

TRABAJO DE GRADO

Rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para el municipio de Zapatoca y el territorio que compone el Cañón del Chicamocha (Santander-Colombia): una estrategia de desarrollo turístico e integración de actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, como contribución al desarrollo de la región.

Elaborado Por:
Daniel Pereira Peña
Gustavo A. Gutiérrez Jaimes

Director de Tesis:
Dr. Ricardo Varela Villalba

MBA Dirección y
Administración de Empresas

CORE School of Management
UNAB

Bucaramanga – Santander
Colombia
2020



TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	18
ABSTRACT	19
1. CAPITULO 1.	22
1.1. ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	23
1.2. OPORTUNIDAD O PROBLEMA DE INVESTIGACION	28
1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACION	41
1.4. CARACTERIZACION DEL USUARIO IMPACTADO.	42
1.4.1. Turistas extranjeros.....	43
1.4.2. Turistas nacionales.....	43
1.5. OBJETIVOS DE INVESTIGACION	45
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	45
1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	46
1.6. JUSTIFICACION	47
1.7. LIMITACIONES Y DELIMITACIONES	56
1.8. DEFINICION DE TERMINOS.	57
1.8.1. Atractivo Turístico	57
1.8.2. Destino turístico	57
1.8.3. Desarrollo Territorial.....	57
1.8.4. Clúster Turístico	57
1.8.5. Organización Mundial del Turismo (OMT).....	58
1.8.6. Patrimonio.....	58
1.8.7. Producto Turístico	58
1.8.8. Prestador de Servicios Turístico.....	58
1.8.9. Territorio	58
1.8.10. Turismo	59
2. CAPITULO 2.	60
2.1. MARCO TEORICO.	61
2.1.2. Región Seleccionada, Cañón Del Chicamocha (Santander-Colombia).	79
2.1.2.1. Zapatoca.....	80
2.1.2.2. Jordán.....	81
2.1.2.3. Los Santos.....	81
2.1.2.4. Barichara	82
2.1.2.5. Villanueva.....	82
2.1.2.6. San Gil	83
2.1.2.7. Guane.....	83
2.2. MARCO NORMATIVO	84
2.3. ESTADO DEL ARTE	90
3. CAPITULO 3.	128
3.1. METODOLOGIA	129

3.1.1.	Fase I	130
3.1.2.	Fase II	137
3.1.3.	Fase III	147
4.	CAPITULO 4.	152
4.1.	RESULTADOS OBJETIVO ESPECIFICO 1	153
4.1.1.	ANALISIS DEL SISTEMA TURISTICO.....	153
4.1.1.1.	Análisis Del Sistema Turístico De Zapatoca.....	154
4.1.1.1.1.	Comunidad Receptora.	154
4.1.1.1.1.1.	Aspectos geográficos y territoriales.....	154
4.1.1.1.1.2.	Aspectos demográficos.....	156
4.1.1.1.1.3.	Aspectos económicos.....	157
4.1.1.1.1.4.	Educación	158
4.1.1.1.1.5.	Salud.....	162
4.1.1.1.1.6.	Seguridad	163
4.1.1.1.2.	Infraestructura	165
4.1.1.1.2.1.	Conectividad y Accesibilidad	165
4.1.1.1.2.2.	Servicios Públicos.	167
4.1.1.1.3.	Superestructura.	168
4.1.1.1.3.1.	Entidades del sector público	168
4.1.1.1.3.2.	Entidades del sector privado.....	170
4.1.1.1.3.3.	Planificación turística.	170
4.1.1.1.4.	Oferta turística.	171
4.1.1.1.5.	Demanda turística.....	173
4.1.1.2.	Análisis Del Sistema turístico De Barichara-Guane.....	174
4.1.1.2.1.	Comunidad receptora.	174
4.1.1.2.1.1.	Aspectos geográficos y territoriales.....	174
4.1.1.2.1.2.	Aspectos demográficos,	178
4.1.1.2.1.3.	Aspectos económicos.....	179
4.1.1.2.1.4.	Educación	181
4.1.1.2.1.5.	Salud.....	184
4.1.1.2.1.6.	Seguridad	185
4.1.1.2.2.	Infraestructura.	187
4.1.1.2.2.1.	Conectividad y Accesibilidad	187
4.1.1.2.2.2.	Servicios Públicos.	189
4.1.1.2.3.	Superestructura.	190
4.1.1.2.3.1.	Entidades del sector público	190
4.1.1.2.3.2.	Entidades del sector privado.....	192
4.1.1.2.3.3.	Planificación turística.	193
4.1.1.2.4.	Oferta turística.	193
4.1.1.2.5.	Demanda turística.....	198
4.1.1.3.	Análisis Del Sistema turístico De Villanueva.	198
4.1.1.3.1.	Comunidad receptora.	198
4.1.1.3.1.1.	Aspectos geográficos y territoriales.....	198
4.1.1.3.1.2.	Aspectos demográficos.....	200

4.1.1.3.1.3.	Aspectos económicos.....	200
4.1.1.3.1.4.	Educación	202
4.1.1.3.1.5.	Salud.....	204
4.1.1.3.1.6.	Seguridad	205
4.1.1.3.2.	Infraestructura.	206
4.1.1.3.2.1.	Conectividad y Accesibilidad	206
4.1.1.3.2.2.	Servicios Públicos.	208
4.1.1.3.3.	Superestructura.	211
4.1.1.3.3.1.	Entidades del sector público	211
4.1.1.3.3.2.	Planificación turística	211
4.1.1.3.3.3.	Oferta turística.	212
4.1.1.3.4.	Demanda turística.....	214
4.1.1.3.5.	Entidades del sector privado.....	214
4.1.1.4.	Análisis Del Sistema turístico De San Gil.	215
4.1.1.4.1.	Comunidad receptora.	215
4.1.1.4.1.1.	Aspectos geográficos y territoriales.....	215
4.1.1.4.1.2.	Aspectos demográficos.	216
4.1.1.4.1.3.	Aspectos económicos.....	218
4.1.1.4.1.4.	Educación	220
4.1.1.4.1.5.	Salud.....	222
4.1.1.4.1.6.	Seguridad	225
4.1.1.4.2.	Infraestructura.	226
4.1.1.4.2.1.	Conectividad y Accesibilidad	226
4.1.1.4.2.2.	Servicios Públicos.	227
4.1.1.4.3.	Superestructura.	228
4.1.1.4.3.1.	Entidades del sector público	228
4.1.1.4.3.2.	Entidades del sector privado.....	229
4.1.1.4.3.3.	Planificación turística.	230
4.1.1.4.4.	Oferta Turística.	233
4.1.1.4.5.	Demanda turística.....	235
4.1.1.5.	Análisis Del Sistema turístico De Los Santos.	236
4.1.1.5.1.	Comunidad receptora.	236
4.1.1.5.1.1.	Aspectos geográficos y territoriales.....	236
4.1.1.5.1.2.	Aspectos demográficos.	238
4.1.1.5.1.3.	Aspectos económicos.....	239
4.1.1.5.1.4.	Educación	240
4.1.1.5.1.5.	Salud.....	241
4.1.1.5.1.6.	Seguridad	243
4.1.1.5.2.	Infraestructura.	244
4.1.1.5.2.1.	Conectividad y Accesibilidad	244
4.1.1.5.2.2.	Servicios Públicos.	245
4.1.1.5.3.	Superestructura.	246
4.1.1.5.3.1.	Entidades del sector público	246
4.1.1.5.3.2.	Entidades del sector privado.....	247

4.1.1.5.3.3.	Planificación turística.....	247
4.1.1.5.4.	Oferta turística.....	249
4.1.1.5.5.	Demanda turística.....	251
4.1.1.6.	Análisis Del Sistema turístico De Jordán	252
4.1.1.6.1.	Comunidad receptora.....	252
4.1.1.6.1.1.	Aspectos geográficos y territoriales.....	252
4.1.1.6.1.2.	Aspectos demográficos.....	254
4.1.1.6.1.3.	Aspectos económicos.....	256
4.1.1.6.1.4.	Educación.....	256
4.1.1.6.1.5.	Salud.....	258
4.1.1.6.1.6.	Seguridad	259
4.1.1.6.2.	Infraestructura.....	259
4.1.1.6.2.1.	Conectividad y Accesibilidad.....	259
4.1.1.6.2.2.	Servicios Públicos.....	260
4.1.1.6.3.	Superestructura.....	262
4.1.1.6.3.1.	Entidades del sector público.....	262
4.1.1.6.3.2.	Entidades del sector privado.....	262
4.1.1.6.3.3.	Planificación turística.....	262
4.1.1.6.4.	Oferta turística.....	263
4.1.1.6.5.	Demanda turística.....	264
4.1.2.	Zonificación.....	265
4.1.2.1.	Descripción Del Sistema turístico Regional.....	265
4.1.2.2.	Zona 1.....	271
4.1.2.3.	Zona 2.....	279
4.1.2.4.	Zona 3.....	285
4.1.3.	Análisis DOFA.....	292
4.1.3.1	Análisis Dofa Zona 1.....	292
4.1.3.2	Análisis Dofa Zona 2.....	298
4.1.3.3.	Análisis Dofa Zona 3.....	302
4.1.4.	Perfil del Turista.....	317
4.2.	RESULTADOS OBJETIVO ESPECIFICO 2	337
4.2.1.	Valoración Y Selección De Atractivos, Recursos Y Prestadores De Servicios turísticos	337
4.2.1.1.	VALORACIÓN Y SELECCIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS.....	338
4.2.1.1.1.	Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 1	352
4.2.1.1.2.	Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 2	356
4.2.1.1.3.	Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 3	359
4.2.1.1.4.	Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 4	362
4.2.1.1.5.	Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 5	364
4.2.2.	Valoración Y Selección De Prestadores De Servicios Turísticos.....	368
	Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento y Hospedaje Vinculados A La Ruta 1	380
	Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 2	381
	Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 3	382
	Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 4	383
	Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 5	384

4.2.2.1.	Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A Las Rutas	385
4.2.2.2.	Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 1	390
4.2.2.3.	Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 2	390
4.2.2.4.	Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 3	391
4.2.2.5.	Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 4	392
4.2.2.6.	Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 5	392
4.2.2.7.	Prestadores Del Servicio Turístico De Agencias Operadoras Vinculados A Las Rutas.	393
4.2.2.8.	Agencias Operadoras De Viajes De Turismo Vinculadas A La Ruta 1	398
4.2.2.9.	Agencias Operadoras De Viajes De Turismo Vinculadas A La Ruta 2	399
4.2.2.10.	Agencias Operadoras De Viajes De Turismo Vinculadas A La Ruta 3	400
4.3.	RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 3	401
4.3.1.	Itinerario Ruta 1	401
4.3.2.	Itinerario Ruta 2	404
4.3.3.	Itinerario Ruta 3	405
4.3.4.	Itinerario Ruta 4	407
4.3.5.	Itinerario Ruta 5	409
4.4.	RESULTADOS OBJETIVO GENERAL	412
4.4.1.	Ruta 1. Travesía Por El Tesoro De La Piedra.....	413
4.4.2.	Ruta 2. Siguiendo Los Pasos De Lengerke	420
4.4.3.	Ruta 3. Travesía Del Fonce.	427
4.4.4.	Ruta 4. Del Cañón Al Aroma Del Café.....	434
4.4.5.	Ruta 5. Siguiendo Los Pasos Reales.....	441
5.	CAPITULO	448
5.2	CONCLUSIONES	449
5.2	RECOMENDACIONES	459
ANEXOS.....		462
BIBLIOGRAFIA		463

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Prestadores de servicios turísticos en Santander, Colombia.....	30
Ilustración 2. Empleo formal e informal en turismo en Colombia	31
Ilustración 3. Motivos de viaje a Colombia	33
Ilustración 4 .Distribución etaria de la población residente en el municipio de Zapatoca para el año 2014.....	157
Ilustración 5. Evolución histórica de la tasa de cobertura escolar en nivel de básica primaria en el municipio de Zapatoca para el año 2018	160
Ilustración 6. Evolución histórica de la tasa de cobertura escolar en nivel de secundaria en el municipio de Zapatoca para el año 2018	160
Ilustración 7. Tasa de analfabetismo según división territorial en el municipio de Zapatoca para el año 2018.....	161
Ilustración 8. Tasa de cobertura en salud en el municipio de Zapatoca para el año 2012.	162
Ilustración 9. Evolución de la tasa de homicidios por cada 100 mil habitantes en el municipio de Zapatoca entre el año 2008 y 2012.	164
Ilustración 10. Evolución del número de casos desplazamiento forzado en el municipio de Zapatoca entre el año 2008 y 2012.	164
Ilustración 11. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Zapatoca.....	172
Ilustración 12. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Zapatoca.....	173
Ilustración 13. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane	175
Ilustración 14. Distribución etaria de la población por sexo para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2018.	179
Ilustración 15. Establecimientos según escala de colaboradores por actividad económica en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2013.	180
Ilustración 16. Proyección de la población en edad escolar para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane entre el año 2014 y 2019.	183
Ilustración 17. Percepción de la Seguridad para el turista en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2010.	186
Ilustración 18. Mapa de conectividad y accesibilidad al municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane	187
Ilustración 19. Valoración del grado de conectividad y transporte en el municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane para el año 2014.....	188
Ilustración 20. Percepción de la cobertura de servicios básicos en el municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane para el año 2014.....	189
Ilustración 21. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Barichara.....	194
Ilustración 22. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Barichara	195
Ilustración 23. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el corregimiento de Guane	196
Ilustración 24. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el corregimiento de Guane	197

Ilustración 25. Vocación territorial del municipio de Villanueva para el año 2015.	202
Ilustración 26. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Villanueva	213
Ilustración 27. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Villanueva	213
Ilustración 28. Distribución etaria por género de la población residente en el municipio de San Gil para el año 2013.	217
Ilustración 29. Variación porcentual del crecimiento poblacional en el municipio de San Gil entre los años 2010 y 2015.	217
Ilustración 30. Evolución de las tasas brutas de natalidad y mortalidad en el municipio de San Gil entre los años 2005 y 2011.	218
Ilustración 31. Aporte porcentual por actividad económica al PIB del municipio de San Gil para el año 2015.	220
Ilustración 32. Evolución de tasas de mortalidad por factores más comunes en el municipio de San Gil entre el año 2005 y 2013.	223
Ilustración 33. Evolución de tasa de mortalidad materna en el municipio de San Gil entre el año 2005 y 2013.	224
Ilustración 34. Evolución del número de casos de desplazamiento forzado, recepción y expulsión de individuos en el municipio de San Gil entre el año 2002 y 2013.	225
Ilustración 35. Valoración de los principales atractivos turísticos del municipio de San Gil para el año 2016.	232
Ilustración 36. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de San Gil.	234
Ilustración 37. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de San Gil.	234
Ilustración 38. Distribución etaria de la población residente en el municipio de Los Santo para el año 2019.	238
Ilustración 39. Puntajes Sisbén obtenidos por zona en el municipio de Los Santos para el año 2017.	242
Ilustración 40. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Los Santos.	250
Ilustración 41. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Los Santos.	250
Ilustración 42. Evolución poblacional del municipio de Jordán entre el año 2018 y 2015.	254
Ilustración 43. Tasa de cobertura de los servicios de acueducto y alcantarillado en el municipio de Jordán para el año 2014.	261
Ilustración 44. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Jordán.	263
Ilustración 45. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Jordán.	264
Ilustración 46. Rutas y Zonificación.	266
Ilustración 47. Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la región.	268
Ilustración 48. Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la región.	269

Ilustración 49. Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la región.	269
Ilustración 50. Participación porcentual de la zona 1, en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.....	274
Ilustración 51. Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 1.	274
Ilustración 52. Participación porcentual de la zona 1, en la cantidad de recursos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.....	275
Ilustración 53. Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 1.	275
Ilustración 54. Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la zona 1.	276
Ilustración 55. Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 1.....	278
Ilustración 56.Participación porcentual de la zona 2, en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.....	281
Ilustración 57.Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 2.	281
Ilustración 58.Participación porcentual de la zona 2, en la cantidad de recursos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.....	282
Ilustración 59.Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 2.....	282
Ilustración 60.Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la zona 2.	283
Ilustración 61.Participación porcentual de la zona 2, en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.....	287
Ilustración 62.Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 3.	288
Ilustración 63.Participación porcentual de la zona 3, en la cantidad de recursos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.....	288
Ilustración 64.Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 3.....	289
Ilustración 65.Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la zona 3.	290
Ilustración 66.Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 3.....	291
Ilustración 67.Distribución por sexo de turistas internacionales que visitaron Santander en 2019.	320
Ilustración 68.Perfil por grupos etarios de turistas internacionales de que visitaron Santander en 2019 y practicaron turismo de naturaleza o aventura	321
Ilustración 69.Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 1.....	353
Ilustración 70.Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 1.....	353
Ilustración 71.Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 1	354
Ilustración 72.Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 2.....	356
Ilustración 73.Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 2.....	357
Ilustración 74.Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 2	357

Ilustración 75.Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 3.....	359
Ilustración 76.Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 3.....	360
Ilustración 77.Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 3.....	360
Ilustración 78.Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 4.....	362
Ilustración 79.Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 4.....	363
Ilustración 80.Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 4.....	363
Ilustración 81.Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta5.....	365
Ilustración 82.Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 5.....	365
Ilustración 83.Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 5.....	366
Ilustración 84.Mapa geográfico y perfil de la ruta 1.....	415
Ilustración 85.Itinerario ruta turística 1.....	417
Ilustración 86.Mapa geográfico y perfil de la ruta 2.....	422
Ilustración 87.Itinerario ruta turística 2.....	424
Ilustración 88.Mapa geográfico y perfil de la ruta 3.....	430
Ilustración 89.Itinerario ruta turística 3.....	431
Ilustración 90.Mapa geográfico y perfil de la ruta 4.....	436
Ilustración 91.Itinerario ruta turística 4.....	438
Ilustración 92.Mapa geográfico y perfil de la ruta 5.....	443
Ilustración 93.Itinerario ruta turística 5.....	445

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Nivel de informalidad y formalidad del empleo por departamentos en el sector de Turismo en Colombia	32
Tabla 2. Ejes estratégicos y estrategias relacionadas al diseño de rutas turísticas presentes en el PST de Colombia (2018-2022)	52
Tabla 3. Cantidad de documentos publicados a nivel mundial acerca de Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo	93
Tabla 4. Número de atractivos y recursos turísticos por municipio.....	132
Tabla 5. Número de prestadores de servicios turísticos declarado por el RNT, SITUR Santander y la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018).	133
Tabla 6. Cuadro de variables Instrumento de caracterización del visitante	134
Tabla 7. Cronograma trabajo de campo.	135
Tabla 8. Número de individuos encuestados.	136
Tabla 9. Cronograma trabajo de campo.	137
Tabla 10. Variables que caracterizan una ruta de ciclomontañismo.....	138
Tabla 11. Número de atractivos y recursos turísticos visitados y caracterizados a valorar.	139
Tabla 12. Número de prestadores de servicios turísticos declarado por el RNT, SITUR Santander y la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018).	140
Tabla 13. Muestra seleccionada por tipo de prestador de servicios turísticos por municipio.....	141
Tabla 14. Cuadro de variables instrumento de caracterización de prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje.....	142

