ley 99 de 1993 y el Decreto 2372 de 2010. La primera es la Ley General Ambiental de Colombia, por la cual se crea el Ministerio del Medio Ambiente, se reordena el Sector Público encargado de la gestión y conservación del medio ambiente y los recursos naturales renovables, se organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA) y se dictan otras disposiciones. Por su parte, el decreto, reglamenta lo relacionado con el Sistema Nacional de áreas Protegidas, las categorías de manejo que lo conforman y otras características del mismo.

Aunado a lo anterior, el turismo en Colombia se rige bajo la Ley 300 de 1996, Ley General de Turismo. En el año 2012 esta Ley fue modificada, además de la Ley 1101/06, por la Ley 1558. A partir de estas leyes se concibe a la industria turística como motor de desarrollo local, generando oportunidades y beneficios territoriales, mejorando el bienestar social.

Adicionalmente, se observa la relación legal y normativa que existe para el desarrollo de actividades turísticas en espacios ecológicos, dado que existen normas y leyes que controlan esta actividad con el fin de generar el desarrollo sostenible del turismo. Por ejemplo, en el año 2003, bajo el mandato del ex-presidente Álvaro Uribe Vélez, se expide la política de Ecoturismo, cuyo objetivo es velar por un desarrollo sostenible del turismo en un marco de responsabilidad social e impulsando una oferta competitiva y de calidad de los servicios a través del ordenamiento y planificación de áreas turísticas; esto permitirá contar con disposiciones para el uso de suelos y la creación de planes de desarrollo turísticos y/o ambientales y además se busca minimizar impactos negativos sobre el suelo, recursos hídricos, vegetación, fauna y paisaje.

Sumada a esta política, la norma técnica sectorial colombiana NTS – TS 001-1, especifica los requisitos de gestión para desarrollar un destino o área turística en materia de sostenibilidad tanto ambiental, como sociocultural y económica. Se busca que los destinos adopten esta norma con el fin de que, de manera permanente, se propicie por mejorar la industria turística y se apoyen los fundamentos del Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018, cuyo objetivo general es “posicionar a Colombia como destino turístico sostenible y sustentable, reconocido en los mercados mundiales y valorado en los mercados nacionales, por su multiculturalidad y megadiversidad, con oferta altamente competitiva, que lleve a su máximo nivel a la industria de los viajes y al turismo como potenciador de desarrollo regional y constructor de paz” (DNP).

Por otra parte, existen otras disposiciones normativas que regulan el entorno turístico en Colombia y en Embalse de Chivor en Boyacá. La Resolución 0118/05, en la cual se establecen los criterios técnicos de las diferentes actividades o servicios de ecoturismo. Adicionalmente, el departamento de Boyacá cuenta con el Plan de Desarrollo Turístico, en donde se incorporan diferentes acciones que se van a llevar a cabo para fortalecer la industria turística, priorizando el desarrollo integral del departamento, donde prima la protección de recursos naturales y culturales, además de facilitar la inversión y generación de empleo local, todo con el fin de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.

Por último, la Corporación Autónoma Regional de Chivor (Corpochivor) cuenta con el Plan de Gestión Ambiental Regional (PGAR) 2017 – 2019. Dicho plan tiene como objetivo planificar y dar directrices para el desarrollo sostenible que permiten orientar de manera coordinada el manejo, administración y aprovechamiento de recursos naturales renovables. Así pues, desde la planificación ambiental busca el desarrollo ordenado de actividades y propender

por la mejora de la calidad de vida de los habitantes. Corpochivor tiene como fin cumplir los siguientes objetivos:

1. Conservación, preservación y uso sostenible de los recursos naturales.
2. Desarrollo sostenible de la región.
3. Aprovechar los recursos naturales para mitigar los índices de pobres, es decir, usarlos como fuente de riqueza, siempre y cuando se cumplan los dos anteriores objetivos.

Adicionalmente, dentro del PGAR se menciona que el recurso hídrico es un factor de riesgo, por ende, se establece que debe reducirse la vulnerabilidad de la oferta y garantizar que el 100% de la población reciba agua potable, así como promover el uso racional y eficiente del agua y que todos los vertimientos cumplan con las regulaciones y estándares.

Metodología

Para lograr los objetivos planteados anteriormente, se desarrollaron algunos instrumentos de tipo cuantitativo y cualitativo que permitan la obtención de la información necesaria. El método cuantitativo permitió clasificar la información recolectada mediante los instrumentos aplicados en el destino y obtener datos estadísticos que contribuyan al desarrollo de la investigación. Por otro lado, desde el método cualitativo se busca obtener la percepción de los diferentes actores a través de entrevistas semi-estructuradas a dueños y empleados de los prestadores, alcaldía del municipio, población macanalense, guías de turismo y otros. Con la observación y visita a los diferentes atractivos en 3 visitas, se quiere lograr un aproximamiento al destino para conocer más de cerca sus fortalezas y áreas de mejora (Tabla 6).

Tabla 6*Métodos e instrumentos de recolección de información.*

OBJETIVO	MÉTODO	INSTRUMENTOS
1. Evaluar la oferta actual de Embalse de Chivor en lo que a actividades y recursos turísticos se refiere, así como infraestructura, accesibilidad y demás componentes de un producto turístico.	-Cuantitativo, para recolectar información pertinente sobre los prestadores de servicios turísticos, su formalidad y cumplimiento de normas de sostenibilidad.	-Encuestas y entrevistas semiestructuradas.
	-Cualitativo, con el objetivo de obtener información acerca del estado y características de la oferta.	-Observación directa y recolección de información de fuentes secundarias.
2. Analizar cuál es la demanda real y potencial que visita el lugar y establecer la capacidad de carga óptima para el desarrollo de actividades turísticas dentro del embalse.	Cuantitativo, de modo que mediante los instrumentos se pueda recolectar información como motivaciones, tiempo de estadía y nacionalidad de los visitantes.	-Encuestas y entrevistas semiestructuradas.
3. Definir la relación de la comunidad con el turismo y la influencia que éste ejerce sobre el mismo.	-Cualitativo, con el objetivo de observar en qué formas la comunidad participa en las actividades turísticas.	-Entrevistas semiestructuradas.
4. Establecer las bases de diseño de un producto acuaturístico en el Embalse de Chivor, priorizando a la comunidad local y generando una oferta turística rentable y sostenible.	-Cualitativo, desde la observación de los distintos elementos y con soporte en los resultados de los elementos anteriores.	-Observación directa y fuentes secundarias de información sobre creación de producto turístico, así como la metodología de referencia.

Fuente: Elaboración propia.

Hablando específicamente de la metodología escogida para desarrollar el producto turístico, propuesta por Machado y Hernández, se plantea que el producto turístico es una combinación de elementos tangibles e intangibles que solo se reconocen en el momento del consumo y busca una integralidad del producto que tenga rentabilidad económica, social, ambiental y satisfacción de la demanda (2007, pág. 163). A continuación, un esquema general de la metodología que se va a utilizar:

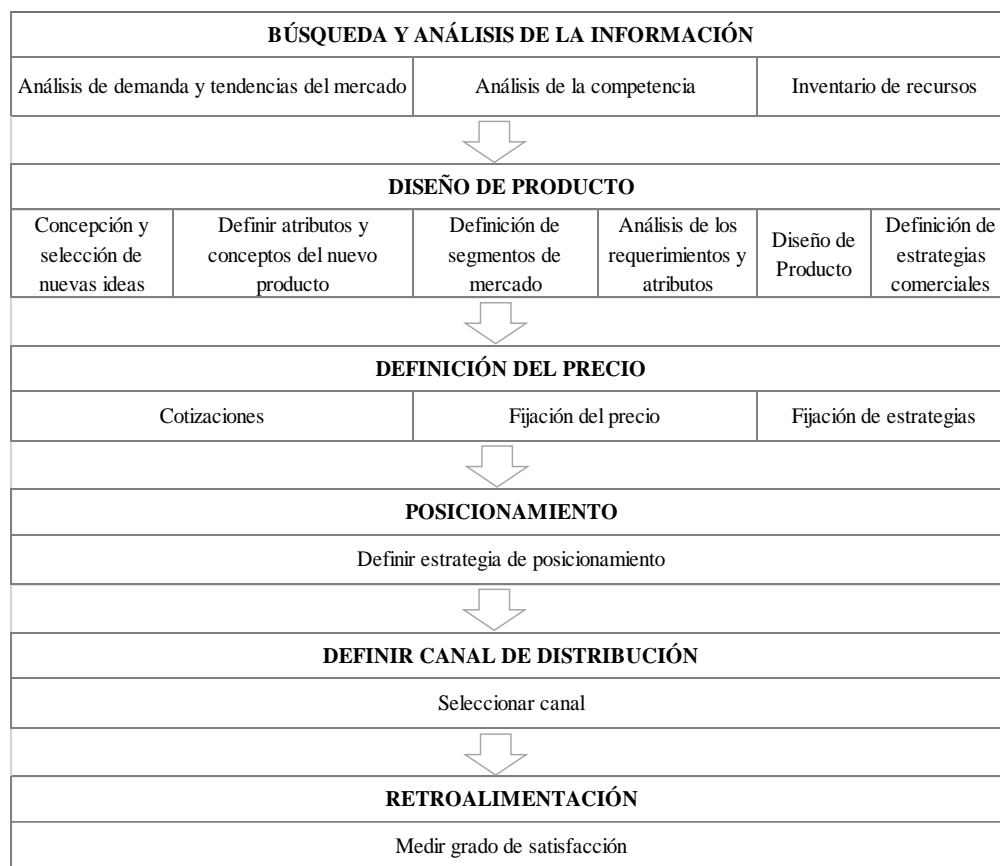


Figura 4. Metodología para la elaboración de un producto turístico. **Fuente:** Elaboración propia con base en Hernández y Machado, 2007, págs. 164-170.

Fuentes y técnicas de recolección de información

Las técnicas de recolección e información que se requieren para la investigación son primarias y secundarias. Las primarias a través de lo observado en el trabajo de campo y las secundarias, recolectadas a partir de la revisión de libros, artículos, revistas y documentos relacionados con los temas principales de la investigación, es decir, que abarquen el área de producto turístico, sostenibilidad y aprovechamiento de los recursos.

Se usará la información obtenida por medio de la observación en el campo, y preguntas realizadas a los turistas acerca de los prestadores de servicios turísticos presentes en el lugar y las

facilidades tanto para llegar al lugar como las que se brindan a los mismos durante su estadía. Lo siguiente que se hizo, fue diseñar una plantilla para los prestadores de servicios turísticos, con preguntas relacionadas con su formalidad como empresas turísticas y qué tanto contribuyen o no a la sostenibilidad del lugar. Para esto, se tuvieron en cuenta las normas de calidad y sostenibilidad turística. Esta información se consignó en la plantilla diseñada y una vez se obtuvieron todos los datos, se hizo una comparación y evaluación de los resultados.

Por medio de la realización de encuestas a los turistas se pretendía identificar si son nacionales o extranjeros, cuál era su principal motivación para llegar al lugar, dónde se hospedaban, cuál fue su relación con la comunidad y cuál fue su percepción en general sobre el destino. Por otro lado, se averiguó el nivel de interés de los turistas hacia la realización de deportes acuáticos.

A través de una entrevista mixta a pobladores locales como trabajadores de la represa, dueños de hoteles y restaurantes, guías de turismo, policía y comunidad en general, se logró identificar la relación de la comunidad con el turismo, cómo se involucran y qué piensan de su ejercicio. También se entrevistó al alcalde de Macanal, Nabor Londoño, para conocer su opinión sobre la situación actual del municipio y las posibilidades del turismo en el momento. Se logró una entrevista con el encargado del Ministerio de Transporte en la represa, Hugo Cortés, a través de la cual se conoció más a fondo el funcionamiento de la represa, el transporte y sus características.

Para evaluar la oferta comercial es importante hacer un análisis de herramientas tecnológicas y redes sociales, pues a través de estos medios se promocionan y dan a conocer los destinos. Se realizó una evaluación en Facebook, Twitter y otras redes, que permitió obtener una información detallada de la presencia de la Represa en canales electrónicos.

Con base en la información recolectada, se diseñó una matriz de diagnóstico DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas) para el destino. La información documentada en dicha matriz se obtuvo por medio de la observación de campo y las entrevistas realizadas, así como la búsqueda en fuentes secundarias.

CAPÍTULO II

Especificación del ecosistema

El Embalse de Chivor está bajo jurisdicción de los municipios de Almeida, Chivor y Macanal, dada su extensión y forma. Estos, a su vez, hacen parte del departamento de Boyacá y la región del Valle de Tenza, cuyas características geográficas y ecosistémicas están representadas gracias a sus diversos pisos térmicos. Así pues, cada municipio cuenta con factores bióticos diferentes, que moldean las características ecosistémicas del Embalse. Adicionalmente, para dar continuidad al trabajo, y según el alcance propuesto, se trabajará específicamente en el municipio de Macanal debido a su cercanía con el embalse y la influencia que este tiene en la vida diaria de la población.

Esta zona del Valle de Tenza se caracteriza por presentar un relieve montañoso, por lo que abarca altitudes entre los 1300 y más de 3000 m.s.n.m (Alcaldía Municipal de Macanal Boyacá, 2001). La variación de altitudes genera diferentes ecosistemas y presenta gran variedad en fauna y flora dentro del territorio. Asimismo, estos municipios hacen especial mención a la importancia de sus cuencas hidrográficas que llegan al Embalse de Chivor, dado que estas proveen de agua a los habitantes. Sin embargo, dicha dispersión del relieve genera una amenaza natural, porque se presentan constantes deslizamientos. Por otra parte, existe riesgo de incendios naturales y antrópicos que afectaría los bosques nativos y por ende el ecosistema.

Así mismo, se categoriza el territorio en diferentes zonas de vida, dependiendo su altura, precipitación y temperatura, con el fin de actuar y entender el comportamiento de cada una de estas zonas, que guardan relación entre sí, pero que poseen características diferentes para albergar otro tipo de fauna y flora:

Tabla 7*Zonas de vida en la región de Santa María, Chivor y Macanal*

	Altitud	Temperatura °c	Precipitación media anual mm	Características
Bosque muy húmedo premontano	1000 - 2000	18 - 24	2000 - 4000	Se presentan características de erosión debido al sobrante de agua.
Bosque húmedo premontano	1300 - 1450	18 - 24	1000 - 2000	Zonas fértiles.
Bosque húmedo montano bajo	1950 - 2400	12 - 18	1000 - 2000	Es una zona productiva, pero existen problemas en épocas secas
Bosque muy húmedo montano bajo	2000 - 3000	12 - 18	2000 - 4000	El relieve es bastante pronunciado. Es común en laderas expuestas al aire húmedo
Bosque pluvial montano	2900 - 3200	6 - 12	2000 - 4000	Su vegetación se conserva inalterada. Áreas de pastoreo.

Nota: la tabla muestra las diferentes zonas de vida del territorio y las características que lo componen, gracias a sus condiciones. Fuente: Alcaldía Municipal de Macanal, 2001.

A través de esta distribución del espacio por zonas, el territorio se configura de tal manera que los ecosistemas varían según la altitud, humedad y temperatura, por lo que los factores y usos serán diferentes dependiendo de las capacidades del mismo. Se observa en la tabla 7 que existen 5 zonas de vida en todo el territorio circundante al Embalse. Según el Esquema de Ordenamiento Territorial de Almeida (Alcaldía Municipal de Macanal, 2001), las zonas presentes se relacionan debido a las altas precipitaciones, por lo que aumentan considerablemente los caudales de las quebradas y provoca grandes flujos de agua, ocasionando daños en las zonas productivas, infraestructura, acueducto y alcantarillado.

Ahora bien, haciendo mención a los tipos de suelo predominantes, se encuentra que agrológicamente están conformados por las categorías de manejo desde la clase IV a la VIII y los

específica el Esquema de Ordenamiento Territorial de Macanal así (Alcaldía Municipal de Macanal, 2001).

1. Clase IV: son tierras ligeramente onduladas, aptas para usos agropecuarios semi-intensivos. Son terrenos con limitaciones que restringen la elección de cultivos y se deben aprovechar bajo sistemas silvopastoriles o agroforestales. Presentan buen drenaje. Se busca utilizar especies de flora nativa para evitar problemas de erosión.
2. Clase V: son suelos con pocos declives, razón por la cual se desarrollan actividades pecuarias. Sin embargo, son susceptibles a inundaciones por la poca capacidad de drenaje que tienen y son arcillosos.
3. Clase VI: esta clase de suelos es menos efectiva para hacer siembra de cultivos intensivos, dado que su profundidad efectiva es limitada y presenta la característica de ser un suelo con grava.
4. Clase VII: presentan pendientes muy elevadas, entre el 50 y 75%. Adicionalmente, son de baja fertilidad y erosión moderada. Se establece que son suelos esencialmente forestales, haciendo uso de estos como bosques protectores, por tal razón se hace obligatorio la conservación de los mismos y se prohíbe la labranza.
5. Clase VIII: son suelos de pendientes superiores a 75%. Son totalmente forestales, se hace uso también como recreación contemplativa. No son aptos para fines agropecuarios ni explotación forestal. Generalmente esta clase de suelos se sitúa en la cima de las montañas (Subsistema Físico, pp. 28-30)

Según la descripción del sistema biótico en el Esquema de Ordenamiento Territorial de Macanal “EOT” la fauna constituye un elemento de gran importancia porque que ayuda al desarrollo ecológico de la región. De acuerdo con el balance de la vegetación presente en el

municipio, se evidenció que las partes altas de las montañas son las únicas donde existe una cantidad notable de zona boscosa. Sin embargo, se estableció que existe desaparición de vegetación nativa y las especies de fauna silvestre han disminuido; además, han buscado refugio en otras zonas y por lo tanto se han adaptado a nuevos entornos. Esto sucede debido a la acción antrópica, por lo que se establecen ciertas zonas de protección en aquellos sectores donde se encuentra la zona boscosa, con el fin de mitigar los impactos negativos y conservar la flora y fauna nativa, ayudando al desarrollo natural del ecosistema (Alcaldía Municipal de Macanal, 2001).

Adicionalmente, la distribución de especies faunísticas está condicionada a la oferta de alimentos en la zona debido a que cuando existe una disminución del alimento disponible, se llevará a cabo una competencia por el mismo, y la especie con mayores capacidades se quedará con este, mientras que las otras, se adaptarán y migrarán a otros sectores más favorables. En Macanal es de vital importancia conservar los ecosistemas, estos son fuente de biodiversidad y si disminuye la cantidad de especies se deteriorará el medio natural y la riqueza que tiene el municipio (Alcaldía Municipal de Macanal, 2001).

Así pues, el municipio ha identificado seis ecosistemas estratégicos: Cuchilla Central del Municipio de Macanal, Estribaciones de la Cuchilla El Sauce, Cuchilla El Volador, Zona de Bosque de Agua Blanca, Relictos de Bosques Sector Alto la Punta y Alto Chocotá Loma Redonda. Se consideran estratégicos dados que presentan zonas boscosas capaces de albergar gran variedad de especies de fauna y flora y además, son corredores faunísticos. Dichos ecosistemas se consideran sitios de producción, recarga y regulación hídrica y biodiversidad, tanto para el municipio como para la región. Cabe añadir que son zonas de páramo y subpáramo, ubicándose en altitudes entre 2000 y 2750 m.s.n.m. y según el artículo 1 del numeral 4 de la Ley

99 de 199: “Las zonas de páramos, subpáramo, los nacimientos de agua y las zonas de recarga de acuíferos serán objeto de protección especial”; por esta razón, Macanal hace especial mención a estos ecosistemas, y se considera necesario establecer acciones para su manejo y protección (Alcaldía Municipal de Macanal, 2001).

Por otra parte, Macanal cuenta con una gran red de quebradas, arroyuelos y manantiales que surten de agua suficiente a los pobladores tanto urbanos como rurales (Alcaldía Municipal de Macanal, 2001); este sistema hídrico define la capacidad valorativa de este recurso dentro del territorio. El EOT de Macanal define dos cuencas a partir del embalse de Chivor, una al costado occidental que abarca la subcuenca Quebrada Chivor, microcuenca Quebrada la Jota y microcuenca Quebrada Negra, mientras que al costado nororiental se encuentra la microcuenca El Dátil, Quebrada Pantanos, Quebrada El Volador, Quebrada La Esmeralda y la microcuenca Río Tunjita. Sin embargo, de lo descrito en el Plan de Desarrollo de Macanal 2012 – 2015 (Alcaldía Municipal de Macanal, 2012), existen varios problemas que afectan el desarrollo de la región, entre los cuales se menciona el desabastecimiento de agua, generado por la problemática de la calidad de agua potable. Este problema se da por la falta de plantas de tratamiento.

El Embalse de Chivor está ubicado a una altitud de 1200 m.s.n.m., cuenta con un área de superficie de 1260 ha. y una profundidad máxima de 130 m. esto genera que su volumen total sea de 569,64 millones de m³. Posee una longitud máxima de 22.9 km y anchura máxima de 1.0 km, el perímetro de costa es de 58.8 km y su nivel de fluctuación anual es de 87 m con descargas de 66.3 m³/s. Sus principales afluentes son el río Somondoco y Lengupá, además hay desviaciones al embalse como el Río Tunjita y Río Sucio Negro. Sus ríos efluentes son: Lengupá y Batá (Larrahondo, 1996). Los datos químicos obtenidos de un promedio entre 1983 y 1991, se muestran en la tabla 8.

Atractivos circundantes a los municipios

Como ya se mencionó, la región que rodea el Embalse es rica en naturaleza y biodiversidad, por lo que sus atractivos también lo son y permiten la realización de diferentes actividades. Para el presente trabajo se utilizó la metodología de inventario turístico planteada por el Viceministerio de turismo, a la cual se le realizaron ciertas modificaciones. A continuación, se hace una breve descripción de los atractivos del municipio de Macanal.

Embalse de Chivor.

El primer y más importante atractivo es el Embalse de la Esmeralda (ver figura 5), cuya construcción duró 30 años y culminó en 1998 (Sanclemente, 1999); este embalse provee energía a municipios aledaños pero además sus características y la vegetación que existe alrededor del mismo lo convirtieron en un atractivo turístico natural. Su ubicación entre montañas y el nivel de vientos permiten la realización de actividades náuticas como *kitesurf* y canotaje (Guía Turística de Boyacá, 2010). De acuerdo con lo observado en campo, está situado aproximadamente a 10 km del municipio de Macanal; las vías de acceso se encuentran deterioradas; cerca del Embalse se encuentran algunas casas y una tienda donde se pueden comprar bebidas y comidas ligeras. El servicio de lancha alrededor del Embalse es únicamente para transportar a la comunidad local, no se ofrecen recorridos turísticos, pero estos pueden ser programados con los instructores de deportes náuticos, quienes además brindan servicio de alojamiento.


I. GENERALIDADES										
Nombre	EMBALSE DE CHIVOR									
Soporte histórico	En 1954 un topógrafo identifica un desnivel entre los ríos Batá y Lengupá y ve la posibilidad de un transvase. Surge con el nombre de "Proyecto Gustavo" en honor al presidente Gustavo Rojas Pinilla. Los estudios topográficos, hidrológicos y geográficos inician en 1958. La construcción del Embalse demoró 30 años y se realizó en tres etapas. En 1998 la central es transferida al sector privado en desarrollo de la privatización de la energía (Sanclémente, C. 1999)									
Departamento	Boyacá	Municipio	Macanal, Chivor y Santa María							
Corregimiento, Vereda o Localidad	Central hidroeléctrica AES Chivor									
Administrador o Propietario	Central hidroeléctrica AES Chivor									
Dirección/Ubicación	4°54'49.19"N 73°18'11.99"O									
Teléfono/Fax										
Distancia (desde el municipio más cercano)	5 km desde Macanal	Tipo de acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
Declaratorias										
Indicaciones para el acceso	Antes de la entrada a Macanal, tomar el camino destapado que se encuentra a mano derecha y avanzar 2 km.					Calificación del acceso			En una escala de 1 a 5, la accesibilidad al lugar tiene un 3, pues las vías están en deterioro.	
Seguridad	5									
Infraestructura	Agua	N/A	Luz	N/A	Alcantarillado	N/A				
Época para visitar	Noviembre-marzo									
2. CARACTERÍSTICAS										
Código asignado	1.1.5	Obras de ingeniería e infraestructura								
Descripción	El Embalse de La Esmeralda es el atractivo más importante del Valle de Tenza. Tiene 130 metros de profundidad y una superficie de 12.6 km ² . Está rodeado de un paisaje montañoso, cascadas y vegetación. Provee energía a los municipios de sus alrededores. Cuenta con un sistema de transporte fluvial para que los habitantes del área rural puedan desplazarse a otros municipios.									
Actividades	Deportes acuáticos, transporte de carga y personas.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD					PUNTAJE					
Estado de conservación					20					
Constitución del bien					21					
Representatividad					20					
Subtotal					61					
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					12					
Total					73					
										
Diligenciado por:	Paula Duarte				Fecha	1/07/2016				

Figura 5. Inventario de atractivos: Embalse de Chivor. Fuente: Elaboración propia con base en metodología del Viceministerio de Turismo (2006).

Cascada la 70

A 30 km del municipio de Macanal se encuentra este atractivo natural de alrededor de 200 metros de altura (ver figura 6), en donde visitantes y locales disfrutan de la tranquilidad del lugar y los paisajes que lo rodean. Adicionalmente pueden practicar deportes extremos como rappel y torrentismo (Alcaldía de Chivor, 2012) Para llegar, es necesario atravesar el Túnel el Polvorín, donde “llueve” en su interior. El agua de la cascada desemboca en el Embalse.

I. GENERALIDADES									
Nombre	CASCADA DEL 70								
Soporte histórico	Esta cascada es una formación natural de alrededor de 200 metros de altura, está ubicada en bosque húmedo montano y sus alrededores albergan vegetación, aves y mariposas que pueden ser observadas durante el descenso.								
Departamento	Boyacá	Municipio	Chivor						
Corregimiento, Vereda o Localidad									
Administrador o Propietario									
Dirección/Ubicación	4°54'5.38"N 73°18'14.36"O								
Distancia (desde el municipio más cercano)	10 km	Tipo de acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
Declaratorias									
Indicaciones para el acceso	Vereda Camoyo, vía Santa María. Pasar por el túnel de Chivor.					Calificación del acceso		En una escala de 1 a 5, la accesibilidad al lugar tiene un 3, pues las vías están en deterioro.	
Seguridad	5								
Infraestructura	Agua	N/A	Luz	N/A	Alcantarillado	N/A			
Época para visitar	Noviembre-marzo								
2. CARACTERÍSTICAS									
Código asignado	2.5.1	Cascada, catarata o salto							
Descripción	La actividad se hace interesante al estar rodeada de paisajes montañosos, túneles oscuros en los que se pueden trabajar experiencias sensoriales y aguas cayendo con imponente fuerza para desembocar en el Embalse de Chivor.								
Actividades	Torrentismo, observación.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Sin contaminación del aire					8				
Sin contaminación del agua					8				
Sin contaminación visual					9				
Sin contaminación sonora					10				
Estado de conservación					10				
Diversidad					8				
Singularidad					5				
Subtotal					58				
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6				
Total					64				
Diligenciado por:			Paula Duarte			Fecha		1/07/2016	



Figura 6. Inventario de atractivos: Cascada la 70. Fuente: Elaboración propia con base en metodología del Viceministerio de Turismo (2006).

Sendero ecológico La Cristalina

Este es un sendero ecológico de alrededor de 1700 metros, ubicado en el municipio de Santa María (ver figura 7). En el recorrido, que inicia en la Finca la Isla, se pasa por un puente colgante sobre el río Batá, se puede encontrar diversidad de flora y fauna, en especial varias especies de mariposas. Al finalizar el recorrido, el visitante se encuentra con la quebrada La Cristalina, un curso de agua que transmite paz y tranquilidad (“Visite la quebrada”, 2006). El propietario de la Finca La Isla comenta que de acuerdo con algunos estudios realizados por estudiantes, se han identificado alrededor de 120 especies de aves en el sendero y alrededores.