Tabla 15. Cuadro de variables instrumento de caracterización de prestadores de servicios alimenticios (Restaurantes).....	144
Tabla 16. Cuadro de variables instrumento de caracterización de Agencias operadores y de viajes de turismo.....	145
Tabla 17. Empresas productivas más representativas del municipio de Zapatoca para el año 2019.	158
Tabla 18. Evolución histórica del nivel de matrículas escolares en el municipio de Zapatoca entre el año 2016 y 2019.....	161
Tabla 19. Centros de Salud vigentes en el municipio de Zapatoca para el año 2018.....	163
Tabla 20. Objetivos de desarrollo turísticos presentes en el PDM 2016-2019 del municipio de Zapatoca.....	169
Tabla 21. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Zapatoca.....	172
Tabla 22. División territorial del municipio de Barichara y el corregimiento de Guane.....	176
Tabla 23. División territorial de la zona rural del municipio de Barichara y el corregimiento de Guane.....	176
Tabla 24. Distribución poblacional según zona de residencia y número de familias del municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2018.....	178
Tabla 25. Eje estratégico de desarrollo municipal Barichara-Guane entre el año 2016 y 2019.....	181
Tabla 26. Tasa de cobertura educativa por rango de escolaridad en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane entre el año 2008 y 2014.....	181
Tabla 27. Estadísticas de desempeño educativo para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para los años 2005, 2012 y 2014.....	182
Tabla 28. Instituciones educativas presentes en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para los años 2005, 2012 y 2014.....	184
Tabla 29. Niveles de distribución poblacional por régimen de salud el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2014.....	185
Tabla 30. Número de homicidios y hurtos por cada 100 mil habitantes en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2014.....	186
Tabla 31. Percepción de la cobertura de servicios básicos en el municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane para el año 2014.....	189
Tabla 32.: Principales objetivos estratégicos del PDM 2016-2019 para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane.....	191
Tabla 33. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Barichara.....	193
Tabla 34. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el corregimiento de Guane.....	196
Tabla 35. Caracterización demográfica de la población residente en el municipio de Villanueva para el año 2015.....	200
Tabla 36. Principales problemáticas y alternativas de solución del sector primario en el municipio de Villanueva para el año 2018.....	201
Tabla 37. Instituciones de educación presentes en el municipio de Villanueva para el año 2016.....	203
Tabla 38. Principales problemáticas y alternativas de solución en el sector salud en el municipio de Villanueva para el año 2018.....	204

Tabla 39. Principales necesidades, alternativas y objetivos formulados para el sector salud en el municipio de Villanueva para el año 2018.	205
Tabla 40. Estratificación y número de usuarios del servicio de acueducto en el municipio de Villanueva para el año 2016.	208
Tabla 41. Fuentes de abastecimiento hídrico del municipio de Villanueva para el año 2018....	209
Tabla 42. Estratificación y número de usuarios del servicio de aseo y alcantarillado en el municipio de Villanueva para el año 2016.	210
Tabla 43. Principal oportunidad, alternativas y objetivos formulados para el sector turismo en el municipio de Villanueva entre el año 2016 y 2019	211
Tabla 44. Principales problemas y alternativas de solución del sector turismo para el municipio de Villanueva entre el año 2016 y 2019.....	212
Tabla 45. Principales problemas y alternativas de solución del sector turismo para el municipio de Villanueva entre el año 2016 y 2019.....	212
Tabla 46. Indicadores poblacionales generales del municipio de San Gil para el año 2015.	216
Tabla 47. Resultados Saber11 registrados en el municipio de San Gil para el año 2012.	221
Tabla 48. Evolución de la tasa de cobertura bruta de educación en el municipio de San Gil entre el año 2005 y 2012.....	222
Tabla 49. Principales problemas de salud pública en el municipio de San Gil para el año 2014.	224
Tabla 50. valoración de aspectos positivos y negativos del municipio de San Gil como destino turístico para el año 2016.....	232
Tabla 51. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de San Gil.	233
Tabla 52. Puntajes Sisbén por zona del municipio de Los Santos para el año 2017.	243
Tabla 53. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Los Santos.....	249
Tabla 54. Distribución poblacional del municipio de Zapatoca para el año 2018.....	254
Tabla 55. Indicadores poblacionales y programas sociales ejecutados en el municipio de Jordán en los años 2005, 2014 y 2015.....	255
Tabla 56. Indicadores primarios de educación en el municipio de Jordán para el año 2014.....	257
Tabla 57. Número de instituciones educativas en el municipio de Jordán para el año 2014.....	258
Tabla 58. Indicadores primarios del sector salud en el municipio de Jordán para los años 2014 y 2015.....	259
Tabla 59. Cobertura de servicios públicos en el municipio de Jordán para el año 2014.	261
Tabla 60. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Jordán.....	263
Tabla 61. Extensión territorial.	265
Tabla 62. Distribución poblacional por municipio.	267
Tabla 63. Densidad poblacional regional.....	267
Tabla 64. Extensión territorial zona 1.....	272
Tabla 65. Distribución poblacional zona 1.	272
Tabla 66. Densidad poblacional zona 1.	273
Tabla 67. Distancia y tiempo del recorrido intermunicipal en la zona 1.	277
Tabla 68. Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 1.....	279
Tabla 69. Distribución poblacional zona 2.	280

Tabla 70.Densidad poblacional zona 2.	280
Tabla 71.Distance y tiempo del recorrido intermunicipal en la zona 2	284
Tabla 72.Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 2.	285
Tabla 73.Extensión territorial zona 3.....	286
Tabla 74.Distribución poblacional zona 3.	286
Tabla 75.Densidad poblacional zona 3.	287
Tabla 76.Distance y tiempo del recorrido intermunicipal entre Zapatocha y las cabeceras municipales de la zona 1 y 2.	291
Tabla 77. Análisis DOFA Zona 1(San Gil, Barichara, Villanueva, Guane)	292
Tabla 78.DOFA Zona 2 (Los Santos-Jordán).	298
Tabla 79.DOFA Zona 3 (Zapatocha).	302
Tabla 80.DOFA Región seleccionada del Cañón del Chicamocha	309
Tabla 81.Características del Perfil de Viajeros Encuestados.	318
Tabla 82.Distribución por rangos etarios según sexo de los turistas encuestados.....	325
Tabla 83.Distribución por rangos etarios según sexo de los turistas encuestados.....	326
Tabla 84.Distribución por rangos etarios según rango de estadía en días de los turistas encuestados.	327
Tabla 85.Distribución por país de residencia y motivo del viaje de los turistas encuestados. ...	328
Tabla 86.Distribución por lugar de residencia y motivo del viaje de los turistas encuestados...	329
Tabla 87.Distribución del motivo principal del viaje por sexo de los turistas encuestados.	330
Tabla 88.Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados.	331
Tabla 89.Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados.	332
Tabla 90.Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados.	333
Tabla 91.Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados	335
Tabla 92.Asignación de ponderación por criterio de selección y valoración de atractivos y recursos turísticos.....	352
Tabla 93.Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 1.	354
Tabla 94.Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 2.	358
Tabla 95.Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 3.	361
Tabla 96.Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 4.	364
Tabla 97.Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 5.	367
Tabla 98.Asignación de ponderación por criterio de selección y valoración de Prestadores del Servicio de Alojamiento y Hospedaje.....	379
Tabla 99.Asignación de ponderación por atributo para el criterio 7 de selección y valoración de Prestadores del Servicio de Alojamiento y Hospedaje.	380
Tabla 100.Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 1.	381
Tabla 101.Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 2.	382
Tabla 102.Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 3.	383

Tabla 103.Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 4.	383
Tabla 104.Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 5.	384
Tabla 105.Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 5.	389
Tabla 106.Asignación de ponderación por atributo para el criterio 6 de selección y valoración de Prestadores del Servicio de Alimentación.	389
Tabla 107.Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 1.....	390
Tabla 108.Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 2.....	391
Tabla 109.Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 3.....	391
Tabla 110.Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 4.....	392
Tabla 111.Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 5.....	393
Tabla 112.Asignación de ponderación por criterio de selección y valoración de Agencias Operadoras de Viajes de Turismo.	398
Tabla 113.Agencias operadoras de viajes de turismo seleccionados y vinculados a la ruta 1....	399
Tabla 114.Agencias operadoras de viajes de turismo seleccionados y vinculados a la ruta 2....	399
Tabla 115.Agencias operadoras de viajes de turismo seleccionados y vinculados a la ruta 3....	400
Tabla 116.Itinerario de la ruta 1.....	402
Tabla 117.Itinerario de la ruta 2.....	404
Tabla 118.Itinerario de la ruta 3.....	406
Tabla 119.Itinerario de la ruta 4.....	408
Tabla 120.Itinerario de la ruta 5.....	410
Tabla 121.Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 1.	418
Tabla 122.Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta	418
Tabla 123.Agencias operadoras de turismo vinculados a la ruta 1.	419
Tabla 124.Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 2.	425
Tabla 125.Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 2.	425
Tabla 126.Agencias operadoras de turismo vinculados a la ruta 2.	425
Tabla 127.Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 3.	432
Tabla 128.Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 3.	433
Tabla 129.Agencias operadoras de turismo vinculados a la ruta 3.	433
Tabla 130.Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 4.	439
Tabla 131.Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 4.	439
Tabla 132.Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 5.	446
Tabla 133.Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 5.	446

INDICE DE IMAGENES

Imagen 1. Impactos positivos del sector Turismo sobre una región específica	40
Imagen 2. Panorámica del Cañón del Chicamocha.....	54
Imagen 3. Ciclista observando el Cañón del Chicamocha (Mesa de Los Santos)	75
Imagen 4. Panorámica de la Catedral Templo de la Inmaculada Concepción de Barichara	84
Imagen 5. Inicio del Camino de Santiago de Compostela (España).....	102
Imagen 6. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Zapatoca	155
Imagen 7. Panorámica del puente Gómez Ortiz sobre el Rio Sogamoso	165
Imagen 8. Panorámica del Club de Aviación Deportiva de Zapatoca	166
Imagen 9. Fotografía de la arquitectura y catedral principal de Barichara	177
Imagen 10. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Villanueva	199
Imagen 11. Panorámica del municipio de Villanueva (Santander).....	207
Imagen 12. Mapa cartográfico del municipio de Los Santos.....	237
Imagen 13. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Jordán.	253
Imagen 14. Visitante Extranjero en tour en bicicleta por Santander	336
Imagen 15. Recorrido por taller de piedra de Barichara	403
Imagen 16. Panorámica del puente Gómez Ortiz sobre el Rio Sogamoso.....	405
Imagen 17. Panorámica de la Catedral principal de Barichara	407
Imagen 18. Ciclista saliendo del mercado campesino, Mesa de Los Santos.	409
Imagen 19. Ciclista paseando sobre plantaciones de café, Mesa de Los Santos.	411

RESUMEN:

En la actualidad países como Colombia han comprendido que la dependencia económica sobre un sector en específico, no es una estrategia sostenible en el tiempo para la economía nacional, de modo tal, que han apostado por sectores de alto potencial en la generación de ingresos, bienestar y desarrollo económico para las comunidades, bajo un marco de competitividad y sostenibilidad que implica la integración del sector público y privado, de las comunidades locales y visitantes, de empresarios y emprendedores, este es el caso del turismo.

El turismo es una actividad económica que genera un impacto positivo en la economía, propiciando verdaderas dinámicas de desarrollo económico, dado que contribuye con la generación de empleos formales, impulsa el crecimiento del ingreso por divisas al país, aumenta el nivel de competitividad, minimiza desajustes sociales, fomenta la inversión extranjera directa, genera oportunidades de negocio innovadoras que capitalizan la riqueza cultural, natural, histórica, arquitectónica, social y territorial de los países, entre otros. Este proyecto contribuye al posicionamiento del turismo como uno de los futuros sectores líderes en la economía del departamento de Santander, Colombia.

El objetivo general de esta investigación consistió en diseñar cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los municipios de Zapatoca, Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villa Nueva y Jordán (Santander – Colombia), articulando los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, contribuyendo al desarrollo de la región y al posicionamiento del cañón del Chicamocha como destino turístico de interés nacional e internacional. Cabe resaltar, que el ciclomontañismo como actividad turística y deportiva eje de las rutas diseñada, otorga un carácter innovador al proyecto dado que no existe uno semejante en el departamento ni en la región definida.

El diseño de rutas turísticas, además de ser una tendencia a nivel global, está en línea y contribuye significativamente con: el Plan de Desarrollo Nacional (2018-2020), el (Plan Sectorial de Turismo de Colombia, 2018-2022), el (Plan de Desarrollo Departamental, 2016-2019) el (Plan Regional de Competitividad de Santander, 2018-2032), y con los Planes de Desarrollo Municipales de cada municipio seleccionado, configurándose como una estrategia de desarrollo territorial con énfasis en turismo, que permite integrar los actores, servicios y atractivos turísticos de uno o más destinos, desarrollando, posicionando y promocionando la riqueza y el patrimonio histórico, cultural y la riqueza territorial de una región.

En esta investigación se desarrolló la metodología de Análisis de la Planificación del Espacio Turístico propuesta por (Boullón, 1985), sumado a la aplicación de la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010) y a una evaluación multicriterio (MEC) discreta por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, como instrumento de valoración y selección de atractivos y servicios turísticos a vincular en el diseño de las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los siete municipios determinados.

Los resultados alcanzados, fueron en primer lugar, un análisis del sistema turístico de los 7 municipios seleccionados, consolidado en una matriz DOFA para cada una de las 3 zonas definidas e interconectadas con las 5 rutas diseñadas, así como una DOFA de la región seleccionada,

identificando como principal fortaleza del sistema turístico las ventajas asociadas a su ubicación geográfica, la cual otorga un alto grado de conectividad y accesibilidad turística, favoreciendo la integración entre la comunidad local, los municipios, atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio.

En segundo lugar, la valoración y selección de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos para cada una de las 5 rutas, permitió la vinculación total al proyecto de 32 atractivos turísticos (85% culturales y 15% naturales) y 21 recursos turísticos (71% culturales y 29% naturales), junto a 22 prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje, 23 restaurantes y 3 agencias operadoras de viajes de turismo, presentes en el territorio definido.

En tercer lugar, se diseñó el itinerario para cada una de las 5 rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, caracterizando el perfil de cada de ellas acorde a sus atributos deportivos y turístico y se determinó que 2 rutas fueron catalogadas en nivel de dificultad avanzado, 2 en nivel básico y 1 en nivel intermedio.

Finalmente, se diseñaron 5 rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo las cuales exaltaron la riqueza territorial, cultural, histórica, natural y social del Cañón del Chicamocha, contribuyendo a la caracterización e integración del sistema turístico y al desarrollo regional. Las rutas diseñadas fueron: “Travesía por el tesoro de la piedra”, “Siguiendo los pasos de Lengerke”, “Travesía del Fonce”, “Del Cañón al aroma de café” y “Siguiendo los pasos reales”.

ABSTRACT

In the XXI century, many countries, including Colombia, have realized over time that economic dependency on a specific sector is not a sustainable strategy for a successful national economy. For this reason, several countries have opted for investing in different sectors with high potential to generate income, well-being, and economic development for their communities, under a framework of competitiveness and sustainability that fosters the integration of public and private sectors, local and visiting communities, businessmen and entrepreneurs, such as in the case of tourism.

Tourism is an economic activity that generates a positive impact on the economy, stimulating true dynamics of economic development. This economic activity has several advantages: contributes to the generation of formal jobs, drives the growth of foreign exchange earnings to the country, increases the level of competitiveness, minimizes social mismatches, fosters foreign investments,

and generates innovative business opportunities that capitalize the cultural, natural, historical, architectural, social and territorial wealth of the countries, among others. This research project contributes to the positioning of tourism as one of the future leaders in the economy of the department of Santander, Colombia.

The main goal of this project is to design five tourist routes specialized in mountain biking for the municipalities of Zapatoca, Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villa Nueva, and Jordán (Santander – Colombia). These tourist routes aim to articulate the current actors, attractions, and tourist services in the territory, contributing to the development of the region and the positioning of the Chicamocha canyon as a tourist destination of national and international interest. It should be noted that mountain biking as a tourist and sports activity, and the main driver of the proposed tourism routes, provides an innovative facet to the project since there is no similar offering in the department of Santander, neither in its vicinity.

The design of the proposed tourist routes, in addition to being a global trend, is in line to national strategies and contributes significantly to different regional and national strategies: The National Development Plan (2018-2020), the Colombian Tourism Sector Plan 2018-2022, the Departmental Development Plan (2016-2019), the Santander Regional Competitiveness Plan 2018-2032, and to the Municipal Development Plans of each selected municipality. Thus, our project as a territorial development strategy with a focus on tourism, allows to integrate the actors, services, and tourism attractions of one or more destinations, boosting competitiveness, while positioning and promoting the wealth and the historical, cultural, and territorial wealth of the involved regions.

This research project was developed using the methodology for the Analysis of Tourism Space Planning proposed by Roberto Boullón (1985), included in the application of the Tourism Planning Guide of the MinCIT of Colombia (2010). Also, the project used a discrete multi-criteria evaluation (MEC) by the scoring method compensated by Weighted Linear Summation, as an instrument of assessment and selection of tourist places and services in the design of the five specialized mountain biking tourist routes for the seven selected municipalities.

The results of our project include an analysis of the tourism system of the seven selected municipalities, the evaluation and selection of tourism attractions, resources and tourism service providers, and the design of the itineraries for the five tourism routes.

The results of the tourism system analysis for the seven municipalities is summarized in a DOFA matrix for each of the three defined areas, interconnected with the five selected routes. Also, we include a DOFA of the selected region for the tourism routes, identifying as the main strength of the tourism system the advantages associated with its geographical location, which grants a high degree of connectivity and tourist accessibility, favoring integration between the local community, municipalities, tourism attractions, resources and tourism service providers that work in the selected territory.

The evaluation and selection of attractions, resources and tourism service providers for each of the five routes, allowed to incorporate into the project 32 tourist attractions (85% cultural and 15% natural), and 21 tourist resources (71% cultural and 29% natural), together with 22 providers of

accommodation and lodging services, 23 restaurants and three tourism travel agencies, all located in the defined territory.

The itineraries were designed for each of the five tourist routes specialized in mountain biking, identifying the profile of each route according to sports and tourism features. The final assessment of difficulty for the tourism routes determined that two routes were classified as advanced difficulty level, two routes as basic level, and one route as intermediate level. A total of five specialized mountain biking tourist routes were designed to exalt the territorial, cultural, historical, natural and social wealth of the Chicamocha Canyon, contributing to the characterization and integration of the tourist system and regional development. The routes designed were assigned the following names: "Journey through the treasure of stone", "Following in the footsteps of Lengerke", "Crossing of the Fonce", "From the Canyon to the aroma of coffee", and "Following in the royal footsteps"

1. CAPITULO 1.

El turismo alternativo es una categoría turística en auge a nivel mundial, la cual genera dinámicas de desarrollo económico con una adecuada integración de los actores, servicios y atractivos turísticos presentes en un sistema determinado, definido territorialmente. En Colombia existen oportunidades y desafíos significativos para consolidar el turismo como fuente de desarrollo económico, gracias a los destinos turísticos de gran interés a nivel nacional e internacional con que cuenta, como lo es el Cañón del Chicamocha y los municipios que lo integran. El objetivo de este capítulo es exponer los argumentos que motivan la realización del proyecto y la estructura de este. El punto de partida son los antecedentes de la oportunidad o problema de investigación, como introducción a la temática a estudiar. En segundo lugar, se exponen el problema u oportunidad de investigación, seguido de la pregunta de investigación y la caracterización del usuario final o usuario impactado por el proyecto. En tercer lugar, en el capítulo se consigna el objetivo general y los cuatro objetivos específicos, la justificación de la relevancia y pertinencia de diseñar cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los municipios de Zapatoca, Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villa Nueva y Jordán (Santander – Colombia), dentro de una estrategia de desarrollo turístico que contribuye al desarrollo de la región y al posicionamiento del Cañón del Chicamocha como destino turístico de interés nacional e internacional, integrando en cinco trazados estratégicos bajo criterios de análisis y selección, la gran riqueza territorial, cultural e histórica que se posee, evidenciando las limitaciones y delimitaciones del proyecto.

1.1.

ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El turismo, es un sector económico fuente de desarrollo. No obstante, generar dinámicas que impacten positivamente a las comunidades y a las regiones implica asumir y solucionar los retos y desafíos que conlleva consolidarlo y posicionarlo como una actividad económica de aporte significativo al PIB. Diversos proyectos académicos y empresariales apuntan a la estructuración de modelos de negocio en las diferentes categorías turísticas, plantean y ponen en marcha el diseño de estrategias de desarrollo territorial, social, económico y cultural como lo son las rutas turísticas, valoran el patrimonio histórico y cultural de los municipios, entre otros, con el ánimo de generar conocimiento y estructurar oportunidades de negocio que potencien la participación de este sector en las economías locales, regionales y nacionales, en beneficio de las comunidades y actores privados y públicos presentes en un territorio determinado, integrando los diferentes elementos de la cadena de valor turística. El turismo a nivel global permite reducir la dependencia de las economías a las fuentes tradicionales de ingresos, sacando provecho de forma sostenible de los recursos humanos, ambientales, culturales, históricos y naturales con que cuenta un territorio, de manera tal que permite la re activar dinámicas de crecimiento y dinamización de las actividades fuentes de ingreso en las economías regionales y locales, y la generación de mayores niveles de ingresos a partir de una adecuada articulación de actores, atractivos y servicios turísticos, como pilar estructural para la consecución de estrategias de desarrollo turístico.

El desarrollo generado a través del turismo es producto de una clara interacción entre actores, destinos, servicios y estrategias de comercialización, promoción y diseño (Ávila, 2005). Para garantizar la sostenibilidad en el tiempo del turismo se hacen necesario tener en cuenta la competitividad del sector, la cual está directamente asociada a la competitividad del territorio sobre

el cual se generen proyectos o tracen estrategias, para ello los agentes protagonistas dejan de ser los intermediarios conocidos como tour operadores, y se generan dinámicas de protagonismo endógeno, (Mireno y Rodríguez, 2009). Así mismo, la competitividad del destino turístico es fundamental para atraer mercados potenciales, y consiste en la capacidad de ofrecer un portafolio de productos y servicios turísticos y complementarios lo suficientemente atractivos, accesibles y competitivos, que sean preferidos por los turistas, en otras palabras, es la destreza para ofertar productos y servicios con un mayor grado de eficiencia y diferenciación con respecto a la oferta de otros destinos y competidores, (DWYER y KIM., 2003). Lo anterior requiere necesariamente un alto grado de integración no solo de los destinos, productos y servicios turísticos presentes en un territorio, sino de la articulación y cooperación de los agentes privados y actores del sector público, quienes deben compartir responsabilidades en la promoción, impulso y desarrollo de los territorios enmarcados en planes de desarrollo departamental, regional o territorial, fomentando un alto grado de participación social, es decir, vinculando a las comunidades nativas y residentes de los destinos turísticos objeto de los diferentes proyectos, (Zambón, 2005).

Las rutas turísticas, forman parte de las estrategias de turismo que generan dinámicas de desarrollo, la importancia de diseñar este tipo de proyectos radica en la capacidad de integración que genera el trazado estratégico de la ruta en donde involucra a los actores, servicios y atractivos turísticos presentes en los territorios objeto de desarrollo, favoreciendo la reactivación económica local, potenciando el posicionamiento del destino de forma competitiva a nivel nacional e internacional, aumentando la demanda de empleos formales, disminuyendo disparidades socioeconómicas y exaltando la riqueza cultural, histórica y territorial de los municipios o destinos turísticos que integran las rutas a diseñar.

(Briedenhann y Wickens, 2004), plantean una definición integradora de la cadena de valor del turismo, definiendo una ruta de turismo como la consolidación de un clúster de prestación de servicios, oferta de productos, realización de actividades y disfrute de atractivos, que promueven la coordinación y cooperación entre los diferentes actores económicos de carácter privado y públicos que convergen en un territorio determinado, así como de los atractivos turísticos presentes en él y el portafolio de productos y servicios ofrecidos en el mismo. De forma complementaria a esta definición el MinCIT de Colombia, sustenta que el desarrollo y fortalecimiento del clúster en turismo debe regirse bajo los criterios de competitividad de la OMT, los cuales son vinculantes en la estructuración y diseño de cualquier tipo de ruta turística. Los cuatro aspectos estructurales a tener en cuenta en la competitividad de las rutas turísticas concebidas como un clúster de turismo, bajo la línea de pensamiento del MinCIT son: Integración de productos y servicios con atributos diferenciadores, la definición de una estructura empresarial y de explotación de la riqueza territorial de los destinos a vincular, una estrategia de posicionamiento en el mercado y la definición e integración clara de los factores humanos, tecnológicos y de producción.

(Briedenhann y Wickens, 2004), afirman que las rutas turísticas se configuran como una tendencia de turismo a nivel mundial, la cual se materializa a nivel regional, local y departamental, en la institucionalidad de las estrategias territoriales de turismo, dinamización económica y posicionamiento estratégico de un destino en el mercado nacional y mundial de turismo. (Herbert, 2001) Contribuye a la estructuración teórica de este tipo de rutas, especificando que para el éxito de esta debe lograr articularse la oferta y demanda en un destino con el potencial suficiente para atraer a los turistas y proporcionar servicios y productos de turismo atractivos, a partir de la

definición de un claro objetivo del diseño de la ruta, especificando la intención y los resultados esperados de la construcción y comercialización de la misma. Del mismo modo plantea que es necesario considerar las expectativas de los demandantes de aventuras turísticas, identificando los atributos de mayor valoración como fase inicial en el diseño de estas.

(Zhang, Madsen y Jensen-Butler, 2007) y (Weston, 2012) enfocan sus análisis en determinar la funcionalidad de las rutas turísticas asociadas al ciclismo, en otras palabras, la ciclo rutas, estableciendo que no solo la dinámica de interacción de servicios turísticos con los respectivos actores y atractivos presentes en el territorio es relevante para garantizar el éxito del trazado estratégico, sino también, que se debe tener como especial prioridad incluir la oferta de servicios complementarios relacionados con el equipo deportivo, tiendas especializadas en artículos de ciclismo, transporte para las bicicletas, acompañamiento técnico, etc. Del mismo modo (Lee C. F., 2014) y (Mrnjavac, 2014) determinan que la oferta de servicios complementarios en las rutas turísticas especializadas en ciclismo, es un factor determinante para la atracción de clientes potenciales a los destinos turísticos vinculados.

A nivel mundial se han impulsado la creación de rutas turísticas alrededor de diferentes ejes temáticos como la gastronomía, la industria, el deporte, historia, entre otros. En Colombia las rutas diseñadas giran en torno principalmente a la riqueza natural de los departamentos, al patrimonio histórico de los pueblos, al atractivo etnográfico y en menor proporción al deporte. (Vanegas et. Al., 2017) Realizan a partir del estudio de caso, una valoración para determinar la viabilidad de implementar una ruta de turismo enfocada en el ciclismo para el municipio de Itagüí (Antioquia-Colombia), identificando si este territorio cuenta con los recursos y atractivos necesarios para desarrollar la estrategia en mención. La metodología empleada por estos autores

consiste en desarrollar y consolidar el inventario de atractivos turísticos de Itagüí, basados en la guía del MinCIT de Colombia, posterior a ello recurren al análisis multicriterio, y por medio de un proceso analítico jerárquico, determinan los atractivos vinculantes a las rutas turísticas de ciclismo a diseñar.

(Vanegas et. Al., 2017), determinan la factibilidad de diseñar dos rutas turísticas especializadas en ciclismo para el municipio en mención, tras la selección de 27 atractivos posiblemente vinculantes en el trazado de las rutas, de manera tal que cumplan con el objetivo de promocionar a Itagüí como destino de turismo deportivo especializado en ciclismo a nivel nacional e internacional. Estos autores realizan una aproximación al diseño de rutas turísticas especializadas en ciclismo, este trabajo tiene por objetivo diseñar cinco de ellas para los municipios de Zapatoca, Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán, integrantes del Cañón del Chicamocha, región en la cual no existe ningún tipo de ruta turística especializada en ciclomontañismo, empleando la metodología de análisis del sistema turístico y de valoración de servicios y atractivos turísticos según la Guía de Planificación Turística del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia.

1.2. OPORTUNIDAD O PROBLEMA DE INVESTIGACION

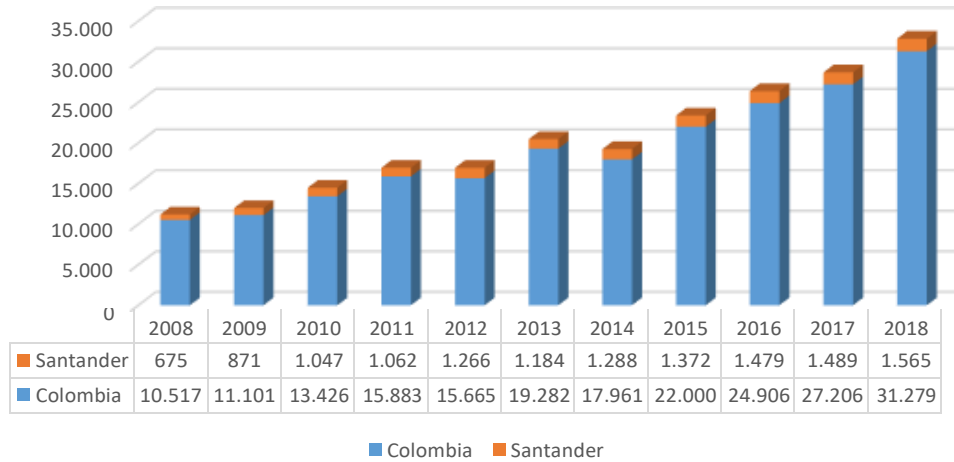
El turismo es sin duda un sector industrial que genera un impacto positivo en la economía, propiciando verdaderas dinámicas de desarrollo económico (Balaguer y Cantavella, 2002); (Meyer, 2004); (Durberry, 2004); (Kim, 2006) (CAPÓ, RIERA, y ROSSELLÓ, 2007A) (CAPÓ, RIERA, y ROSSELLÓ, 2007B) y (Mototsugu, 2007). Este sector aporta significativamente a la economía, impulsando el crecimiento del ingreso por divisas al país, el incremento del ingreso privado y público, el aumento del nivel de empleo, la creación de incentivos al desarrollo de nuevas tecnologías, acrecienta la formación especializada de capital humano y la consecución de oportunidades de negocio innovadoras que capitalizan la riqueza cultural y territorial de los países, (Brida, 2011). El turismo propicia desarrollo económico, debido a que genera un mayor nivel de empleos directos e indirectos, dinamiza la distribución de la renta, promueve la diversificación del empleo, mejoras en infraestructura, aumenta el nivel de competitividad y de producción regional, genera movilidad social, minimiza desajustes económicos, sociales y culturales, entre otros. (Quintana, 2005).

Colombia es un país con un alto potencial en el sector turismo, producto de la diversidad étnica, demográfica, cultural y de la riqueza territorial con que cuenta, además de la calidez de su gente como atributo mundialmente reconocido. Las actividades que giran en torno a este sector han dado lugar a numerosos modelos de negocio implementados por locales y extranjeros. María Lorena Gutiérrez, ex ministra de Minas y Energía, respalda esta posición, al afirmar que la industria de viajes y turismo se consolida en Colombia como uno de los grandes detonantes de crecimiento y desarrollo económico del país, debido a que permite aprovechar y capitalizar el potencial de los diferentes prestadores de servicios turísticos y los saberes, costumbres, cultura y

conocimiento territorial de las comunidades. Es de resaltar según el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, que en 2017 se registró una afluencia aproximada de 3.3 millones de turistas extranjeros no residentes que ingresaron al país, el turismo generó en dicho año el 7.78% del empleo a nivel nacional, registrando altos índices de informalidad (53.2%). En 2018 acorde con las cifras reveladas por el Índice de Competitividad Turística Regional de Colombia, este sector de la economía participó en un 3.94% del Producto Interno Bruto colombiano.

En Colombia el MinCIT, reveló que existen a cierre de 2018, 31.279 prestadores de servicios turísticos en el país, siendo estos las empresas enfocadas en prestar servicios y ofrecer productos turísticos con los que pretenden satisfacer las necesidades y expectativas tanto de viajeros locales como de turistas extranjeros, generando 183.861 empleos formales (46.1% del total de empleos registrados en el sector). En la ilustración 1, se evidencia el crecimiento que se ha generado en el número de prestadores de servicios turísticos en Colombia y el comportamiento de estos en el departamento de Santander, cabe destacar que al cierre del 2018 el 5% de los prestadores de este tipo de servicios se sitúan en el departamento de Santander.

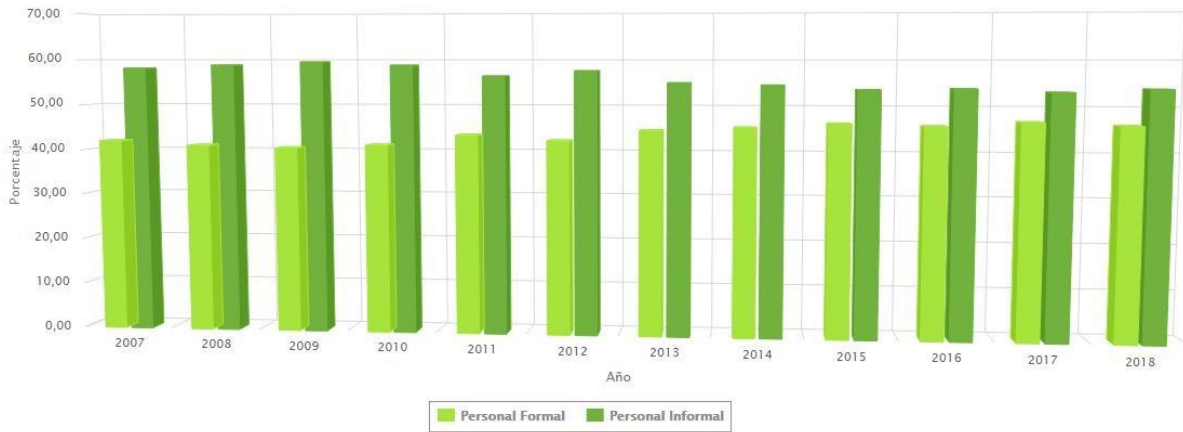
Ilustración 1. Prestadores de servicios turísticos en Santander, Colombia



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (2019)

En la ilustración 2, se refleja el nivel de empleo formal e informal en el sector turismo a nivel Colombia, cabe destacar que a cierre de 2018 atendiendo a las cifras oficiales del DANE reveladas en la (Gran Encuesta Integrada de Hogares, 2018) el 53,9% del empleo en el sector es de carácter informal. En 2009 el nivel de informalidad en el sector llega al 59,4%, con una disminución constante año tras año, sin embargo, se mantiene por encima del 53% de informalidad en el periodo comprendido entre 2007 y 2018.

Ilustración 2. Empleo formal e informal en turismo en Colombia



Fuente: DANE-Gran Encuesta Integrada de Hogares (2018)

El nivel de informalidad en el sector del turismo a nivel departamental refleja según las cifras reveladas en la Gran Encuesta Integrada de Hogares (2018), que a corte de diciembre de 2018 Santander es el séptimo departamento con mayor proporción de empleos informales en el sector turístico colombiano (20%), liderado la lista se encuentra el departamento de Antioquia con un nivel de informalidad del 51%. En la Tabla 1, se observan las estadísticas descritas.

Tabla 1. Nivel de informalidad y formalidad del empleo por departamentos en el sector de Turismo en Colombia

	Formales	informales	Informalidad Dpto.	Informalidad a Nivel Nacional
Antioquia	2.735	2.793	51%	15%
Bolívar	1.485	922	38%	51%
Caldas	419	145	26%	8%
Magdalena	1.565	738	32%	4%
Quindío	1.032	256	20%	1%
Risaralda	575	216	27%	1%
Santander	1.225	310	20%	2%
Valle de Cauca	1.342	23.000	63%	13%

Fuente: DANE-Gran Encuesta Integrada de Hogares (2018)

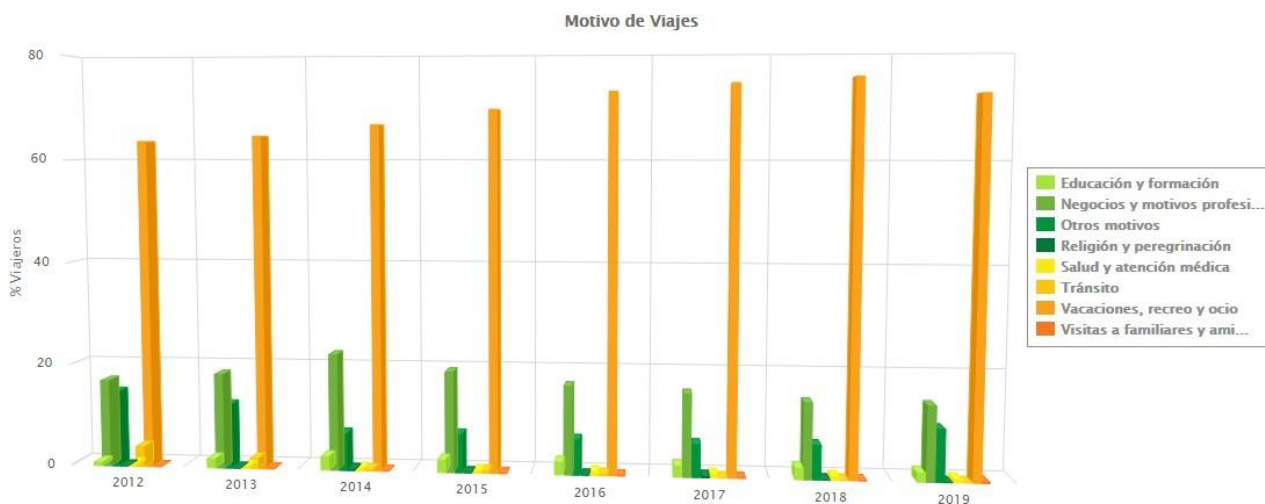
La magnitud de visitantes foráneos que llegan anualmente a Colombia es significativa, en 2017, según cifras del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) destacadas por María Lorena Gutiérrez, ex ministra de Minas y Energía, 3.4 millones de turistas internacionales visitaron Colombia realizando transacciones por valor de 17.9 billones de pesos, lo que representa un crecimiento del 23.8% frente a la cifra de turistas registrados en 2016 y un 115% frente a la estadística de 2010.

Las cifras son contundentes, en el último informe publicado por el MinCIT, en 2018 más de **5.3** millones de turistas extranjeros arribaron a Colombia, lo que representa un crecimiento del 10.4% frente a 2017 y un 51.8% de la población de Bogotá (ciudad capital). Migración Colombia valida este crecimiento, resaltando que es el doble del ritmo de crecimiento del turismo a nivel mundial, aproximadamente 5% en 2018, según la Organización Mundial del Turismo (OMT). El viceministro de Turismo Juan Pablo Franky, resaltó que en 2018 la ocupación hotelera en Colombia, alcanzó el 55,46%, evidenciando la tasa más alta registrada en la última década junto

con la cifra alcanzada en 2016, sumado a esto el ingreso de 3.1 millones de turistas extranjeros no residentes, permitieron afirmar al Ministro de Turismo José Manuel Restrepo que la participación proyectada de este sector sobre el PIB para 2019 es del 4.1%, con perspectivas de recibir a 5 millones de turistas en 2023, cifras que respaldan el buen momento por el que está atravesando el turismo en Colombia.

Los motivos de afluencia de turistas a Colombia son variados, la ilustración 3, evidencia que a cierre de 2018 el 75.59% de los motivos de visita a Colombia son por vacaciones, recreo y ocio, el comportamiento de este motivo de visita es líder en el país ocho años, superando los demás motivadores en una proporción significativa.

Ilustración 3. Motivos de viaje a Colombia



Fuente: (Migración Colombia-Cálculos OEE-MINCIT, 2019-06)

La tendencia creciente de movilización de población extranjera a destinos turísticos nacionales da lugar a grandes oportunidades en el sector del turismo y especialmente en el turismo de aventura, cuya finalidad es entretener y encantar a propios y visitantes con los diferentes

productos y servicios turísticos con que cuenta un territorio articulados de forma eficiente para sacar máximo provecho de los paisajes, destinos, deportes, riqueza cultural y territorial que se pueden ofertar en cualquiera de los 32 departamentos que conforman a Colombia.

El departamento de Santander cuenta con diferentes destinos turísticos de alto potencial e interés a nivel nacional e internacional, con un flujo de 308,141 visitantes, de los cuales 20.482 son extranjeros no residentes en 2018 (MinCIT, 2018) es el séptimo departamento con mayor afluencia de turistas procedentes de otros países, con 1.560 prestadores de servicios turísticos, 3 municipios (Barichara, San Juan de Girón y Socorro) que forman parte de La Red de Pueblos de Patrimonios, caracterizados por su inmensa riqueza arquitectónica, ambiental, histórica y cultura, sumado a los municipios de San Gil, Charalá y el Socorro, los cuales están catalogadas como municipios de interés cultural para la Nación; se convierte en un territorio con enorme potencial para contribuir al desarrollo regional, a través del turismo como motor que impulsa el crecimiento económico local y el bienestar social.