1. GENERALIDADES										
Nombre	SENDERO ECOLÓGICO LA CRISTALINA									
Soporte histórico	Este sendero es un sendero natural que con el apoyo de Ecopetrol y la central hidroeléctrica AES Chivor pudo ser adaptado para el turismo. Dura alrededor de dos horas y tiene una distancia de 1700 metros.									
Departamento	Boyacá	Municipio	Santa María							
Corregimiento, Vereda o Locali										
Administrador o Propietario	Merardo Gutiérrez									
Dirección/Ubicación	4°51'14.15"N 73°16'15.85"O									
Distancia (desde el municipio más cercano)	2 km	Tipo de acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
Declaratorias										
Indicaciones para el acceso	Se ingresa por la Vereda Caño Negro y se hace un recorrido de 100 metros hasta la Finca La Isla, desde allí se recorren 20 metros más para llegar al inicio del sendero.					Calificación del acceso			En una escala de 1 a 5, la accesibilidad al lugar tiene un 2, pues las vías están en deterioro,	
Seguridad	5									
Infraestructura	Agua	N/A	Luz	N/A	Alcantarillado	N/A				
Época para visitar										
2. CARACTERÍSTICAS										
Código asignado	2.9	Lugares de observación de Flora y Fauna.								
Descripción	<p>En el recorrido, se pasa por un puente colgante sobre el río Batá, se puede encontrar diversidad de flora y fauna, en especial varias especies de mariposas. Al finalizar el recorrido, el visitante se encuentra con la quebrada La Cristalina, un curso de agua que transmite paz y tranquilidad. Aún faltan ciertas adecuaciones y señalización para hacer más fácil el recorrido.</p>									
Actividades	Observación, senderismo nivel medio.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD					PUNTAJE					
Sin contaminación del aire					8					
Sin contaminación del agua					8					
Sin contaminación visual					9					
Sin contaminación sonora					9					
Estado de conservación					9					
Diversidad					8					
Singularidad					6					
Subtotal					57					
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6					
Total					63					
										
Diligenciado por:	Paula Duarte				Fecha	28/05/2017				

Figura 7. Inventario de atractivos: Sendero La Cristalina. Fuente: Elaboración propia con base en metodología del Viceministerio de Turismo (2006).

Sendero interpretativo la Esmeralda.

A 20 km del municipio de Macanal, por el antiguo camino al llano y detrás del tunel el Polvorín, se encuentra este sendero de alrededor de 3.6 km. (ver figura 8). El recorrido guiado dura 2 horas y se pueden observar especies de flora y fauna, así como algunas cascadas; El sendero está demarcado y es una caminata de nivel bajo. Es importante llevar botas pantaneras. Antiguamente este sendero se conocía como el “Camino Nacional del Meta”, desde su punto más alto, se puede observar todo el Embalse (Alcaldía de Macanal, 2010).

1. GENERALIDADES										
Nombre	SENDERO INTERPRETATIVO LA ESMERALDA									
Soporte histórico	Antiguamente este sendero era una vía de comunicación a través de la cual se transportaba ganado, frutas y productos agrícolas. Se conocía como "Camino Nacional del Meta".									
Departamento	Boyacá	Municipio	Macanal							
Corregimiento, Vereda o Localidad	Servicios ecoturísticos Los Clavellinos									
Administrador o Propietario										
Dirección/Ubicación	4°54'4"N 73°17'49"O									
Teléfono/Fax										
Distancia (desde el municipio más cercano)	5 km	Tipo de acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
Declaratorias										
Indicaciones para el acceso	En la vía que conduce de Macanal a Chivor, antes de entrar al Túnel el Polvorín, a mano izquierda se encuentra el inicio del sendero.				Calificación del acceso			En una escala de 1 a 5, la accesibilidad al lugar tiene un 3, pues las vías están en deterioro.		
Seguridad	5									
Infraestructura	Agua	N/A	Luz	N/A	Alcantarillado	N/A				
Época para visitar										
2. CARACTERÍSTICAS										
Código asignado	2.9	Lugares de observación de Flora y Fauna.								
Descripción	<p>A 15 km del municipio, por el antiguo camino al llano y detrás del túnel el polvorín, se encuentra este sendero de alrededor de 3,6 km., con un recorrido guiado que dura 2 horas y en el que se pueden observar especies de flora y fauna, así como algunas cascadas.</p>									
Actividades	Observación, senderismo nivel bajo.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD					PUNTAJE					
Sin contaminación del aire					8					
Sin contaminación del agua					8					
Sin contaminación visual					9					
Sin contaminación sonora					10					
Estado de conservación					9					
Diversidad					8					
Singularidad					6					
Subtotal					58					
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6					
Total					64					
Diligenciado por:	Paula Duarte				Fecha	28/05/2017				



Figura 8. Inventario de atractivos: Sendero Interpretativo La Esmeralda. Fuente: Elaboración propia con base en metodología del Viceministerio de Turismo (2006).

Sendero ecológico Hyca-Quye

Situado a 9 km del área urbana, 2200 m.s.n.m, en la vereda de Agua Blanca Grande (ver figura 9). En el sendero se puede observar el fósil de un helecho que data de la prehistoria, lo cual hace de este un espacio para explicar cómo se formó la región del Valle de Tenza. María Fernanda González, de la Universidad Nacional de Colombia, realizó un inventario de 345 especies de plantas con flor, dentro de las cuales hay varias orquídeas. Esto causa también la presencia de diferentes especies de aves en el recorrido, así como nacimientos de agua verde-azulada.

1. GENERALIDADES										
Nombre	SENDERO ECOLÓGICO HYCA-QUYE									
Soporte histórico	La importancia de este sendero radica en la variedad de flora que se encuentra en el lugar. María Fernanda González, de la Universidad Nacional de Colombia, identificó 345 especies de plantas con flor.									
Departamento	Boyacá	Municipio	Macanal							
Corregimiento, Vereda o Localidad	Calichana									
Administrador o Propietario	AES Chivor & CIA SCA ESP									
Dirección/Ubicación	4°53'17.14"N 73°16'23.29"O									
Teléfono/Fax										
Distancia (desde el municipio más cercano)	2 km	Tipo de acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
Declaratorias										
Indicaciones para el acceso	Vereda Agua Blanca Grande.					Calificación del acceso	En una escala de 1 a 5, la accesibilidad al lugar tiene un 3, pues las vías están en deterioro.			
Seguridad	5									
Infraestructura	Agua	N/A	Luz	N/A	Alcantarillado	N/A				
Época para visitar										
2. CARACTERÍSTICAS										
Código asignado	2.9	Lugares de observación de Flora y Fauna.								
Descripción	<p>Durante el recorrido se pueden observar diferentes especies de aves dada la ubicación del mismo. Adicionalmente, dentro del sendero se puede observar el fósil de un helecho que data de la prehistoria, lo cual, hace de este sendero un espacio para mencionar cómo se formó la región del Valle de Tenza.</p>									
Actividades	Observación, senderismo nivel bajo.									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD					PUNTAJE					
Sin contaminación del aire					9					
Sin contaminación del agua					9					
Sin contaminación visual					9					
Sin contaminación sonora					10					
Estado de conservación					9					
Diversidad					10					
Singularidad					7					
Subtotal					63					
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)					6					
Total					69					
Diligenciado por:	Paula Duarte				Fecha	28/05/2017				



Figura 9. Inventario de atractivos: Sendero ecológico Hyca-Quye. Fuente: Elaboración propia con base en metodología del Viceministerio de Turismo (2006).

Finca Ecoturística " La Isla"

Ubicada en la Vereda Caño Negro a 1,2 km del municipio de Santa María (ver figura 10). Este es un alojamiento rural con capacidad para 15 personas y espacio para camping, ubicado en una zona rodeada la naturaleza, lo cual llama la atención de los visitantes. En el sitio se ofrece gastronomía típica boyacense y actividades ecoturísticas como avistamiento de aves y cabalgatas. Desde allí se inicia el recorrido hacia el sendero La Cristalina.

1. GENERALIDADES												
Nombre	FINCA ECOTURÍSTICA LA ISLA											
Soporte histórico	El proyecto nació hace 6 años como una alternativa económica de la familia Gutiérrez. Es un alojamiento rural, atendido por sus propietarios y construido en madera.											
Departamento	Boyacá	Municipio	Santa María									
Corregimiento, Vereda o Localidad	Central hidroeléctrica AES Chivor											
Administrador o Propietario	4°51'20.43"N 73°16'4.80"O											
Dirección/Ubicación	3124602117											
Teléfono/Fax												
Distancia (desde el municipio más cercano)	1,2 km	Tipo de acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo			
Declaratorias												
Indicaciones para el acceso	Vía a Vereda Caño Negro. Una vez allí, se recorren alrededor de 100 metros hasta la entrada.					Calificación del acceso			En una escala de 1 a 5, la accesibilidad al lugar tiene un 3, pues las vías están en deterioro.			
Seguridad	5											
Infraestructura	Agua	Sí	Luz	Sí	Alcantarillado	Sí						
Época para visitar	Todo el año											
2. CARACTERÍSTICAS												
Código asignado	1.1.2.2	Vivienda rural										
Descripción	Este es un alojamiento rural con capacidad para 15 personas y espacio para camping. Tiene 4 habitaciones y 2 baños. Se ofrece el almuerzo y la cena a solicitud de los clientes. El valor de la noche es de \$30.000 por persona, incluido el desayuno. No se tiene acceso a internet ni televisión por cable.											
Actividades	Alojamiento, observación de fauna y flora, cabalgatas.											
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN												
CALIDAD						PUNTAJE						
Estado de conservación del bien						20						
Constitución del bien						18						
Representatividad						15						
Subtotal						53						
SIGNIFICADO												
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12						
Total						65						
Diligenciado por:	Paula Duarte				Fecha				28/05/2017			



Figura 10. Inventario de atractivos: Finca La Isla. Fuente: Elaboración propia con base en metodología del Viceministerio de Turismo (2006).

Infraestructura turística

Como parte de la infraestructura turística, deben mencionarse también servicios adicionales que pueda necesitar el turista en su visita. Hay 5 restaurantes, 2 salones de belleza, 3 hospedajes, 1 remontadora de calzado, 3 juegos de billar, 1 odontología, 1 agencia de transporte, 1 agencia de viajes que está emergiendo, 1 taller de electrónica, 1 funeraria, 1 café, y 1 taberna.

Servicios básicos

Dentro de los servicios básicos, se catalogan los servicios públicos tales como el abastecimiento de agua, manejo de desechos humanos, servicios de energía eléctrica y disposición final de basuras. Estos servicios permiten satisfacer las necesidades básicas del ser

humano, y propender por el desarrollo de una calidad de vida aceptable en un territorio. En el Esquema de Ordenamiento territorial de Macanal (2001) se realizó un diagnóstico del sistema de funcionamiento de los servicios públicos, diferenciando las zonas urbanas y rurales del mismo.

Primero, haciendo mención al abastecimiento de agua, la zona urbana cuenta con niveles aceptables en cuanto a cobertura, ya que llega al 100% de la zona. Sin embargo, la calidad es baja, dado que la planta de tratamiento presenta fallas y el agua no es apta para consumo humano. Únicamente para labores productivas y de agricultura. En cuanto al área rural, Macanal cuenta con 15 veredas, distribuidas a lo largo del municipio; estas cuentan con tanque de almacenamiento y en la mayoría de veredas se cuenta con red de distribución domiciliaria, por lo que el servicio llega a la mayoría de hogares del municipio (Plan de Desarrollo Macanal 2012 – 2015, 2012).

En cuanto al manejo de excretas, el área urbana cuenta con un sistema de alcantarillado, que no tiene un centro de tratamiento y su cobertura es aceptable. En la zona rural, la mitad de veredas cuentan con pozos sépticos, mientras que las demás hacen el vertimiento directo en caños, directo a las fuentes o en quebradas. Esto ocasiona problemas de salubridad e higiene dentro de la población. Además, ocasiona un impacto negativo en el ecosistema ya que se contaminan las áreas donde se depositan los residuos humanos (EOT Macanal, 2001).

El servicio de energía eléctrica lo provee la Central Hidroeléctrica de Chivor. En el área urbana existe cobertura del 100%, mientras que en el área rural es del 80. Se presentan inconvenientes debido a que la empresa que presta el servicio se demora en la reparación de los daños en los transformadores, afectando la continuidad de las labores que requieren de este servicio (EOT Macanal, 2001).

Por último, la disposición final de las basuras se hace en el relleno sanitario ubicado en la vereda La Mesa, el cual no cuenta con la tecnificación necesaria por lo que ocasiona problemas de olores y proliferación de mosquitos, al igual que el deterioro del paisaje, esto para el área urbana. En cuanto al área rural, la mayoría de veredas hace el vertimiento directo en fuentes, y en menor proporción algunas veces las viviendas disponen de las basuras enterrándolas, usándolas como abono orgánico y la quema de material plástico (EOT Macanal, 2001).

Transporte

Dentro de Macanal se hace uso de los sistemas de transporte terrestre, fluvial y equino. El primero es prestado por dos empresas transportadoras que son Flota La Macarena y Flota Valle de Tenza, además se cuenta con servicios informales que ofrecen la posibilidad de transportarse dentro del municipio y a sitios cercanos, así como las zonas rurales, ofreciendo el mismo servicio, pero no de la misma calidad. El promedio de pasajeros transportados es el mínimo para que las empresas no incurran en mayores costos. Según Jorge, encargado de la terminal de transportes, el costo promedio de la flota desde Bogotá a Macanal es de \$25.000, además, se presta de lunes a jueves de 6:00 am, 9:00 am, 12:00 am, 2:00 pm, y viernes, sábados y domingos en el horario de 5:00 pm (comunicación personal, 2016). El transporte fluvial es usado para comunicación entre los habitantes del área rural de Macanal que trabajan en el área urbana del pueblo, pues con la construcción del embalse se perdieron comunicaciones entre algunas veredas del municipio. El transporte equino es utilizado principalmente en las áreas rurales, donde la población debe ir por caminos estrechos y poco demarcados.

Sistema vial

El municipio dista de Bogotá a 3 horas aproximadamente, por la vía que va a Tunja y siguiendo un desvío por el embalse del Sisga. Su acceso principal es por medio terrestre por la

vía que conduce de Guateque a Santa María, que está parcialmente pavimentada y muestra el deterioro a partir de Guateque. Dentro de Macanal, la malla vial del área urbana se encuentra en buenas condiciones, está en su mayoría pavimentada y abarca las calles y carreras del municipio, permitiendo el flujo vehicular óptimo y mejorando las salidas hacia las veredas. Presentan un buen sistema de evacuación de aguas lluvias, representado en sumideros. En el área rural, el municipio de Chivor cuenta con tres vías que van desde la zona urbana. Estas vías no están pavimentadas, pero son transitables para los habitantes del municipio. Sin embargo, al no estar pavimentadas, en la temporada de lluvias la mayoría de vías dentro de las veredas sufren de deslizamiento y derrumbes, ocasionando inconexión entre las mismas y por ende mayor tiempo en la entrega de suministros o venta y compra de mercancías (EOT Macanal, 2001). En cuanto a señalización, es mínima, y existen ciertas confusiones para la llegada al municipio.

Servicios conexos

El turismo hace uso de otros servicios que están relacionados con la capacidad para ofrecer facilidades al turista, así como para satisfacer necesidades de los habitantes.

Educación.

En Macanal se presta el servicio de educación en los programas de preescolar, básica primaria, básica secundaria y media vocacional. En las instituciones educativas se desarrollan ejes transversales en torno a temas ambientales, éticos y de valores, entre otros. Según el EOT de Macanal la tasa de estudiantes y la población es aceptable y se ha visto un incremento de este indicador. Sin embargo, debido a los cambios demográficos, los habitantes están optando por movilizarse a centros urbanos más grandes como Tunja, y la tasa de estudiantes ha ido disminuyendo.

Aunado a lo anterior, la infraestructura de las instituciones educativas en Macanal es aceptable, cerca del 75% de aulas cuentan con un mobiliario y estructura adecuada que permiten fomentar el interés por el aprendizaje. Además, existe una biblioteca que atiende las necesidades básicas de los estudiantes por fomentar la investigación (EOT Macanal, 2001). Dentro de los problemas que se indicaron en el Plan de Desarrollo de Macanal (2012), el nivel de calidad educativo es deficiente, por lo que se hace necesario definir estrategias que fomenten la educación superior, puesto que las personas que buscan este nivel educativo optan por abandonar el municipio e ir a otras regiones.

Por último, institutos como el Sena, realizan cursos a lo largo del año en la región y el municipio, estos en temas técnicos agropecuarios. Las personas que deseen capacitarse recurren a municipios como Garagoa, Guateque o Tunja (EOT Macanal, 2001).

Salud.

El sistema de salud en el municipio está compuesto por un Centro de salud que atiende el nivel primario de la población y sistema de régimen subsidiado para los estratos 1 y 2 del SISBEN. Está ubicado en la calle 4 No. 7-24, a tres cuadras de la plaza central del municipio. En la zona rural existen varios puestos de salud ubicados en las veredas, que prestan mínimos servicios de salud y cuentan con infraestructura y mobiliarios deficientes. Los problemas sanitarios existentes se relacionan generalmente con la falta de saneamiento público, debido a la calidad de agua, el alcantarillado y los pozos sépticos (EOT Macanal, 2001). En caso de requerir atención más especializada o procedimientos quirúrgicos de segundo nivel, las personas deben dirigir al hospital Regional Valle de Tenza E.S.E. que tiene dos sedes, una en Garagoa y otra en Guateque (Hospital Valle de Tenza, 2016).

Servicios financieros

En cuanto a los servicios financieros, el Banco Agrario tiene sede en Macanal, está ubicado en la carrera 6 No. 2-73, prestando los servicios necesarios para personas que deseen realizar depósitos o transferencias a nivel departamental y nacional. Esto facilita la conexión bancaria para las personas (EOT Macanal, 2001). Según las matrices de evaluación de infraestructura, dentro del municipio no existen sitios para el cambio de divisas.

Conectividad y Telecomunicaciones

Con el objetivo de facilitar a los colombianos el acceso a internet y la interconectividad, se creó en 2014 una iniciativa del Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) llamada "Zonas I"; por medio de dicha iniciativa se pretende llevar la conexión *Wi-Fi* gratis a las zonas urbanas de diferentes municipios del país y Macanal es uno de los 700 beneficiados por este programa (Con "Zonas i" Colombia gozará de WiFi gratis, 2014). Según lo observado en la salida de campo, el WiFi alcanza gran parte del municipio y permite que sus habitantes y los turistas se mantengan conectados. Esto es considerado una fortaleza porque es de gran importancia actualmente el poder contar con herramientas de este tipo. La comunidad se beneficia con dichos servicios y los turistas pueden ver esto como un factor positivo.

Por el contrario, la señal de telefonía móvil es bastante débil, ya que no funciona ningún operador, únicamente Claro, y el servicio es intermitente. Esto es un inconveniente ya que las comunicaciones son fundamentales para los turistas y locales.

Estructura turística

Actualmente, según el Plan de Desarrollo 2012 – 2015 de Macanal, se está desarrollando un proyecto de ecoturismo en el Valle de Tenza a través de una alianza estratégica entre la Unión Europea y el proyecto de Desarrollo Económico Local y Comercio en Colombia (DEL), además de contar con la participación de ciudadanos y pequeñas empresas, con el fin de integrar y fortalecer la cadena de valor de ecoturismo en la región mencionada. Esto beneficiaría a la comunidad, dado que aportaría cohesión social, generación de empleo y mayor dinamismo de la economía. Este proyecto está integrado por el municipio de Macanal, Santa María, Campohermoso y Chivor, donde se cuenta con 10 prestadores de servicios turísticos que son: 4 de alojamiento, 1 de gastronomía y 5 de animación y guianza. Es importante tener claro que en la actividad turística y la cadena de valor, el turista hace uso de los servicios de alojamiento, alimentación y recreación, estos satisfacen sus necesidades y permiten gozar de los atractivos que se encuentran en el territorio (2012).

Restaurantes

Macanal cuenta con 6 restaurantes, 4 de estos ubicados en la plaza central (ver figuras 11 a 13), 1 a dos cuadras y otro dentro del Centro Recreacional El Sinaí, ubicado a 10 minutos en auto desde el centro urbano de Macanal. Según la recolección de información a través de encuestas, ninguno de estos restaurantes ofrece dentro de su oferta gastronómica platos de la región. Por otra parte, los 5 restaurantes ubicados dentro de la cabecera municipal presentan una infraestructura básica; según sus dueños, estos fueron creados como una alternativa económica, diseñada para trabajadores de la hidroeléctrica o empresas que funcionan en el municipio, pero no cuentan con el espacio suficiente, ni la atención necesaria para un gran flujo de turistas. Además, estos restaurantes cuentan con débiles instalaciones y normas de higiene. Dentro de sus

instalaciones adecuan pequeños espacios para el depósito de basuras y cuentan con baños unisex. Por otra parte, el área de producción de estos establecimientos se encuentra dispuesta con ventilación natural y las adecuaciones que presentan son básicas para el control de plagas, además de riesgos por mal almacenamiento, debido al poco control que se hace al manejo de materias primas. Por último, el personal que maneja estos restaurantes está poco capacitado en atención al cliente.

Hoteles

Macanal cuenta con tres hoteles (ver figuras 13 a16), dos ubicados en la plaza central del municipio y el segundo en el Centro Recreacional El Sinaí. El primero, es un hotel de 10 habitaciones, administrado por su dueña Helena, quien a su cargo tiene a una persona que le ayuda con el aseo de las habitaciones. El segundo, ubicado a dos cuadras de la plaza, cuenta con 14 habitaciones y 3 baños compartidos. Ambos hoteles cuentan con normas básicas de higiene y desinfección, prestan sus servicios principalmente a trabajadores que visitan el municipio por cierto tiempo y, especialmente, a los conductores de las flotas que en ciertas ocasiones se hospedan allí; ambos dueños consideran que el turismo podría ser una fuente de ingreso importante para sus negocios, pero para su máximo aprovechamiento deberían modificar sus instalaciones y prestar mejores servicios (Comunicación personal, 2016).

En El Sinaí se ofrecen 10 cabañas, con capacidad para 2 o 5 personas, adecuadas con baños privados y zonas de descanso. Este complejo vacacional tiene servicio de restaurante, piscina, deportes al aire libre y un área para acampar. Su principal mercado objetivo son turistas de la ciudad de Bogotá, quienes conocen del sitio por el tradicional mercadeo voz a voz. Dentro de sus instalaciones hay un área donde se les permite a los turistas llevar sus motos acuáticas y demás, para practicar deportes en el embalse. Es importante resaltar que estas actividades solo

pueden ser practicadas cuando el nivel del embalse es lo suficientemente alto, lo cual sucede normalmente en la temporada de noviembre a marzo.

También se incluye la finca ecoturística La Isla, que, a pesar de no estar dentro del municipio de Macanal, es un hospedaje que los turistas tienen a su alcance y que llama la atención por su ubicación “entre naturaleza”, ya sea para el servicio de hospedaje o de guianza para el sendero La Cristalina.

Servicios de Guianza

Los recorridos guiados en los diferentes atractivos del Valle de Tenza los brindan los operadores turísticos “Los Clavellinos”, “Sendero Verde Esmeralda”, Macantour Extremo y “Descubrir ONG”, organizaciones dedicadas a mostrar a los turistas la cultura, paisajes y naturaleza de la región. Existe también un recorrido especializado en fotografía, guiado por la empresa “Mardukk, Tierra de Gigantes”.

Población

Según las proyecciones del DANE, para 2016 hay 4.827 habitantes en Macanal, de los cuales el 22% habita en el área urbana y el 78% en el área rural. De estos habitantes, 2.340 son mujeres y 2.487 son hombres. El 42% de la población se encuentra en el rango de 0-24 años, el 29%, de 25-49 años, el 22% en el rango de 50-74 años y los mayores de 75 años representan el 7% de la población (Alcaldía de Macanal, 2016, pág. 14). Como se ve, gran parte de la población es joven, lo que implica que los programas del gobierno de turno deben estar enfocados en el fortalecimiento de estrategias que permitan a los jóvenes ver oportunidades de vida en su municipio, ya que gran parte de estos migra a zonas aledañas u otras ciudades para encontrar mejores alternativas laborales y académicas.

De acuerdo con el Plan de Desarrollo Macanal 2016-2019, la tasa de analfabetismo del municipio fue reducida de 14,3% en 2009 a 7,3% en 2014; el 63,2% de los habitantes alcanzó el nivel de educación básica primaria, el 16,2%, secundaria y el 1,2% el profesional. Cabe aclarar que quienes quieren tener una educación superior o técnica, deben hacerlo en municipios o ciudades cercanos, ya que, el municipio no cuenta con oferta de formación técnica, tecnológica o superior (2016, págs. 26-27). El servicio de energía tiene una cobertura del 100% en el área urbana y 95% en el área rural; en el área rural, el servicio de gas se toma por medio de cilindros, pues es la opción más económica. En el casco municipal hay 100% acceso a acueducto, aunque en la zona rural solo llega al 50%; por otra parte el cubrimiento municipal de alcantarillado es de 20,48%. En el municipio hay 3 zonas de acceso a wifi y 80 usuarios con acceso a internet en el casco urbano (Alcaldía de Macanal, 2016, págs. 37-41).

Población y turismo

Como parte de la metodología planteada, en el trabajo de campo realizado en el destino se logró hacer entrevistas a los macanalenses, preguntándoles acerca de su opinión del turismo en el municipio (Ver figura 41).

Frente a la pregunta, ¿qué tan importante es la actividad turística en la región? El 90% de los encuestados respondió que es baja, pese a que traería beneficios para la población no hay apoyo de las entidades públicas a este renglón. Gran parte de los esfuerzos están inclinados a las actividades agrícolas, pero no a los servicios. Como el turismo no es una actividad reconocida en el municipio, las personas tampoco tienen claridad sobre los atractivos, aunque todos coinciden en que el principal es el Embalse; otros atractivos mencionados son: El Alto de la Virgen, Cascada del 70, Minas de Palo Arañado, Nariz del Diablo, Sendero La Esmeralda y El Festival del Agua.

Adicionalmente, se observó que la vocación por el servicio y atención es deficiente, ya que la gente tiende a concentrarse mucho en sus labores y no dan importancia a las personas que llegan, haciendo que los turistas se sientan perdidos y poco interesados. Sin embargo, hay quienes consideran que existe vocación, pero falta mayor promoción del turismo y que se muestren los impactos positivos que traería esta actividad para que las personas tengan mayor disposición de servicio, de modo que se orienten a la prestación de servicios de calidad, con amabilidad y sentido de pertenencia.

Las personas de igual manera creen que el hecho de desarrollar actividades turísticas en Macanal puede mejorar los ingresos y situación económica en el municipio, así como facilitar el comercio para quienes tienen negocios y generar oportunidades de empleo; pero mencionan también que podrían generarse problemas de inseguridad que impacten negativamente tanto a los turistas como a la población. Todos concuerdan cuando dicen que no hay personal capacitado para atender y recibir a los turistas, no se esmeran por prestar servicios de calidad y hace falta mayor injerencia de las entidades respectivas (como el SENA) en estos temas, ya que pese a que se ofrecen capacitaciones en temas turísticos, quienes las reciben no ejercen la profesión o no aprovechan estos elementos.

Frente a los problemas que los macanalenses consideran podría conllevar la actividad turística, se menciona el turismo masivo como el principal, ya que esto acabaría con la tranquilidad por la que se caracteriza el municipio y al mismo tiempo deterioraría los recursos naturales con que se cuenta, además de generar una “transculturación” en los habitantes, que es, según la Real Academia Española, la “Recepción por un pueblo o grupo social de formas de cultura procedentes de otro, que sustituyen de un modo más o menos completo a las propias”. De

igual forma se habla de la inseguridad, drogadicción y prostitución como posibles impactos negativos que se generarían.