En concordancia con el planteamiento anterior que expone los atributos que exaltan a Santander como destino turístico con alto potencial de desarrollo en Colombia, el plan regional de competitividad de Santander (PRC) 2018-2032, incluye dentro de sus pilares estratégicos el desarrollo territorial, enfocando a “mejorar la competitividad turística de Santander, a través de estrategias de gestión integral de sus destinos”, de manera tal que el reto propuesto en el PRC para ese departamento es alcanzar un turismo de clase mundial que contribuya de manera significativa al PIB de Santander, participando como mínimo un 3% en este indicador macroeconómico, favoreciendo la disminución de los altos índices de informalidad en el sector que para el primer

trimestre de 2018 se registraron en el 77%, 7 puntos porcentuales por encima de la media nacional (70%) según cifras del (Centro de Pensamiento Turístico de Colombia, 2018), impactando de manera positiva sobre el desarrollo sostenible de las comunidades santandereanas y exaltando los atributos y la riqueza cultural y territorial del departamento.

Dentro de las iniciativas del Plan de Desarrollo Departamental (PDD) 2016-2019, en el programa de gobierno “Santander crece con Equidad”, se visualizan tres objetivos estratégicos que apuntan a propiciar un crecimiento y desarrollo regional sostenible con la generación de valor agregado y la internacionalización del turismo como uno de los pilares de la economía santandereana; estos son:

- “Promover la preservación, protección y sostenibilidad del turismo y el desarrollo de nueva infraestructura turística en el departamento”.
- “Crear identidad cultural y marca propia de la región, como soporte de la actividad turística”.
- “Definir rutas turísticas para el departamento y promover la innovación de productos turísticos innovadores y diferenciadores”.

En línea con los objetivos de desarrollo territorial y departamental trazados por el PRC 2018-2032 y el PDD 2016-2019, se identifica a nivel regional, la necesidad de articular los actores, atractivos y servicios turísticos del departamento a través de la definición, planeación y ejecución de proyectos turísticos, modelos de negocio, planes de marketing, proyectos de investigación y el establecimiento formal de un sistema gobernanza específico del sector del turismo en Santander, apoyado en el desarrollo de programas de promoción, conectividad competitiva, rutas turísticas y oferta de productos y servicios competitivos e innovadores que contribuyan a la generación de

valor y al desarrollo turístico regional con miras a posicionar a Santander como destino turístico de relevancia a nivel latinoamericano.

Los problemas y/u oportunidades en el sector de turismo que enfrenta en términos específicos este departamento hacen referencia a un alto índice de informalidad en el empleo, la falta de establecimiento de un sistema de gobernanza formal para el sector, la carencia de integración y articulación de los servicios, productos, actores, atractivos, destinos, oferta y demanda de turismo presentes en el departamento, la necesidad de consolidación del posicionamiento de los destinos turísticos más representativos a nivel nacional e internacional y la necesidad de generar y diseñar mayores proyectos, productos y servicios turísticos que impulsen el desarrollo local bajo las premisas de conectividad, competitividad e innovación.

El departamento de Santander cuenta con uno de los ecosistemas más privilegiados en Colombia para capitalizar el turismo de aventura y contribuir a la generación de desarrollo en la región (El Cañón del Chicamocha). El cañón del Chicamocha tiene una extensión que supera los 46 mil kilómetros cuadrados, dotado de gran biodiversidad es uno de los accidentes geográficos de mayor magnitud a nivel mundial. El territorio que lo define está integrado por diez municipios: Cepitá, Los Santos, Jordán, Barichara, Villanueva, Curití, Aratoca, Zapatoca, Molagavita y Capitanejo. En el 2012 el cañón fue presentado por Colombia para su inclusión en la lista tentativa de la declaratoria como Patrimonio de la Humanidad, un año después, en 2013 es aceptado por el Comité de Patrimonio Mundial de UNESCO, dando inicio a la fase de documentación de los atributos que debe tener para ser declarado como Patrimonio Mixto (cultural y natural) de la Humanidad, (Oviedo-Chavez, 2015).

Los atributos que caracterizan el Cañón del Chicamocha y al territorio que lo compone como destino turístico privilegiado, a pesar del especial potencial turístico que representa como atractivo de gran interés a nivel nacional e internacional, en el marco del impulso nacional y regional del sector del turismo como fuente de desarrollo económico para el departamento y para la nación, están siendo operados de manera desarticulada, esta situación permite identificar la necesidad de integrar los actores, servicios y atractivos turísticos del territorio que compone al Cañón del Chicamocha como estrategia para contribuir a la generación de desarrollo económico en las comunidades y municipios que hacen parte de los destinos turísticos que lo integran, y aportar significativamente a los objetivos estratégicos de desarrollo territorial contenidos en el PRC 2018-2032 y el PDD 2016-2019. Si bien, en la actualidad se ofrecen servicios turísticos a través de diferentes operadores, no se evidencia existencia de rutas turísticas que integren los actores, servicios y atractivos turísticos presentes en los municipios que componen el cañón del Chicamocha, ni que vinculen a las comunidades, inversionistas, empresarios, turistas y demás agentes de la cadena de valor turística de la región, en rutas especializadas en ciclomontañismo como actividad deportiva que imprime innovación en el propósito integrador y de desarrollo plantado, direccionando la experiencia de viajeros locales y turistas extranjeros aficionados a este deporte e interesados en conocer la riqueza cultural y territorial del Cañón del Chicamocha y de los municipios que lo conforman, sobre las ruedas de sus equipos deportivos.

El ciclomontañismo o ciclismo de montaña es una actividad deportiva enmarcada en la categoría de turismo de aventura, seleccionada en este proyecto como eje central de integración de los actores, servicios y atractivos turísticos presentes en el municipio de Zapatoca y los municipios de: Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán, integrantes del territorio que

compone el Cañón del Chicamocha, a través del diseño de rutas turísticas especializadas en dicha categoría de ciclismo, las cuales contribuyen a direccionar la experiencia de viajeros locales y turistas extranjeros deportistas y/o aficionados, impactando positivamente en la generación de valor, en la sostenibilidad del sistema turístico, en el beneficio socio-económico de las comunidades, en el fortalecimiento del cañón como destino turístico, en el posicionamiento de una marca región sólida, en la inclusión de población desfavorecida, en dinamizar el desarrollo para minimizar desequilibrios económicos y sociales y en satisfacer la experiencia de viajeros locales y turistas extranjeros aficionados al ciclomontañismo, promoviendo el deporte, la cultura, y el turismo de aventura como emblema de Zapatoca, del Cañón del Chicamocha, de los municipios que lo componen y en términos generales, del departamento de Santander.

Seleccionar el ciclomontañismo como eje de integración de los tres elementos ya mencionados que definen parte de la cadena de valor turística presentes en el territorio delimitado, es una iniciativa innovadora, que no existe en Santander, ni en el Cañón del Chicamocha, la cual de manera estratégica aprovecha los grandes logros y el excelente desempeño obtenido por deportistas colombianos como Nairo Quintana, Egan Bernal y Rigoberto Urán, entre otros, en certámenes de clase mundial, situación que ha captado la atención de locales y extranjeros aficionados a las diferentes modalidades de esta actividad deportiva, direccionando su interés en practicar ciclismo de ruta y de montaña en Colombia, por ser el país de origen de grandes deportistas de talla internacional y por contar con condiciones geográficas variadas y óptimas para su práctica, que sumados a la riqueza cultural y territorial con que cuenta el municipio de Zapatoca y los municipios que componen el Cañón del Chicamocha, hacen de este accidente geográfico un

destino turístico privilegiado y de gran potencial para el turismo de aventura en la región y la generación de desarrollo en la misma.

La no existencia de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo en Santander, sumado al flujo creciente de turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan este departamento y a la riqueza cultural, histórica, paisajística y natural con que cuenta el cañón del Chicamocha, se configura como una oportunidad invaluable para posicionar los diferentes destinos y atractivos turísticos presentes en el territorio delimitado, generando no solo dinámicas de crecimiento y desarrollo económico, sino también, activando y potencializando la actividad turística, su promoción y consolidación como una fuente de ingresos diferente a las actividades económicas tradicionales, fomentando una verdadera integración entre actores públicos y privados, atractivos, servicios y comunidad por medio de un trazado estratégico vinculante, que orienta una experiencia inolvidable para los amantes del turismo ecológico y del ciclomontañismo. Mientras que en el 2009 ingresaron Santander por vía aérea 27.807 turistas extranjeros, en 2019 la cifra creció un 40% alcanzando los 46.380 individuos (SITUR, 2019); por su parte, este departamento cuenta a cierre de 2018 con 17.900 habitaciones registradas en el RNT; de manera que el crecimiento exponencial de turistas que deciden viajar a Santander y la gran disponibilidad de oferta no solo en servicios de hospedaje, sino en servicios turísticos, contando con más de 230 prestadores de este tipo de servicios según SITUR (2019), debe ser materializado con proyectos como el diseño de rutas turísticas los cuales generan verdadero valor compartido y sostenible en tiempo, explotando de forma responsable al riqueza del departamento. En este orden de ideas, este proyecto es una oportunidad para generar impactos positivos sobre el desarrollo de Santander, tales como los expuestos en la siguiente imagen.

Imagen 1. Impactos positivos del sector Turismo sobre una región específica



Fuente: (Gambarota, 2017)), (Villar, 2009)

En consecuencia, este proyecto contribuirá a potenciar el turismo de aventura en el municipio de Zapatoca y los municipios de: Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villa Nueva y Jordán, integrantes del territorio que compone el Cañón del Chicamocha, Santander-Colombia, articulando los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, a través del diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, que direccionen la experiencia de viajeros locales y turistas extranjeros aficionados al ciclismo de montaña e interesados en experimentar dicha práctica deportiva en un entorno turístico de aventura con amplia riqueza cultural y territorial.

Este proyecto consolida los pilares fundamentales para el diseño de un producto de turismo de relevancia para el departamento, a la par que se constituye como un proyecto 100% innovador en la región y líder en la vinculación del ciclomontañismo y el turismo, bajo un esquema de sostenibilidad y conectividad competitiva de bienestar y desarrollo económico y social; y es en esencia, un elemento de promoción y posicionamiento, el cual es estructurado a partir de un itinerario con un diseño enfocado en exaltar la riqueza territorial y en guiar el viaje de turistas nacionales y extranjeros bajo una temática común.

1.3.

PREGUNTA DE INVESTIGACION.

¿Cómo articular los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el municipio de Zapatoca y los municipios de: Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán (Santander – Colombia) para orientar la experiencia de viajeros locales y turistas extranjeros, deportistas y/o aficionados al ciclomontañismo, a lo largo del territorio, y contribuir al posicionamiento del Cañón del Chicamocha como motor de desarrollo económico para la región y destino turístico de interés nacional e internacional?

1.4.

CARACTERIZACION DEL USUARIO IMPACTADO.

La contribución a la articulación de los actores, servicios y atractivos turísticos que implícitamente forman parte de la cadena de valor turística del municipio de Zapatoca y el territorio que compone el Cañón del Chicamocha a través del diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo tiene como usuario final viajeros locales (Residentes en Colombia con nacionalidad colombiana o extranjera) y turistas extranjeros (No residentes en Colombia, con nacionalidad extranjera) aficionados al ciclomontañismo, que están interesados o planean conocer los destinos turísticos más representativos de Santander a la par que practican este deporte. No existen estadísticas que revelen cifras puntuales sobre la afluencia de turistas internacionales que visiten el departamento en mención, en búsqueda de turismo sobre ruedas, debido a que es una tendencia reciente en el turismo de aventura santandereano, no obstante, la ex Ministra María Claudia Lacouture, ratifica el potencial de este sector de la economía en este departamento, afirmando que “Hay un crecimiento de turistas internacionales provenientes de Francia, Estados Unidos y España, que no solo quieren conocer, también vienen a ver oportunidades turísticas”, afirmando a su vez que el número de visitas de turistas internacionales en el último semestre de 2017 se incrementó en un 43% a nivel país y en un 63% en Santander.

El segmento de mercado está definido a partir de las siguientes variables y su respectiva caracterización, tomando como referente la estructura del “Diseño del producto turístico del municipio de Honda (Tolima) (Honda, 2014).

1.4.1. Turistas extranjeros

- País de procedencia del turista: extranjero, residentes en el exterior.
- Sexo: Hombres y mujeres
- Motivo de la visita a Colombia: Turismo de aventura, especializado en ciclomontañismo.
- Departamento de interés: Santander
- Grupo etario: entre los 25 y 45 años
- Capacidad adquisitiva: Alta
- Fidelidad del destino: visitantes por primera vez y visitantes frecuentes
- Frecuencia de la visita a Colombia: 1, 2 o más veces en el año
- Días o épocas preferentes de visita: Cualquier mes del año
- Estadía mínima en Colombia: 7 días
- Modo de acompañamiento: individual, en grupo o pareja
- Disponibilidad mínima de gasto en el país: 250-300 USD/día
- Idioma: Sin restricción, preferiblemente con dominio de inglés.

1.4.2. Turistas nacionales

- País de procedencia del turista: nacional, residentes en Colombia con nacionalidad colombiana o extranjera.
- Sexo: Hombres y mujeres
- Motivo de la visita a destinos turísticos en Colombia: Turismo de aventura, especializado en ciclismo
- Departamento de interés: Santander
- Grupo etario: entre los 25 y 45 años
- Capacidad adquisitiva: Media
- Fidelidad del destino: visitantes por primera vez y visitantes frecuentes
- Frecuencia de viajes a destinos turísticos en Colombia: 1, 2 o más veces en el año
- Días o épocas preferentes de visita: Cualquier mes del año
- Estadía mínima en destinos turísticos en Colombia: 4 días
- Modo de acompañamiento: individual, en grupo o pareja
- Disponibilidad mínima de gasto en el país: 100-150 USD/día
- Idioma: español

Las rutas turísticas especializadas en ciclismo para el municipio de Zapatoca y los municipios de: Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán, integrantes del territorio que compone el Cañón del Chicamocha, tienen dos tipos de usuarios finales ya definidos, no obstante, con ellas se pretende contribuir tanto al desarrollo de actores de turismo locales y extranjeros presentes en la región, como al desarrollo de las comunidades propias de los

municipios que integran el cañón y al desarrollo y posicionamiento a nivel nacional e internacional del turismo de aventura ofrecido en el departamento de Santander, impactando de manera positiva en los agentes económicos, proveedores de servicios turísticos y en los guías y actores presentes en los atractivos turísticos que conforman el segmento de la cadena de valor de este sector económico en los destinos turísticos localizados en los municipios definidos.

1.5.

OBJETIVOS DE INVESTIGACION.

1.5.1. OBJETIVO GENERAL.

Diseñar cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los municipios de Zapatoca, Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán (Santander – Colombia), articulando los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, contribuyendo al desarrollo de la región y al posicionamiento del cañón del Chicamocha como destino turístico de interés nacional e internacional.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 1.** Analizar los elementos del sistema turístico: oferta, demanda, comunidad, infraestructura y superestructura, de los siete municipios definidos, aplicando la metodología de análisis de sistema turístico, contribuyendo al conocimiento de las características que definen este sistema.
- 2.** Evaluar los atractivos y servicios turísticos presentes en los siete municipios seleccionados, aplicando un instrumento de valoración sobre los mismos, determinando aquellos que son estratégicamente vinculables en el diseño de las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo.
- 3.** Determinar los itinerarios correspondientes a las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los siete municipios definidos, atendiendo a criterios geográficos y de disponibilidad de atractivos y servicios, integrando representaciones gráficas, georreferenciación y características específicas de las mismas, direccionando la experiencia turística a largo del territorio delimitado.

1.6.

JUSTIFICACION

En la actualidad países como Colombia han comprendido que la dependencia económica sobre un sector en específico, no es una estrategia sostenible en el tiempo para la economía nacional, de modo tal, que han apostado por nuevos caminos a recorrer en sectores de alto potencial en la generación de ingresos, bienestar y desarrollo económico para las comunidades, bajo un marco de competitividad y sostenibilidad que implica la integración del sector público y privado, de las comunidades locales y visitantes, de empresarios y emprendedores, este es el caso del turismo. Colombia es una nación privilegiada gracias a la enorme riqueza territorial, cultural, patrimonial e histórica que posee; departamentos como Santander, cuentan con una fuente inagotable de oportunidades de negocio en torno a destinos turísticos como el Cañón del Chicamocha, las cuales deben ser aprovechadas para generar un mayor nivel de integración turística y desarrollo regional.

Siguiendo la línea de pensamiento de (Gutiérrez, 2014) generar proyectos que consoliden el turismo como fuente de desarrollo económico, forma parte de una dinámica económica y estratégica que fomenta el desarrollo territorial más allá del crecimiento económico, basado en las capacidades de integración competitiva, social, económica y cultural de los actores, servicios, instituciones públicas y privadas, gremios y atractivos turísticos presentes en un territorio, para el beneficio de sus habitantes y demás agentes económicos presentes en el mismo. Una de las grandes apuestas que Colombia ha realizado para diversificar su dependencia económica a diferentes sectores económicos de los tradicionales, ha sido sin duda, el turismo, especialmente el turismo receptivo. Durante el año 2019, según (Procolombia, 2019), Colombia recibió a más de 4.5 millones de visitantes no residentes, reflejando un crecimiento con respecto al año anterior, del

2,7%, siendo este el mejor año para el turismo receptivo en el país. Este sector ha alcanzado registros históricos que dinamizan la economía de los destinos turísticos, logrando una ocupación hotelera del 57,8% a cierre de 2019 según (FONTUR, 2019) y un aumento en los ingresos de agencias de viajes y del sector hotelero, así como un crecimiento significativo en el tráfico de viajeros que arriban al país por vía aérea y marítima. En 2018, el sector turismo siguió ratificando su fortaleza como consecuencia de la inversión extranjera directa y de la inversión pública y privada; generando 1.9 millones de empleos formales, (Procolombia, 2019).

Si bien, Colombia cuenta con una enorme riqueza natural, cultural, histórica y es un país biodiverso cuyos destinos turísticos son cada vez más valorados y apetecidos por turistas internacionales, el país aún no ha consolidado este sector, como uno de los ejes principales de las economías regionales, ni de la economía nacional, (FONTUR, 2019). En este orden de ideas, Colombia requiere afrontar y solucionar sus retos de competitividad e integración de sus sistemas turísticos generando proyectos que impacten la realidad económica, social y cultural de las comunidades, favoreciendo la integración pública y privada en beneficio del desarrollo regional y nacional a través del posicionamiento del turismo como actividad líder en el sector servicios.

El departamento de Santander es un destino turístico con alto potencial de desarrollo y posicionamiento, dado que, entre otras cosas, cuenta con un tesoro turístico con alto potencial de desarrollo y posicionamiento a nivel mundial, este es el Cañón del Chicamocha. En este fenómeno natural y en los municipios que lo integran no se evidencian proyectos de turismo deportivo o turismo de aventura que integren la región que compone al cañón, el cual goza de una inmensa belleza y riqueza natural, que es complementada de forma exquisita con la diversidad

arquitectónica, la riqueza histórica y cultural de los diferentes atractivos, recursos, prestadores de servicios turísticos y comunidades que residen en los municipios propios del cañón y alrededores al mismo. Si bien, Santander no lidera la lista de destinos de mayor visita por parte de extranjeros directos, es un departamento con enorme potencial para encabezar este listado y la región del Cañón del Chicamocha es una fuente inagotable de proyectos turísticos por formular y ejecutar.

La apertura de nuevas rutas aéreas internacionales, permiten a Santander estar en el radar de los nuevos destinos del mercado americano, primer país emisor de turistas a Colombia; dado que el 22% de los visitantes no residentes que vienen al país, provienen de Estados Unidos (ProColombia, 2019). El reciente lanzamiento de la ruta aérea entre el aeropuerto Internacional de Palonegro (Bucaramanga área metropolitana) y el aeropuerto de Fort Lauderdale ubicado en el sur de Florida, Estados Unidos, iniciará operaciones a partir del mes de abril del 2020 con una frecuencia semanal de 3 vuelos. Esta ruta permitirá, no solo dinamizar el tráfico de viajeros entre ambas localidades, sino la oportunidad de conectar a Bucaramanga y Santander, con más de 135 destinos internacionales desde el aeropuerto de Fort Lauderdale. Este logro para el departamento es el resultado de un trabajo de articulación de distintas instituciones como: Aeropuertos del Oriente, Procolombia, Gobernación de Santander, Alcaldía de Bucaramanga, Anato, Acodres, Cotelco y Vanguardia Liberal, junto a la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Ahora bien, los proyectos que se han desarrollado en el país para impulsar el turismo como motor de crecimiento y desarrollo económico han sido liderados por el gobierno nacional a través del MinCIT y sus entidades adscritas, por los grandes grupos hoteleros y por inversiones privadas que han generado una oferta creciente de productos y servicios turísticos; ahora bien, las

investigaciones y proyectos académicos como los desarrollados por la UNAB, el proyecto “De los Alpes a Los Andes”, la declaratoria del Cañón del Chicamocha como Patrimonio de la Humanidad por parte de la UNESCO, han contribuido a la caracterización del sistema turístico colombiano y santandereano y han generado conocimiento valioso al respecto permitiendo formular, diseñar y evaluar diversidad de proyectos a lo largo y ancho del territorio nacional. En este orden de ideas, el diseño de rutas turísticas de ciclomontañismo para el departamento de Santander, es parte de las dinámicas que lideran el impulso del sector turístico de Santander como eje económico y de desarrollo social para el departamento y para el país.

El diseño de rutas turísticas se configura como una estrategia de desarrollo en turismo, que permite integrar los actores, servicios y atractivos turísticos de uno o más destinos, con el objetivo de brindar una experiencia atractiva a los viajeros manteniendo un contacto directo con los recursos turísticos con que cuenta una comunidad, sumado a su patrimonio histórico, cultural y riqueza territorial, en un mercado de productos y servicios de turismo. Las rutas de turismo son entonces una tendencia global potencializada por la implementación de estrategias territoriales de dinamización económica y de posicionamiento turístico, las cuales son en esencia un trazado estratégico que interconecta geográfica y físicamente dos o más atractivos turísticos, con la interacción inherente de actores económicos, propiciando el desarrollo local y regional, potenciando la actividad económica y el comercio, el ingreso de divisas, la diversificación y formalidad del empleo y mejoras en estructura e infraestructura. A su vez, este tipo de trazados turísticos, profundizan la oferta turística regional, y son diseñados favoreciendo las prácticas de turismo sostenible y responsable con el medio ambiente, con la preservación del patrimonio

natural, histórico y cultural, generado impactos positivos en el desarrollo social de las comunidades.

En este orden de ideas, este proyecto está alineado de forma consistente con el (Plan de Desarrollo Nacional, 2018-2022) debido a que uno de los principales ejes estratégicos se denominó “Turismo: el propósito que nos une”, en el cual el diseño de rutas turísticas está asociado principalmente los siguientes objetivos:

- “Desarrollaremos productos turísticos diferenciados y de alto gasto, como el turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo de reuniones, turismo de salud y bienestar”.
- Llevar a cabo una gestión integral de los destinos turísticos, fortaleciendo la oferta de productos y servicios, fomentando la innovación continua a través de la metodología del “arcoíris turístico”.

Es destacable mencionar que, dentro de los objetivos del Gobierno Nacional, específicamente de MinCIT, se encuentra promover actividades que no sean agropecuarias, como lo es el turismo con énfasis en sostenibilidad y responsabilidad medioambiental y social para elevar los ingresos a la población general y especialmente a la población rural, lo cual es completamente a fin, al impacto que generan las rutas turísticas. Así mismo, esta investigación aporta significativamente al Plan Sectorial de Turismo 2018-2022, formulado por el MinCIT de Colombia, debido a que el diseño de rutas turísticas forma parte de los siguientes ejes estratégicos con las respectivas estrategias relacionadas.

Tabla 2. Ejes estratégicos y estrategias relacionadas al diseño de rutas turísticas presentes en el PST de Colombia (2018-2022)

Eje Estratégico	Estrategias Relacionadas
Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística	Fortalecer la planificación y ordenamiento territorial para el turismo
	Desarrollar productos turísticos diferenciados y de alto valor
	Fortalecer la integración regional para el turismo
Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo	Fortalecimiento de la inversión público - privada para la infraestructura turística
	Mejor conectividad terrestre, digital, fluvial, marítima y náutica
Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo	Impulsar el desarrollo de emprendimientos turísticos
	Innovación para potencializar el sector

Fuente: Elaboración propia

Las rutas de turismo son catalogadas por el PST (2018-2022), como una estrategia innovadora de integración mixta para el desarrollo turístico nacional y departamental, que fomenta la cooperación e integración e impulsa el posicionamiento y desarrollo de actuales y nuevos destinos turísticos, como elemento de integración regional del turismo que potencian la oferta de turismo y la comercialización de productos y servicios pertenecientes a este sector de la economía.

A nivel departamental, este proyecto contribuye significativamente a los Planes de Desarrollo Municipales (2016-2019) de Zapatoca y los 6 municipios seleccionados, en materia de desarrollo turístico y posicionamiento de los destinos actuales y nuevos destinos potenciales de la región; de igual forma, este proyecto respalda y da continuidad al Plan de Desarrollo Departamental (2016-2019) y al Plan Regional de Competitividad de Santander (2018-2032) y es un insumo para potenciar la integración turística y el diseño de nuevas rutas y proyectos en futuros

planes de desarrollo municipales, regionales y departamentales propuestos por la gobernación del departamento y las alcaldías municipales.

Por otra parte, el diseño de las 5 rutas definidas es complementario a los intereses manifiestos para el próximo plan de gobierno y plan de desarrollo de Santander, en cabeza del actual gobernador del departamento (Mauricio Aguilar) el cual tiene como eje estratégico exaltar a Santander como destino turístico de clase mundial, a través de un plan de apertura que declara en 2020 como ejes turísticos del departamento a Hidrosogamoso, Panachi y el Cerro del Santísimo, los cuales son íconos del turismo nacional e internacional y en el caso puntual de Panachi, es un destino que está situado en el corazón del territorio seleccionado estratégicamente para diseñar entorno a él (El Cañón del Chicamocha), las 5 rutas de ciclomontañismo. Así mismo, esta investigación se realiza para impulsar los proyectos académicos realizados sobre el sector turismo en Santander y liderados por la Universidad Autónoma de Bucaramanga, contribuyendo al posicionamiento tanto del departamento de Santander como del Cañón del Chicamocha como destinos turísticos de gran reconocimiento a nivel nacional e internacional, explotando de forma responsable, competitiva, integrada y sostenible, la riqueza turística con que cuenta la región.

Llevar a cabo el diseño de rutas de turismo en Santander es relevante porque este tipo de estrategia minimiza los desajustes sociales, económicos y culturales del departamento, beneficiando a toda la cadena de valor turística que define al sistema de turismo intervenido en el diseño estratégico de las rutas. De manera complementaria, desarrollar este tipo de proyectos, específicamente rutas de turismo especializadas en ciclomontañismo, imprime un carácter innovador a nivel nacional y a nivel mundial en la categoría de turismo alternativo y de aventura.

Un ejemplo cercano pero diferenciado, es el proyecto de cicloturismo para el Quindío, recientemente, presentado durante la vitrina turística de Anato 2020 el cual se configura como la nueva alternativa turística para esa región del país, el cual busca atraer visitantes extranjeros, que están en búsqueda de nuevos destinos y enfocados en un turismo comunitario, de aventura y naturaleza.

Imagen 2. Panorámica del Cañón del Chicamocha



Fotografía. Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018).

Es relevante destacar que la innovación planteada en este proyecto, al orientar una ruta de turismo formal alrededor de ciclomontañismo para la región del Cañón del Chicamocha, propende por la integralidad en la oferta de nuevas experiencias de turismo integrando la riqueza de en la oferta de productos, servicios y atractivos y recursos turísticos naturales, históricos y culturales con que cuenta una región, con un componente central, el ciclomontañismo alrededor del Cañón

del Chicamocha. En consecuencia, diseñar este tipo de rutas turísticas especializadas en ciclismo genera una oferta diferenciada de turismo con un eje conductor que es el deporte en mención. Aprovechar de forma sostenible la riqueza de Zapatoca y los municipios que conforman el Cañón del Chicamocha es fundamental para contribuir a la consolidación de sus atractivos turísticos como destinos de interés a nivel nacional e internacional, del mismo modo, que permiten re activar las economías locales, generando mayores niveles de crecimiento y desarrollo económico, minimizando la dependencia de las actividades tradicionales, involucrando en empleos formales a los residentes locales, en últimas, impactando positivamente en el desarrollo de la región.

En suma, el Cañón del Chicamocha es sin duda un referente turístico a nivel nacional, que goza de una gran riqueza natural, cultural e histórica, lo cual lo convierten en un destino turístico integrado por diez municipios con grandes atractivos por explorar. Explotar positivamente esta riqueza por medio del diseño de rutas turísticas especializadas en ciclismo, mismas que no existen a la fecha, es de gran relevancia para el departamento y para el territorio en mención, dado que es una estrategia que potencia el desarrollo económico y territorial, aumenta la visibilidad del Cañón como destino turístico de interés a nivel mundial, impulsa a la cooperación e integración de actores públicos y privados en pro de beneficios comunes, capta la atención de empresarios y emprendedores, y favorece la participación activa de las comunidades que lo habitan, generando modelos de negocio, activando en mayor medida el mercado de turismo, potenciando el desarrollo endógeno, promoviendo el deporte como complemento de la actividad turística e innovando en la orientación de la experiencia de los turistas y viajeros a lo largo de Santander.

LIMITACIONES Y DELIMITACIONES.

Las estrategias de turismo propenden generalmente por contribuir al desarrollo de las comunidades y regiones de los territorios para los cuales son formuladas y ejecutadas. En el caso específico de las rutas turísticas, este tipo de estrategia es generalmente consolidada de dos formas. En primer lugar, en la estructuración de un producto de turismo listo para ser comercializado. En segundo lugar, en el diseño de las rutas como trabajo de investigación en donde se especifican los itinerarios y se realiza el trazado de las rutas con la respectiva caracterización de estas, bajo una dinámica de generación de conocimiento sobre los actores, destinos, atractivos, mercado y sistema turístico de un territorio delimitado. Este proyecto tiene como alcance específico el segundo tipo de consolidación, pues no está concebido como el diseño y estructuración del producto de turismo listo para ser comercializado, sino como la investigación y diseño de cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, las cuales contribuyen al desarrollo de la región y a la generación de conocimiento sobre este tipo de trazados estratégico en el Cañón del Chicamocha (Santander-Colombia). Siendo el resultado de este proyecto el insumo fundamental para en posteriores trabajos estructurar y consolidar un producto turístico.

1.8.

DEFINICION DE TERMINOS

- 1.8.1. **Atractivo Turístico:** Es aquel lugar o espacio físico con la suficiente capacidad para incentivar la visita de locales, viajeros nacionales y turistas, siendo un insumo fundamental de todos los productos y servicios turísticos, pues giran en torno a ellos, (Fuente: Glosario FONTUR).
- 1.8.2. **Destino turístico:** Espacio físico delimitado, en el cual se ofrecen productos y servicios turísticos, caracterizado por un sistema administrativo, territorial y de gobierno, en el cual confluyen oferentes y demandantes, (OMT, 2002)
- 1.8.3. **Desarrollo Territorial:** Dinámica de transformación continua que implica el mejoramiento económico y un nivel superior de bienestar poblacional, a partir del aprovechamiento de los recursos y atributos con que cuenta en territorio en el que habita, organizado en actividades productivas que tiene como fin último potenciar el crecimiento de la productividad, garantizar la sostenibilidad y elevar la calidad de vida de la comunidad, (DNP, 2010).
- 1.8.4. **Clúster Turístico:** Es la concentración o agrupación geográfica y estratégica de empresas con actividades económicas relacionadas, sumado a proveedores especializados, instituciones afines, entre otros actores que se desenvuelven en un mismo sector o industria (Fuente: Glosario Cámara de Comercio de Medellín).

- 1.8.5. Organización Mundial del Turismo (OMT): Organismo de las Naciones Unidas cuya función principal es la promoción del turismo como actividad económica responsable, sostenible y accesible para todos.
- 1.8.6. Patrimonio: Conjunto de bienes de tipo material o inmaterial con que cuentan las regiones, personas naturales y jurídicas, en este caso para satisfacer las necesidades turísticas u ofertar productos y servicios turísticos en un territorio determinado, (OMT, 2008).
- 1.8.7. Producto Turístico: Combinación de servicios y atractivos ofertados para uno o más territorios, cuyo principal objetivo es garantizar el mayor grado de satisfacción de las expectativas, necesidades, deseos y experiencias de los turistas. (Ley 300, 1996)
- 1.8.8. Prestador de Servicios Turístico: Eslabón de la cadena de valor del turismo que actúa bien sea persona jurídica o persona natural, en calidad de intermediario o contratante que interactúa con el turista para ponerlo en contacto con la oferta de servicios, productos y atractivos turísticos operados directamente por un tercero. (Ley 300 de 1996)
- 1.8.9. Territorio: Espacio físico caracterizado por el asentamiento de grupos sociales, trascendiendo de una delimitación geográfica para involucrar aspectos sociales, culturales e históricos, así como vivencias y costumbres de quienes lo habitan, FONTUR.

1.8.10. Turismo: Es el conjunto de actividades ejecutadas por las personas que deciden desplazarse desde su lugar de residencia a otro destino, con diferentes fines, entre ellos ocio y recreación, trabajo, formación, etc. (OMT, 2008)

El capítulo uno de este proyecto permite contextualizar acerca de las nociones y definiciones fundamentales del turismo, exaltando la relevancia de generar proyectos que impliquen diseñar rutas de turismo para el Cañón del Chicamocha como estrategia de desarrollo territorial, dado el objetivo de contribuir con el desarrollo de la región y de las comunidades residentes, el posicionamiento de los municipios involucrados en las rutas como destinos turísticos con atractivos de interés nacional e internacional y la orientación bajo un experiencia innovadora y deportiva del recorrido del Cañón del Chicamocha por parte de los diferentes viajeros y turistas deportistas y/o aficionados al ciclomontañismo.

2. CAPITULO 2.

A nivel mundial existen gran cantidad de definiciones de turismo, la categorización de este sector la economía atiende a diversos criterios planteados a lo largo del tiempo, producto de la evolución en el estudio de este sector de la economía. Del mismo modo, autores de diversos países han desarrollado trabajos académicos que enriquecen el conocimiento teórico y práctico acerca del turismo en el mundo. El objetivo de este capítulo es clarificar los conceptos necesarios para comprender un proyecto enfocado en turismo, evidenciando la evolución temporal que ha tenido la consolidación de los saberes pertinentes, para estudiar y comprender los aportes de diferentes autores a nivel mundial, los cuales serán expuestos y analizados desde el objetivo de su trabajo, la metodología y los resultados más relevantes y significativos para este proyecto. En este orden de ideas, en primer lugar, se consigna el marco teórico de la investigación. En segundo lugar, el estado del arte, en donde se realiza un análisis del trabajo de autores a nivel mundial, latinoamericano y colombiano, en materia de diseño, análisis y creación de rutas turísticas como motor de desarrollo y reactivación económica de las regiones, potenciando y haciendo provecho de los atractivos turísticos, la riqueza cultural, territorial, patrimonial e histórica de los pueblos.

2.1.MARCO TEORICO

La integración de los actores, atractivos y servicios turístico presentes en el municipio de Zapatoca y los municipios de: Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán (Santander-Colombia), a través del diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, permite potencializar y capitalizar las ventajas competitivas que tiene Colombia en la práctica de este deporte, enfocado en la riqueza geográfica del cañón del Chicamocha, como destino turístico de especial interés para practicar ciclismo de montaña, complementado con la oferta de productos y servicios de turismo sobre ruedas y turismo recreativo, en el segmento de turismo de aventura. El creciente protagonismo que ha adquirido el ciclismo colombiano en el ámbito mundial con las destacadas participaciones de deportistas nacionales de alto renombre en certámenes internacionales, sumado al potencial de turismo de la región seleccionada y a la no existencia de rutas turísticas especializadas en la categoría de ciclomontañismo, hacen de este proyecto una iniciativa diferenciada e innovadora.

El turismo es sin duda una fuente de desarrollo y crecimiento económico, como lo refieren (Rodríguez y Ibáñez, 2007), quienes afirman que es una actividad productiva de gran importancia y trascendencia que se configura como motor desarrollo económico y social a nivel mundial. (Ariel, 1995); (Bartolomé y Barabas, 1998); (Mitchell y Reid, 2001); (Tucker, 2001); (Kroshus, 2003); (Hernández., 2005); (Pereiro y De León, 2007); (Ruiz, 2008), determinan que el turismo genera dinámicas de desarrollo endógeno (iniciativas de desarrollo lideradas por la comunidad residente en un territorio) que dan lugar a la evolución social y económica sostenible de las comunidades. Según la Organización Mundial del Turismo, (OMT, 2010), el turismo se define como un fenómeno socioeconómico y cultural asociado al desplazamiento de personas a destinos

diferente de su lugar de residencia por motivaciones recreativas, deportivas, de negocios, entre otros. En línea, con lo definido por dicha entidad, y atendiendo los criterios de clasificación por lugar residencia y destino, el turismo tiene tres clasificaciones:

1. Turismo interno: consiste en los viajes que realizan dentro del país individuos residentes en el mismo.
2. Turismo receptor: consiste en los viajes que realizan no residentes a un país o destino turístico determinado, fuera de su país de residencia.
3. Turismo emisor: consiste en los viajes que realizan residentes de un país que viajan a otro territorio determinado.

(Quesada y Navarrete, 2000) plantea ocho tipologías de turismo, estas son: turismo cultural, deportivo, de placer, de salud, de congresos y convenciones, de negocios, naturalista y entre otros, destacándose la categoría de turismo activo, alternativo o turismo de aventura. Este proyecto se enfoca en las categorías de turismo interno y turismo receptivo, bajo la modalidad de turismo alternativo, específicamente una subcategoría del mismo definida como turismo activo y de aventura. El turismo alternativo consiste según la (OMT, 2005), en una categoría cuyo propósito es realizar viajes en donde el turista interactúa con la naturaleza y las diferentes expresiones culturales propias de las comunidades rurales, nativas y urbanas de la región que va a visitar; a nivel internacional esta categoría, es definida según los criterios de la Adventure Travel Trade Association (ATTA, 2020), como un viaje nacional o internacional que debe incluir actividad física, interacción con la naturaleza y una inmersión cultural en el destino seleccionado. La United Nations World Tourism Organization en 2014, establece al turismo de aventura como una

actividad del segmento alternativo que involucra diferentes niveles de riesgo y exigencia física, en donde los viajeros deben estar dispuestos a interactuar con el entorno que los rodea. A nivel nacional el turismo alternativo atendiendo a las consignas del Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza de Colombia (2012), corresponde a las actividades físicas que involucren niveles de riesgo controlado realizadas en ambientes naturales, la cual está compuesta bajo la línea de pensamiento de (Rodríguez y Ibáñez, 2007) de las siguientes actividades:

- Turismo cultural
- Turismo Rural
- Agroturismo
- Ecoturismo
- Turismo activo y de aventura
- Turismo cinegético

Desde un perspectiva complementaria a las definiciones expuestas, el turismo activo y de aventura, también llamado turismo deportivo, consiste en el desarrollo de actividades deportivas con un claro propósito recreativo, cuyo diferenciador principal es la superación de diversos desafíos impuestos por la naturaleza (SECTUR, 2004), esta clasificación nace por la necesidad del mercado turístico de demandar actividades de turismo que involucren diferentes grados de riesgo y sean practicados en entornos naturales, (Díaz Carrión, 2012) y debido a las ventajas competitivas derivadas de las condiciones geográficas de los países. Acorde con la clasificación planteada por (Acebes, 2011), el turismo de aventura comprende las siguientes actividades que se desarrollan generalmente en espacios naturales o en sus proximidades:

- Actividades terrestres: senderismo, rutas a caballos, escalada, rutas en bicicleta, rutas en todo terreno, entre otros.
- Actividades acuáticas: piragüismo, vela, surf, motos acuáticas, buceo, entre otros.
- Actividades aéreas: parapente, paracaidismo, globos aerostáticos, entre otros.