Un factor a resaltar mencionado durante las entrevistas, es que las personas de la comunidad están quedándose de lado en lo que a temas turísticos se refiere; el caso particular de las escuelas de Kitesurf y quienes prestan servicios de deportes acuáticos, es que no se lleva a los turistas a conocer el lugar, a relacionarse con la población o a colaborar con la economía comiendo en los restaurantes o comprando artesanías; por el contrario, se centran solo en la actividad. Actualmente las oportunidades de empleo en turismo no son muy amplias, lo cual también genera desinterés por parte de los pobladores.

Según los entrevistados, los problemas que no solo afectan a la población sino que imposibilitan el desarrollo turístico son, el mal estado de las vías, la falta de hoteles y restaurantes de calidad, el mal manejo administrativo en estos temas, el desabastecimiento de servicios públicos, la falta de educación superior y escuelas en las veredas y la carencia de una organización dedicada particularmente al turismo, ya que a pesar de que hay recursos naturales y el embalse es un atractivo, este no puede funcionar de forma individual y sin una verdadera articulación de los actores involucrados en el turismo.

Oferta comercial

Los canales de venta son los que permiten ofertar y dar a conocer un producto turístico a los consumidores y/o turistas. Por tal razón, se hizo un análisis de información especial, con el fin de identificar si el embalse de Chivor, en Boyacá, se está ofertando como atractivo turístico a nivel regional. Así pues, se identificaron datos de redes sociales, agencias de viajes y guías turísticas.

Redes sociales

Para evaluar la oferta comercial del destino se utilizaron, entre otros, las redes sociales. Lo primero que se realizó fue buscar: Macanal y Embalse de Chivor en distintas redes, de lo que se encuentra que las palabras asociadas y más representativas para el lugar son: tranquilidad, represa, y festival del agua. Con el análisis de Facebook se consiguió identificar cuántas menciones tenía y cuántas personas habían estado allí (ver figuras 17 a 20). Se hizo una comparación con otros cuerpos de agua de Boyacá y se encontró que la Laguna de Tota, que ofrece actividades similares a las de Chivor, está muy bien posicionada en redes, mientras que de la Laguna de Sochagota se encuentra muy poca información. Chivor no alcanza las cifras de La Laguna de Tota, pero Supera a Fúquene y Sochagota (ver tabla 9).

Tabla 9

Comparación de datos encontrados en Facebook.

Factor	Laguna de Fúquene	Laguna de Tota	Laguna de Sochagota	Embalse de Chivor
Me gusta	5	271	33	119
Visitas	492	19741	1354	2942
Menciones	21	222	4	59
Fotos	No	Sí	Sí	Sí
Ubicación adecuada	Sí	No todas	Sí	Sí
Recomendaciones	Sí	Sí	Sí	Sí

Fuente: Elaborada por el grupo de trabajo con base en Preciado, L., 2013.

Luego se realizó una búsqueda en Twitter¹ donde se encuentra que, pese a que la cuenta se creó en 2014, dos años después solo tiene 7 publicaciones, que en su mayoría hacen alusión a las especies de aves que hay en el municipio; la mayor cantidad de tuits se publicaron para anunciar los 209 años del municipio, el 4 de mayo (ver figura 21). De igual manera, se busca la

¹ Usuario de Twitter: @MacanalBoyaca

palabra "Macanal" en Google², y los 10 primeros resultados arrojan páginas web que brindan descripciones y aspectos generales del municipio, y un corto vídeo sobre el Festival del Agua (Ver figura 22). Cuando se busca en Tripadvisor³ el nombre del municipio, no se obtienen resultados, pero al buscar "Represa de Chivor" esta aparece con una calificación de 5, que significa excelente; los viajeros resaltan la tranquilidad y belleza del lugar, así como las actividades que se pueden realizar, como kayak, kitesurf y navegación en bote (Ver figura 23). Está ubicado en el puesto 58 de 114 cosas que hacer en Boyacá.

En Instagram, se buscaron los *hashtags* "Represa Chivor" y "Macanal"⁴, y se encuentran algunos resultados sobre personas que han estado allí. El común denominador para las fotos de la represa son el kitesurf y el camping; para el municipio, las fotos comunes son del paisaje, las cascadas y las aves, estas últimas de diferentes especies que están en el área urbana y rural de Macanal (Ver figuras 24 y 25).

Página web del municipio.

La página web del municipio brinda información general sobre los atractivos turísticos, con una breve descripción de las actividades, servicios y aparece también un número telefónico para que las personas puedan informarse más, sin embargo, parece algo desactualizado, pues las imágenes son antiguas y los números de teléfono ya no funcionan (Ver figura 26).

² Dirección de enlace: https://www.google.com/search?biw=1366&bih=652&ei=q-r3WZb3OMiEmwH2iZOQCQ&q=Macanal&oq=Macanal&gs_l=psy-ab.3...4476461.4477549.0.4477844.7.7.0.0.0.0.274.444.0j1j1.2.0....0...1.1.64.psy-ab..5.2.443...0j0i67k1j0i131k1.0.uVix8PQGwN0

³ Dirección de enlace: https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g2437761-d4892049-Reviews-Represa_de_Chivor-Boyaca_Department.html

⁴ Dirección de enlace: <https://www.instagram.com/explore/tags/represadechivor/>

Agencias de Viaje

Para confirmar si Macanal estaba incluido en los planes o paquetes turísticos de las diferentes agencias de viaje, se realizó una búsqueda en los portales web de algunas de ellas. Primero, en agencias que ofrecen paquetes nacionales como Aviatur, Viajes Chapinero y Viajes Compensar; también se realizó la búsqueda en agencias del departamento de Boyacá, como Siempre Colombia, Paipa Tours Boyacá, y Empaque y Vámonos. En ninguna de estas agencias se obtuvo resultados con respecto a Macanal o la Represa de Chivor, ya que los paquetes promocionan destinos más reconocidos, como Villa de Leyva, Paipa, la Laguna de Tota, Playa Blanca y Ráquira. Recientemente el Grupo de Acción Local Valletenzano está impulsando un proyecto para dar a conocer la región; con la organización de viajes de familiarización, diseño de guías y recorridos turísticos y promoción en redes sociales, se busca fomentar la visita a los municipios del Valle de Tenza, dentro de los que se encuentra Macanal.

Adicionalmente, un grupo de madres comunitarias del municipio, creó una agencia operadora llamada “Macantour extremo” esta agencia está enfocada en la promoción de Macanal desde su gastronomía y artesanías, pero también ofrecen recorridos turísticos y práctica de deportes extremos.

Guías turísticas

Dentro de la Guía turística de Boyacá que ofrece el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2010), se encuentra detallada como atractivo turístico el Embalse de Chivor, donde se habla de la tranquilidad y belleza de los paisajes, así como los deportes que se practican.

Se revisaron las versiones 2015 y 2016 de la guía "Colombia" de Lonely Planet, una guía que orienta a extranjeros que quieran venir al país. Sin embargo, solo aparecen los sitios

normalmente reconocidos como Tunja, Villa de Leyva y Chiquinquirá. De otra parte, en la quinta edición de "Colombia Handbook", publicada en 2015 por Footprint, tampoco se logra encontrar información sobre el lugar.

En la publicación 2012 National Geographic "Travel Colombia", se encuentran las esmeraldas como uno de los principales atractivos de Boyacá, por lo que se menciona el municipio de Chivor como lugar para visitar, así como el Embalse y una pequeña descripción del mismo.

Demanda Potencial

Teniendo en cuenta que el número de turistas encontrados durante las salidas de campo no es suficiente para establecer la demanda potencial del municipio, se toma como referencia el estudio realizado en el Plan de Desarrollo Turístico de Cundinamarca (2012) en el cual se hace un análisis del perfil del turista de las principales ciudades del país (Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla y Bucaramanga), que sirve como guía para evaluar las condiciones de la demanda. La encuesta fue realizada a 1050 personas de las ciudades ya mencionadas, y arroja los siguientes datos importantes (Tabla 10).

Tabla 10

Caracterización de la demanda potencial

VARIABLE	CARACTERIZACIÓN
Ciudad de procedencia	Medellín: 21,24% Bogotá: 22,57% Cali: 20,86% Bucaramanga: 17,71% Barranquilla: 17,62%
Sexo	Mujeres: 66,5% Hombres: 33,5%
Edad	20 -35 años: 42,3% 36-45 años: 17,3% 46 - 55 años: 17,8% 56-65 años: 13,3% 66-75 años: 7% Mayor de 75 años: 2,3%
Estrato socioeconómico	1 y 2 : 50,5% 3 y 4: 43,7% 5 y 6: 5,8%
Nivel de estudios	Primaria: 21,2% Secundaria: 40,7% Técnica: 13,4% Universitaria: 20,6% Posgrado: 2,10% Otro: 1,9%
Ocupación	Asalariado: 31,7% Independiente: 19,2% Ama de casa: 27,8% Estudiante: 8,3% Desempleado: 5,8% Otro: 7,2%
Destino de mayor demanda	Cartagena: 26,1% Santa Marta: 25,9% Bogotá: 12,6% Medellín: 10,1% San Andrés: 9,6% Barranquilla: 5% Cali: 4,5%

Modo de acompañamiento	Solo: 7,8% Familia: 73,7% Pareja: 19% Amigos: 9,5%
Motivo de la visita	Plan familiar/descanso: 53,3% Recreativo: 18,1% Gastronomía, aventura, historia, salud, ecología: 28,6%
Días o épocas preferentes de visita	Diciembre- Enero: 45,7% Semana Santa: 8,6% Festivos: 2,6% Junio-Julio: 24,8% Otros: 19,2%
Tiempo de estadia	1-2 noches: 15% 3-5 noches: 39,3% Más de 6 noches: 45,7%
Transporte utilizado	Vehículo particular: 26,6% Transporte público terrestre: 55,4% Transporte aéreo: 14,5% Otro: 3,5%
Ingresos	Menos de \$550.000: 32% \$500.001-\$1.000.000: 37% 1.000.001-\$2.000.000.000: 22,1% Más de \$2.000.000: 8,9%
Disposición de pago	Alojamiento: \$50.000-150.000: 85,4% Otros servicios: \$50.000-\$150.000: 73,6%

Fuente: Elaborada por el grupo de trabajo con base en Fondo de Promoción Turística (2012) y Siete Turismo estratégico (2014).

En general, el perfil del turista potencial que visitaría el municipio son personas entre los 20 y 35 años, con nivel de estudios secundarios, asalariados y pertenecientes a estratos 1-4, que prefieren destinos de sol y playa o que ofrezcan atractivos naturales donde puedan tener tiempos de descanso y relajación con sus familiares, especialmente en las temporadas vacacionales, es decir, junio y julio y diciembre-enero. El medio de transporte preferido por estas personas es el terrestre y carro particular; están dispuestos a pagar entre \$50.000 y \$100.000 por cada servicio turístico, dependiendo de sus ingresos y del número de personas con que viajan, por lo que esperarían precios más bajos; se informan directamente con el hotel o prestador y raramente recurren al internet para realizar sus compras.

Se tienen buenas imágenes y percepciones de los destinos potenciales que quisieran visitar, pero sigue existiendo una imagen negativa respecto a la inseguridad. Con el producto turístico que se plantea en este trabajo, se pueden satisfacer dichas condiciones de la demanda a excepción de un elemento importante y que requiere de inversión de la administración local, que es el estado de la malla vial, factor importante a la hora de elegir el destino (Fondo de Promoción Turística, 2012).

CAPÍTULO III: DISEÑO DE PRODUCTO ACUATURÍSTICO

Análisis DOFA

Según la información recolectada a partir de fuentes primarias y secundarias, se diseña la matriz de Debilidades, Fortalezas, Oportunidades y Amenazas (DOFA), con el fin de identificar los aspectos positivos y de mejora con que se cuenta en los alrededores del municipio, y cómo se puede trabajar en estrategias que integren dichos aspectos y permitan establecer pautas y acciones para el ejercicio de la actividad turística. Adicionalmente, se explica cada una de estas características con el fin de estructurar cada uno de los aspectos (Tabla 11).

Una vez se conocen las fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades para el destino, se procede a establecer las estrategias a seguir para fortalecer los aspectos positivos y mejorar los negativos. Cada estrategia tiene un nombre, dependiendo de la combinación: fortalezas y oportunidades, amenazas y fortalezas, debilidades y oportunidades y debilidades y amenazas (Tabla 12).

Tabla 11
Análisis DOFA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> - Zona "I" de Colombia. - Biodiversidad y recursos culturales, gastronomía y danzas. - Interés de la comunidad en participar y fomentar actividades turísticas. - Apoyo del Grupo de Acción Local valletenzano a las iniciativas y proyectos turísticos. - Creación de rutas turísticas que darán renombre al municipio en Boyacá y alrededores. - Presencia de ONG y guías capacitados. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos naturales atractivos en la región del Valle de Tenza. - Planeación de cadena de valor para la región. - Crecimiento en el número de llegadas de turistas internacionales a Colombia, en especial en actividades relacionadas con turismo de naturaleza. - Puede ser el municipio pionero en desarrollo de turismo organizado y sostenible. - Auge del ecoturismo. - Preferencia de los turistas de ciudades cercanas por actividades que involucren naturaleza y deportes.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Débil infraestructura turística. - Vías de acceso deterioradas. - Baja cobertura de señal de telecomunicaciones. - Falta articulación entre los entes públicos y privados. - Falta de promoción de los municipios en Boyacá y alrededores. - Falta señalización turística. - Insuficientes programas que fomenten el desarrollo ecoturístico en la región. - Informalidad de los prestadores turísticos. - Acceso limitado a la información turística dentro del territorio. - Niveles inconstantes de agua en el Embalse durante el año 	<ul style="list-style-type: none"> - Destinos cercanos más competitivos. - Cambios climáticos. - Turismo masificado puede alterar los ecosistemas y afectar negativamente el destino. - Bajo apoyo gubernamental en el desarrollo de programas turísticos en la región. - Riesgos por actividades desarrolladas sin equipos ni precauciones necesarias. - Débil percepción de los beneficios económicos en la comunidad local.

Fuente: *Elaboración propia según los datos recolectados.*

Tabla 12*Estrategias DOFA*

	Oportunidades - Recursos naturales atractivos en la región del Valle de Tenza. - Planeación de cadena de valor para la región. - Crecimiento en el número de llegadas de turistas internacionales a Colombia. - Proliferación del turismo interno. - Preferencia por destinos naturales y actividades ecoturísticas.	Amenazas - Destinos cercanos más competitivos. - Cambios climáticos. - Turismo masificado puede alterar los ecosistemas y afectar negativamente el destino. - Bajo apoyo gubernamental en el desarrollo de programas turísticos en la región.
Fortalezas - Zona "I" de Colombia. - Variedad de flora y fauna. - Interés de la comunidad en participar y fomentar actividades turísticas. - Apoyo del Grupo de Acción Local valletenzano a la comunidad.	Estrategia FO: Posicionamiento del turismo como alternativa de desarrollo económico para la población.	Estrategia FA: Fortalecimiento del sector turístico desde la participación de la población local y empresas de la región
Debilidades - Baja cobertura de señal de telecomunicaciones. - Vías de acceso deterioradas. - Falta de promoción del municipio en Boyacá y alrededores. - Falta Señalización turística. - Débil infraestructura turística.	Estrategia DO: Articulación del sector público y privado en procesos de desarrollo turístico	Estrategia DA: Fortalecimiento de la cadena de valor del turismo en el municipio y alrededores.

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, A. (2014)

Ya definidas las estrategias, se debe establecer acciones a seguir para el logro de cada una de ellas. Esto, acompañado de los responsables, plazo e indicadores de medición y control, permitirá que se ejecute con mayor facilidad cada estrategia.

Tabla 13*Estrategia para Fortalezas y Oportunidades*

Estrategia: Posicionamiento del turismo como alternativa de desarrollo económico para la región.				
La estrategia consiste en trabajar desde la comunidad en la potencialización del turismo como renglón económico importante, evaluar las oportunidades del destino y proponer opciones de mejora.				
Acción	Responsable	Indicador	Plazo	Duración
Promover los valores culturales, gastronómicos, históricos y naturales de la región, desde los planteamientos de la comunidad en talleres.	Alcaldía Municipal. Líderes de la comunidad. Operadores turísticos.	-Talleres realizados/talleres realizados -Número de asistentes a los talleres/número de inscritos	Corto	1 año
Involucrar a la comunidad en el turismo para que observen los beneficios directos que se pueden obtener si se trabaja de manera conjunta y que al tiempo genere un sentido de pertenencia por su región.	Prestadores de servicios turísticos. Alcaldía Municipal.	Macanalenses empleados en turismo/total de personas empleadas en turismo	Corto	1 año
Capacitar a la comunidad en temas turísticos como guianza, gestión hotelera, normatividad turística y buenas prácticas de manufactura, así como fomentar el bilingüismo desde los programas educativos.	SENA. Universidad Nacional Abierta y a Distancia.	Número de personas que ejercen los cursos tomados/número de graduados	Mediano	2 años
Desarrollo de una guía turística de Macanal construida con la comunidad, en la que se dé a conocer las riquezas del Valle de Tenza y se promoció al municipio.	Alcaldía Municipal. Líderes de la comunidad. Operadores turísticos.	No Aplica	Corto	8 meses
Fomentar la interacción de los turistas con la comunidad local, siendo ellos mismos quienes participen en cada actividad, mostrando la riqueza natural de la zona y fomentando el respeto del ambiente y la preservación de los recursos.	Guías de turismo Comunidad local	No Aplica	Corto	1 año

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, A. (2014)

Tabla 14*Estrategia para Debilidades y Amenazas*

Estrategia: Fortalecimiento de la cadena de valor del turismo en el municipio y alrededores.				
La estrategia consiste en la cooperación y trabajo asociativo entre los distintos eslabones de la cadena de valor, de modo que se articulen esfuerzos para lograr un turismo ordenado, sostenible y responsable.				
Acción	Responsable	Indicador	Plazo	Duración
Evaluación del Límite de Cambio Aceptable (LAC) y la Capacidad de Carga de los atractivos, que permitan establecer el máximo nivel de alteración de los ecosistemas permitido, para no afectar el normal funcionamiento de los mismos con las actividades desarrolladas.	CORPOCHIVOR Grupo de Acción Local Valletenzano.	Atractivos con capacidad de carga y LAC/ atractivos disponibles para visitar	Mediano	2 años
Desarrollo de un plan de señalización de las vías, senderos y atractivos para orientación de locales y visitantes.	Prestadores de servicios turísticos. Alcaldía Municipal.	Cantidad final de atractivos señalizados/Cantidad inicial de atractivos sin señalar	Corto	1 año
Creación de una secretaría de turismo que permita integrar las acciones público-privadas, fomentando la inversión en turismo para mejorar la infraestructura y promoción.	Alcaldía Municipal. Líderes de la comunidad.	No Aplica	Corto	1 año
Alianza con agencias de viaje de Boyacá y Bogotá para que promuevan el sitio como destino turístico. Promoción en redes sociales y creación de una página en facebook con actualizaciones de las actividades turísticas.	Alcaldía Municipal. Operadores turísticos.	Cantidad de portafolios de agencias de turismo en las que aparece el Valle de Tenza y Macanal.	Mediano	2 años
Fomento de la inversión público-privada en el mejoramiento de la infraestructura de servicios, así como el estado de las vías.	Alcaldía Municipal Grupo de Acción Local del Valle de Tenza Gobernación de Boyacá	Presupuesto destinado para infraestructura vial y turística/presupuesto actual	Mediano	3 años

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, A. (2014)

Tabla 15*Estrategia para Fortalezas y Amenazas*

Estrategia: Fortalecimiento del sector turístico desde la participación de la población local y empresas de la región.				
Esta estrategia consiste en generación de proyectos y acciones que propicien el desarrollo turístico, a partir de las ideas y expectativas de la comunidad. Con esto se busca que el turismo esté de acorde a las necesidades de la población para que genere la mejor retribución en estos.				
Acción	Responsable	Indicador	Plazo	Duración
Creación de grupos de acción local entre la población y dueños de establecimientos, estableciendo reuniones periódicas en donde se traten temas de desarrollo turístico y fortalecimiento de la industria.	Líderes de la comunidad Comunidad local Prestadores de servicios turísticos Alcaldía municipal	Número de asistentes en cada reunión / Número de asistentes en la primera reunión * 50 = % crecimiento en asistencia en c/reunión	Corto	1 año
Generar un plan y un mapa de zonificación, con el fin de establecer áreas turísticas y otras, las cuales se deban preservar y conservar.	Comunidad local Alcaldía municipal	Número de áreas turísticas establecidas / Número de áreas de conservación = proporción de influencia turística	Corto	1 año
Apoyar proyectos que resalten los valores y costumbres de la región, con el fin de apropiarse de su cultura.	Comunidad local Prestadores de servicios turísticos Alcaldía municipal	No aplica	Mediano	2 años

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, A. (2014).

Tabla 16*Estrategia para Debilidades y Oportunidades*

Estrategia:				
Articulación del sector público y privado en procesos de desarrollo turístico.				
Con esta estrategia se busca que la participación en el turismo no sea únicamente de la población y empresas privadas, sino que exista una cooperación por parte del sector público, a nivel micro y macro, con el fin de fortalecer el turismo en esta zona.				
Acción	Responsable	Indicador	Plazo	Duración
Aumentar la inversión en vías públicas, facilitando el acceso y movilización dentro de la región del valle de Tenza.	<ul style="list-style-type: none"> - Gobernación de Boyacá - Alcaldías locales - Empresas de la región 	(Presupuesto destinado a vías públicas en el presente año / presupuesto del año anterior - 1) * 100 = % de crecimiento del presupuesto respecto al año anterior	Largo	7 años
Diseñar un plan de desarrollo turístico interno de señalización turística y generación de guías y mapas que indiquen zonas turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldías locales - Comunidad local - Prestadores de servicios turísticos - Gobernación de Boyacá 	Número de guías y mapas distribuidos semestralmente	Mediano	3 años
Apoyo de otros servicios básicos con el fin de mejorar la conexión de la zona. Es decir, redes bancarias y de transporte en la zona.	<ul style="list-style-type: none"> - Gobernación de Boyacá - Alcaldías locales 	No aplica	Mediano	2 años

Fuente: Elaboración propia con base en Rodríguez, A. (2014).

Atributos y concepto

Atributos del producto acuaturismo

El piedemonte de la cordillera oriental es una región famosa por su fauna y en especial porque, gracias su variado rango altitudinal, cuenta con alrededor de 350 especies de aves. Este es un elemento muy importante si se piensa en que Colombia está promocionándose como destino para el avistamiento de aves y que el turismo ornitológico ha incrementado en los últimos 10 años (Laverde & Gómez, 2016, pág. 15).

Se debe aprovechar el interés de la comunidad, las ONG, prestadores de servicios y diferentes entidades en promocionar el turismo como una alternativa de desarrollo que no solo beneficie a todos los involucrados, sino que genere conciencia sobre la importancia de preservar los recursos naturales. Es importante tener en cuenta que a través del turismo puede generarse interacción entre los turistas y la comunidad local, de modo que los primeros puedan enriquecerse con las historias, costumbres y cultura de la población y estos a su vez, amplíen sus posibilidades de empleo y generen sentido de pertenencia por lo propio. Las dos partes obtienen una experiencia significativa y se valora el trabajo de la comunidad y el buen comportamiento de los turistas. Esto respalda el pilar social de la sostenibilidad.

Es importante también que el producto fomente la capacitación de la comunidad local en materia turística; las capacitaciones deben ser aprovechadas y puestas en práctica para que se vean mayores beneficios. Se planea trabajar de la mano con el SENA y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD) para brindar formación en el idioma inglés, pues es fundamental que se desarrollen habilidades en este campo para poder atender al mercado extranjero.

En concordancia con los principios de sostenibilidad establecidos en la Carta de Turismo Sostenible de la OMT (1995), la contribución del turismo al desarrollo económico local puede

generar en la comunidad la voluntad para integrarse a la cadena turística, mejorar los servicios brindados y formalizarse dentro del sector turismo. Esto ampliará su posibilidad de obtener clientes y mejorará la prestación de los servicios (alojamiento, alimentación y actividades) a los turistas.

El resultado de una actividad turística efectiva y bien desarrollada de acuerdo con los parámetros de la sostenibilidad fomentarán en las entidades públicas la necesidad de articularse de mejor manera en esta materia, por ejemplo, con la creación de políticas o planes de turismo o la designación de recursos para actividades de este tipo.

Siguiendo los lineamientos establecidos en la Carta de Turismo Sostenible, el producto diseñado plantea el acuaturismo como una forma alternativa de turismo que vela por la protección y preservación de los recursos hídricos, la vegetación y la fauna y busca generar el mínimo impacto en los ecosistemas. Esto, con la utilización de productos ambientalmente permitidos y la realización de actividades que no perturben el estado normal de los ecosistemas acuáticos y boscosos.

Concepto

De acuerdo con el diagnóstico realizado a partir de fuentes primarias y secundarias, se pudo identificar que el producto turístico para el Embalse de Chivor es esencialmente de naturaleza. El subsegmento acuaturismo se escoge porque la región del Valle de Tenza cuenta con recursos hídricos de importancia y atractivos para el público como el embalse y las cascadas, de los cuales no se ha hecho un aprovechamiento significativo. A partir de la promoción de rutas que incluyan actividades ecoturísticas como deportes acuáticos, caminatas ecológicas o avistamiento de aves, se impulsará el turismo como una fuente de ingresos importante para la

población del Valle de Tenza, al tiempo que se promueve en los turistas un sentido de cuidado, respeto y apropiación por los recursos naturales.

Aprovechando el auge del turismo de naturaleza en Colombia y la estrategia de posicionamiento del país como destino para el aviturismo propuesta por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se busca que con el diseño de este producto turístico los municipios del Valle de Tenza sean reconocidos por su riqueza en biodiversidad y recursos naturales. De acuerdo con el Viceministerio de Turismo, "El turismo y el deporte son dos sectores afines que contribuyen al desarrollo sostenible y al entendimiento con otras culturas, son mecanismos eficaces para la promoción de los destinos y la consolidación de entornos de convivencia y paz"(2017). Por esta razón, el aviturismo será la principal motivación de la demanda para conocer el destino y también se le plantearán actividades alternativas como el avistamiento de aves.

Esto, sin dejar de lado la interacción con la comunidad local, para lo cual se propone la integración de esta misma a los distintos eslabones de la cadena de valor del turismo, lo que generará un reconocimiento de la cultura de la población y la importancia de la preservación de sus costumbres, tradiciones gastronómicas y culturales, que permitan tanto a turistas como a locales interiorizar el valor de los atractivos culturales y naturales.

Adicionalmente, la articulación de entes públicos y privados generará mayores esfuerzos primero, en el mejoramiento de las vías de acceso al municipio y segundo, en la adecuación tanto de los atractivos como de la infraestructura de los restaurantes y hoteles, de manera que se ofrezcan mejores condiciones para los turistas.

Segmentos

Gracias a los esfuerzos de promoción turística de Colombia a nivel internacional en temas de naturaleza, se espera para el año 2017 un crecimiento de más del 8% en la llegada de turistas (El Tiempo, 2017). Esto gracias a la creación de una política en la cual se ha dado pie a la creación de nuevos productos turísticos además del fortalecimiento en temas de competitividad.

Así pues, con el fin de apoyar el producto turístico bajo los parámetros en los cuales el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, además de ProColombia, está dando a conocer Colombia, en los cuales el principal producto es el de naturaleza (Reportur, 2017), se determina que el producto acuaturístico debe estar dirigido principalmente a los turistas extranjeros. En el año 2016, los principales países emisores de turismo hacia Colombia eran: Estados Unidos, Venezuela, Brasil, Ecuador y México (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2017). Por esta razón, la segmentación está dirigida principalmente al continente americano, pues se considera un mercado amplio, capaz de atender a la oferta turística presente en el destino.