Este sector económico, ofrece una amplia gama de actividades que sacan provecho de los atributos y atractivos territoriales, culturales y sociales con los que cuenta una región o un determinado lugar de interés para los viajeros, denominando destino turístico el cual es para la OMT (2010) un subsistema integrado por diversos elementos, de tipo:

- Espacial: Conjunto de recursos territoriales e infraestructura
- Productivo: Conjunto de factores y recursos de capital, producción, entre otros.
- Administrativo: Hace referencia a la legislación, regulación, reglamentación y políticas.

El concepto de destino turístico se forma a partir de la interrelación y los efectos que desencadenan los elementos que lo componen, que son fundamentalmente sectoriales y geográficos, (Timón, 2004). A partir de lo afirmado por la WTO (2002), un destino de este tipo es entendido como un espacio físico de afluencia de viajeros, que tiene la capacidad de ofrecer productos y servicios de turismo, sujeto a fronteras territoriales, aspectos administrativos y normativos. En otras palabras, es un espacio geográfico, social y económico en el cual se generan transacciones atendiendo a las leyes de oferta y demanda, con la capacidad de ofrecer experiencias, productos y servicios turísticos a los viajeros, y oportunidades significativas y mejoras en la calidad de vida a los habitantes de este, (Timón, 2004).

Los destinos de turismo integran un sistema, la OMT en 2001 establece que un Sistema Turístico es en esencia un conjunto de elementos interrelacionados cuya interconexión y evolución es dinámica, entre ellos se destacan los recursos naturales, territoriales, culturales y la comunidad local, siendo el insumo principal de la actividad turística. Un sistema de turismo un modelo de proceso que se constituye en un territorio determinado a partir de la interrelación entre los elementos que lo integran, atendiendo a las fuerzas del mercado (oferta y demanda) a la regulación vigente, al sistema de gobernanza e institucionalidad de los destinos turísticos inmersos en el sistema. Los elementos que integran este sistema según la OMT son: las fuerzas del mercado (oferta y demanda), los operadores del mercado de turismo y el territorio. No obstante, Bullón (1985) amplía la concepción de los elementos del sistema turística ampliando el espectro de análisis y constitución de mismo, determinando cinco elementos que deben valorarse al aplicar la metodología de análisis del sistema turístico, estos elementos definen al sistema en sí mismo y son: oferta, demanda, comunidad, estructura, y superestructura. Este tipo de sistema se caracteriza por ser de carácter dinámico e integrado por interacciones flexibles que surgen de manera natural y varían según las características de cada destino y los actores, servicios productos y atractivos turísticos presentes en él. Le dinamismo es mayor o menor dependiendo del grado de integración y articulación en torno a las actividades turísticas que se estructuren, y los resultados productivos y de desarrollo derivados del conjunto de interacciones ordenadas dependerá de la competitividad y el grado de estructuración eficiente y articulación óptima de los actores y elementos que componen el sistema.

Es relevante mencionar que la interconexión de estos recursos en un espacio físico delimitado (destino turístico), generan el mercado de turismo, el cual es ofertado a viajeros que se desplazan hasta dicha región motivados por las expectativas de vivenciar una experiencia enriquecedora que satisfaga sus deseos de conocer y admirar paisajes, lenguas, costumbres, culturas e identidades diferentes o similares a las propias. Los planteamientos de (Mathieson y Wall, 1986), (LEA, 1998) y (Santana, 1997) apoyan esta definición y la complementan afirmando que las leyes de oferta y demanda son las dimensiones estructurales del sistema turístico y del sistema de mercado que opera en el área en que está ubicado el destino.

Los destinos turísticos cuentan con unos recursos esenciales que los convierten en lugares de visita por parte de viajeros locales y turistas, los cuales son determinantes para la elección del destino por parte del mercado potencial, estos son los atractivos turísticos. (Zimmermann, 1957), determina que los atractivos turísticos son en esencia un conjunto interrelacionado de elementos naturales, hechos históricos, comportamientos y conductas sociales y objetos culturales que motivan el desplazamiento de turistas atraídos por la riqueza que estos albergan y la valoración que se genera a partir de los proyectos y estrategias de posicionamiento realizados sobre los mismos. Los atractivos turísticos motivan la visita de los viajeros siendo la riqueza más valorada de todos los destinos, la esencia del viaje gira en torno a la satisfacción de las expectativas de los mercados potenciales sobre la experiencia a vivir entorno a los atractivos turísticos situados en destinos de turismo de su interés. Desde una posición similar, (Navarro, 2015) afirma que los atractivos turísticos se definen como los elementos naturales, deportivos y culturales que despiertan el interés suficiente para generar una movilización de personas no residentes en el lugar donde se encuentran ubicados y facilitando una interacción en el mercado de turismo. (Wallingre

y Noemi, 2010), apoyan esta definición agregando que este tipo de elemento del destino para ser considerado como atractivo debe ser capaz incentivar a un turista a abandonar su lugar de domicilio convencional con el fin de visitarlo.

Para comprender la dinámica del turismo es necesario clarificar el concepto definido por la OMT en 2010, acerca de la oferta y demanda en este sector. La OMT, define la demanda de turismo como “el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades”, los cuales desean y están dispuestos a visitar un destino para satisfacer necesidades de ocio, recreación, tratamientos médicos, realizar negocios, entre otros. Mientras que la oferta de turismo es definida como “el conjunto de establecimientos, bienes y servicios de carácter residencial, alimenticio, artístico, cultural, social y otros, capaces de aceptar una población no residente durante un período determinado en una zona determinada”. En este orden de ideas, siguiendo la línea de pensamiento de (Timón, 2004), la oferta turística se define como un conjunto o cesta de bienes y servicios turísticos, diseñada para la satisfacción de las necesidades gustos, preferencias y expectativas de los turistas, formando parte de los recursos consumidos y explotados por las comunidades que residen en los destinos de interés de los diferentes tipos de viajeros.

La OMT (2008) declara que los productos y servicios turísticos son un conjunto de prestaciones, ofrecidas con el ánimo de satisfacer los deseos, expectativas y experiencias de los viajeros, caracterizados por ser productos compuestos, evaluados según los atractivos que ofrecen y las facilidades de acceso tanto físicas como económicas, en donde es el consumidor quien busca al intermediario o proveedor para contratar los planes, servicios y productos turísticos de su interés,

dada su necesidad de experimentar nuevas emociones y enriquecer el uso de su tiempo conociendo nuevos territorios que les otorguen aventuras memorables. Los elementos que integran un producto turístico desde una perspectiva económica de la oferta son:

1. Estructura: Involucra infraestructura para la prestación de servicios, entre ellos debe existir la capacidad de alojamiento, la existencia de restaurantes, empresas de servicios turísticos y transporte, etc.
2. Infraestructura: Son los recursos territoriales, físicos, de capital y económicos que permiten el desarrollo, entre ellos se destacan sistemas viales, fluviales y aéreos, red de abastecimiento de servicios básicos, instituciones prestadoras de servicios de salud, etc.
3. Valores Turísticos: Hacen referencia a los recursos y riqueza tangible e intangible con que cuenta un territorio, los cuales despiertan el interés de viajeros y tiene el potencial de convertir una región o un espacio físico en un destino turístico apetecido, complementado con las costumbres, saberes y motivaciones de las poblaciones residentes en tales sitios.

El aprovechamiento del turismo como motor de desarrollo económico, hace parte de una estrategia de desarrollo territorial, la cual consiste en la capacidad de generar de forma integrada desarrollo a nivel competitivo, económico, social y ambiental acompañado de una disminución significativa de desequilibrios económicos sociales y territoriales, (Gutiérrez, 2014). Así mismo, consiste en la capacidad pública y privada de crear y articular sistemas regionales y locales de innovación (Dupuy y Gilly , 1996); (Dupuy y Burmeister, 2003); (Cook, Heidenreich, y Braczyk, 2004); (Buesa, Heijs, Martínez, y Baumert, 2004) y agregar valor impactando de forma positiva en el uso eficiente de los recursos naturales, bienes culturales y patrimoniales con los que cuenta

una comunidad ubicada en un territorio delimitado (Font y Andreu, 2000); (Méndez y Martínez, 2002). Para lograr una dinámica de contribución positiva al desarrollo territorial a partir del turismo, es necesario identificar y definir la cadena de valor propia de este sector de la economía o el segmento de la cadena de valor que se desea potencializar y articular.

La cadena de valor es un método o herramienta de análisis estratégico planteado por (Michael, 1985), el cual permite identificar, definir, describir, analizar y descomponer las actividades generadoras de valor dentro de una organización, sistema o sector, con el claro objetivo de facilitar la toma s estratégica de decisiones eficientes y poder monitorear la ejecución del plan estratégico de las empresas, sistemas y sectores. El análisis propuesto por (Porter, 1980) está direccionado por la identificación de las ventajas competitivas en liderazgo en costos y en diferenciación como principales generadores de valor de la organización en beneficio de los consumidores, clientes o usuarios finales de los productos y servicios ofertados en el mercado. Michael Porter, divide la cadena de valor en dos tipos de actividades:

1. Actividades primarias: son aquellas actividades clave que juegan un rol relevante y proactivo en la creación del producto o servicio, en la venta, y transferencia al cliente.
2. Actividades de apoyo: son aquellas actividades cuya función es brindar respaldo a las actividades primarias, relacionadas con las áreas funcionales de la compañía.

En concordancia con el pensamiento de (Porter, 1985), (Canto, 2013) afirma que una cadena de valor es un sistema de actividades interdependientes e interrelacionadas, que busca satisfacer las necesidades de los clientes generando valor, a través de la participación de diferentes

stakeholders o agentes económicos. (Hansen, 1996), ratifican dicha posición, agregando que tales interrelaciones generadoras de valor se logran a través del establecimiento corporativo y natural de vínculos tanto internos como externos y el aprovechamiento de ventajas competitivas, contribuyendo a la identificación y análisis de aquellas actividades con relevancia estratégica que permiten la sostenibilidad de las empresas y sectores de la economía. Ahora bien, cuando se trata de turismo, la cadena de valor turística se define como el conjunto de bienes y servicios que integran los productos y servicios turísticos ofrecidos y demandados por los viajeros. Adicional a los bienes y servicios ofrecidos en el destino turístico, este tipo de cadena de valor también la integran aquellos servicios que facilitan la decisión de viajar al país destino y la elección de los destinos de interés por parte del viajero, de manera tal que, un destino turístico logra posicionarse en el mercado ateniendo a la capacidad que posee para agregar valor por parte del turista potencial, y para ello es fundamental tener claro cómo está definida la cadena de valor turística del mismo.

Autores como (Zhao, Cao y Liu, 2009), definen la cadena de valor del turismo como la dinámica de transferencia de productos turísticos desde los oferentes hasta los demandantes (viajeros o turistas), en donde intervienen agentes denominados intermediarios turísticos (operadores de turismo), siendo los encargados de atraer al consumidor final (turista) a que consuma los productos y servicios ofrecidos por el proveedor de los mismos; dichos agentes juegan un rol clave en la integración y caracterización de este tipo de cadenas de valor, pues favorecen el diseño, desarrollo y posicionamiento de nuevos productos y destinos, (Oddone y Padilla, 2017). (Zhao, Cao y Liu, 2009), determinan que la cadena de valor de este sector está compuesta por: recursos, productos y servicios turísticos, canales de distribución y turistas.

(Grängsjö, 2003), aporta en su análisis que, la cadena de valor del turismo es un conjunto de actividades socioeconómicas interrelacionadas, prestadas en un destino turístico. Así las cosas, la cadena de valor asociada al destino turístico, dinamiza la construcción de un marco de análisis diferenciador e innovador de la actividad turística, favoreciendo la integración eficiente de los agentes económicos que la constituyen, de manera tal, que tener identificada y definida dicha cadena, es un factor estratégico de éxito en la gestión turística y en el posicionamiento funcional de los destinos turísticos en los mercados, (Días, 2011). Entonces, la cadena de valor del turismo incluye todos los bienes y servicios que forman parte de los productos turísticos ofertados a los viajeros en destinos específicos, así como los diferentes servicios que facilitan la toma de decisiones por parte de los turistas en la elección del destino preferido a visitar, sumado a los agentes económicos inherentes a la misma.

Acorde al concepto y metodología de análisis estratégico definido por Michael Porter, (1985) como cadena de valor, (Fabricius, 2001), asocia a las actividades primarias generadoras de valor a todos los procesos que dan lugar al diseño y elaboración del producto turístico; y a las actividades de apoyo a aquellos procesos que hacen factible el desarrollo de las actividades primarias y con ello la consecución del lanzamiento al mercado de un producto turístico generador de valor para usuarios finales y comunidades propias de los territorios relacionados en el producto. (EVANS, CAMPBELL y STONEHOUSE, 2003) amplían la percepción de (Fabricius, 2001), incorporando las actividades primarias como el transporte, servicios en destino, actividades de comercialización, plan de marketing y atención al turista; y en lo referente a las actividades de apoyo adicionan la infraestructura del producto, en términos de marco legal, político, reglamentario, regulatorio, institucional, entre otros. La cadena de valor del turismo es en sí misma, una herramienta funcional

que permite identificar las ventajas competitivas y factores clave que contribuyen a impulsar de manera positiva la creación de proyectos e iniciativas que fortalezcan este sector económico, generando valor para los agentes que se interrelacionan en un destino turístico y en últimas, propiciando desarrollo económico para las empresas presentes en el territorio, para la comunidades residentes entendidas como el grupo de individuos que comparten elementos en común, destacándose entre ellos la ubicación geográfica coincidente, costumbres, cultura, identidad, lengua, valores, entre otros. (Varó, 2000) y para la región (departamento) en que se desarrollen los proyectos de turismo.

Las rutas de turismo constituyen un fenómeno a nivel mundial, que se configura como una estrategia territorial que contribuye de forma positiva y proactiva a la dinamización de la economía y al posicionamiento del mercado turístico propio de un país o región, como plataforma de internacionalización y estrategia de desarrollo e integración de la cadena de valor del turismo en un destino específico. (Guzmán y Cañizares, 2008), definen el concepto de ruta turística como un clúster de actividades, recursos y atractivos que generan interrelaciones entre diferentes actores de la cadena de valor del turismo. Las rutas de este tipo, impactan favorablemente en la economía de las regiones, dado que integran eficientemente segmentos de la cadena de valor involucrando la participación activa de agentes económicos, capitalizando las ventajas competitivas y el aprovechamiento de los recursos culturales, naturales y de capital con que cuenta una comunidad o región, permitiendo el verdadero desarrollo, (Briedenhann y Wickens, 2004). Este tipo de trazado estratégico de turismo se levanta claramente sobre un destino o conjunto de destinos turísticos.

Este proyecto establece el ciclomontañismo como actividad deportiva enmarcada en la categoría de turismo de aventura, para el diseño de rutas turísticas especializadas en este deporte, complementando y diferenciando de forma estratégica las rutas a diseñar. El ciclomontañismo como eje central de la propuesta de integración de los actores, servicios y atractivos turísticos presentes en el municipio de Zapatoca y los municipios de Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán, integrantes del territorio que compone el Cañón del Chicamocha, es una modalidad de ciclismo, que corresponde a la categoría de actividades físicas o deportes en principio, no competitivos, que mezclan los recorridos en la bicicleta con el turismo. La esencia de este deporte dentro del turismo de aventura es la realización de ejercicio moderado o clasificado por niveles de complejidad y duración recorriendo trazados estratégicos, denominados rutas, realizando tanto actividad física como vivenciando un viaje sobre ruedas, conociendo lugares, pueblos y ciudades, (Aragoneses, 2001).

Los planes de ciclomontañismo, son ofertadas a nivel mundial a través de operadores de turismo especializados en esta categoría deportiva. Acorde a lo planteado por (Calvi, 2006), un operador de turismo es una persona con carácter natural o jurídica que organiza viajes turísticos, y reserva hoteles y transportes, estableciendo diferentes contactos con empresas extranjeras para realizar una labor de intermediación entre el turista y los diferentes establecimientos de comercio e instituciones dedicados al negocio de alimentación, hospedaje y turismo. El operador de turismo como actor dentro de dicho sector productivo estructura un portafolio de opciones denominadas planes enfocadas al turismo tradicional o en mayor preferencia por turistas extranjeros, a planes de turismo alternativo. El modelo de negocio de operación turística tradicional se caracteriza según

(Mantero, 1997) en términos generales por ofrecer productos y servicios de turismo a extranjeros y específicamente por seis factores:

1. Uniformidad de los productos y servicios ofertados.
2. Especialización de funciones.
3. Sincronización mecánica o coordinación en función de rutinas.
4. Concentración de actividades, uso intensivo de los espacios y el tiempo.
5. Maximización de la creación de valor y retorno financiero para el operador y el turista.
6. Centralización en la toma de decisiones.

Complementando la posición anterior, los operadores de turismo o también conocidos como tour operadores son en definitiva el principal intermediario entre los turistas y las diferentes empresas de turismo que operan en un determinado destino turístico, teniendo por objeto comercializar sus productos y servicios a turistas residentes en el extranjero a través de viajes combinados, paquetes de viajes y otras ofertas diseñadas por el operador o personalizadas por el usuario según la flexibilidad y modelo de negocio y propuesta de valor del operador. Tales operadores o compañías prestadoras de servicios turísticos, según la OMT (1998), son los agentes que participan como intermediarios entre el producto turístico y los consumidores finales, ofertando a su vez, diferentes tipos de servicios complementarios, en otras palabras, son las empresas que asumen la responsabilidad bajo un modelo de negocio de intermediación turística, de consolidar los diferentes productos y servicios de turismo que se ofrecen en uno o más destinos, caracterizándose por ser el agente que diseña y desarrolla productos que integran la riqueza cultural, territorial, los recursos y atractivos turísticos de los destinos, junto a la oferta de servicios complementarios ofrecidos en los mismos.

Imagen 3. Ciclista observando el Cañón del Chicamocha (Mesa de Los Santos)



Fuente: Santander Cycling (2019).

Las rutas turísticas especializadas en ciclismo pueden involucrar ciclismo de ruta, cicloturismo y ciclomontañismo. La Unión Ciclista Internacional (UCI), define en 2009 al ciclismo de ruta como una modalidad que se caracteriza por ser llevada a cabo en carreteras o vías que comunican diferentes destinos incorporando grados de dificultad relacionados con la temperatura, humedad, altitud, duración, distancia, etc. En la cual se recorren distancias usualmente en parejas o grupos desde un punto inicial, a lo largo de un trazado, llegando a un punto final. Durante dichos recorridos grupales los deportistas y aficionados cuentan generalmente con servicios de asistencia

médica y asistencia técnica, así como con la posibilidad de acceder a servicios turísticos directos y servicios complementarios que enriquecen la práctica deportiva y la convierten en una actividad turística de alto potencial para su explotación a nivel mundial. La UCI (2009) establece al ciclomontañismo o ciclismo de montaña como una práctica en destinos montañosos, en donde la ruta trazada puede pasar por arroyos, terrenos inestables o arenosos, pendientes, trochas, etc. El cicloturismo es definido por dicha autoridad deportiva, como la práctica de ciclismo sin ánimo competitivo en la cual se emplea la bicicleta como medio para realizar ejercicio físico y divertirse, en el marco de un recorrido a lo largo de uno o más destinos turísticos, generalmente esta modalidad permite llevar el equipaje del turista en la misma bicicleta, la cual debe ser equipada de forma óptima para tal fin.

En el diseño de rutas turísticas y rutas de turismo con énfasis en ciclismo, diversos autores como Herbert (2001), Luque (2003), (Valpreda, 2004), (Machado y Hernández, 2007) (Al Mamun, 2012), (Lee, 2011), (Mrnjavac, 2014) y (Vanegas et. Al., 2017) y (Sánchez y Zuluaga, 2018), han empleado la evaluación multicriterio (MCE) como método para la valoración y selección de atractivos, recursos y servicios turísticos a vincular en las rutas diseñadas. Esta metodología cuantitativa, de tipo transversal, tiene como objetivo evaluar diversas alternativas de activos y prestadores de servicios turísticos, desarrollando un proceso de valoración que permite seleccionar aquellos que cuentan con una mayor ponderación de sus atributos teniendo en cuenta criterios específicos a ser puntuados.

La evaluación multicriterio discreta, consiste en la formación de una matriz que contiene un conjunto de alternativas que son susceptibles de seleccionar acorde a la valoración o puntuación

que se genera sobre criterios relacionados a sus atributos, los cuales forman parte de la matriz y son calificados en una escala numérica que recibe una ponderación acorde a la relevancia de los criterios. En este orden de ideas, estructuralmente el método está compuesto por un conjunto de elección y un conjunto de criterios de decisión, los cuales permiten tomar una decisión cuando los criterios son evaluados asignando un valor numérico a cada uno de estos para cada alternativa propuesta en el conjunto de elección; el valor asignado a cada criterio dependerá del grado en que este cumple con el objetivo planteado en la valoración.

(Malczewski, 2000), plantea una aplicación pertinente en la evaluación multicriterio en proyectos aplicados a turismo, que ilustra la aplicación del método. Este autor plantea cuatro etapas para desarrollar el MCE, estas son:

1. Identificación del conjunto de elección o grupo de alternativas posibles de elección:

En esta etapa inicial el investigador debe definir acorde a los objetivos trazados en su investigación, en congruencia con el problema planteado, el conjunto de alternativas que desea evaluar para determinar su posible elección.

2. Definición del grupo de criterios o atributos a calificar: Esta etapa consiste en la selección cuidadosa de los criterios de evaluación los cuales según su relevancia recibirán una ponderación y serán calificados o evaluados, otorgando la prioridad de elección al rango de alternativas de elección con los mayores puntajes logrados, según los criterios de decisión de cada autor.

- 3. Validación en la normalización de los atributos involucrados:** Esta etapa implica validar que los atributos a calificar estén en las unidades de medida correctas, es decir, que dos o más variables relacionadas estén medidas bajo una misma magnitud, para que el ejercicio sea comparable y arroje resultados consistentes, en otras palabras, que estén expresadas en igual unidad de medida.
- 4. Ponderación de los atributos y evaluación de estos:** La etapa final del MCE, consiste en evaluar los atributos ponderados de cada alternativa de elección según el grado de ajuste a los objetivos a alcanzar; el método más usado es el MCE discreto compensado, el cual implica que la calificación de las alternativas de lección en determinado criterio puede ser compensada por el rendimiento de dicha alternativa frente a la calificación recibida en otro de los criterios evaluados. Esta investigación aplica específicamente, el método compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, el cual corresponde a la descripción anterior, realizando la valoración de los atributos a elegir según la siguiente fórmula:

$$r_i = \sum_{j=1}^n w_j v_{ij}$$

Dónde:

r i: corresponde a la calificación otorgada al criterio **n** de la alternativa **i**

wj: corresponde a la ponderación otorgada al criterio **j**

vij: corresponde al valor ponderado del criterio **j** para la alternativa **i**

Una vez valorado cada criterio definido para cada alternativa incluida en la matriz de decisión, se pondera la calificación o rendimiento obtenido de cada criterio para cada alternativa y se realiza una sumatoria, arrojando un puntaje ponderado que corresponde a una sumatoria lineal

ponderada que permite la elección de las alternativas que según los criterios del autor obtienen calificaciones favorables.

2.1.2. Región Seleccionada, Cañón Del Chicamocha (Santander-Colombia).

La región seleccionada para el diseño de las rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, es el Municipio de Zapatoca y los municipios de: Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villanueva y Jordán, integrantes del territorio que compone el Cañón del Chicamocha, el cual es un cañón ubicado a 54 kilómetros de Bucaramanga, (ciudad capital del departamento de Santander), localizado entre los municipios Aratoca y Piedecuesta, se clasifica en la categoría de D, que corresponde a cuevas, formaciones rocosas y valles. La temperatura de este fenómeno natural fluctúa entre los 11 y los 32 grados centígrados, caracterizado por una vegetación árida. Es importante destacar que este es uno de los mayores atractivos turísticos del departamento, de hecho, es el segundo cañón más extenso a nivel mundial del mundo, con una extensión superior a las 108.000 hectáreas y profundidad aproximada de 2.000 metros, el cual honoríficamente ingresó a ser parte de los 261 destinos nominados en la campaña de selección de las Siete Maravillas Naturales del Mundo, Colparques (2018).

El Cañón del Chicamocha debido a sus características geográficas y diversidad en paisajes, es fuente de desarrollo económico para el departamento de Santander, debido a que entorno a él se despliega una amplia gama de productos y servicios turísticos, la creación de un parque natural (Parque Nacional del Chicamocha), entre otros. Cuenta con diez municipios (San Gil, Aratoca, Cepitá, Pescadero, Los Santos, Jordán, Villanueva, Barichara, Guane y Cabrera) aledaños llenos de patrimonio cultural y destinos turísticos paradisiacos con amplia gama de planes y actividades

por realizar, lo que complementa la experiencia de turistas que deciden conocer esta región y practicar turismo de aventura en ella. Deportes como ciclomontañismo y senderismo, acompañados de la visita al parque Nacional del Chicamocha hacen de este destino una fuente inagotable de productos y servicios turísticos que deben ser reconocidos a nivel mundial, a través de un posicionamiento estratégico efectivo.

Los municipios integrados en esta estrategia de desarrollo territorial se caracterizan por tener escenarios naturales con grandes atractivos y una riqueza cultural exquisita. A continuación, se describen de forma general cada uno de ellos.

2.1.2.1. **Zapatoca:** Conocido popularmente como la ciudad del clima de seda, está ubicado al suroccidente de la capital del departamento de Santander (Bucaramanga). Se encuentra a 52 km del municipio de Girón por vía departamental. La extensión de este pueblo es de 360 km², con una altitud de 1.720 msnm, temperatura promedio sobre los 19 °C y una población total de 8.929 habitantes. Sus atractivos turísticos incluyen en la zona urbana las iglesias construidas desde hace 3 siglos, los bosques de pinos, los miradores, el cementerio conocido por tener la tumba de Geo Von Lengerke (fundador) y diversas joyas coloniales de la arquitectura Guane. A nivel rural, se destacan la Cueva del Nitro, la laguna del sapo, el pozo del ahogado, las cataratas de la Unión, los caminos de Lengerke y el pico de la vieja.

Por otra parte, seis de los diez municipios que integran el Cañón del Chicamocha forman parte de este proyecto, estos son:

2.1.2.2. **Jordán:** Es conocido por ser el pueblo con la menor población urbana de Colombia, cuenta con tan solo 54 personas, está ubicado en la provincia de Guanentá, a 80 km de la capital del departamento de Santander (Bucaramanga) y se encuentra a orillas del río Chicamocha (Cañón del Chicamocha). Está delimitado por una extensión de 33 km² a una altitud de 425 msnm, con temperatura promedio de 30°C y una población total de 1.089 habitantes. El principal atractivo turístico de Jordán es la iglesia y el parque principal. A sus alrededores es posible visitar hostales ecológicos con piscinas naturales y cascadas que desembocan al río Chicamocha.

2.1.2.3. **Los Santos:** Es conocido por ser el pueblo con mayores movimientos sísmicos en Colombia, está ubicado en la provincia Metropolitana, a 62 km de la capital del departamento de Santander (Bucaramanga). Cuenta con 242 km² y una altitud de 1.310 msnm. Su temperatura media es de 27° C, con una población de 12.185 habitantes. Dentro del casco urbano del pueblo se puede visitar la iglesia Nuestra Señora de las Nieves; también se puede visitar el camino real que fue construido en piedra y comunica hasta el municipio de Jordán. Otro atractivo turístico está dado por la Mesa de Los Santos que es una meseta rica en paisajes de gran belleza, como el que se puede observar en el Salto del Duende. Un atractivo turístico de este territorio es la Hacienda El Roble, en donde preparan uno de los mejores cafés del mundo y es ideal para realizar senderismo y avistamiento de aves dentro de las plantaciones de café. La mesa de los santos se comunica con el Cañón del Chicamocha a través de teleférico del Parque Nacional del Chicamocha, siendo este un epicentro de turismo regional, nacional e internacional.

2.1.2.4. **Barichara:** es reconocido como el pueblo más bello de Colombia, famoso por sus calles empedradas, sus talleres de piedra, las casas coloniales del siglo XVIII y su agradable clima, hacen de este municipio un lugar ideal para conocer y descansar. Fue declarado Patrimonio cultural del país en 1978 y monumento nacional. Está ubicado en la provincia de Guanentá, a 110 km de la capital del departamento de Santander (Bucaramanga) y a 21 km de San Gil. Cuenta con una extensión de 232 km² a una altitud de 1.336 msnm, con 24° C de temperatura promedio y una población total de 7.215 habitantes. La belleza del pueblo es su mayor atractivo, sus calles de piedra únicas en el país, los talleres de piedra, museos, miradores, el parque principal y su imponente iglesia, además de los variados restaurantes de cocina nacional e internacional hacen de Barichara uno de los mejores destinos de descanso de Colombia. También es interesante por sus miradores y el camino real que comunica a Guane. Barichara es conocido por servir de locación para telenovelas y películas, y por ser la sede anual del Festival de Cine Verde de Barichara, teatro y otros eventos.

2.1.2.5. **Villanueva:** Es un municipio sobre la cordillera oriental de la provincia de Guanentá muy cerca de San Gil. Su economía se basa en el desarrollo agrícola y minero, últimamente ha llamado la atención por su desarrollo turístico aprovechando que se encuentra muy cerca de Barichara (12 km). Se localiza en la provincia de Guanentá, a 98 km de la capital del departamento de Santander (Bucaramanga), a 12 km de San Gil y a 12 km de Barichara. Cuenta con una extensión de 99.78 km², altitud de 1.450 msnm, temperatura promedio de 24° C y una población de 5.858 habitantes. Desde Villanueva se pueden visitar varias cuevas como la cueva del Nitro, y las minas de yeso. La

plazoleta principal y su iglesia son un gran atractivo del municipio, cuya posición geográfica es estratégica dada su gran cercanía con Barichara y los senderos de trocha que conectan con los otros pueblos.

2.1.2.6. **San Gil:** Es catalogada como la ciudad turística de Santander y de Colombia, principalmente por su gran potencial para el turismo de aventura, ya que permite realizar actividades de naturaleza alrededor de los elementos: agua, tierra y aire. Está ubicada entre el eje vial que comunica a Bucaramanga (96 km) y Bogotá D.C. (327 km). Siendo la capital de la provincia de Guantán. San Gil se caracteriza por tener una extensión de 149.5 km² a una altitud de 1.114 msnm, temperatura media de 22°C y una población total de 45.752 habitantes. Este municipio es conocido como la capital del turismo de aventura y deportes extremos de Colombia, pues su geografía y gran riqueza territorial permite realizar actividades de canotaje en el Río Fonce, torrentismo, rapel, cañonismo, salto bungee, circuitos de ciclomontañismo, rutas en carros todo terreno, agroturismo, visitas a cuevas y pozos de agua, e igualmente actividades como parapente, entre otros. El centro histórico también cuenta con un gran atractivo, su iglesia y parque principal, al igual que emblemático Parque el Gallineral que bordea el río Fonce y es conocido como el malecón turístico, se suman a la oferta turística de San Gil.

2.1.2.7. **Guane:** Es un corregimiento ubicado a ubicado a 9 kilómetros de Barichara, y se comunica con este municipio a través de una vía principal y por medio del sendero denominado “El Camino Real”, el cual fue declarado Monumento Nacional desde

1977, iniciando desde la zona alta de Barichara, este camino empedrado construido por los Guane hace cientos de años en el marco de una caminata ecológica con duración de 1 hora 30 minutos aproximadamente, configura una de las experiencias más valiosas que tiene para ofrecer este corregimiento. Así mismo, cuenta con una gran riqueza arqueológica y paleontológica, albergando el Museo paleontológico, arqueológico y antropológico, que data de 1970, dotado de una colección de fósiles marinos de antigüedad milenaria, de la sala de Cerámicas, recinto ícono de la era colonial, entre otros tesoros de la cultura Guane.

Imagen 4. Panorámica de la Catedral Templo de la Inmaculada Concepción de Barichara



Fotografía. Alcaldía municipal de Barichara (2016)

2.2. MARCO NORMATIVO

El marco político, normativo y legislativo en el sector del turismo es un elemento de gran relevancia para este proyecto. El actual Plan Nacional de Desarrollo (Pacto por Colombia, pacto

por la Equidad) presenta un mayor enfoque en la inclusión social y productiva, a través de los ejes del emprendimiento y la legalidad (DNP). Este documento es la ruta propuesta por el Gobierno de Iván Duque para lograr los objetivos a través de programas, inversiones y metas para el cuatrienio (2018-2022). Su ejecución permite evaluar los resultados de la gestión del gobierno y garantizar la transparencia en el manejo del presupuesto nacional a través de pactos transversales y regionales identificados específicamente según el potencial de cada región y las actividades económicas competitivas del país. Entre los principales objetivos del Pacto Región Santanderes: “Eje logístico, competitivo y sostenible de Colombia” donde se destinarán recursos por más de \$62.0 billones de pesos se encuentra:

1. “Fortalecer la diversificación económica y la internacionalización de la región”
2. “Mejorar la conectividad intermodal y la logística de la región”
3. “Promover la conservación y el uso sostenible del capital natural”

El pacto regional de Santander plantea una estrategia de consolidación y fortalecimiento de la vocación cultural y turística de la región como fuente de desarrollo de las comunidades de las ciudades principales y municipios aledaños a atractivos turísticos identificados a lo largo del departamento de Santander, puntualmente de los siete municipios a vincular en las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo a diseñar.

Un concepto claro sobre la regulación, normatividad y legislación en temas de estrategias e investigación turística, es la Ley 300 de 1996 donde se consolida la Dirección de Estrategia Turística, en la cual se establece el seguimiento y ejecución de investigaciones en temas de

posicionamiento, promoción, desarrollo de productos, mercado, entre otros, como parte de la promoción turística internacional de las regiones, en el caso de este proyecto, la región del Cañón del Chicamocha como eje territorial para la práctica de ciclomontañismo. De forma complementaria, se crea la Ley 1014 de fomento a la cultura del emprendimiento en 2006 en donde se define el marco interinstitucional para el fomento, crecimiento y desarrollo de la cultura del emprendimiento y la creación de empresas. De manera tal que el turismo de aventura o turismo natural tiene un potencial para desarrollarse en localidades con una alta oportunidad de creación de empresas, por lo tanto, resulta conveniente relacionar dicha Ley para el fomento de pequeñas empresas (emprendimientos) que potencien la cadena de valor turística, resaltando los principios generales del emprendimiento que reposan en la misma, estos son:

1. “Fortalecimiento de procesos de trabajo asociativo y en equipo en torno a proyectos productivos con responsabilidad social”.
2. “Reconocimiento de la conciencia, el derecho y la responsabilidad del desarrollo de las personas como individuos y como integrantes de una comunidad”.
3. “Apoyo a procesos de emprendimiento sostenibles desde la perspectiva social, cultural, ambiental y regional”.

En 2008 se incluye en el CONPES 3533 el plan de protección de la propiedad intelectual, estableciendo un plan de acción orientado hacia la adecuación del sistema de competitividad y productividad nacional 2008-2020. La normatividad y regulación sobre la propiedad intelectual incentivara de alguna manera la creación, producción y protección de intelectuales y del conocimiento. Para el turismo, esta regulación se relaciona con el registro de marcas (cadenas

hoteleras), franquicias, diseños, programas de software y otras formas de proteger las estrategias de marketing y estrategias comerciales de la cadena turística inherente al sistema turístico que incluye al territorio objeto de estudio. Entre tanto, la evolución del sector del turismo trae consigo la creación de nueva legislación que reglamenta las actividades y servicios productivos asociados a este sector económico. La Ley 1558 del 10 de julio de 2012, rige el fomento, desarrollo, promoción, competitividad y contiene la regulación turística pertinente, proporcionando un marco normativo al turismo y a las diferentes entidades territoriales, muestra de ello es que entre 2010 y 2014, en promedio, el país ha sido destino receptor de más de tres millones de viajeros extranjeros por año y ha recibido por este concepto US \$21.250 millones en ingresos en el mismo periodo (FONTUR, 2019).

El Fondo Nacional de Turismo (FONTUR) fue creado como herramienta de financiación para la competitividad y sostenibilidad de la industria turística y los entes territoriales. Dentro de las principales estrategias que financian este fondo están: Mejoramiento de la competitividad y el fortalecimiento del mercadeo y promoción turística. Estas líneas estratégicas conforman las siguientes actividades:

1. Planificación turística
2. Diseño de productos turísticos
3. Investigación de mercados
4. Redes temáticas de turismo
5. Formación, capacitación y sensibilización turística
6. Estudios, innovación y desarrollo tecnológico (TICs)

Por otra parte, el Gobierno Nacional crea a INNPULSA Colombia, una entidad cuyo objeto fundamental es promover la innovación empresarial y el emprendimiento sectorial como motor para el aumento de la competitividad y desarrollo de los sectores económicos del país, con la misión de gerenciar un Fondo de Modernización e Innovación para las Pymes. A través de empresas consolidadas en todo el territorio nacional y muchas veces, con presencia en el mercado internacional, para apoyar proyectos donde su objetivo sea beneficiar a las regiones en las que opera, en emprendimientos e innovación como ejes para un país próspero y en paz, beneficiando de este modo a todos los tipos de proyectos a crear para consolidar al turismo como un motor de desarrollo regional y nacional. Dentro de los objetivos estratégicos de INNPULSA, se destaca “el desarrollo y fortalecimiento de las capacidades de las regiones con énfasis en sus apuestas productivas” respaldando de forma directa la creación de unidades de negocio, empresas y proyectos como el diseño de rutas turísticas en Colombia, los cuales buscan precisamente innovar e integrar de manera eficiente a las comunidades locales a la cadena de valor del turismo en los distintos destinos turísticos y así contribuir positivamente al desarrollo de las mismas, potenciando sus capacidades en la oferta de productos y servicios de turismo , y posicionando como destinos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional, los atractivos naturales, culturales y territoriales de cada región.

En suma, el municipio de Zapatoca, los municipios que integran el Cañón del Chicamocha y en general el departamento de Santander, poseen un gran potencial para la explotación del turismo y son un escenario propicio en el cual se evidencian grandes oportunidades para los

actuales y nuevos actores de la cadena de valor turística, que permitan consolidar el sector en la región, a través del desarrollo eficiente de proyectos y emprendimientos que eleven la competitividad del turismo en el departamento y permitan desarrollar más habilidades regionales del talento humano local dedicado a la industria turística, aportando al posicionamiento de una cultura de emprendimiento para fortalecer el valor intrínseco de los destinos turísticos de Santander.

2.3. ESTADO DEL ARTE

El turismo es un motor de crecimiento y desarrollo económico que se ha consolidado como un sector de la economía relevante en diferentes países, debido a que contribuye a aprovechar significativamente las ventajas competitivas y comparativas de las naciones, como la riqueza geográfica, la biodiversidad, la riqueza cultural y étnica, entre otros atributos apetecidos por turistas tanto locales como extranjeros. Este tipo de actividad económica, planificada y estructurada formal y estratégicamente genera un impacto positivo sobre el desarrollo (Balaguer y Cantavella, 2002); (Durbarry., 2004); (Dritsakis, 2004), ; (Meyer, 2004); (Kim, 2006); (CAPÓ, RIERA, y ROSSELLÓ, 2007A); (CAPÓ, RIERA, y ROSSELLÓ, 2007B); (Noriko y Mototsugu, 2007) derivando en la mejora en las tasas de empleo, incremento en los niveles de productividad y producción, mayor equidad en distribución de la renta, sumado a diversos efectos socio-ambientales como la diversificación del empleo, las mejoras en capacidad y calidad de la infraestructura, minimiza desajustes socioculturales, brinda posibilidades de movilidad social, entre otros. (Quintana, 2005).

En la actualidad, el debilitamiento del modelo tradicional de turismo, (Rebollo, 1994), ha dado lugar al surgimiento de nuevas formas de hacer y pensar el turismo, (Bringas R., 2004), que sumado a la creciente tendencia de generar nuevas y diversas formas productivas que se adaptan al perfil variable de los turistas, es decir, modelos de negocio o rutas turísticas con ofertas de valor más flexibles, que respondan de forma especializada a la diferenciación y la segmentación de la demanda, bajo estándares de alta calidad, (ABAD, 2003), dan lugar a este proyecto, el cual apuesta por el turismo alternativo, en modalidad de turismo de aventura, especializado en ciclomontañismo como satisfactor de las necesidades de ocio, recreación, deporte, y aventura de viajeros locales y

turistas extranjeros aficionados al ciclomontañismo e interesados en conocer el Colombia, puntualmente el departamento de Santander, el municipio de Zapatoca y el territorio que compone al Cañón del Chicamocha sobre las ruedas de sus bicicletas.