Ahora bien, el rango de edad que se considera más apropiado para el producto que se va a ofrecer es entre los 22 y 40 años. Esta edad comprende dos generaciones a las cuales les apasiona el tema de naturaleza y los deportes y por ende, buscan actividades donde puedan combinar dichos gustos y obtener experiencias significativas. Adicionalmente, se opta por parejas sin hijos o solteros, dado que son quienes prefieren pasar más tiempo realizando actividades al aire libre. De igual forma, el producto está encaminado a personas que tienen un poder adquisitivo medio – alto. Además, dentro de este rango de edad se busca que las personas puedan disfrutar todo un día en campos abiertos observando fauna y flora del entorno o realizando actividades similares.

A pesar de que el principal foco de mercado son los extranjeros, no se deja de lado a la población de Cundinamarca o Boyacá, dada su cercanía con el destino. Las personas de regiones aledañas al embalse buscan ocasionalmente pasar un fin de semana o un día fuera de la ciudad, disfrutando de un entorno totalmente natural y agradable. Según la encuesta realizada a los turistas de Macanal, más del 80% de encuestados eran oriundos de poblaciones de estos departamentos (figura 29), así pues, se considera un mercado amplio y con características aplicables al producto diseñado.

Este segmento de mercado tiene ciertos requerimientos necesarios para satisfacer sus necesidades de acuerdo con el producto que se está desarrollando. Así pues, primero se debe buscar el apoyo de la comunidad para fortalecer la cadena de valor de turismo en esta región, dado que es importante que cada persona local aporte a dicho fortalecimiento, brindando servicios de calidad y evitando un mal uso turístico del ambiente. Después de contar con el apoyo local, se debe acondicionar la infraestructura turística con el fin de mejorar cada uno de los servicios que se prestan; igualmente, de acuerdo con los encuestados, es necesario mejorar las vías de acceso (véanse figuras 27 a 33), ya que esto dificulta la entrada a la región y por ende, genera una mala percepción para el turista. Ahora bien, para que se desarrolle el producto turístico se debe articular entes públicos y privados, esto con el fin de que los objetivos y estrategias estén enfocados a un mismo punto.

Requerimientos y atributos

La Tabla 17 muestra una comparación de los atributos establecidos para el producto turístico, con los requerimientos del segmento de mercado escogido. De acuerdo con los datos proporcionados anteriormente, el segmento de mercado tiene una inclinación hacia el turismo de aventura y naturaleza y busca experiencias novedosas y significativas. El producto propone este

tipo de experiencias desde la práctica de deportes acuáticos como el *Kite surf* y el Canotaje, además de recorridos por senderos ecoturísticos que permiten el avistamiento de aves en una región biodiversa como Boyacá. El segmento de mercado también requiere servicios de calidad, infraestructura adecuada y atención local; estos son elementos aún muy débiles en el destino, pero que con la ejecución del producto turístico pueden llegar a solventarse y satisfacer las expectativas del turista y la comunidad.

El ideal es que con la colaboración de actores públicos, privados y comunidad, se logren adaptar los hoteles y restaurantes con servicios de calidad, señalar los atractivos y rutas y tener personal plenamente capacitado para el desarrollo de las actividades. Es primordial trabajar de la mano con el sector público para lograr reparar las vías de acceso al municipio, de modo que se logre reducir el tiempo de llegada, y así se elimina un obstáculo en la visita de los turistas.

Tabla 17

Relación atributos y requerimientos del cliente

CORRESPONDENCIA DE ATRIBUTOS Y REQUERIMIENTOS DEL CLIENTE	
REQUERIMIENTOS	ATRIBUTO(S) CORRESPONDIENTE(S)
Apasionados por la naturaleza y el deporte	*Promueve el ecoturismo como base para el desarrollo de todas las actividades. *Incentiva un sentido de pertenencia y cuidado de los recursos.
Servicios locales de calidad	*Este producto promueve la creación de una cadena de valor en la que se integren todos los actores del turismo. *Promueve la interacción con la comunidad local.
Articulación de los entes públicos y privados	
Infraestructura adecuada	*Articulación de entes público-privados incentivará mayores esfuerzos en el mejoramiento de la infraestructura vial y de prestadores, así como la adecuación de los atractivos.
Vías de acceso en buen estado	
Señalización de los atractivos	
Conocimiento de un segundo idioma (inglés)	*Capacitación a la comunidad local.

Fuente: Elaboración propia con base en Machado y Hernández, 2007.

Diseño del producto

A partir de la información recolectada en el diagnóstico previo y de la metodología escogida para el desarrollo del presente trabajo, se proponen las bases de un producto turístico centrado en el recurso hídrico como atractivo, mediante el cual se promueva la preservación de los ecosistemas, flora y fauna de los municipios que rodean el embalse.

Se toma como referencia el proyecto “El Valle de Tenza le apuesta al desarrollo del turismo sostenible como proceso de desarrollo local (2012)” elaborado por el Grupo de Acción Local Valletenzano en compañía de la Red Nacional de Agencias de Desarrollo Local, La Confederación Empresarial de Sociedades Laborales de España y La Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Esta propuesta, que se ha venido gestionando desde el 2012, propone que el ecoturismo es “un aporte a la cohesión social, generación de empleo y reactivación económica del desarrollo humano” (Agencia del desarrollo económico del Valle de Tenza, s.f.).

A partir de la definición de 4 programas turísticos con diferentes enfoques (naturaleza, artesanías, gastronomía) integran actividades turísticas en los 15 municipios del Valle de Tenza ubicados en Boyacá, promoviendo la participación de operadores turísticos locales y trabajo con las comunidades. El grupo de trabajo escogió algunos de los atractivos mencionados en estas rutas, que servirán como base para el desarrollo del producto.

Adicionalmente, se realizó una reunión participativa con los siguientes actores: agencia de viajes Macantour Extremo, agencias de viajes Descubrir ONG, Juan Ordóñez (entrenador de ChivorKite y dueño del hostel ChivorKite), empleados de hotel Sinaí y finca La Isla y del hotel La Esmeralda de Santa María. En esta charla se habló de por qué en este momento el turismo aún no ha sido tan importante para la región a pesar de contar con bastantes atractivos naturales y se

llegó a la conclusión de que se busca que el turismo genere beneficios para la región, pero que, para el diseño de estos paquetes y rutas, es importante contar con la participación y opinión de cada uno, dado que ellos buscan, principalmente, que no se genere la explotación desmesurada de sus atractivos. Igualmente, se mencionó que el segmento al que se tiene que dirigir dichos paquetes tiene que ser un turista educado y consciente de cuidar cada uno de los puntos establecidos; por eso, la demanda escogida son turistas interesados en el turismo de naturaleza y con capacidad adquisitiva media-alta.

Definición de rutas

La siguiente es la propuesta creada por el grupo de trabajo a partir de la investigación realizada y la información recolectada. Es una propuesta con enfoque sostenible que busca desde su ejecución alimentar los pilares económico, social y ambiental de la sostenibilidad, beneficiando a todos los involucrados en la cadena de valor turística.

A partir de la temática "Paisajes Escondidos del Embalse de Chivor" se definieron dos rutas principales: "la naturaleza de Chivor" y "Conectándose con el entorno a través del deporte", que van a ser realizadas en los municipios de Macanal y Santa María, dos de los tres municipios con jurisdicción sobre el Embalse y que además están rodeados de paisajes y naturaleza, que encajan perfectamente con el objetivo del producto.

El Municipio de Macanal está ubicado al oriente del departamento de Boyacá, a 1700 metros sobre el nivel del mar, y tiene una temperatura promedio de 20°C. Su riqueza natural se compone de arroyos, quebradas, lagunas y otros cursos de agua, así como una gran variedad de vegetación y especies de plantas y árboles (Alcaldía de Macanal, s.f.). Las maderas producidas en sus bosques son consideradas de gran calidad. De este municipio se escogieron los atractivos: Embalse de Chivor, Sendero Ecológico Hyca-Quye y Sendero Interpretativo la Esmeralda.

Macanal es el municipio con mayor jurisdicción sobre el Embalse de Chivor, por ende, el de mayor cercanía. Este atractivo se escogió porque cumple con las condiciones necesarias para la práctica de deportes acuáticos, dadas las condiciones del viento y del agua, y la calidad de los paisajes montañosos que lo rodean. El recurso hídrico es el elemento representativo del producto turístico y por esta razón se incluye la mayor fuente hídrica del lugar, que además tiene una participación importante en la producción de energía.

Los senderos ecológicos Hyca-Quye y La Esmeralda se ajustan a la propuesta, pues no requieren de modificación alguna o alteración significativa de sus ecosistemas para poder visitarlos. Haciendo estos recorridos, los turistas podrán interactuar con la naturaleza y apreciar la diversidad de flora y fauna del lugar, entendiendo la importancia de los recursos naturales y apreciando el paisaje montañoso característico del lugar.

El municipio de Santa María se encuentra también al oriente del departamento de Boyacá, la altura de las diferentes zonas del lugar varía de los 400 a los 2000 m.s.n.m y tiene una temperatura promedio de 24°C. Sus zonas de vida se clasifican en: bosque muy húmedo tropical, bosque muy húmedo premontano y bosque muy húmedo montano bajo. Estas condiciones le permiten albergar alrededor de 350 especies de aves y una cantidad importante de especies de mariposas; su cercanía con Bogotá hace al municipio un destino atractivo para turismo científico y de estudios (Laverde & Gómez, 2016, págs. 13-16). Los atractivos escogidos aquí son la Cascada del 70, Finca la Isla y Sendero Ecológico la Cristalina.

Dada la diversidad de aves del lugar, es muy importante establecer un recorrido ecoturístico a través del cual se puedan observar estos animales y las características de su hábitat; por eso fue importante elegir el sendero La Cristalina; La Cascada del 70 resalta una vez más las riquezas hídricas de la región, y allí se pueden practicar deportes como el torrentismo, lo cual

también se adapta a lo definido en el producto. Finalmente, la Finca la Isla es un sitio integral donde el cliente no solo va a poder disfrutar de los paisajes, flora y fauna, sino que puede interactuar con la comunidad local, probar la gastronomía típica y tener una alternativa de alojamiento distinta.

Ruta A: Conectándose con el entorno a través del deporte

Actualmente en Colombia se está promoviendo con mayor fuerza la unión del turismo y el deporte como herramienta diversificadora de producto, promotora del desarrollo sostenible y la cohesión social; esto ha generado el desarrollo de estrategias de inversión en actividades de turismo de naturaleza como el kitesurf, senderismo y escalada (El País,2017). Aprovechando los escenarios naturales con que cuenta el país y la posibilidad de practicar actividades al aire libre en dichos escenarios, se apunta a esta tipología de turismo como elemento transversal a la interacción con la naturaleza, la cultura y los valores del destino, así como promueve la formación en valores importantes como la solidaridad, respeto, compromiso, liderazgo y la integración de diferentes entidades y actores que trabajan en pro de su desarrollo (Coldeportes, 2017).

Esta ruta está principalmente enfocada en la práctica de deportes acuáticos en la Cascada la 70, Embalse de Chivor, Finca la Isla y Sendero Ecológico Hyca-Quye. El turista podrá realizar diferentes actividades interactivas de acuerdo con sus intereses y el tiempo del que disponga; las actividades pueden durar desde 1 hasta 3 días. La salida es desde la ciudad de Bogotá, en las horas de la mañana. En las siguientes tablas se observa el guión diseñado para la ruta, en el cual están todas las especificaciones y detalles a tener en cuenta para la ejecución de la misma.


Denominación de la ruta: Conectándose con la naturaleza a través del deporte (2 días)	
Tipo de recorrido: peatonal, terrestre y fluvial	Duración: 2 días
<p>Resumen de la ruta:</p> <p>Esta ruta está diseñada para visitar 3 de los atractivos principales del municipio y alrededores: Embalse de Chivor, Cascada la 70 y Finca la Isla. Con la visita a estos atractivos se aprenderá de los ecosistemas que los rodean, así como datos históricos importantes sobre la creación del Embalse.</p> <p>Las actividades a realizar durante la ruta incluyen la práctica de deportes acuáticos como kitesurf y torrentismo. En estas actividades el cliente interactuará con la comunidad y apreciará el entorno que lo rodea.</p> <p>El ecoturismo es la base de la ruta, por lo que todas las actividades se realizarán al aire libre.</p>	
<p>Mapa de la ruta:</p> 	
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Temperatura promedio: 24°C -Zapatos cómodos -Ropa cómoda y una muda adicional -Chaqueta impermeable (en caso de lloviznas). -Gorra -Bloqueador solar -Hidratación 	

Figura 34 (1). Guión del paquete de 2 días para la ruta A. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

<p>Operación:</p> <p>Recorrido(Día 1)</p> <p>Punto de Encuentro 1: El recorrido inicia en la ciudad de Bogotá, desde donde nos dirigiremos hacia el departamento de Boyacá, por la vía que conduce al Embalse del Sigga y luego hacia el Valle de Tenza.</p> <p>Actividad: Transporte</p> <p>Duración: 3 horas</p> <p>Texto básico: Los clientes contarán con un conductor profesional, capacitado e irán en un carro cómodo, con todas las normas de seguridad. En el camino podrán hacer algunas paradas, si lo consideran necesario.</p> <p>Punto de encuentro 2: Los pasajeros se encontrarán con el guía frente a la plaza principal de Santa María y de allí se dirigirán a la Finca La Isla, un alojamiento rural cerca de Santa María, Boyacá, en donde dejarán las maletas, descansarán del viaje y tomarán el almuerzo.</p> <p>Duración: 4 horas</p> <p>Texto básico: Esta Finca ecoturística fue creada hace 6 años con el objetivo de reunir todas las condiciones típicas de un alojamiento rural, atendido por locales, con gastronomía local y que promueve el turismo de naturaleza, aprovechando el entorno que rodea el lugar. Quienes lo atienden son los dueños de la casa, personas muy amables y dispuestas a colaborar y resolver cualquier inquietud.</p> <p>Punto de encuentro 3: En la tarde iremos a la Cascada la 70, una formación natural de aproximadamente 200 metros de altura, donde practicaremos torrentismo.</p> <p>Actividad: Torrentismo</p> <p>Duración: 3 horas</p> <p>Texto básico: La Cascada la 70 es la más famosa del Valle de Tenza. Su altura y gran caudal la hacen un atractivo importante para los turistas. Allí, con la ayuda de un equipo especializado, practicaremos torrentismo: un deporte que consiste en descender de la cascada ayudado por un arnés y una cuerda. La velocidad de descenso depende de las condiciones de cada deportista.</p> <p>Punto de encuentro 4 (Día 2) : Temprano en la mañana, iremos al Embalse de Chivor, para hacer un breve recorrido en lancha por sus alrededores y luego hacer una práctica de 2 horas de kitesurf.</p> <p>Actividad: Deportes extremos.</p> <p>Duración: 4 horas</p> <p>Texto básico: La Central Hidroeléctrica de Chivor inició su construcción en noviembre de 1970 y fue inaugurada en 1982 y la generación de energía eléctrica se da gracias al aprovechamiento del caudal del río Batá. En este embalse nos instruirán sobre el kitesurf, un deporte de deslizamiento sobre agua en el que la persona, montada sobre una tabla y amarrada con un arnés a una cometa de tracción, puede realizar maniobras en el agua y aire.</p> <p>Fin del recorrido: Regreso a Bogotá.</p> <p>Actividad: transporte.</p> <p>Horario de inicio: 6:30 a.m.</p> <p>Acompañamiento y personal:</p> <table border="1" data-bbox="641 1480 1047 1596"> <thead> <tr> <th>Tamaño grupo</th> <th>#Guías</th> <th>#Acompañantes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-5</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>6-10</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>11-15</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table> <p>Idiomas: Inglés, español.</p> <p>Responsable de la operación: Descubrir ONG , Macantour Extremo, Chivor Kite.</p> <p>Ejecutores de la operación: Guías turísticos capacitados.</p> <p>Edad mínima de los usuarios: 15 años.</p>	Tamaño grupo	#Guías	#Acompañantes	1-5	1	0	6-10	1	1	11-15	2	1
Tamaño grupo	#Guías	#Acompañantes										
1-5	1	0										
6-10	1	1										
11-15	2	1										

Figura 34 (2). Guión del paquete de 2 días para la ruta A. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

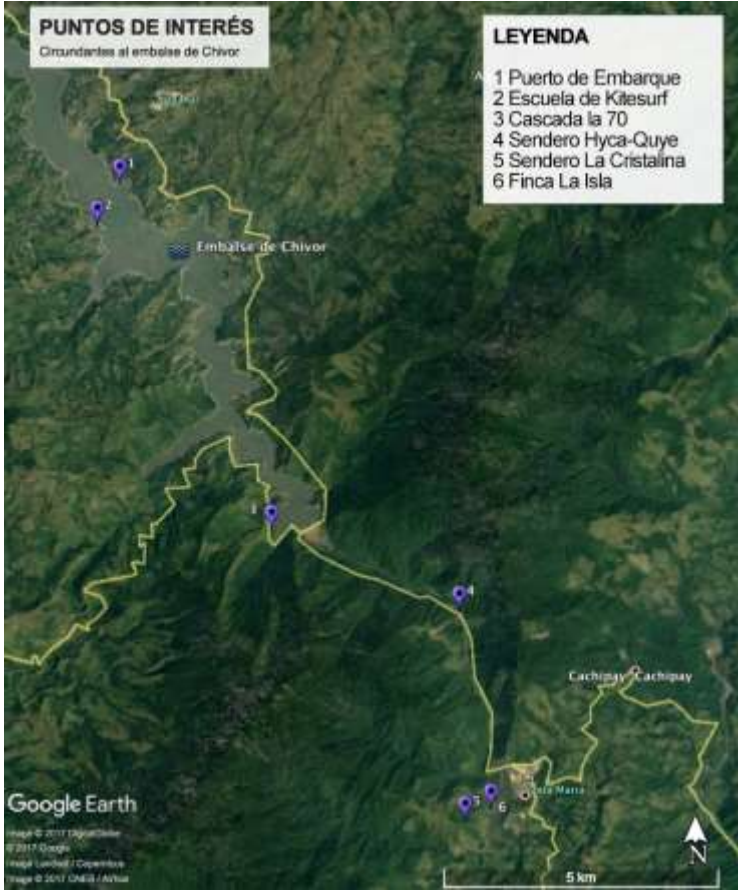
Denominación de la ruta: Conectándose con la naturaleza a través del deporte (3 días)	
Tipo de recorrido: peatonal, terrestre y fluvial	Duración: 3 días
<p>Resumen de la ruta:</p> <p>Esta ruta está diseñada para personas con más disponibilidad de tiempo, lo que permitirá que visiten otros atractivos: Embalse de Chivor, Sendero Hyca-Quye, Sendero la Cristalina, Cascada la 70 y Finca la Isla. Con la visita a estos atractivos se aprenderá de los ecosistemas que los rodean, así como datos históricos importantes sobre la creación del Embalse.</p> <p>Las actividades a realizar durante la ruta incluyen la práctica de deportes acuáticos como kitesurf y torrentismo y también senderismo de nivel medio-bajo. En estas actividades el cliente interactuará con la comunidad y apreciará el entorno que lo rodea.</p> <p>El ecoturismo es la base de la ruta, por lo que todas las actividades se realizarán al aire libre.</p>	
<p>Mapa de la ruta:</p> 	
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Temperatura promedio: 24°C -Zapatos cómodos -Ropa cómoda y una muda adicional -Chaqueta impermeable (en caso de lloviznas). -Gorra -Bloqueador solar -Hidratación 	

Figura 35 (1). Guión del paquete de 3 días para la ruta A. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

Operación:												
<p>Recorrido (Día 1)</p> <p>Punto de Encuentro 1: El recorrido inicia en la ciudad de Bogotá, desde donde nos dirigiremos hacia el departamento de Boyacá, por la vía que conduce al Embalse del Sigsa y luego hacia el Valle de Tenza.</p> <p>Actividad: Transporte</p> <p>Duración: 3 horas</p> <p>Texto básico: Los clientes contarán con un conductor profesional, capacitado e irán en un carro cómodo, con todas las normas de seguridad. En el camino podrán hacer algunas paradas, si lo consideran necesario.</p> <p>Punto de encuentro 2: Los pasajeros se encontrarán con el guía frente al Embalse de Chivor y desde allí tomarán la lancha que los llevará hacia la escuela Chivor Kite.</p> <p>Actividad: Deportes acuáticos.</p> <p>Duración: 4 horas</p> <p>Texto básico: Daremos la vuelta en lancha por todo el Embalse, aprendiendo sobre su historia y datos importantes. La Central Hidroeléctrica de Chivor inició su construcción en noviembre de 1970 y fue inaugurada en 1982 y la generación de energía eléctrica se da gracias al aprovechamiento del caudal del río Batá. La construcción del Embalse dividió parte de la zona rural de Macanal, por lo que muchos trabajadores utilizan estas lanchas como medio de transporte para dirigirse hacia el casco urbano.</p> <p>En este embalse nos instruirán sobre el kitesurf, un deporte de deslizamiento sobre agua en el que la persona, montada sobre una tabla y amarrada con un arnés a una cometa de tracción, puede realizar maniobras en el agua y aire.</p> <p>Punto de encuentro 3: Los clientes pasarán la noche en el hostel Chivor Kite, compartiendo un rato agradable y diferente en este hotel ubicado en las montañas.</p> <p>Actividad: Libre</p> <p>Duración: Toda la tarde.</p> <p>Texto básico: Pueden disfrutar de la tranquilidad y calma del hotel o bien tomar clases de Paddleboard o surf de remo, un deporte en el que la persona, de pie sobre una tabla, navega en el agua con ayuda de sus remos. Un deporte que requiere destreza y concentración.</p> <p>Punto de encuentro 4 (Día 2): En la mañana, nos dirigiremos hacia la Cascada la 70, una formación natural de aproximadamente 200 metros de altura, donde practicaremos torrentismo. Luego, un recorrido entre los bosques de la Finca La Isla, el sendero La Cristalina.</p> <p>Actividad: Deportes extremos, senderismo.</p> <p>Duración: 6 horas</p> <p>Texto básico: La Cascada la 70 es la más famosa del Valle de Tenza. Su altura y gran caudal la hacen un atractivo importante para los turistas. Allí, con la ayuda de un equipo especializado, practicaremos torrentismo: un deporte que consiste en descender de la cascada ayudado por un arnés y una cuerda. La velocidad de descenso depende de las condiciones de cada deportista. El sendero La Cristalina es un recorrido de alrededor de 2 horas por una distancia de 1700 metros en el que descubriremos vegetación y especies de bosque húmedo premontano.</p> <p>Punto de encuentro 5 (Día 3): Haremos un recorrido por el Sendero Ecológico los Hycá Quye, donde se podrá apreciar la flora y fauna que lo rodea. Almorzaremos en el Sinaí.</p> <p>Actividad: Senderismo.</p> <p>Duración: 3 horas</p> <p>Texto básico: Este sendero hacia parte de la anterior vía que conducía al meta, por ende se hablará de cómo se realizó la construcción de esta, dado que cuenta con estructuras aún intactas de esta antigua carretera. Existen diferentes especies de aves que rondan esta zona por lo que se hará un pequeño avistamiento de estas. Por último, se llegará al planchón donde inicia el embalse, así que se mencionarán aspectos importantes de este y lo vital que ha sido la construcción del mismo para la región.</p>												
Fin del recorrido: Regreso a Bogotá.												
Actividad: transporte.												
Horario de inicio: 6:30 a.m.												
Acompañamiento y personal:												
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Tamaño grupo</th> <th>#Guías</th> <th>#Acompañantes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-5</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>6-10</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>11-15</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño grupo	#Guías	#Acompañantes	1-5	1	0	6-10	1	1	11-15	2	1
Tamaño grupo	#Guías	#Acompañantes										
1-5	1	0										
6-10	1	1										
11-15	2	1										
Idiomas: Inglés, español.												
Responsable de la operación: Agencia operadora (por determinar)												
Ejecutores de la operación: Guías turísticos capacitados.												
Edad mínima de los usuarios: 15 años.												

Figura 35 (2). Guión del paquete de 3 días para la ruta A. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

Ruta B: La Naturaleza de Chivor

Anteriormente se mencionó que la región del Valle de Tenza y municipios aledaños al embalse de Chivor presenta gran variedad de especies de flora y fauna, esto gracias a su ubicación geográfica y a las condiciones del ambiente.

Por esta razón, se quiere resaltar esa riqueza de biodiversidad en una ruta que contemple caminatas ecológicas, en las cuales se puede apreciar diferentes aspectos que han hecho de esta región un espacio para la concentración de varias especies. El recorrido se realizará en los puntos de interés, tales como: el embalse de Chivor, el sendero ecológico La Esmeralda, Hycay-Quye y la cascada la 70. Con esta ruta se busca concientizar a los turistas de la importancia de proteger los recursos naturales, ya que son fuente ecosistémica para las especies, además, de realizar un turismo no masivo, sino que se puedan apreciar estos paisajes sin perturbar el ambiente. Adicionalmente, se cuenta con los puntos de alimentación y hospedaje en el Hotel Sinaí, gracias a sus características y excelentes servicios que presta. A continuación, se detalla la ruta mencionada.

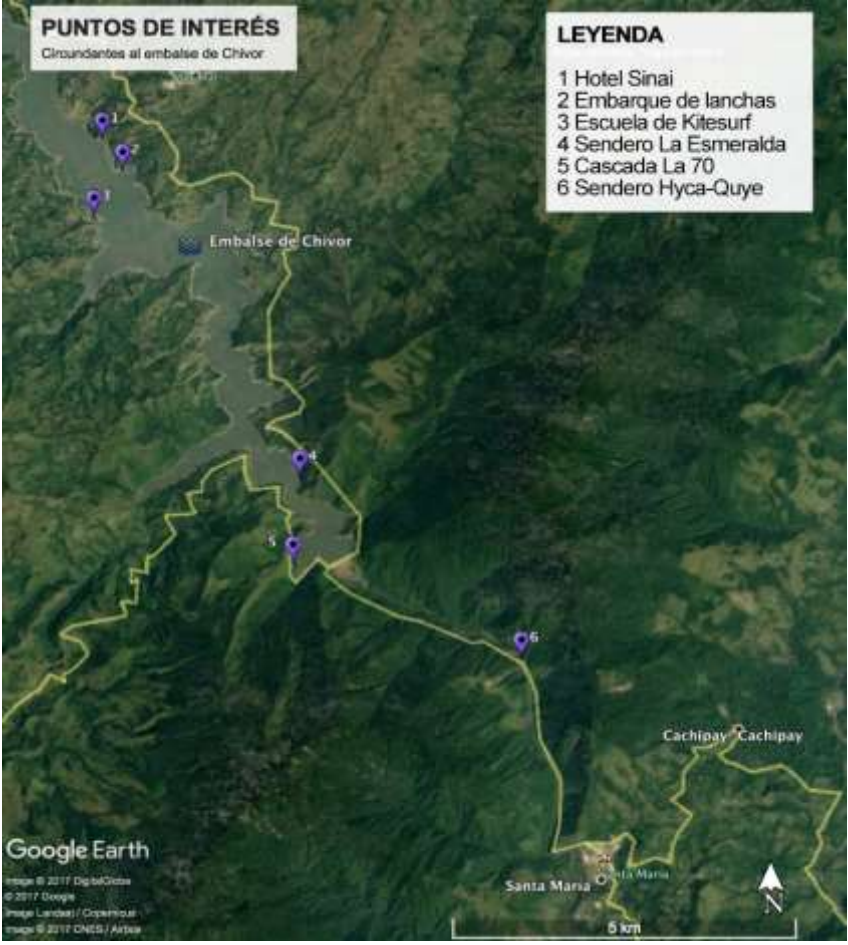
Denominación de la ruta: La naturaleza de Chivor (2 días)	
Tipo de recorrido: peatonal, terrestre y fluvial	Duración: 2 días
<p>Resumen de la ruta:</p> <p>El poder estar en un espacio natural brinda a los turistas un imagen tranquila y poder cambiar la rutina laboral que existen en ellos. Esta ruta contiene varios senderos en los cuales se puede apreciar la variedad en cuanto a fauna y flora que posee esta región. Es una ruta apta para todas las personas debido a que sus senderos no presentan mayores riesgos y en general son accesibles para su visita.</p>	
<p>Mapa de la ruta:</p>  <p>El mapa muestra una zona montañosa con el Embalse de Chivor en el centro. Se marcan seis puntos de interés con marcadores numerados del 1 al 6. Una línea amarilla indica el trayecto de la ruta. La leyenda indica: 1 Hotel Sinai, 2 Embarque de lanchas, 3 Escuela de Kitesurf, 4 Sendero La Esmeralda, 5 Cascada La 70, 6 Sendero Hyca-Quye. El mapa incluye el logo de Google Earth, una escala de 5 km y una brújula.</p>	
<p>Recomendaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Temperatura promedio: 24°C -Zapatos cómodos -Ropa cómoda y una muda adicional -Chaqueta impermeable (en caso de lloviznas). -Gorra -Bloqueador solar -Hidratación 	

Figura 36 (1). Guión del paquete de 2 días para la ruta B. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

<p>Operación:</p> <p>Recorrido (Día 1)</p> <p>Punto de Encuentro 1: El recorrido inicia en la ciudad de Bogotá, desde donde nos dirigiremos hacia el departamento de Boyacá, por la vía que conduce al Embalse del Sisga y luego hacia el Valle de Tenza.</p> <p>Actividad: Transporte</p> <p>Duración: 3 horas</p> <p>Texto básico: Los clientes contarán con un conductor profesional, capacitado e irán en un carro cómodo, con todas las normas de seguridad. En el camino podrán hacer algunas paradas, si lo consideran necesario.</p> <p>Punto de encuentro 2: Los pasajeros llegarán al hotel Sinai, ubicado a 2 kilómetros de donde parten las embarcaciones.</p> <p>Actividad: Desayuno y dejar equipaje.</p> <p>Duración: 1 hora</p> <p>Texto básico: se explicará a fondo en qué consistirá el recorrido del día, con el fin de hacer mención en que lleven ropa cómoda.</p> <p>Punto de encuentro 3: Los turistas se encontrarán con el guía frente al Embalse de Chivor y desde allí tomarán la lancha que los llevará hacia la escuela Chivor Kite.</p> <p>Actividad: Recorrido</p> <p>Duración: 1 hora</p> <p>Texto básico: Daremos la vuelta en lancha por todo el Embalse, aprendiendo sobre su historia y datos importantes. La Central Hidroeléctrica de Chivor inició su construcción en noviembre de 1970 y fue inaugurada en 1982 y la generación de energía eléctrica se da gracias al aprovechamiento del caudal del río Batá. La construcción del Embalse dividió parte de la zona rural de Macanal, por lo que muchos trabajadores utilizan estas lanchas como medio de transporte para dirigirse hacia el casco urbano. Se llegará a la escuela Chivor Kite, donde se explicará en qué consiste este deporte y se hará un pequeño recorrido por esta zona del embalse observando cómo es el funcionamiento del embalse y la importancia de este.</p> <p>Punto de encuentro 4: Nos dirigiremos hacia el sendero la esmeralda.</p> <p>Actividad: Observación y senderismo.</p> <p>Duración: 2 horas</p> <p>Texto básico: Este sendero cuenta con 7 estaciones las cuales representan, ya sea una historia o un punto específico de concentración de fauna y flora. Durante el recorrido se contará cómo era el recorrido antes de que existieran los túneles que comunican la capital del país con Macanal, además de por qué es tan importante la conservación de estos espacios para la concentración de diferentes especies de animales y plantas que rondan estas zonas.</p> <p>Punto de encuentro 5: Retornaremos al hotel Sinai para degustar de un almuerzo típico de la región.</p> <p>Duración: 2 horas</p> <p>Punto de encuentro 6: Nos dirigiremos hacia la cascada la 70.</p> <p>Actividad: Observación y recreación.</p> <p>Duración: 2 horas</p> <p>Texto básico: Se visitará la cascada la 70 un emblemático sitio de interés para quienes visitan la región. Aquí se mencionará lo importante que son las fuentes hídricas para la región, ya que muchas de estas abastecen el suministro de agua a los pobladores de los municipios, además de generar diferentes tipos de ecosistemas a lo largo de su recorrido. Adicionalmente, para las personas que lo deseen, pueden sumergirse en un pequeño pozo en el cual cae la cascada.</p> <p>Punto de encuentro 7 (Día 2): En la mañana, nos dirigiremos hacia el sendero ecológico Hycayque</p> <p>Actividad: Observación, senderismo y deportes extremos.</p> <p>Duración: 4 horas</p> <p>Texto básico: Este sendero hacia parte de la anterior vía que conducía al meta, por ende se hablará de cómo se realizó la construcción de esta, dado que cuenta con estructuras aún intactas de esta antigua carretera. Existen diferentes especies de aves que rondan esta zona por lo que se hará un pequeño avistamiento de estas. Por último, se llegará al planchón donde inicia el embalse, así que se mencionarán aspectos importantes de este y lo vital que ha sido la construcción del mismo para la región.</p> <p>Fin del recorrido: Regreso a Bogotá.</p> <p>Actividad: transporte.</p> <p>Duración: 3 horas.</p>												
<p>Horario de inicio: 6:30 a.m.</p> <p>Acompañamiento y personal:</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Tamaño grupo</th> <th>#Guías</th> <th>#Acompañantes</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1-5</td> <td>1</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>6-10</td> <td>1</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>11-15</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>	Tamaño grupo	#Guías	#Acompañantes	1-5	1	0	6-10	1	1	11-15	2	1
Tamaño grupo	#Guías	#Acompañantes										
1-5	1	0										
6-10	1	1										
11-15	2	1										
Idiomas: Inglés, español.												
Responsable de la operación: Descubrir ONG. Macantour Extremo.												
Ejecutores de la operación: Guías turísticos capacitados.												
Edad mínima de los usuarios: 5 años.												

Figura 36 (2). Guión del paquete de 2 días. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

Diseño y costeo de paquetes

Los paquetes turísticos planteados se diseñaron a partir de las rutas contempladas. Ambos paquetes están dirigidos a la apreciación de la naturaleza circundante al embalse de Chivor. Para la realización de estos paquetes se consultó con la agencia de turismo Descubrir ONG ubicada en Santa María, así como Macantour extremo, quienes son las únicas agencias que cuentan con RNT y conocen a detalle los senderos que se realizarán. Igualmente se habló con diferentes dueños de hoteles y ChivorKite, con el fin de contemplar qué esperaban ellos con la promoción de dichos paquetes turísticos.

El costeo se realizó con base en grupos de 5 personas, con el fin de no afectar la zona con un turismo masificado y poder disminuir los costos en aspectos como el hospedaje y transporte. Debido a que los atractivos no están lo suficientemente bien adaptados para el turismo, el máximo número de personas que se podría recibir es de 10, para no alterar los ecosistemas.

Vive nuevas aventuras

Se tomó como referencia la ruta “La naturaleza de Chivor” para la realización de este paquete. Se busca generar una alternativa de tranquilidad, en la cual se exploren los diferentes senderos y atractivos naturales que existen alrededor del embalse de Chivor. Este paquete se diseñó únicamente para realizarse en dos días (ver itinerario en figura 37), en los cuales el turista visitará dos senderos ecológicos que albergan en sus recorridos diferentes aspectos del ecosistema de la región del Valle de Tenza.

Asimismo, en cada una de las actividades que se realicen el turista va a conocer un poco más de lo que es esta región, va a degustar platos típicos, tanto en el desayuno, como en el

almuerzo, con el fin de que se conozca más de la gastronomía local. Igualmente, se ideó este paquete de tal forma que involucré la mayor cantidad de prestadores de la región.

A continuación, se detalla el costeo del mismo.

PAQUETE "VIVE NUEVAS AVENTURAS"						
Ruta	Paisajes escondidos en el Embalse de Chivor		Base	5 pax		
Duración	2 días/ 1 noche		Precio	1 pax		
Días	Servicios	Costo	Proveedor	Observaciones	Cálculo	
1	Desayuno	\$ 15.000	Hotel Sinai	Variedad de opciones	Por persona	
1	Almuerzo	\$ 30.000	Hotel Sinai	Variedad de opciones	Por persona	
1-2	Transporte Macanal-Bogotá-Macanal	\$ 100.000	Por definir	Costo del transporte \$500.000 por 5 pax	Por persona	
1-2	Transporte entre sitios	\$ 20.000	Por definir	Precio por 2 días. \$100.000 por 5 pax	Por persona	
1	Snack	\$ 5.000	Por definir	Agua de panela, fruta y arepa boyacense.	Por persona	
1-2	Guianza	\$ 20.000	Descubrir ONG	El costo del guía es de \$100.000. El idioma se realizará en español, con algunas especificaciones en inglés si se desea.	Costo del guía dividido por el número de personas	
1	Alojamiento hotel Sinai	\$ 60.000	Hotel Sinai	Desayuno incluido. Cabaña para 5 personas costo de \$300.000	Costo de la habitación dividido por el número de	
2	Almuerzo	\$ 30.000	Hotel Sinai		Por persona	
2	Caminata ecológica Hycá-Quye	\$ 10.000	AES Chivor		por persona	
1-2	Tarjeta de asistencia médica	\$ 10.000			Por persona	
Total costos		\$ 300.000				
Margin		20%				
Precio de venta		\$ 375.000				

Figura 38. Costeo del paquete de 1 noche para la ruta B. La base del costeo está dada para 5 personas, pero cada precio se calcula individualmente. Fuente: elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

Diviértete y descubre

Se tomó como referencia de la ruta “Conectándose con la naturaleza a través del deporte” y busca promover los valores de la cooperación, respeto por la naturaleza y los recursos, sentido de pertenencia, tolerancia y apropiación del entorno.

Este paquete tiene dos variaciones, dependiendo de la disponibilidad de tiempo de las personas: puede ser de dos o tres días. Su itinerario (figuras 39 y 40) está planteado para que los clientes puedan disfrutar la mayor cantidad de atractivos de los alrededores del Embalse, compartiendo con los locales y admirando la naturaleza que lo rodea. El objetivo principal de

esta ruta es fomentar el sentido de pertenencia por parte de los clientes hacia los recursos naturales, la cultura y costumbres del lugar que visitan, al tiempo que interactúan con la comunidad local y aprenden de los modos de vida de la población. Para que las actividades sean realizadas correctamente, es fundamental que haya un trabajo articulado de todos los involucrados y que cada uno de los actores logre ver el beneficio del trabajo integrado.

Una vez establecida la programación, se diseñó una tabla con las actividades y sus respectivos costos, en colaboración con cada uno de los operadores, quienes proporcionaron las tarifas para el respectivo costeo. Los costos son los siguientes:

PAQUETE DIVIÉRTETE Y DESCUBRE 1 NOCHE					
Ruta	Paisajes escondidos en el Embalse de Chivor		Base	5 pax	
Duración	2 días / 1 noche		Precio	1 pax	
Días	Servicios	Costo	Proveedor	Observaciones	Cálculo
2	Práctica de Kitesurf	\$ 270.000	Chivor Kite	Incluye alquiler del equipo, instructor y 2 horas de práctica.	Por persona
1	Almuerzo	\$ 16.000	Finca la Isla		Por persona
1-2	Transporte Macanal-Bogotá-Macanal	\$ 74.000	Por definir	Precio por persona para un grupo de 5.	De 1 a 4 pax
1-2	Transporte entre sitios	\$ 20.000	Por definir	Precio por 2 días, por persona para un grupo de 5.	Por persona
1	Snack	\$ 5.000	Por definir	Agua de panela, fruta y arepa boyacense.	Por persona
1-2	Guianza	\$ 30.000			De 1 a 4 pax
1	Alojamiento en Finca la Isla	\$ 30.000	Finca la Isla	Desayuno incluido. Habitación doble.	Por persona
1	Torrentismo	\$ 35.000	Macantour extremo	Equipo completo y transporte .	Por persona
2	Almuerzo	\$ 18.000	Macantour extremo		
	Total costos	\$ 498.000			
	Margen	20%			
	Precio de venta	\$ 622.500			

Figura 41. Costeo del paquete de 1 noche para la Ruta A. La base del costeo son 5 personas, pero el precio final se calcula para 1 persona. Fuente: elaboración propia con base en Siete turismo estratégico

DIVIÉRTETE Y DESCUBRE 2 NOCHES					
Ruta	Paisajes escondidos en el Embalse de Chivor		Base	5 pax	
Duración	3 días / 2 noches		Precio	1 pax	
Días	Servicios	Costo	Proveedor	Observaciones	Cálculo
1	Práctica de Kitesurf	\$ 270.000	Chivor Kite	Incluye alquiler del equipo, instructor y 2 horas de práctica.	Por persona
1-3	Transporte entre sitios	\$ 30.000	Chivor Kite	Precio por 3 días.	Por persona
1	Almuerzo	\$ 20.000	Chivor Kite	Precio por persona para un grupo de 5.	Por persona
1-3	Transporte Macanal-Bogotá-Macanal	\$ 74.000	Por definir	Precio por persona para un grupo de 5.	De 1 a 4 pax
1	Snack	\$ 5.000	Por definir	Agua de panela, fruta y arepa boyacense.	Por persona
1	Guianza	\$ 50.000	Descubrir ONG	Precio por persona para un grupo de 5.	De 1 a 4 pax
1	Alojamiento en Chivor Kite	\$ 143.000	Chivor Kite	Desayuno incluido. Habitación doble.	1-2 pax
2	Torrentismo	\$ 35.000	Macantour extremo	Equipo completo y transporte	Por persona
2	Almuerzo	\$ 16.000	Finca la Isla		
2	Caminata ecológica	\$ 5.000	Finca la Isla		Por persona
2	Alojamiento en Finca La Isla	\$ 30.000	Finca la Isla	Desayuno incluido. Habitación doble.	Por persona
3	Caminata ecológica Hycá Quye	\$ 10.000	Descubrir ONG		Por persona
Total costos		\$ 688.000			
Margen		20%			
Precio de venta		\$ 860.000			

Figura 42. Costeo del paquete de 2 noches para la Ruta A. La base del costeo son 5 personas, pero el precio final se calcula para 1 persona. Fuente: elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

Mercadeo del producto

Estrategia de gestión de marketing

La estrategia escogida para el mercadeo del destino es la de desarrollo de servicios, pues su objetivo principal es actuar sobre los mercados actuales trabajando en mejoras de lo que se ofrece o desarrollando nuevos productos (Olaiz, 2012, pág. 33). Como complemento a lo ya realizado por el Grupo de Acción Local Valletenzano en materia turística, se busca adicionar un producto que resalte los recursos hídricos tan importantes para la región, desde la promoción de los deportes en cuerpos de agua y el ecoturismo. El segmento de mercado escogido, como se mencionó anteriormente, busca un turismo de mayor contacto con el entorno, la comunidad y el

ambiente; buscan planes alternativos y distintos a lo que comúnmente se les ofrece y tienen poco tiempo de estadía en los destinos. Es por eso que este producto propone actividades diferentes, entretenidas y de corta duración.

Aunada a esta estrategia se encuentra la concéntrica, que busca una prestación integrada de los servicios que componen el producto y mayor homogeneidad en lo que se ofrece al cliente. Cuando las personas indagan sobre Boyacá pueden encontrar cada servicio por separado pero con el producto se quiere lograr una unión de cada eslabón de la cadena de valor, de manera que el cliente pueda encontrar estos servicios de manera más ordenada y no se pierda ningún canal de comunicación. Al vender paquetes con alojamiento, alimentación y actividades, el cliente está interactuando con toda la cadena y aportando a cada uno cierto beneficio.

Estrategia de posicionamiento

Posicionamiento se define como la acción de diseñar la oferta e imagen de la compañía, de manera que ocupe un lugar distintivo en la mente del consumidor (Kotler, 2003, pág. 308). En ese orden de ideas, haciendo un análisis de la matriz DOFA y la segmentación de mercado realizada, se procede al diseño del logotipo con el cual se identificará el producto y las acciones de mercadeo a llevar a cabo para su promoción y difusión.

A la hora de crear una estrategia de posicionamiento es importante tener en cuenta el ciclo de vida del destino y en qué etapa se encuentra. Esto permitirá que el producto pueda adaptarse a la demanda cambiante y permanecer en una etapa de crecimiento o madurez, evitando llegar al declive.

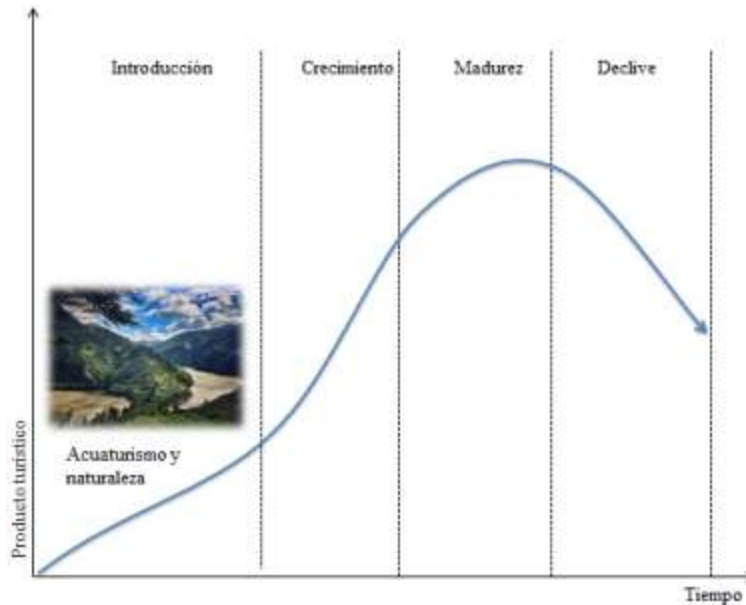


Figura 43. Ciclo de vida del destino. Fuente: Elaboración propia.

Como se ha mencionado a lo largo del trabajo, el turismo en el Valle de Tenza está incursionando recientemente y las acciones que se han realizado en materia de turismo son pocas y muy nacientes. Es por eso que se ubican las actividades de ecoturismo y acuatourismo en la fase de introducción del ciclo de vida, pues es hasta ahora una apuesta de los municipios que comienza a surgir, con iniciativas que giran en torno al turismo responsable, comunitario y de naturaleza. Como consecuencia, los objetivos de la estrategia de posicionamiento son:

- Generar reconocimiento de la región y sus características importantes.
- Lograr que el público objetivo conozca el producto y se interese en él.
- Convencer a los clientes de elegir este producto sobre otros similares.

Para lograr estos objetivos y teniendo en cuenta que el público objetivo es extranjero, las acciones de mercadeo a realizar son principalmente a través de medios virtuales. En primer lugar, se busca añadir este producto dentro de la oferta de turismo de la página de Macanal, mediante un vídeo explicativo de los lugares que se visitan en las rutas y las actividades que se

realizan, de esta manera los turistas pueden tener una orientación del producto; por otro lado, se quiere incluir también dicho vídeo en la página del Grupo de Acción Local Valletenzano, junto con un folleto publicitario que fomente la visita de los turistas al lugar.

Debido a que la promoción no puede ser directa hacia el cliente, es importante poder contar con alianzas con aerolíneas como Avianca, que incluyan dentro de su revista un artículo sobre el producto, los municipios y las actividades. De igual manera se pueden entregar folletos informativos en los puntos de información del aeropuerto El Dorado, igual que en los hoteles y hostales donde comúnmente se alojan los clientes.

Es muy importante tener una estrategia de marketing digital que incluya la creación de páginas en Facebook, Twitter e Instagram, donde se publique información relevante del destino, noticias sobre viajes, fotos de los lugares y elementos que generen confianza en el turista y llamen su atención para visitar el lugar.

Diseño de la marca

La aventura hacia el Valle de Tenza comienza desde Bogotá. El cambio del tráfico, la contaminación y el ruido por paisajes tranquilos, naturales y silenciosos empiezan a hacer del recorrido algo agradable y distinto. Todo el camino está rodeado por imponentes montañas, vegetación, túneles cubiertos de plantas y en cuyo interior “llueve”. Las paredes de las carreteras tienen cascadas, cuya observación ameniza el viaje y brinda un aire de serenidad. Lo que más se puede observar en este camino es agua, en las cascadas, túneles y principalmente en el Embalse.

Es por esto que se decidió hacer del agua el elemento central de la imagen del producto; además de esto, se pensó en un diseño sencillo, dicente y de fácil recordación y apropiación tanto para los turistas como para los locales. En la reunión realizada con 10 actores locales,

dentro de los que se encontraban propietarios de restaurantes y hoteles, operadores de transporte del Embalse, guías de turismo y miembros de la comunidad se plantearon tres propuestas de logo de acuerdo con las características que se pensaba se adaptaban mejor al producto:

Propuesta número 1

Para las 3 propuestas se definió la forma circular como base, con diferentes elementos que representarían los aspectos importantes de la región. En este caso, uno de los árboles simbólicos, la Ceiba, es el protagonista, rodeado por un círculo de agua de diferentes tonalidades de azul.

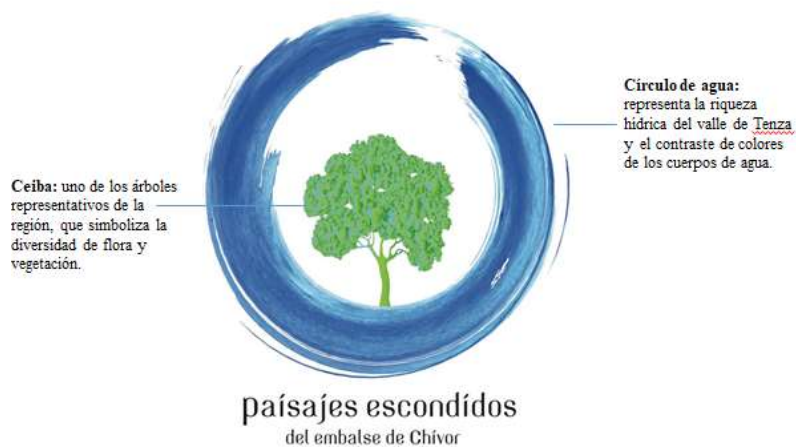


Figura 44. Propuesta diseño de marca 1. Fuente: Baquero, C. (2017).

Propuesta número 2

Círculo delgado de hojas de diferentes tipos y tonalidades de verde, que hacen pensar en lo que hay detrás de ellas y dadas sus características, las distintas especies que albergan y acompañan el paisaje.



Figura 45. Propuesta diseño de marca 2. Fuente: Baquero, C. (2017).

Propuesta número 3

Silueta de un pájaro que hace alusión a las aves de Macanal y alrededores, de color morado que contrasta con el azul del círculo de agua que lo rodea.



Figura 46. Propuesta diseño de marca 3. Fuente: Baquero, C. (2017).

Selección del logo

Se evaluó la identidad, representatividad, claridad y sentido del logo, y cómo se podía adaptar fácilmente al producto, ser de fácil recordación para los clientes y fácil de apropiarse para los locales y la propuesta número 1 fue la escogida. Esta es una propuesta sencilla, que logra reunir los elementos importantes del destino en una imagen, sin ser demasiado explícita.



paísesajes escondidos
del embalse de Chivor

Figura 47. Propuesta diseño de marca definitiva. Fuente: Baquero, C. (2017).

Los colores en el marketing atribuyen a los productos ciertas sensaciones e interpretaciones que hacen más fácil su reconocimiento, así como facilitan el significado de la marca que se está observando. Los colores ayudan a los consumidores a hacerse una idea de lo

que se trata el producto o de qué está compuesto, transmitiendo así sensaciones en las personas (Grande, 2006, pág. 100). El color azul se asemeja a la paz y a la calma, a la infinitud y al lujo, que son ciertos aspectos a resaltar dentro de la marca; el verde por su parte se relaciona con la esperanza, tranquilidad vida y salud. Estas son las sensaciones que se busca transmitir por medio de los colores en el diseño de la marca, que a simple vista el consumidor pueda relacionar la imagen con la naturaleza, cuidado del ambiente y sostenibilidad (Grande, 2006, pág. 91).

Las formas utilizadas en el diseño son trazos sencillos: el círculo, pues demuestran sutileza, unidad, comunidad, compromiso y resistencia; es fundamental que los usuarios de la marca tengan presentes estos valores al momento de utilizarla. El árbol escogido fue uno de los representativos de la región, La Ceiba, pues es el árbol representativo de muchas plazas de pueblos en Colombia, crece de manera rápida, su tronco es fuerte y estable y puede florecer en suelos de diferentes características.

Canales de comercialización

“La función básica de la distribución o canal de marketing consiste en trasladar el producto o servicio hasta el consumidor permitiendo su disponibilidad, informando las características y prestaciones que ofrece, así como de otros servicios adicionales” (Olaiz, 2012, pág.39). Para la comercialización de este producto se va a utilizar el multicanal: una combinación entre el canal directo e indirecto, para que pueda llegar a más clientes.

El canal directo se trabajará mediante el desarrollo de una página web, donde se ofrezcan también actividades en otras regiones del Valle de Tenza y Boyacá, que tenga opción de pago a través de plataformas como PayU o Paypal. El canal indirecto se manejará con agencias de viajes y turismo y operadoras de la región, como Paipa Tours, Descubrir ONG, Macantour Extremo y Boyacá tours; también se quiere implementar los paquetes en el sitio web de Tripadvisor, de

modo que los clientes puedan hacer su compra directamente desde esa página, al tiempo que revisan los comentarios y confiabilidad del producto.

Sostenibilidad del producto

A partir del análisis realizado anteriormente, donde se detalla a fondo cada una de las características que conforman el producto turístico en el embalse de Chivor, se evidenció que todo su potencial gira en torno a su oferta natural. Tanto la población como los prestadores de servicios turísticos se apoyan en que su oferta turística se basa esencialmente en el embalse de Chivor y de sus otros puntos de interés naturales. Sin embargo, este patrimonio es vulnerable a un mal uso turístico y explotación de sus recursos naturales, por lo que un producto turístico diseñado incorrectamente generaría detrimento de su potencial ecosistémico.

Por esta razón es necesario contar con un plan de acción sostenible que permita el disfrute de dichos atractivos, conservando cada una de sus cualidades. Así mismo, generar un beneficio común en el cual tanto el turista como la comunidad local, se sientan conformes y apoyen la idea del desarrollo turístico a futuro de la región. A partir, de la Norma Técnica Sectorial para destinos turísticos sostenibles (NTS-TS 001) y del manual de desarrollo de productos turísticos (OMT, 2012), se planearon ciertos ítems para tener en cuenta a la hora del desarrollo y ejecución del producto turístico en el embalse de Chivor.

Es importante tener en cuenta que la actividad turística en el destino es muy débil, por ende la dinámica turística no es adaptable completamente a la Norma Técnica. Es por eso que se realizan sugerencias acordes con la situación actual del municipio, que son acciones pequeñas que permitirán con el tiempo fomentar una cultura turística, fortalecer la actividad y de este modo lograr que se cree una conciencia de turismo sostenible y que las normas puedan ser aplicadas completamente en el destino.

Aspecto Ambiental

De conformidad con la NTS-TS 001-1 de 2007, que busca “promover instrumentos que fomenten el uso de prácticas que permitan lograr el equilibrio entre el uso eficaz de las potencialidades estéticas, recreativas, científicas, culturales y naturales y la garantía de que se puedan proporcionar iguales o superiores beneficios a las generaciones futuras” (MINCIT & Universidad Externado de Colombia pág. 1) , lo primero que debe realizarse en el municipio es un sistema de gestión de sostenibilidad, apoyado en las respectivas autoridades ambientales, corporaciones autónomas regionales y entidades interesadas. De dicho sistema se deriva una política de sostenibilidad que debe establecer detalladamente una identificación de la flora y fauna presentes en la región, reconociendo el ecosistema como la base de la planeación y ordenamiento territorial, de modo que las actividades turísticas estén planeadas de acuerdo con la capacidad del territorio (Plan de Desarrollo Turístico de Boyacá, 2012, pág. 201).

La política de sostenibilidad del destino también debe plasmar los impactos positivos y negativos de la actividad turística y definir objetivos, acciones, responsables, plazos, presupuesto e indicadores de medición y control para su ejecución. Es importante que la política sea difundida con todos los eslabones de la cadena de valor turística y que todos trabajen en pro del cumplimiento de las iniciativas allí plasmada. El código de conducta también debe ser documentado y expuesto a los interesados.

Tabla 18

Estrategias de sostenibilidad: aspecto ambiental

Ámbito ambiental de la sostenibilidad			
Recomendaciones	Acciones	Responsable	Cómo
1. Sistema de gestión de sostenibilidad	Protección de Flora y Fauna	-Alcaldías municipales -CorpoChivor -Guías de turismo	-Tomando como referencia el Manual de Métodos para el Desarrollo de Inventarios de Biodiversidad del Instituto Alexander Von Humboldt, deben registrarse las especies que habitan los diferentes ecosistemas, y sus características. -El inventario debe ser registrado y difundido a los prestadores de servicios turísticos, guías de turismo y comunidad local, a través de medios gráficos como calendarios. - Debe diseñarse una política clara y concisa de protección de la biodiversidad, donde se especifique la prohibición de uso y comercialización de especies y se promuevan conductas responsables.
	Protección de ecosistemas	-Alcaldías municipales -Guías de turismo -Prestadores de servicios turísticos -CorpoChivor	-Diseñar un código de conducta en el destino y los diferentes atractivos. Estipular las actividades permitidas y no permitidas y sus respectivas sanciones en caso de incumplimiento. -Cálculo de la capacidad de carga de cada atractivo, con el fin de establecer el máximo número de personas que pueden visitarlos en el día, organizar grupos de adecuado tamaño y evitar una afectación significativa del ecosistema.
2. Manejo de Impactos ambientales	Gestión del agua	-Prestadores de servicios turísticos	-Diseño de un manual de gestión de los recursos energéticos que debe ser divulgado en todas las áreas de la empresa. -Creación de un programa medible del consumo de energía: registro mensual de consumo discriminado en todas las fuentes energéticas. -Capacitaciones a los empleados donde se les enseñen técnicas de ahorro y uso adecuado de la energía. -Disposición de letreros informativos sobre ahorro de agua en los baños de las habitaciones.
	Gestión de la energía	-Prestadores de servicios turísticos	-Diseño de un manual de gestión de los recursos hídricos que debe ser divulgado en todas las áreas de la empresa. -Creación de un programa medible del consumo del agua: registro bimensual del volumen de agua consumido según el recibo del acueducto. -Capacitaciones a los empleados donde se les enseñen técnicas de ahorro y reutilización del agua. -Disposición de letreros informativos sobre ahorro de energía en los diferentes espacios: fomentar que se apaguen las luces que no se utilizan o desconectar aparatos que no estén en uso.
	Manejo de residuos sólidos	-Alcaldías municipales -Prestadores de servicios turísticos -SENA	-Crear un programa de manejo de residuos sólidos: disposición de canecas para clasificación de residuos. -Capacitar a las personas en reciclaje y disminución de la cantidad de residuos generados mensualmente. -Registro mensual de la cantidad de residuos sólidos generados en Kilogramos.
	Uso de productos químicos contaminantes	-Alcaldías municipales -CorpoChivor -Prestadores de servicios turísticos	-La autoridad ambiental debe evitar el uso de productos químicos contaminantes, especialmente los que se utilizan en las lanchas y el ferry en el Embalse. Deben usarse productos que no afecten significativamente el ecosistema acuático. -Buscar proveedores de productos de limpieza biodegradables o amigables con el ambiente.

Fuente: Elaboración propia con base en Siete Turismo Estratégico y la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 001.

Aspecto Social

Desde el aspecto sociocultural se busca respetar la autenticidad de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural y valores tradicionales, contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural y reducir cualquier impacto negativo que afecte el orden social, convivencia, calidad de vida y relaciones sociales de los residentes de un destino (MINCIT & Universidad Externado de Colombia, 2007, pág. 3). En este orden de ideas, es fundamental la participación activa y constante de la comunidad en todas las actividades, decisiones, planes y programas relacionados con turismo. Lo primero que se debe hacer es capacitar a la comunidad para que conozcan, valoren y se apropien de su territorio y una vez hecho esto, se definan roles a través de los cuales se pueda incluir permanentemente a los habitantes de la región en los proyectos planteados, mejorando así su calidad de vida.

De acuerdo con el Código de Ética Mundial del Turismo, las actividades turísticas deben ser realizadas en armonía con las peculiaridades y tradiciones de las comunidades receptoras, respetando sus leyes y costumbres y asumiendo una posición responsable en el destino que visitan. Velarán por la seguridad y evitar actos delictivos, portar armas o sustancias alucinógenas, y respetar el entorno. La comunidad asimismo deberá entender las diferencias culturales que pueden presentarse y tener una actitud receptiva con los visitantes (OMT, 1999, pág. 3).

Tabla 19

Estrategias de sostenibilidad: aspecto social

Ámbito social de la sostenibilidad			
Recomendaciones	Acciones	Responsable	Cómo
1. Promoción del patrimonio cultural local	Resaltar las tradiciones locales	-Alcaldías municipales -Prestadores de servicios turísticos	-Talleres participativos para identificar los aspectos a resaltar de la cultura local, a saber: gastronomía, artesanías, danzas. -Una vez se identifican los elementos importantes, deben incluirse en los productos o rutas turísticas, ser promovidos por la alcaldía y los prestadores. -Fomentar la inclusión de dichas tradiciones en las ferias y fiestas (Festival del Agua) o eventos con un flujo importante de turistas.
2. Apoyo a las comunidades	Satisfacción de la comunidad	-Alcaldías municipales -Prestadores de servicios turísticos -Turistas	-Delegar líderes comunitarios que se encarguen de recoger las opiniones de la comunidad local frente a las actividades turísticas, las socializen y en conjunto con las entidades respectivas, se creen planes de mejora. -Los turistas deben seguir lo estipulado en el código de conducta y respetar las condiciones del lugar que visitan. -Debe crearse un plan de acción para prevenir y mitigar los impactos adversos del turismo como inseguridad, drogadicción, mendicidad y prostitución.
	Inclusión de la comunidad en el turismo	-Alcaldías municipales -Prestadores de servicios turísticos	-Los residentes deben percibir los beneficios directos del turismo, siendo proveedores de los servicios, debe promoverse la generación de empleo de la comunidad en todas las actividades. -El SENA y las Alcaldías deben capacitar a la población y fomentar iniciativas de emprendimiento local, en los que las comunidades destaquen su trabajo y lideren proyectos turísticos. -Deben rescatarse las tradiciones culturales y artísticas mediante eventos de participación local y fomento de la preservación de dichas tradiciones desde las entidades educativas.
3. Protección de la población vulnerable	Prevención del comercio sexual relacionado con la actividad turística	-Alcaldías municipales -Prestadores de servicios turísticos	-Debe crearse un manual claro y detallado sobre las consecuencias de la explotación sexual de niños niñas y adolescentes. Es necesario informar a la población residente, empresarios y turistas sobre la normatividad frente a este tema, las sanciones y acciones a tomar en caso de ser pertinente. -Las agencias de viaje y hoteles deben estipular dentro de sus políticas que acogen la normatividad estipulada contra la explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes.

Fuente: Elaboración propia con base en Siete Turismo Estratégico y la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 001.

Aspecto Económico

Además de cumplir con requisitos ambientales y socioculturales, el producto turístico debe ser económicamente sostenible. Por tal razón, siguiendo la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 001 (ICONTEC, 2007), la cual es aplicable a Destinos Turísticos y da los requisitos de Sostenibilidad en estos, se mencionan las siguientes recomendaciones para el destino. En primera instancia, la imagen y promoción del producto debe ser acorde con la vocación, que en este caso es turismo ecológico, resaltando las especies de la región. A partir de

esta imagen que se genere, los productos turísticos creados deben seguir esta idea.

Adicionalmente, se requiere contar con indicadores de satisfacción para visitantes, turistas y prestadores de servicios turísticos, dado que esto permite generar estrategias a futuro.

Por otra parte, a nivel empresarial, cada uno de los prestadores turísticos y establecimientos de comercio deben contar con personal de la región, con el fin de mejorar la calidad de vida de la comunidad. En caso de que los empleados no cuenten con el conocimiento necesario, tanto el Sena, como la Alcaldía de Macanal y Gobernación de Boyacá, deben adelantar cursos y actividades que mejoren el fortalecimiento empresarial. Igualmente, apoyar y fortalecer cada una de las empresas, creando alianzas entre las entidades con el fin de encaminar los esfuerzos turísticos a un mismo fin y brindar la mayor satisfacción al turista; se requiere cooperación entre prestadores de servicios turísticos, encaminando acciones y esfuerzos al mismo objetivo. Además, incentivar emprendimientos locales para diversificar la oferta turística, creando y complementando nuevos productos que apoyen a la región. Así mismo, resaltando cada uno de los atractivos con los que cuenta la región y haciendo participes a nuevas formas culturales que se puedan desarrollar.

Por último, la región debe mejorar los índices de seguridad, a través de mayor fuerza pública y fortaleciendo las medidas de seguridad cerca al embalse, dado que muchas veces no se cuenta con personal suficiente de apoyo ante una emergencia. A partir de estas medidas ya mencionadas se debe implementar indicadores de control y seguimiento de la actividad turística, fortaleciendo la industria turística de la región.

Tabla 20

Estrategias de sostenibilidad: aspecto económico

Ambito económico de la sostenibilidad			
Recomendaciones	Acciones	Responsable	Cómo
1. Generación de imagen a partir de la vocación del destino	Diseño de imagen para el destino turístico y la región del valle de tenza que mencione y resalte las cualidades que posee el destino	- Alcaldía de Macanal - Alcaldía de Chivor - Alcaldía de Santa María - Gobernación de Boyacá - Prestadores de servicios turísticos	Generación de ideas a partir de talleres y mesas de trabajo, con el fin de diseñar una imagen de acorde a las necesidades e ideas de cada uno de los actores presentes. Con el fin de diseñar propuestas y escoger la que más se adecúe a la vocación de la región, con el fin de crear, a partir de la misma, los productos turísticos.
	Retroalimentación por parte de los turistas y visitantes en cuanto al servicio recibido y atención prestada, mejorando la imagen del destino	- Prestadores de servicios turísticos	Idear encuestas de satisfacción para los turistas en donde se mencione cómo le ha parecido la atención y servicio prestado por cada uno de los prestadores de servicios turísticos con los que tuvo contacto
2. Fortalecer la gestión y aspectos empresariales de los prestadores de servicios turísticos	Gestionar y ayudar a cada uno de los prestadores de servicios turísticos en la implementación de códigos y normas que den mayores oportunidades a la población local de emplearse en los establecimientos.	- Alcaldía de Macanal - Alcaldía de Chivor - Alcaldía de Santa María - Gobernación de Boyacá - Prestadores de servicios turísticos	A partir de la responsabilidad de cada uno de los prestadores se debe incentivar para la generación de empleo local y fortalecimiento de la economía regional, mejorando así la calidad de vida. Diseñar indicadores de empleabilidad por parte de las Alcaldías, con el fin de verificar que se esté cumpliendo con el índice de empleabilidad local, generando apoyo económico local a cada una de las familias.
	Seguimiento y corrección para el cumplimiento de las normas de sostenibilidad a cada empresario	- Prestadores de servicios turísticos - Sena	Alianzas entre empresarios y el SENA para dar seguimiento y cumplimiento a las normas y códigos establecidos
	Fortalecimiento de los guías turísticos y dueños de los establecimientos en temas de interés turístico	- SENA - Guías turísticos - Dueños y empleados de los establecimientos turísticos - Alcaldías municipales	Se requiere presencia de entidades institucionales para la creación y dirección de cursos enfocados a los prestadores de servicios turísticos. Al igual que la creación de programas virtuales.
	Creación de cursos y espacios para el desarrollo empresarial en la región, así como el apoyo a empleados para tomar los mismos y mejorar sus capacidades educativas	- SENA - Dueños y empleados de los establecimientos turísticos - Alcaldías municipales	Es necesario contar con apoyo educativo para los empleados de cada establecimiento, capacitándose en temas turísticos y de su interés, con el fin de prestar mejores servicios y brindar mayor satisfacción a los turistas y visitantes.
3. Apoyar a nuevos empresarios y emprendimientos en la región para fortalecer el producto turístico natural	Dar espacios y aumentar la participación pública en temas de innovación y emprendimientos, aportando recursos para estos temas.	- Camara de comercio de Tunja - Alcaldía de Macanal - Alcaldía de Chivor - Alcaldía de Santa María	A través del apoyo de la Cámara de Comercio se generaran espacios para el apoyo y diversificación del producto turístico en la región.

Fuente: Elaboración propia con base en Siete Turismo Estratégico y la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible 001.

CONCLUSIONES

De acuerdo con el Manual de Desarrollo de Productos turísticos propuesto por la Organización Mundial del Turismo (2012), se evalúa la viabilidad del proyecto considerando los siguientes factores:

- “El lugar o terreno está disponible para el desarrollo y posee los permisos y la zonificación adecuados” (OMT, 2012, pág. 65). Tal y como se menciona en el marco legal del presente trabajo, en el Plan de Ordenamiento Territorial están establecidas zonas especiales para el desarrollo de actividades turísticas. El Ministerio de Transporte Fluvial por su parte, permite el desarrollo de ciertas actividades turísticas como recorridos en lancha, siempre que no se utilicen las lanchas destinadas para transporte de la población macanalense. Está igualmente regulada la práctica de deportes náuticos.
- “El lugar es accesible a las principales conexiones de transporte” (OMT, 2012, pág. 65). Pese a que hay vías de acceso hacia los municipios y esta es una vía alterna hacia los llanos orientales del país, la carretera está deteriorada y con tramos destapados, que pueden causar incomodidad a los visitantes, lo cual dificulta la accesibilidad.
- “El lugar se encuentra a una distancia razonable de poblaciones y ejes de transporte significativos (entre una y dos horas en automóvil)” (OMT, 2012, pág. 65). Con condiciones viales óptimas, el recorrido hacia el Valle de Tenza dura en promedio 2 horas; además, se encuentra cerca de otras poblaciones turísticas como Garagoa, Embalse del Sisga, Sesquilé y Tenza.
- “El lugar o destino tiene un atractivo o un mercado y pautas de visitas establecidos” (OMT, 2012, pág. 65). El principal atractivo del destino es la naturaleza, aves y

recursos hídricos. Las pautas de visitas están siendo creadas por organizaciones no gubernamentales que trabajan en turismo, como Descubrir ONG.

- “El proyecto o destino está cerca de atracciones, instalaciones y operaciones turísticas activas que son posibles competidoras” (OMT, 2012, pág. 65). Varios municipios del Valle de Tenza están desarrollándose en materia turística con senderos ecológicos, turismo rural comunitario y turismo cultural. El Embalse del Sisga puede ser también considerado una posible competencia para el destino en cuestión.
- “Se han estudiado las opiniones de la comunidad local en cuanto al desarrollo turístico y se cuenta con apoyo para los nuevos proyectos en la zona” (OMT, 2012, pág. 65). Por medio de la realización de un taller participativo como parte del trabajo de campo en Santa María y Macanal, se evaluó la opinión de la comunidad con respecto a la gestión del turismo en la región y se encuentra que están muy dispuestos e interesados en participar activamente en cada una de las actividades propuestas en los programas del producto turístico, pues como parte del aspecto social del turismo sostenible, la comunidad debe beneficiarse de las actividades turísticas.
- “El proyecto tiene la magnitud y el potencial suficientes para crear un número significativo de puestos de trabajo” (OMT, 2012, pág. 65). A largo plazo el proyecto podría ser un generador importante de empleo; a mediano plazo, se requeriría principalmente de guías turísticos capacitados, intérpretes y personal operativo para hoteles y restaurantes.
- “El proyecto está ubicado en una zona con una tasa de desempleo superior al promedio” (OMT, 2012, pág. 65). Para el primer trimestre de 2017, la tasa de desempleo en Colombia era de 10,6%; En Macanal, según cifras del Plan de

Desarrollo 2016-2019 de la Alcaldía, la tasa de desempleo en 2014 era de 6,4%, lo cual la hace inferior al promedio. Sin embargo, como también se establece en dicho Plan de Desarrollo (pág. 40), el municipio se encuentra en la necesidad de buscar alternativas de empleo para la población en paro.

- “El proyecto se puede desarrollar de manera plenamente sostenible sin consecuencias perjudiciales para el medio ambiente ni para la sociedad local” (OMT, 2012, pág. 65). El principal objetivo de este producto turístico es precisamente la sostenibilidad, por ende, todo ha sido pensado para que sea responsable ambientalmente, sin utilizar elementos contaminantes, alterando los ecosistemas lo más mínimo posible, ofreciendo servicios operados por personas locales, capacitando a la comunidad en materia turística y buscando la integración de los distintos actores involucrados.
- “El proyecto se puede desarrollar por fases” (OMT, 2012, pág. 65). Es posible desarrollar este producto turístico mediante fases a mediano y largo plazo, esto con el fin de adecuar cada aspecto dependiendo de cómo se va desarrollando el producto. Comenzando por la adecuación de infraestructura turística y capacitación e cada uno de los prestadores turísticos. Se busca que el producto turístico sea viable a largo plazo.
- “Se ha calculado en qué medida dependería el proyecto del desarrollo inmobiliario” (OMT, 2012, pág. 65). Puesto que el turismo es un sector emergente en el municipio y alrededores, la infraestructura en materia turística requiere ciertas adecuaciones para brindar la calidad adecuada a los consumidores. Especialmente los restaurantes, pues ninguno cuenta con infraestructura apta para brindar servicios turísticos. En este

sentido el desarrollo inmobiliario es importante para el correcto funcionamiento del producto propuesto.

De acuerdo con los parámetros establecidos por la OMT, la implementación de un producto turístico implica un trabajo previo que permita adaptar los requerimientos del turismo a las condiciones del territorio, de manera que el desarrollo turístico se dé de una manera ordenada y acertada, con los mínimos impactos negativos y mayores beneficios económicos, sociales y ambientales. En este orden de ideas, se concluye que el producto turístico no es desarrollable en el corto plazo, puesto que: aún faltan mejoras en materia vial, lo que imposibilita el acceso al municipio y la comunicación con lugares aledaños, además de alargar distancias entre el destino y otros sitios y causar desgaste de los carros que transitan por dichas vías.

De igual modo, se requieren mejoras en la infraestructura de los prestadores turísticos, pues muchos de estos no cuentan con lo mínimo exigido en la normatividad turística. Falta presencia de instituciones educativas que provean capacitación de personal y adecuación de los lugares turísticos. El Embalse de Chivor y los municipios que lo rodean son un destino turístico potencial, sin embargo, requiere de trabajo articulado por parte de las entidades gubernamentales y administrativas, para fomentar el desarrollo del turismo en el lugar.

RECOMENDACIONES

- Es importante tener en cuenta que, para la elaboración de rutas adecuadas, la señalización debe ser un factor principal. Cada camino o acceso a los diferentes sitios debe contar con buena señalización turística y advertencias, de ser necesario. Incluso

en la vía para llegar a los municipios hace falta mayor orientación para que las personas puedan ubicarse con facilidad.

- Impulsar y fortalecer los emprendimientos locales por medio de apoyo financiero del Gobierno e inversionistas privados. Además proveer de capacitaciones en diferentes temas que apoyen la actividad turística, que a su vez promueva el desarrollo económico a nivel local.
- Los precios de los proveedores en el destino son muy bajos, lo que quiere decir que la ganancia y rentabilidad de los servicios prestados es baja. Se recomienda reevaluar la estructura de costos y de ser posible, aumentar los precios, de manera que sean razonables y asequibles, pero que el beneficio sea mayor también para quienes proporcionan los servicios.
- Es necesario la construcción del producto turístico a partir de los esfuerzos grupales entre el sector público y privado, dado que se evidencia la falta de apoyo entre los mismos. Por lo tanto, se debe generar un espacio de comunicación cada dos meses entre los diferentes actores de la región para encaminar los esfuerzos hacia la misma meta.
- La participación del sector público se considera primordial para el desarrollo de la industria turística. Existe falta de interés por hacer una planeación correcta en la actividad turística de la región. Por lo tanto, tanto las Alcaldías de Macanal, Chivor y Santa María, como la Gobernación de Boyacá, deben propender por crear estrategias para la creación de un producto turístico dentro de la región, para esto, hace falta mejorar la inversión en infraestructura y estructura turística, ya que hoy en día se encuentra en mal estado.

- Evaluar y definir el Límite de Cambio Aceptable, puesto que da una visión de las condiciones óptimas en las que se puede desarrollar la actividad turística y hacer uso de los elementos naturales que se encuentran cerca al Embalse. Esto permite establecer indicadores y estándares para que las acciones de manejo sean las adecuadas y en caso de que no sea así, contar con programas de planificación donde se determinen las estrategias y acciones de mejora en materia turística.

REFERENCIAS

- Acerenza, M.A. (1993). *Promoción Turística: un enfoque metodológico*. Trillas
- Alcaldía de Chivor (2012). *Plan de desarrollo municipal: Chivor es posible*. Disponible en <http://www.chivor-boyaca.gov.co/apc-aa-files/63306365646535656564346335346261/plan-de-desarrollo-municipal-2012-2015.pdf>
- Alcaldía de Macanal (2015). *Plan de Desarrollo 2016-2019: Nuestro compromiso es Macanal*. Disponible en <http://macanal-boyaca.gov.co/apc-aa-files/33636566616261666637353065306131/plan-de-desarrollo-macanal-completo-2-compressed.pdf>
- Alcaldía Municipal de Macanal (2001). *Esquema de Ordenamiento Territorial Macanal Boyacá 2001 – 2010*. [Versión electrónica]. Disponible en http://cdim.esap.edu.co/BancoConocimiento/M/macanal_-_boyaca_-_eot_-_2001_-_2010/macanal_-_boyaca_-_eot_-_2001_-_2010.asp
- Albuquerque, F. (2003). *Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local*.
- Beltrán, L., Gómez, J., López, H. (2002). *Gestión y desarrollo del turismo regional: Diseño y comercialización de productos turísticos* [Versión Word].
- Bertoni, M. (2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Revista colombiana de geografía*, 17, pp. 155 - 163. Bogotá, Colombia.

Blanco, R. & Martínez, V. (2013). *Hacia una gestión sostenible de las actividades turísticas en los espacios rurales y naturales*.

Bravo, A. & Pérez B. (2009). *Competitividad: El desafío para alcanzar un turismo de clase mundial*. [Versión PDF]

Centro de Información Turística de Colombia [CITUR] (2009). Estadísticas regionales.

Disponible en

<http://www.citur.gov.co/Estad%C3%ADsticas/Informaci%C3%B3nRegional/ConsultaRegional.aspx>

Coldeportes (2017). Deporte y turismo para el desarrollo y la paz. Disponible en

http://www.coldeportes.gov.co/sala_prensa/noticias_coldeportes/deporte_turismo_desarrollo_paz

Corporación autónoma regional de Chivor, CORPOCHIVOR (2006). *Plan de Gestión Ambiental Regional 2007 – 2019*. Garagoa, Boyacá.

Departamento Nacional de Planeación & Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014).

Plan Sectorial de Turismo 2014 – 2018 “Turismo para la construcción de la paz”.

Eagles, P., McCool, S. & Haynes, C. (2002). *Sustainable Tourism in Protected Areas*. España.

Disponible en: <http://www.e-unwto.org/content/x22r54/>

Ejarque, J. (2005). *Destinos turísticos de éxito: diseño, creación, gestión y marketing*. Madrid.

Ediciones Pirámide, S.A.

El País (2017). Destinan más recursos para el turismo y el deporte del país. Disponible en <http://www.elpais.com.co/economia/destinan-mas-recursos-para-el-turismo-y-deporte-del-pais.html>

El Tiempo (2017). *El turismo puede crecer por encima del 20% este año* [Versión electrónica]. Recuperado el 13 de marzo de 2017 de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16792715>

Fayos-Solá, E. (1994). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. *Estudios Turísticos*, 123, pp. 5 – 10.

Fernández, V. (2003). *Política para el desarrollo del ecoturismo*. [Versión electrónica]. Recuperado el 11 de noviembre de 2015 de <http://www.slideshare.net/colombiacolombiaclub/politicaecoturismo-colombia>

Fernández, V. (2006). *Diseño del producto turístico: un enfoque y una propuesta metodológica*.

Fondo de Promoción Turística y FUNDECOMERCIO (2012). *Plan de Desarrollo Turístico Sostenible del Departamento de Boyacá*.

Grande, I. (2006). Conducta real del consumidor y marketing efectivo. Disponible en https://books.google.com.co/books?id=0WQK8BPzcf8C&pg=PA96&dq=colores+y+marketing&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj8ze_qmI_VAhVMQSYKHW39B8YQ6AEIJDAAN#v=onepage&q=colores%20y%20marketing&f=false

Gobernación de Boyacá (2012). Plan departamental de desarrollo Boyacá se atreve 2012-2015. Disponible en

<http://boyaca.gov.co/SecInfraestructura/images/CDGRD/Documentos%20de%20Inter%20C3%A9s/Plan%20Departamental%20de%20Desarrollo%202012%20-%202015%20Boyac%C3%A1%20Se%20Atreve.pdf>

Gómez, C. (2014). El desarrollo sostenible: conceptos básico, alcance y criterios para su evaluación. *Cambio climático y desarrollo sostenible, bases conceptuales para la educación en Cuba*. Disponible en <http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>

González, J. (2009). Conceptualización del producto turístico: contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios. *Retos Turísticos*, 8(3), pp. 33-42.

Hernández, Y. & Machado, E. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba [PDF].

Iglesias, C.; Asenjo, V.; Bianucci, P.; Cuenca, J.; Franco, F.; Herrera, P.; Molina, S.; Santiago, J.; Santos, L. & Serrada M. (2009). *Ecología del Paisaje y Seguimiento Ambiental: Feedback en Materia Ambiental*. Disponible en <http://www.ecopas.es/Descargas/ecopas09-libro.pdf>

Jiménez, L. (1986). *Teoría Turística, un enfoque integral del hecho social*. Bogotá. Universidad Externado de Colombia.

Kotler, P. (2003). *Marketing Management* (11th edition). Nueva Jersey, Estados Unidos: Prentice Hall.

Larrahondo, M. (1996). *Aprovechamiento acuícola de embalses en Colombia* en Avances en el manejo y aprovechamiento acuícola de embalses en América Latina y el Caribe.

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y Alimentación – FAO.

Disponible en <http://www.fao.org/docrep/field/003/ab488s/AB488S00.htm#TOC>

Laverde, O. & Gómez, F. (2016). Las aves de Santa María, Boyacá (Colombia). *Serie de guías de campo de la Universidad Nacional de Colombia No. 16*.

Ley 300 de 1996. *Ley general de turismo*. 30 de julio de 1996. Publicado en el Diario Oficial 42.845.

Linares, H. & Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12, pp. 453 – 466.

Mazaro, R. & Varzin, G. (2008). Modelos de competitividad para destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *RAC*, 12(3), pp. 789 - 809.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2007). *Guía de turismo de Naturaleza*. Disponible en <http://www.colombia.travel/es/descargas/GUIA-TURISMO-NATURALEZA.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2017). Boletín mensual de turismo Diciembre 2016. Disponible en http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=80524&name=OEE_LL_Turismo_Diciembre_27-02-2017.pdf&prefijo=file

Montaño, O., Corona, R., Garnica, J., Niccolas, H., Martínez, P & Ortega, A. (2012). Modelo sistémico para la conformación de un clúster turístico regional de naturaleza sustentable / systemic model for the formation of a regional touristic cluster of sustainable nature.

Navarro, D. (2015). Recursos Turísticos y Atractivos Turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo* (35).

Núñez, P. & Orozco, J. (2013). *Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable.*

Ospina, M., Mora, R., & Romero, J. (2013). *Ecoturismo: diagnóstico y propuesta estratégica para la oferta de destinos ecoturísticos en Colombia por parte de las agencias de turismo localizadas en Bogotá, D.C.* Cuadernos Latinoamericanos de Administración. Vol. IX, No. 17, págs., 7-28.

Organización Mundial del Turismo (1998). *Introducción al turismo.* España.

Organización Mundial del Turismo (2002). *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible.* Johannesburgo. Disponible en: <http://www.antropologiasocial.org/contenidos/tutoriales/patrimonio/textos/wto-contributions-esp.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2012). *Global Sustainable Tourism Criteria for Hotels and Tour Operator.* España. Disponible en: <http://www.gstcouncil.org/sustainable-tourism-gstc-criteria/criteria-for-hotels-and-tour-operators.html>

Organización Mundial del Turismo (2015). *World Tourism Barometer.* España. Volumen 15, edición 4. ISSN 1728-9254.

Parques Nacionales Naturales de Colombia (2015). *Ecoturismo.* Disponible en <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/es/ecoturismo/>

Pinzón, K. (2013). “Red de Turismo Sostenible de Colombia: 11 años promoviendo espacios de reflexión y motivando la sostenibilidad turística”, en Anuario Turismo y Sociedad, vol. xiv, pp. 271-288.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente & Organización Mundial del Turismo (2006). Por un turismo más sostenible: guía para responsables políticos. Disponible en <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/DTIx0884xPA-TourismPolicyES.pdf>

Ramos, E. (1995). Plan Ambiental Municipio de Macanal, Departamento de Boyacá. Disponible en <http://repositorio.gestiondelriesgo.gov.co/bitstream/20.500.11762/912/1/311%20MACANAL-PLAN%20AMBIENTAL.PDF>

Reportur (2017, 17 de enero). *Colombia presentará en FITUR la oferta de turismo de naturaleza*. [Versión electrónica]. Reportur. Recuperado el 13 de marzo de 2017 de <http://www.reportur.com/colombia/2017/01/17/colombia-presentara-en-fitur-la-oferta-de-turismo-de-naturaleza/>

Rodríguez, A. (2014). *Desarrollo de producto turístico en la laguna de Suesca* [Versión electrónica]. Trabajo de grado: Universidad Externado de Colombia.

Sancllemente, C. (1999). Central de Chivor. Disponible en <http://www.banrepcultural.org/node/32380>

Santos, M. (1996.) Metamorfosis del espacio habitado. Disponible en http://servidor-opsu.tach.ula.ve/profeso/sant_arm/1_c/pdf/meta_.pdf

Selman, P. (2012). Landscape connectivity in the future: thinking and doing. En Sustainable landscape planning. Routledge, New York.

- Serrano-Barquín, R. (2008). *Hacia un modelo teórico-metodológico para el análisis del desarrollo, la sostenibilidad y el turismo. Economía, sociedad y territorio*, Vol. VIII., Núm. 26, pp. 313 – 356.
- Sierra de Arango, L. (2008). *Desarrollo económico local: una apuesta por el futuro*. Fundación Social. Pp. 52 -64.
- Sistema de Información sobre Biodiversidad de Colombia (2014). *Biodiversidad en Colombia* [Versión electrónica]. Disponible en <http://www.sibcolombia.net/web/sib/cifras>
- Self, R. Self, D., & Bell-Haynes, J. (2010). Marketing tourism in the Galapagos Islands: Ecotourism or greenwashing? *The international business & economics research journal*. Vol. 9 No. 6 pp. 111 – 125.
- Suárez, M (2013, 01 de enero). *Chivor, la represa de las cometas*. [Versión electrónica]. *El Espectador*. Revisado el 27 de agosto de 2015. Tomado de <http://www.elespectador.com/vivir/buen-viaje-vip/chivor-represa-de-cometas-articulo-394792>.
- Tello, M. (2010). *Del Desarrollo económico nacional al desarrollo local: aspectos teóricos*. Revista CEPAL 102.
- Vélez, L. (2013, 23 de julio). *Llegada de turistas internacionales a Colombia creció 8,3 por ciento*. [Versión electrónica]. *El Colombiano*. Disponible en http://www.elcolombiano.com/llegada_de_turistas_internacionales_a_colombia_crecio_8_3_por_ciento-BCEC_252416

Viceministerio de Ambiente (2010). *Política Nacional para la Gestión Integral del Recurso Hídrico*.

Visite la Quebrada La Cristalina, un rincón natural de Santa María, en el Valle de Tenza (2006).

Disponible en: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3045397>

World Commission on Environment and Development (1987). *Our Common Future*.

World Economic Forum (2015). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015*. Geneva.

ANEXOS

FIGURAS

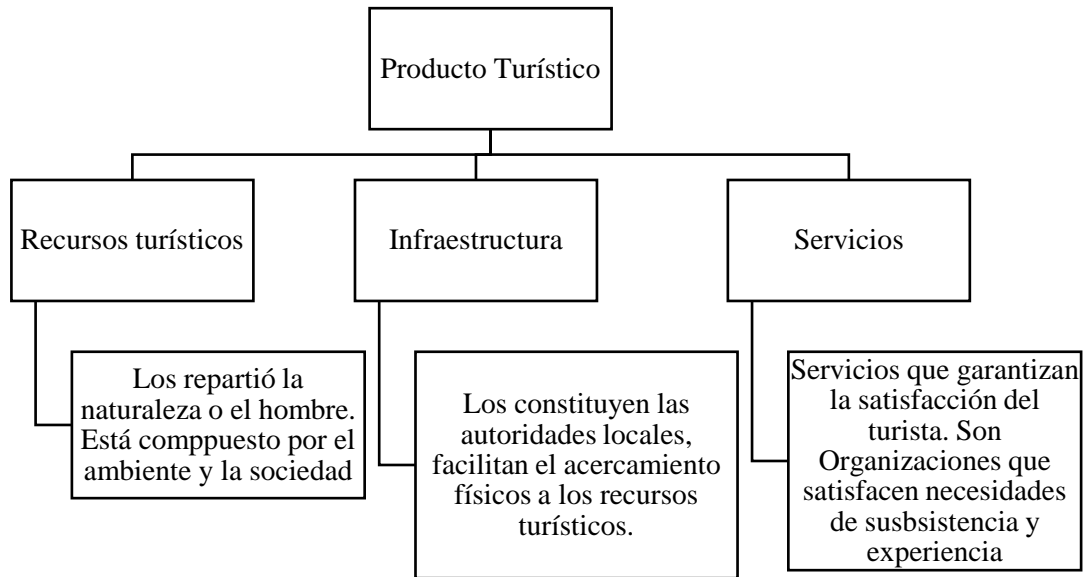


Figura 2. Dimensiones del Producto Turístico. Fuente: adaptado por el grupo de trabajo, según Ferrer, 2009.



Figura 3. Motivo de viaje en Boyacá año 2009. Esta gráfica explica la razón principal por la que los turistas visitaron el departamento. Fuente: elaborada por el grupo de trabajo con datos CITUR, 2009.

NOMBRE	Restaurante Helenúa
TIPO DE SERVICIO	Alimentos y bebidas
DESCRIPCIÓN	Es el restaurante principal del municipio. Funciona todos los días y vende almuerzos caseros para los habitantes del pueblo. Tiene 6 empleadas entre cocina y mesa y 12 mesas.
UBICACIÓN	Km 1 a mano derecha en la vía de entrada Macanal.
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Almuerzo corriente Desayunos
TARIFA	\$ 7.000

Figura 11. Inventario de prestadores de Servicios turísticos: Restaurante Helenua. Fuente: Elaboración propia.

NOMBRE	Restaurante Central
	
TIPO DE SERVICIO	Alimentos y bebidas
DESCRIPCIÓN	Este restaurante funciona todos los días en la mañana y tarde. Vende desayunos y almuerzos a los macanalenses. Tiene 5 mesas y 3 empleadas divididas entre
UBICACIÓN	Cra 5 #2a-54 al lado de la iglesia.
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Almuerzo corriente Desayunos Platos a la carta
TARIFA	\$ 7.000

Figura 12. Inventario de prestadores de Servicios turísticos: Restaurante Central. Fuente: Elaboración propia.

NOMBRE	Hotel Sinaí
	
TIPO DE SERVICIO	Alojamiento
DESCRIPCIÓN	El hotel cuenta con 10 cabañas distribuidas en: 6 cabañas para 5 personas y 4 cabañas para 2 personas. Adicionalmente, cuenta con un espacio para acampar. Su restaurante tiene capacidad para 50 personas.
UBICACIÓN	Vereda El Datil, Macanal. Sobre la vía principal que conduce de Bogotá a Macanal.
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	1 restaurante y 1 bar. Televisión satelital. Mini bar. Piscina. Zona de camping. Canchales de fútbol.
TARIFA	Temporada Baja Cabaña para 2 personas: \$140.000 Cabaña para 5 personas: \$300.000 Camping por persona: \$30.000 Temporada Alta Cabaña para 2 personas:
PLAN DE ALIMENTACIÓN	Incluye desayuno a la carta.
GUIANZA	No incluye

Figura 13. Inventario de prestadores de Servicios turísticos : Hotel Sinaí Fuente: Elaboración propia.

NOMBRE	Finca Ecoturística La Isla
	
TIPO DE SERVICIO	Alojamiento
DESCRIPCIÓN	La finca ecoturística cuenta con 7 habitaciones con capacidad desde 2 a 5 personas. Igualmente cuenta con un espacio destinado para quienes deseen acampar y un pequeño espacio de alimentación y descanso con capacidad para 10 personas.
UBICACIÓN	Ubicada a 1.2 km del casco urbano del municipio de Santa María, en la Vereda Caño Negro.
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Zona social con televisión satelital. Zona de camping.
TARIFA	Precio por persona Habitación \$30.000 Camping \$15.000
PLAN DE ALIMENTACIÓN	No incluye
GUIANZA	No incluye

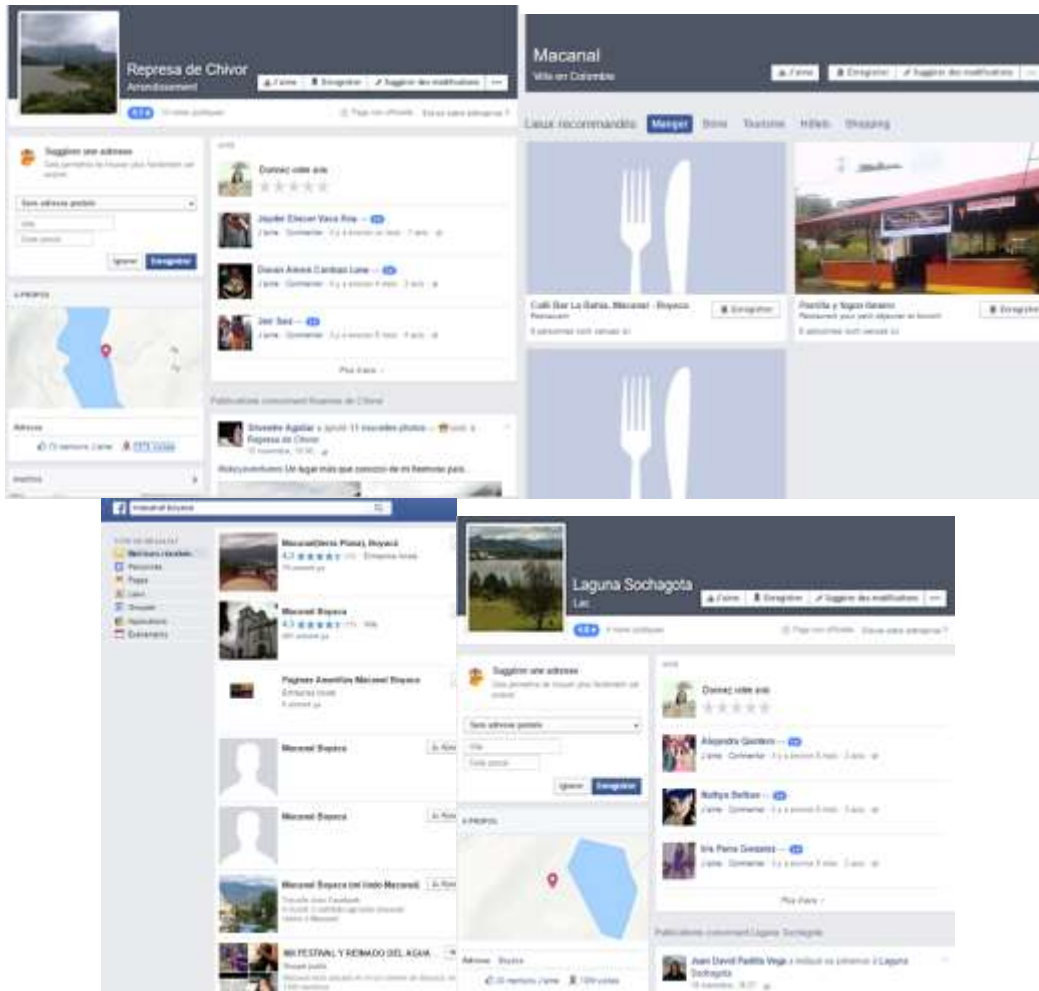
Figura 14. Inventario de prestadores de Servicios turísticos: Finca Ecoturística La Isla. Fuente: Elaboración propia.

NOMBRE	Hospedaje Miramar
	
TIPO DE SERVICIO	Alojamiento
DESCRIPCIÓN	El hospedaje lleva 6 años en funcionamiento y se encuentra ubicado en una casa de 3 pisos y es atendido por sus dueños. Tiene 14 habitaciones y 9 camas con baño compartido. No ofrecen servicio de restaurante a menos que sea solicitado. Reciben trabajadores de la hidroeléctrica, funcionarios y a veces extranjeros que
UBICACIÓN	Cll 2 #3-45
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Alojamiento Wi-fi
TARIFA	15 mil por persona 25 mil por pareja
PLAN DE ALIMENTACIÓN	N/A

Figura 15. Inventario de prestadores de Servicios turísticos: Hospedaje Miramar. Fuente: Elaboración propia.

NOMBRE	La Esmeralda
	
TIPO DE SERVICIO	Alojamiento
DESCRIPCIÓN	El hospedaje tiene 10 habitaciones y 16 camas; 4 habitaciones tienen baño
UBICACIÓN	Frente a la plaza principal de Macanal
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS	Alojamiento
TARIFA	20 mil por persona 25 mil por pareja
PLAN DE ALIMENTACIÓN	No incluye

Figura 16. Inventario de prestadores de Servicios turísticos: Hotel La Esmeralda. Fuente: Elaboración propia.



Figuras 17-20. Resultados de la búsqueda en Facebook. Tomado de Facebook.



Figura 21. Resultados de la búsqueda en Twitter.

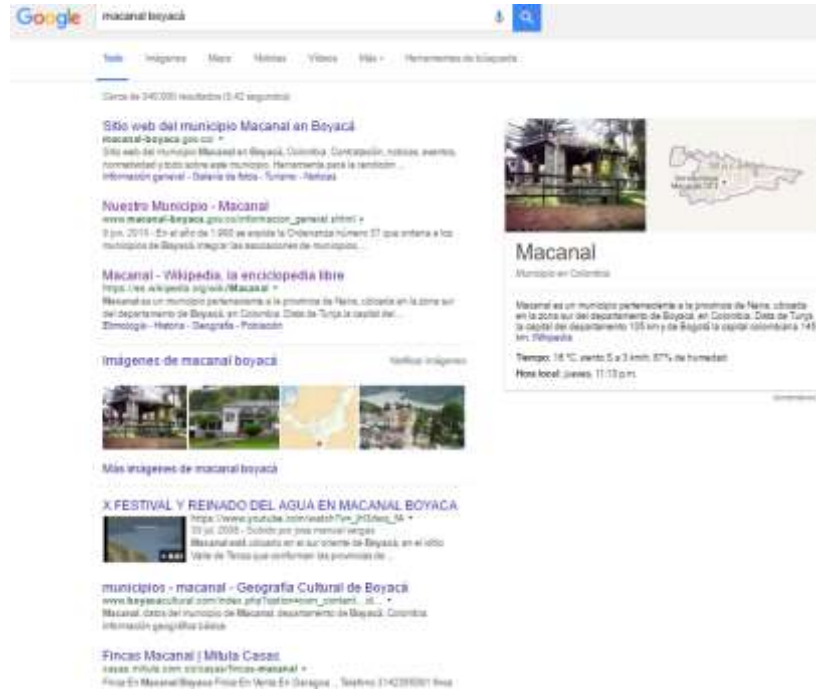


Figura 22. Resultados de la búsqueda en Google.

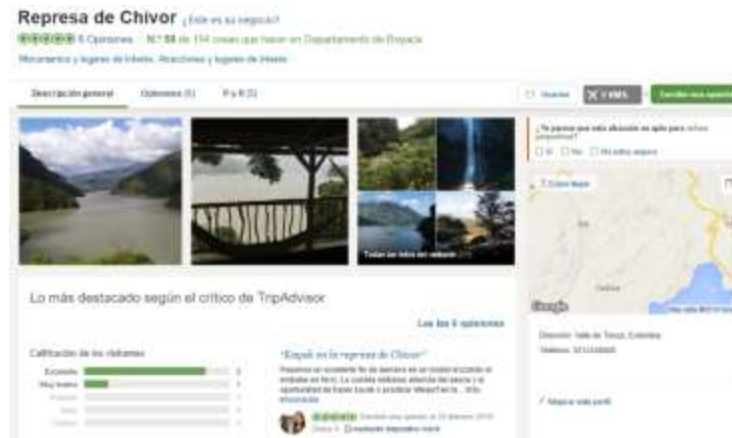
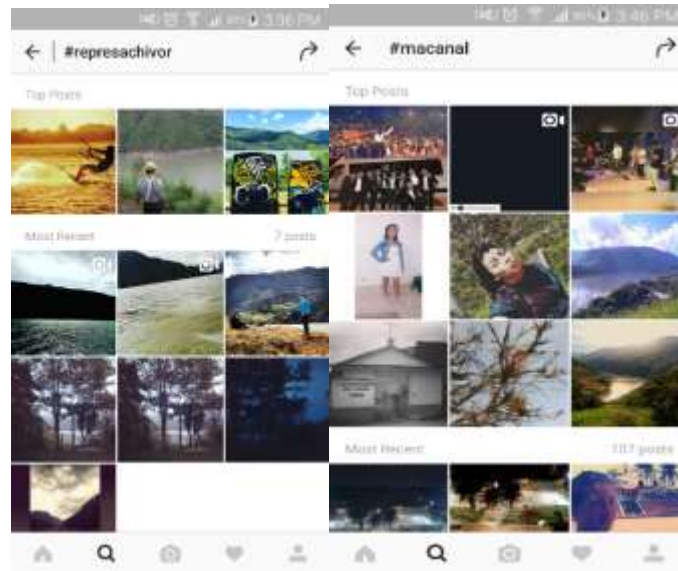


Figura 23. Resultados de la búsqueda en Tripadvisor.



Figuras 24 y 25. Resultados de la búsqueda en Instagram



Figura 26. Página web del municipio en la pestaña "turismo".

* 1. ¿Cuál es su grupo de edad?

17 o menos 18-21 21-25 26-30 31-40

36-50 60 o más

* 2. ¿Cuál es su género?

Masculino Femenino

Otro (especificar)

* 3. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Colembia

Estranjero

* 4. ¿Ha visitado anteriormente Macanal o los municipios aledaños?

Sí No

* 5. ¿Con quién visita en este momento Macanal?

Solo / Solo En pareja Con la familia Con amigos Otros Turistas

* 6. ¿Cuánto tiempo va a estar en Macanal?

1 día 2 días 3 días 4 o más días

* 7. ¿Se hospeda en Macanal?

Sí No

* 8. ¿Dónde se hospeda?

Hotel Casa Hostel Camping

Otro (especificar)

Figura 27 (1). Formato de encuesta realizado a turistas de Macanal. Fuente: Elaboración propia.

9. Si la respuesta anterior fue Hotel, Hostal o Camping, por favor califique las siguientes características de 1 a 5

	Pocos				Muchos
Limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Placido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comodidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 10. ¿Cuál es el motivo de visita?

- Vacaciones
 Pasar el día
 Visitar familiares/ conocidos
 Trabajo
 Otros:

- Eventos programados
 Ferias y Boleos

Otro (especificar)

* 11. ¿Por qué ha elegido Macanal?

- Tranquilidad
 Precio
 Reposo
 Actividades Deportivas
 Gastronomía

- Cercanía a otros lugares
 Atractivos

Otro (especificar)

* 12. ¿Cómo ha conocido Macanal?

- Por amigos
 Por familiares
 Folletos
 Internet
 Radio/ TV

Prensa

Otro (especificar)

* 13. Califique de 1 a 5 los siguientes aspectos

	Pocos				Muchos
Tranquilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Belleza natural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Clima	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turismo ecológico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accesibilidad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Satisfacción turística	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Atractivos turísticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amenidades de ocio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seguridad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comercio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Precio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gastronomía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Impresión general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* 14. ¿Qué le ha gustado más de Macanal?

* 15. ¿Qué le ha gustado menos de Macanal?

* 16. ¿Recomendaría o volvería de nuevo?

- Sí
 No

17. Sugerencias

Figura 27 (2). Formato de encuesta realizado a turistas de Macanal. Fuente: Elaboración propia.

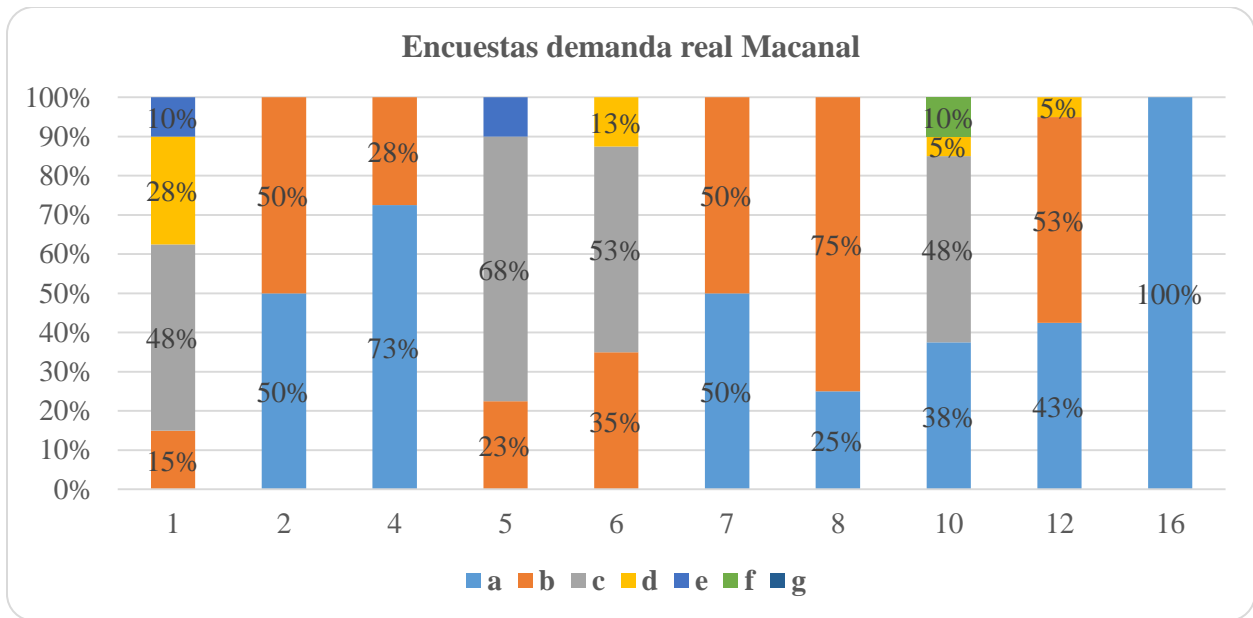


Figura 28. Resultados encuestas preguntas 1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 16. Fuente: Elaboración propia.

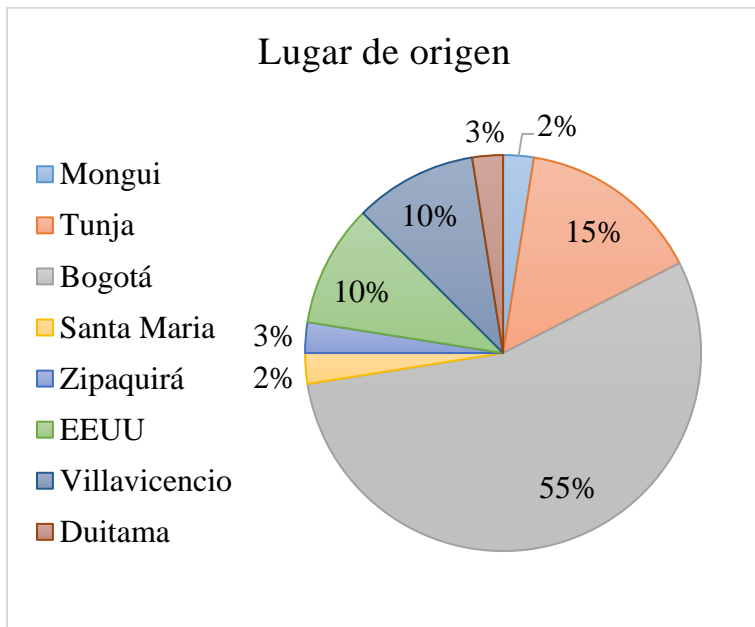


Figura 29. Resultados encuestas pregunta 3. Fuente: Elaboración propia.

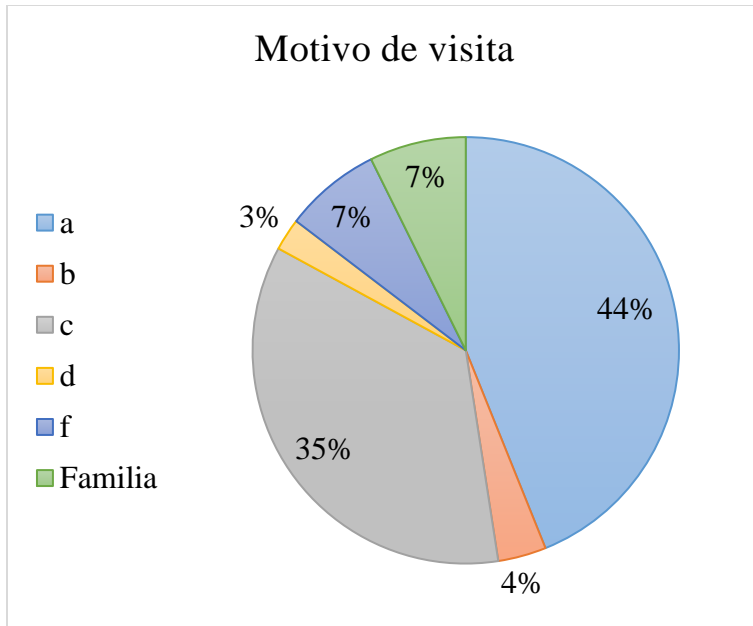


Figura 30. Resultados encuestas pregunta 10. Fuente: Elaboración propia.

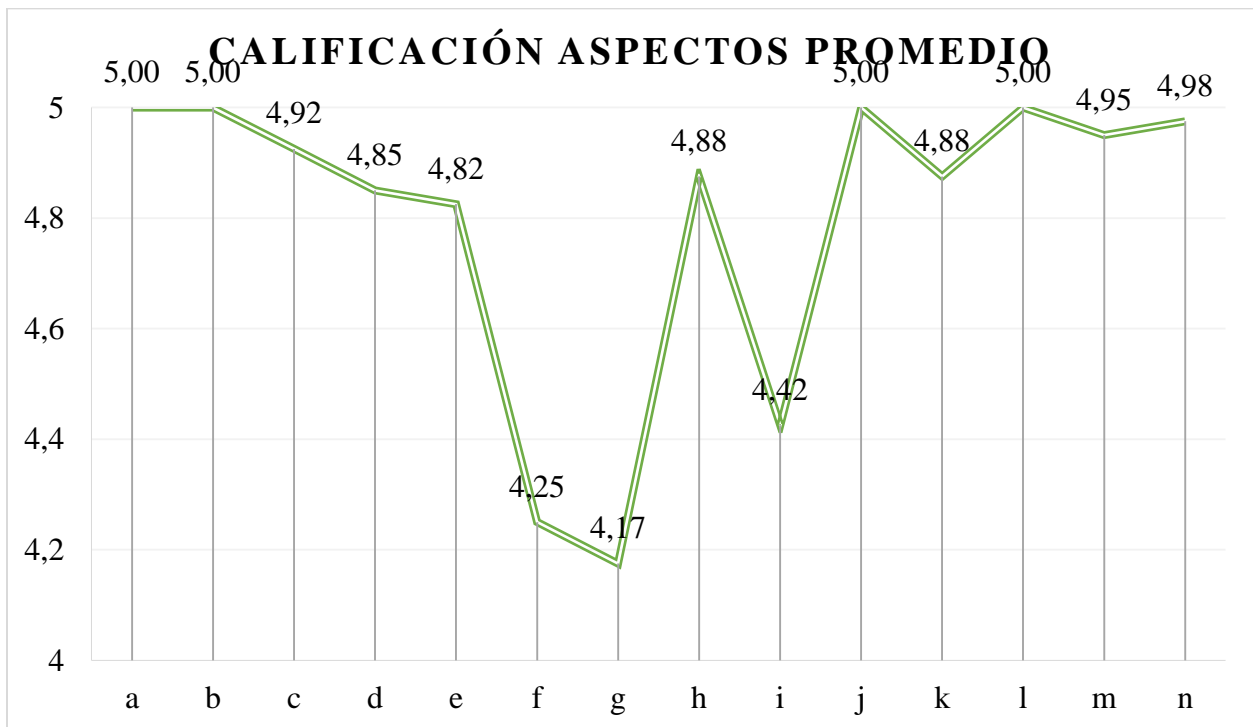


Figura 31. Resultados encuestas pregunta 13. Fuente: Elaboración propia.

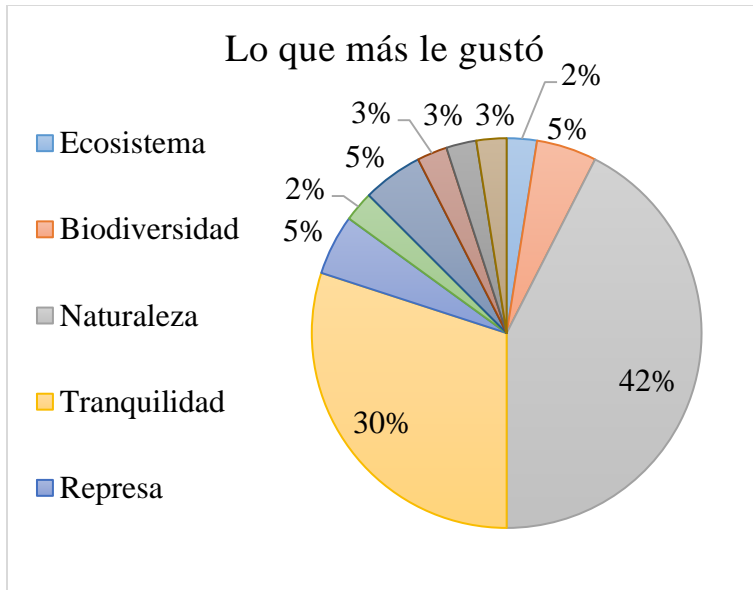


Figura 32. Resultados encuestas pregunta 14. Fuente: Elaboración propia.

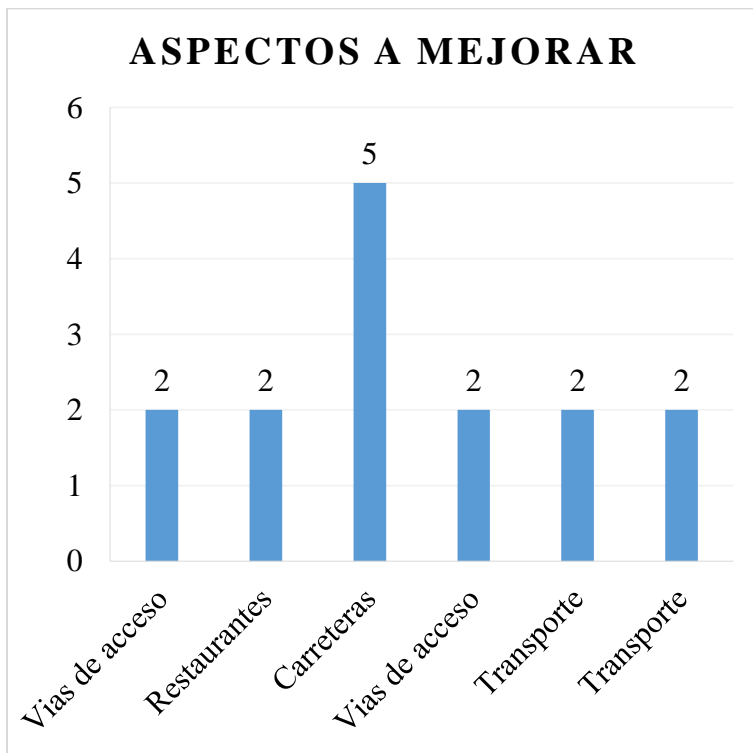


Figura 33. Resultados encuestas pregunta 15. Fuente: Elaboración propia.

VIVE NUEVAS AVENTURAS (2 NOCHES)	
Itinerario	<p>Día 1 6:30 a.m. Recogida en el hotel. 9:30 a.m. Llegada al hotel Sinaí. Desayuno 10:30-11:30 p.m. Recorrido por el embalse de Chivor 12:00-2:00 p.m. Caminata ecológica sendero La Esmeralda. Incluye Snack. 2:00 - 4:00 p.m Almuerzo 4:30 - 5:30 p.m Visita cascada La 70</p> <p>Día 2 9:00 a.m.-1:00 p.m. Caminata sendero ecológico Hyca-Quye. 1:30-3:00 p.m. Almuerzo en Hotel Sinaí. 3:00 p.m. Regreso a Bogotá</p>
Inclusiones	Transporte desde y hacia Bogotá y entre los lugares visitados. Guianza 1 Refrigerio 1 desayuno 2 almuerzos 1 noche en Hotel Sinaí con desayuno incluido. Seguro de viajes
Número de personas	Mínimo 1, máximo 10.

Figura 37. Itinerario detallado de la ruta B, día por día. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

DIVIÉRTETE Y DESCUBRE (2 NOCHES)	
Itinerario	<p>Día 1 6:30 a.m. Recogida en el hotel. 9:30 a.m. Llegada a Finca La Isla. Refrigerio. 12:30-1:30 p.m. Almuerzo en Finca la Isla. 1:40 p.m. Traslado a la cascada 2:00 -5:00 p.m. Práctica de torrentismo.</p> <p>Día 2 7:30 a.m.-Traslado al Embalse 9:00 a.m.-12:00 p.m. Recorrido y práctica de surf. 12:30-1:30 p.m. Almuerzo en Macanal. 2:30 p.m. Regreso a Bogotá</p>
Inclusiones	Transporte desde y hacia Bogotá y entre los lugares visitados. Guianza 1 Refrigerio 2 almuerzos 2 horas de práctica de kitesurf y equipo. 1 noche en Finca la Isla con desayuno incluido.
Número de personas	Mínimo 1, máximo 10.

Figura 39. Itinerario detallado de la ruta A para el paquete de dos días, día por día. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico

DIVIÉRTETE Y DESCUBRE (3 NOCHES)	
Itinerario	<p>Día 1 6:30 a.m. Recogida en el hotel. 9:30 a.m. Llegada al Embalse. Refrigerio. 10:00-12:30 p.m. Práctica de Kitesurf . Tarde libre.</p> <p>Día 2 9:00 a.m.-12:00 p.m. Torrentismo. 12:30-1:30 p.m. Almuerzo en Finca La Isla 2:00-4:00 p.m. Sendero ecológico la Cristalina.</p> <p>Día 3 9:00 a.m.-11:00 a.m. Caminata ecológica en Sendero Hycá-Quye 12:30-1:30 p.m. Almuerzo en el Sinaí. 2:15 p.m. Regreso a Bogotá.</p>
Inclusiones	Transporte desde y hasta Bogotá. Transporte entre sitios. Guianza 1 Refrigerio 3 almuerzos Entradas 2 horas de práctica de kitesurf. 1 noche en hostel Chivor Kite con desayuno. 1 noche en Finca La Isla con desayuno. Seguro de viajes
Número de personas	Mínimo 1, máximo 10.

Figura 40. Itinerario detallado de la ruta A para el paquete de tres días, día por día. Fuente: Elaboración propia con base en Siete turismo estratégico.

Pregunta/entrevistado	Carlos Martínez	Gustavo Martínez	Sandra González	Juan Gómez	Roberto Ramírez	Wilson Castro	Elsa Gordillo
A) En una escala de 1 a 10, si 1 es poco y 10 es mucho ¿Qué tan importante es la actividad turística en la región?	3. Poco importante, solo se realiza la fiesta del agua en noviembre y la práctica de surf en el embalse. Tampoco se regula muy bien la actividad dentro de la región, ni los deportes dentro del embalse, las pocas balsas que se usan, son para transportar personas de la región.	4. Muy baja en importancia, falta mucho apoyo en la región, aún no despegó.	7. Bastante importante, ayuda a los negocios propios.	5. Medianamente importante.	2. Muy baja	10. Es muy importante pero falta organización.	3.
B) ¿Cuáles considera que son los principales problemas en la región y que imposibilitan el desarrollo turístico?	Destaco dos problemas que son: las lesiones personales por alcohol y la violencia intrafamiliar.	Inversión en infraestructura, la vía principal que está en mal estado, falta de servicios, falta de una verdadera organización enfocada al turismo.	Mal manejo administrativo. No hay equidad. Pienso que sería bueno unir a los alcaldes de la región. Igualmente, faltan capacitaciones del SENA y una escuela para la prestación de los servicios.	Asistencia técnica, no hay formación en turismo.	Infraestructura vial en mal estado.	No hay bases, nada hecho. No hay organización ni gente interesada. Falta inversión.	Educación. No hay sedes universitarias. Falta trabajo en turismo, no hay nada para ofrecer.
C) ¿Conoce los atractivos turísticos del territorio? ¿Cuáles son los principales?	Embalse la Esmeralda.	Embalse la Esmeralda, paisajes, cascada del 70, sendero los clavellinos, museo arqueológico, puerto amor, la raíz del diablo, eventos culturales, minas de Palo Arañado, sitios religiosos.	Represa, minas de esmeralda y cascadas.	Alto del volador, cascadas, deportes acuáticos en la represa, clima agradable y ambiente tranquilo.	Represa, minas.	Cascada del 70, minas, túneles, biodiversidad, sendero la Esmeralda.	Alto de la vírgen, Cerro el Volador, Represa.
D) ¿Cree que en el destino hay vocación de servicio y atención?	No.	No mucho.	Sí hay vocación.	Sí, hay transporte gratis.	No mucho.	No mucho. Las actividades turísticas son desorganizadas, no hay estructura, no se promociona.	Depende de a quién se reciba.
E) ¿Cree que la llegada de turistas traería beneficios a la comunidad local? ¿Por qué?	Sí.	Sí mejoraría la economía de la región.	Sí, porque el comercio mejora.	Sí, porque ayudaría al comercio.	Sí porque se generarían ingresos para el municipio.	Sí, porque impulsaría el comercio, se arreglarían las vías, se generarían empleos.	Sí porque generaría ingresos alternativos.
F) ¿Cree que la llegada de turistas traería problemas a la comunidad local? ¿Por qué?	Se perdería la tranquilidad y podría haber inseguridad.	No.	No tanto, la policía está pendiente. En la represa hay personas encargadas del control.	De pronto algunos problemas de inseguridad.	En algunos casos podría generarse delincuencia e inseguridad.	Causaría inseguridad y problemas ajenos como las drogas. En caso de que llegara mucha gente al municipio, se alteraría la tranquilidad del mismo.	No.
G) ¿Se recibe a la gente con amabilidad?		Muy regularmente, hay que cambiar la mentalidad de la comunidad, y direccionarla a la prestación de los servicios turísticos.	Sí.	Sí.	Sí.	Sí pero falta cultura de recibimiento y conenciamiento.	Sí.
H) ¿Considera que el personal se encuentra capacitado para las actividades turísticas?		No.	Falta mayor capacitación en temas de calidad y atención.	No.	No se ofrecen estas capacitaciones.	No. Hay gente que toma capacitaciones pero no las ponen en práctica.	No.

Figura 41. Transcripción de entrevistas realizadas a la población local.

TABLAS

Tabla 4

Prestadores de servicios turísticos en Boyacá con RNT

Prestador	PST
Agencias de viajes	34
Agencias mayoristas	1
Agencias operadoras	40
Alojamiento turístico	324
Captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados	2
Empresas de tiempo compartido	2
Establecimientos de gastronomía y bares	6
Guías de turismo	39
Oficinas de representaciones turísticas	3
Operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones	9
Transporte terrestre automotor que presta servicio de transporte turístico	1
Total prestadores Inscritos	461

Fuente: CITUR, 2010.

Tabla 5

Motivación de viaje turistas extranjeros 2011

Motivo viaje	Turismo
Turismo	1.668
Eventos	354
Trabajo	317
Residencia	150
Negocios	87
Estudios	37
Tránsito	10
Matrimonio	4
Comisión	2
Repatriado	2
Tripulación	2
Adopción	2

Fuente: CITUR, 2011.

Tabla 8

Datos químicos del Embalse de Chivor

	Superficie	Fondo
<i>Temperatura</i>	21.00	
<i>Conductividad</i>	98.40	91.90
<i>Sólidos disueltos (mg/l)</i>	89.08	98.25
<i>pH</i>	7.00	7.30
Composición iónica (mg/l por cada ion conocido):		
<i>Fe</i>	1.03	2.36
<i>Fosfatos</i>	0.53	0.50
<i>Ortofosfatos</i>	0.28	0.35
<i>Amonio</i>	0.36	0.46

Fuente: Larrahondo, 1996

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

1. Entrevista Realizada a la señora Leónor Góngora Vega, encargada de la secretaria de cultura y biblioteca.

1. Realice una breve descripción de la situación actual del municipio.

Rta: comparado con el municipio hace unos años, las vías de acceso a las veredas mejoraron, se cuenta con presupuesto para desarrollar proyectos en el municipio.

No hay mucho movimiento turístico.

2. ¿Cuál es la principal fuente de ingresos económicos en Macanal?

Rta: Ganadería, agricultura y pesca. Comercio

3. ¿Cómo es la actividad turística en el municipio?

Rta: Se cuenta con paisajes naturales muy bonitos pero no han sido aprovechados.

En la casa de la cultura hay un museo por donde se ofrecen recorridos guiados.

Los jóvenes deben desplazarse a Garagoa, Guateque, Tunja o Bogotá para poder cursar estudios superiores, por eso no hay gente que pueda ejercer aquí. En la época que más gente visita el municipio es en el Festival del Agua en noviembre.

4. ¿Cuáles son las principales problemáticas a las que se enfrenta el turismo?

Rta: no hay infraestructura hotelera, el servicio al cliente es débil y no hay capacitaciones.

5. ¿Qué actividades turísticas se realizan en el embalse?

Rta: Recorridos turísticos, motos acuáticas y deportes náuticos.

6. ¿Existe algún interés en promover el turismo en el municipio y sus alrededores?

Rta: no hay recorridos turísticos implementados a pesar de que se podría organizar actividades relacionadas con la cultura local.

2. Entrevista realizada al alcalde de Macanal, Nabor Londoño Gordillo.

1. ¿En qué condiciones recibió el municipio?

Rta: Con proyección: varios ingresos de gobiernos anteriores y proyectos iniciados. Tenemos necesidades financieras, lo que lleva a que el municipio esté “regular” administrativamente hablando. Tenemos necesidades importantes en el sector rural, especialmente en temas de servicios domiciliarios. La población tiene grandes expectativas con el gobierno actual.

2. ¿Cómo afecta el municipio la sequía presentada en los últimos días?

Rta: En el casco urbano se cuenta con acueducto, así que no se vive mucha escasez de agua. En el área rural tienen otras fuentes hídricas, pero al no poder desplazarse por el Embalse, los habitantes de las veredas quedan prácticamente “aislados”. Sin embargo, se han tomado medidas de racionamiento para solventar los bajos niveles de agua.

3. ¿Cuál es la principal fuente de ingresos para Macanal?

Rta: la agricultura, con cultivos de frijol, café, lulo y árboles frutales. La ganadería. El comercio es débil en el municipio: no se apoya el mercado local, la gente va a comprar a otros pueblos.

4. ¿Cuáles considera usted son las debilidades o aspectos a mejorar en el municipio?

Rta:-Falta de sentido de pertenencia de los habitantes, no se hace nada para mejorar en el pueblo y aprovechar lo que se tiene.

-Extranjeros compran baratas las tierras de personas que se van del pueblo, el problema es que se venden muy baratas

-La inversión en temas turísticos es muy baja.

-La inversión en el sector rural es baja.

5. ¿Qué aspectos destaca del municipio?

Rta: -Su ubicación cerca del Embalse y los atractivos naturales que tiene

-Llegan parapentistas de acrobacia ecuatorianos a practicar este deporte en las montañas de Macanal.

-Es famoso por los deportes de aventura, selecciones de canotaje también entrenan en el embalse.

6. ¿Cómo es el turismo en el municipio?

Rta: En una escala de 1 a 10, considero que es un 3. Falta de atención y cultura turística en el municipio. Seguramente porque la gente no sabe los beneficios que podría traer: empleo, ingresos económicos, reconocimiento. Los macanalenses no sabemos vender lo que tenemos.

7. ¿Qué se está haciendo desde la alcaldía para fortalecer esta actividad?

Rta: El SENA ofrece cursos y capacitaciones en materia turística. Las ligas de canotaje y parapente dan renombre al municipio. Dentro del Plan de Desarrollo 2016-2019 se planea incluir el turismo, identificar las áreas de interés turístico, realizar un inventario de atractivos y fomentar la capacitación en estos temas. Por temas de costos, en el momento no pensamos en la creación de una secretaría de turismo.

8. ¿Es Macanal un destino turístico? ¿Por qué?

Rta: Sí. Los paisajes que se ven en los alrededores del municipio rompen con el turismo tradicional, se puede apreciar biodiversidad y paisajes naturales.

9. ¿Existe algún interés en promover el municipio y sus alrededores? ¿Por qué?

Rta: en materia de infraestructura se están construyendo cabañas y posadas turísticas adecuadas para los visitantes. Dentro del presupuesto de este gobierno se tiene un monto destinado para el turismo. Es importante definir la población objetivo a la que

se quiere llegar, plantear acciones de promoción, y buscar la integración del municipio con otros de la región.

10. ¿Qué planes existen en términos turísticos para el municipio?

Rta: El turismo requiere un desarrollo a largo plazo, estamos hablando del alrededor de 10 años, para que se puedan plantear políticas que duren en el tiempo, acciones reales y donde se puedan evaluar los resultados.

3. Entrevista realizada al inspector fluvial del Ministerio de Transporte en el Embalse, Hugo Alberto Cortés.

1. ¿Por qué el transporte entre Macanal y Chivor se realiza en lancha y no se ha construido un puente?

Rta: La principal razón son temas de costos.

2. ¿En horarios nocturnos, cómo se hace el desplazamiento de las personas?

Rta: las lanchas que comunican las veredas y municipios funcionan de 5:00 a.m. a 6:00 p.m., luego de este horario la autoridad fluvial no permite andar en lancha.

Se ofrecen 7 distintos recorridos para los habitantes. La vía terrestre solo se utiliza en emergencias, no en las noches.

3. ¿Este servicio se presta únicamente para los habitantes de los municipios? ¿o también se le da uso recreacional?

Rta: Este servicio de transporte no tiene ningún costo y está pensado únicamente para el transporte de los habitantes del pueblo. No hay uso recreacional.

4. ¿Hay efectos negativos para las personas cuando en temporadas de sequía disminuye el nivel de agua del embalse?

Rta: Hay ciertas rutas que deben suspenderse cuando el nivel es muy bajo. De Febrero a Junio no funciona el ferry. Se toma 8 meses en llenar el Embalse.

5. ¿Qué regulación existe para la práctica de deportes acuáticos dentro del Embalse?
Rta: desde el Ministerio de transporte se imponen ciertas sanciones a las escuelas de kite-surf. Cuando el nivel de agua es bajo, no se permite la práctica de deportes.
6. ¿Cuáles son los mayores obstáculos para el desarrollo del turismo?
Rta: Las vías son el principal y mayor problema de visitar el municipio, y además en invierno puede interrumpir las otras actividades, pues los derrumbes causan el cierre de ciertos tramos de vía. No hay infraestructura de hoteles ni restaurantes y además, la señal en el municipio es mala; a veces funciona Claro.
7. ¿Qué entidades, tanto públicas como privadas, se encargan de la regulación del embalse?
Rta: Los dueños, es decir la hidroeléctrica AES Chivor. El Ministerio de Transporte y la compañía Naviera del Guavía que regula el transporte de carga y vehículos.
8. ¿Qué opina de la creación del producto turístico que involucre el uso del embalse de Chivor?
Rta: Aporta positivamente a la economía de la región.

4. Matrices de evaluación para prestadores de servicios turísticos

SERVICIOS DE ALOJAMIENTO - ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE		
N°		
Nombre		
Representante legal		
Dirección y referencias		
Teléfono de contacto		
N° de camas		
N° de habitaciones		
Clase		
Categoría		
Servicios complementarios		
Tarifa promedio		
Demanda concurrente	Público extranjero	
	Público nacional	
Necesidades identificadas		

ITEM	1	2	3	4	5	Observaciones
La presentación personal y el tiempo de llegada y salida de los empleados se ajustan al manual de procedimientos						
El estado de activos es revisado de acuerdo con el periodo establecido por la empresa						
Las sugerencias y reclamaciones de los clientes sobre el servicio y/o producto se atiende y responde de acuerdo al estándar y protocolo usado						
La información turística y general de la zona de influencia se brinda según las necesidades del cliente						
Tiene un área habilitada con mostrador para el registro del huésped						
Los huéspedes se registran aplicando procesos de check in y check out establecidos						
Las habitaciones cuentan con espacios de circulación. (Describir los elementos que contiene)						
Los reportes se elaboran conforme al manual de procedimientos						
Las tarifas se aplican conforme a políticas establecidas						
Cuenta con mecanismos de emergencia como detectores de humo, salidas de emergencia y plan de emergencia						
Cuenta con baños independientes para cada genero y mecanismos de aseo y ventilación						
Cuenta con deposito de basura y manejo de residuos						
Cuenta con la infraestructura necesaria para garantizar que el ingreso a todas las áreas del hotel sean accesibles para personas con discapacidad						
Cuenta con zonas de personal independiente a las áreas comunes y de clientes						
Cuenta con estacionamiento propio						

SERVICIOS DE ALIMENTACIÓN - ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS		
N°		
Nombre		
Representante legal		
Dirección y referencias		
Teléfono de contacto		
Equipamiento		
N° de mesas		
N° de comensales		
Carta		
Tarifa promedio		
Demanda concurrente	Público extranjero	
	Público nacional	
Necesidades identificadas		

ITEM	1	2	3	4	5	Observaciones
La presentación personal y el tiempo de llegada y salida de los empleados se ajustan al manual de procedimientos						
El estado de activos es revisado de acuerdo con el periodo establecido por la empresa						
Las sugerencias y reclamaciones de los clientes sobre el servicio y/o producto se atiende y responde de acuerdo al estándar y protocolo						
Utiliza los utensilios y los equipos, de acuerdo con los manuales de uso y seguridad						
Maneja los residuos sólidos y líquidos, de acuerdo con lo indicado en la legislación nacional vigente y las normas propias del establecimiento						
Las normas de higiene, manipulación y seguridad se aplican durante el servicio, de acuerdo con el procedimiento establecido						
Cumple el estándar fijado por el establecimiento gastronómico, en cuanto a limpieza del área de servicio						
Hace que los residuos generados sean dispuesto, de acuerdo con el programa de manejo de residuos del establecimiento						
Las tarifas se aplican conforme a políticas establecidas						
Cuenta con mecanismos de emergencia como detectores de humo, salidas de emergencia y plan de emergencia						
Cuenta con baños independientes para cada genero y mecanismos de aseo y ventilación						
Cuenta con deposito de basura y manejo de residuos						
La materia prima se encuentra almacenada de acuerdo con sus características y seguridad						
El establecimiento tiene sistemas de extracción para el control de vapores, olores, humos y calor en las áreas requeridas						
La edificación está diseñada y construida de manera que proteja los ambientes de producción de manera que impida la entrada de contaminantes así como el ingreso y refugio de plagas y animales						

SERVICIOS DE GUIAS DE TURISMO	
N°	
Nombre	
Dirección y referencias	
Teléfono de contacto	
Empresa	
Especialización	
Necesidades identificadas	

ITEM	1	2	3	4	5	Observaciones
Identifica los atractivos y servicios que ofrece el destino a visitar						
Brinda la información, de conformidad con el atractivo y el protocolo de servicios						
Explica las situaciones de riesgo al usuario de conformidad con las actividades a realizar						
Aplica las normas de seguridad cumpliendo manuales propios, de otros prestadores y del atractivo visitado						
Prepara los recursos a utilizar en caso de emergencia de acuerdo con un plan diseñado						
Imparte las instrucciones y recomendaciones acerca de las actividades a desarrollar a los usuarios garantizando el bienestar de los mismos y el cumplimiento del programa						
Cuenta con los medios tecnológicos y de comunicación necesario para atender cualquier solicitud inmediata del cliente						
Cumple con las normas medioambientales y sobre patrimonio cultural vigentes, de acuerdo con los reglamentos						
Revisa los equipos antes y después del desarrollo de las actividades corroborando su funcionamiento y limpieza						
Selecciona los equipos y elementos de acuerdo con las actividades a desarrollar						
Sensibiliza a los turistas, viajeros o pasajeros sobre los atractivos naturales y culturales a observar						
Implementa dentro de sus procedimientos de guía criterios de respeto al medio ambiente y a las comunidades con las que los turistas, viajeros o pasajeros desarrollan sus actividades						
Implementa los mecanismos de seguridad orientados a los turistas, viajeros o pasajeros, utilizando caminos y equipos establecidos para cada territorio						
Informa a los turistas, viajeros o pasajeros sobre los riesgos dentro del entorno del recorrido y los que puede implicar el mismo realizado de una manera incorrecta						
Respeto las capacidad de carga del ecosistema visitado						