Los cambios en las dinámicas de elección, gustos y preferencias impulsados por la globalización y la fuerte asociación de sostenibilidad con miras a disfrutar del tiempo libre conociendo nuevas regiones, culturas y paisajes, aportando salud, bienestar y recreación, potencian el turismo de aventura en el mundo como un sector ideal para el desarrollo de rutas turísticas, unidades estratégicas de negocio y empresas innovadoras y generadoras de valor. En la actualidad los consumidores son más informados, más cultos y exigentes, situación que según lo afirma (Sarai y Fernández, 2011), conduce a los países a innovar en la oferta turística con diseños de productos y servicios diferenciados que proporcionan al turista un contacto e interacción directo con la cultura, la historia, la naturaleza y el intercambio con las comunidades.

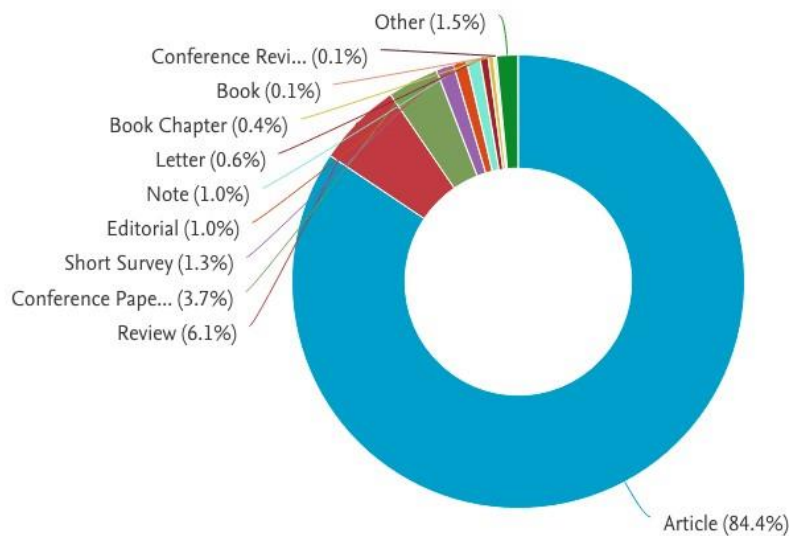
El turismo de aventura o turismo alternativo, se considera un modelo más participativo, estrechamente relacionado con la sostenibilidad (Arnaiz, 2016); (Van der Duim, 2003), debido a que minimiza los costos socio-culturales que la actividad turística convencional genera, (Rebollo, 1994); (SWARBROOKE, 1998); (LASH y URRY, 1994). En este orden de ideas, la sustentabilidad lograda a través del turismo alternativo propende por un equilibrio del factor ambiental, social y económico, (Ivarez y Vargas-Hernández, 2012), aumentando de manera significativa el atractivo para los turistas, de practicar diferentes actividades bajo un marco de turismo sustentable, privilegiando los componentes económicos del desarrollo, (Muñoz, 2000) de

los diferentes países y regiones que generan dinámicas de turismo para atender la demanda existente en dicho sector económico.

La investigación, análisis y consolidación de la generación de conocimiento a nivel mundial acerca de Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo, empleando como fuente de información a la plataforma Scopus, permite evidenciar en la ilustración 4, que el tipo de documento más utilizado para referirse a estos conceptos con un 84.4% de participación total, son artículos, seguido de Reviews (6.1%), conferencias (3.7%) y encuestas cortas (1.3%).

Ilustración 4. Tipo de documentos producidos a nivel mundial sobre Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo

Documents by type



Fuente: Scopus

En la tabla 3, se registra el número de publicaciones de documentos acerca de las temáticas consultadas, reflejando un claro aumento en la generación de conocimiento, en esta área de estudio. Desde el 2010 las publicaciones de documentos relacionados con los temas de búsqueda utilizados en la investigación realizada han crecido de manera significativa, hasta alcanzar una progresión del 450% hasta el 2018.

Tabla 3. Cantidad de documentos publicados a nivel mundial acerca de Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo

Year ↓	Documents ↓
2018	162
2017	152
2016	147
2015	76
2014	75
2012	60
2019	54
2013	50
2011	45
2010	36

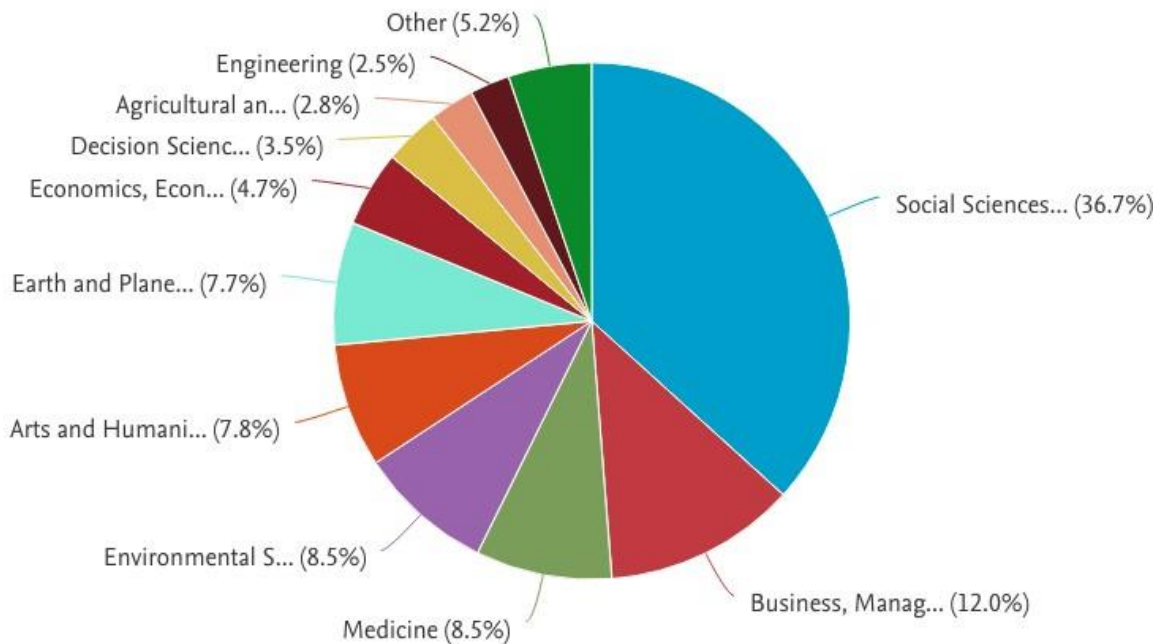
Fuente: Scopus

En la ilustración 5, se expone que las principales áreas de conocimiento desde las cuales se generan los documentos encontrados relacionados con las temáticas asociadas a la búsqueda provienen de Ciencias Sociales (36.7%), Negocios, administración (12%), Medicina y Ciencia

Ambiental (8.5% cada una). En ciencias sociales existe un concepto conocido como Turismología, que se centra en el estudio del turismo desde el punto de vista social, económico y espacial, ocupándose de todo el concepto desde una posición global e integradora.

Ilustración 5. Áreas de generación de conocimiento a nivel mundial sobre Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo

Documents by subject area



Fuente: Scopus

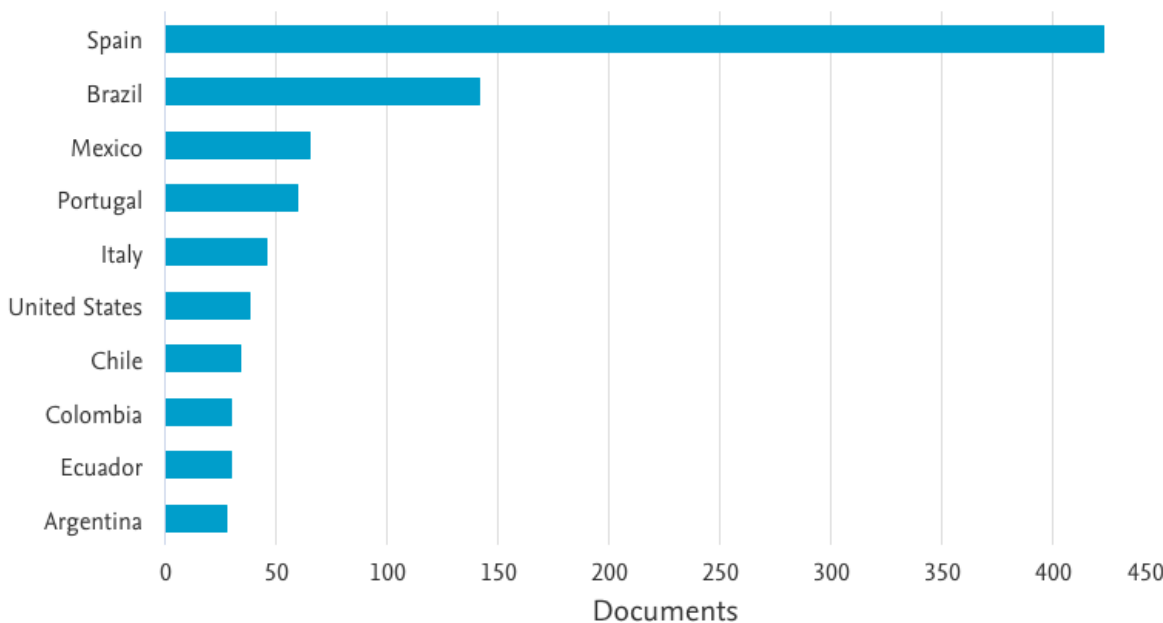
En lo referente a los países que generan mayor número de publicaciones asociadas al Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo, se destaca como es visible en la ilustración 6, una mayor participación de España, seguido de Brasil, México y Portugal. España toma gran delantera con más del doble del país en la segunda posición (420 vs 140 de Brasil). Este país

demuestra gran desarrollo del sector de turismo, especialmente del turismo de aventura con el segmento de ciclismo. Uno de los atractivos de este país en este segmento, es la gran organización de los actores que intervienen en esta industria en la histórica ruta de ciclismo de Santiago de Compostela.

Ilustración 6. Generación de documentos publicados por país sobre Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo

Documents by country or territory

Compare the document counts for up to 15 countries/territories.



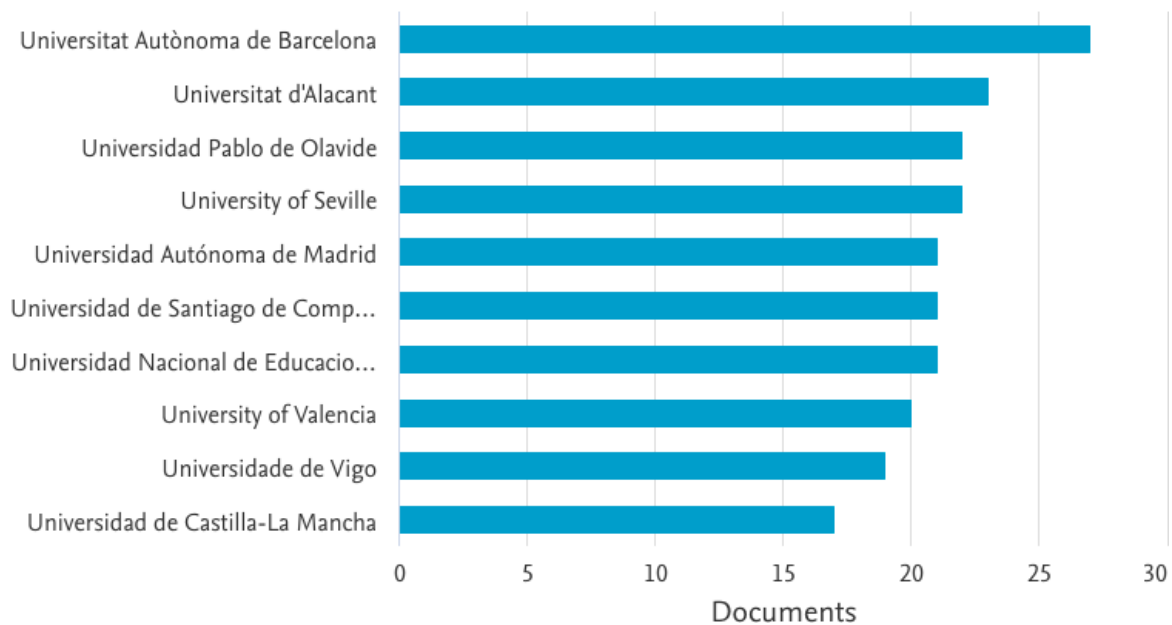
Fuente: Scopus

La generación de documentos a nivel de instituciones de educación superior está concentrada en las universidades visibles en la ilustración 7, es de destacar que cada una de estas universidades ha realizado por lo menos 15 documentos con referencia en estos temas, siendo la de mayor aporte la Universidad de Barcelona con aproximadamente 26 documentos publicados.

Ilustración 7. Generación de documentos por universidad sobre Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo

Documents by affiliation

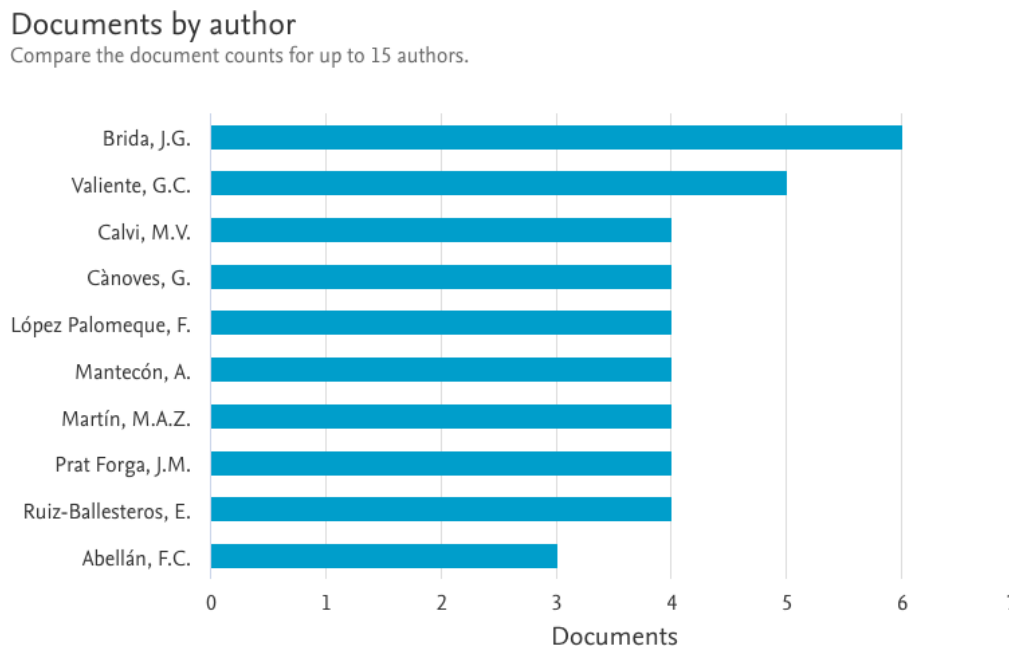
Compare the document counts for up to 15 affiliations.



Fuente: Scopus

Los autores más destacados a nivel mundial en la generación de conocimiento y publicación de documentos acerca de las temáticas objeto de búsqueda en la plataforma Scopus, se visualizan en la ilustración 8, en donde se destacan Brida, Valiente y Calvi.

Ilustración 8. Autores más destacados en la generación de documentos a nivel mundial acerca de Turismo - Turismo Alternativo - Turismo deportivo- Destino turístico - Recurso turístico - Sistema turístico - Atractivo turístico – Ciclomontañismo



Fuente: Scopus

El modelo turístico convencional se ha transformado a nivel global, (Bringas Rábago, 2000), y países como México, en donde, el turismo de aventura data su iniciación entre 1980 y 1990 a partir de actividades realizadas en río y terrenos montañosos, (Carrión, 2012). En Estados Unidos, España, Italia, Argentina y Colombia, se han desarrollado proyectos empresariales de carácter público y privado, rutas y una amplia gama de productos y servicios turísticos que logran capitalizar la riqueza turística nacional participando de la tendencia de turismo alternativo sostenible, el cual es a fin con los diferentes perfiles de los viajeros modernos. La migración hacia el turismo sostenible genera más puestos de trabajo, eleva la calidad del medio ambiente y de la

naturaleza y el arraigo de una conciencia sostenible en los ciudadanos cada día más globales, (Freyer, 2011).

El crecimiento del turismo de aventura se ha venido observando de manera significativa en los últimos 20 años. En 1990, el World Resources Institute registró un crecimiento anual del turismo del 4%, y un aumento del turismo de naturaleza entre el 10% y el 30%. Mientras que 9 años más tarde, en 1998, la Organización Mundial del Turismo (OMT) estimó una participación del ecoturismo y otras formas de turismo centradas en la naturaleza de aproximadamente el 20% del total de viajes internacionales, (Bien, 2007).

La importancia de esta nueva forma de turismo se ha reflejado en diferentes escenarios a nivel mundial, ejemplo de ello la celebración del año 2002, por parte de las Naciones Unidas como el año internacional del ecoturismo y turismo de aventura, dando claros indicios de que esta actividad no solo posee un gran potencial como impulsor de desarrollo económico sino también como una valiosa estrategia de conservación de la naturaleza, (Sansbelló y Flores, 2003). Del mismo modo, se celebró en 2002 la Cumbre Mundial del Ecoturismo (Quebec, Canadá, mayo de 2002), cuyo resultado fue la recomendación para la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible (Johannesburgo, República de Sudáfrica, agosto–septiembre de 2002) de la inclusión directa del ecoturismo y el desarrollo sostenible dentro de los pilares fundamentales para las naciones vinculadas. Así mismo, el turismo de aventura o ecoturismo ha sido participe del fortalecimiento de economías de países como Costa Rica, Ecuador, Kenya, Tanzania, Botswana, Australia, Nueva Zelanda o Nepal, (Sansbelló y Flores, 2003). Estas naciones se han enfocado en brindar oferta de servicios y planes de turismo de aventura comercializados principalmente de forma

individualizada o a pequeña escala, es decir, se ofrecen generalmente planes para grupos de hasta 25 turistas y con hoteles de menos de 100 camas, según de la (Torre, 2010).

(Al Mamun y Mitra, 2012), logran el objetivo de cuantificar el potencial turístico del distrito de Murshidabad, para el diseño de una ruta de turismo. Estos autores aplican el método de la suma ponderada, como herramienta de análisis y selección para la toma de decisiones multicriterio sumado a una concepción de clúster de turismo como estrategia analítica y metodológica para la optimización de los costos de infraestructura turística del destino Murshidabad. Su metodología contempla la escogencia y valoración de los atributos sociales y físicos del territorio delimitado, procediendo a realizar una cuantificación de su valoración por medio de técnicas de clasificación y escalado. (Al Mamun y Mitra, 2012), concluyen que la planificación metódica de las rutas de turismo genera una contribución significativa al desarrollo sostenible de las regiones en que se implementan, pues propicia una mejora económica local acompañada de claros beneficios sociales.

(Herera et. Al, 2014) en su trabajo de investigación, ejecutan análisis jerárquico multicriterio, por medio del cual valoran y sistematizan los diferentes atractivos turísticos presentes en el territorio que compone al Cantón Rumiñahui (Ecuador). Las conclusiones a las que llegan estos autores se resumen en la calificación de cinco destinos de turismo relevantes dentro del cantón, los cuales contemplan patrimonio cultural tangible e intangible y patrimonio natural para la región; destacando que la segmentación de mercado es un factor relevante en la gestión turística de un destino, la cual debe estar orientada de forma estratégica y sostenible hacia la creación y vivencia de experiencias únicas y diferenciadas que ponderen los gustos, preferencias y expectativas de los clientes potenciales.

Las rutas turísticas como estrategia de integración de los actores, servicios y atractivos turísticos (segmento de cadena de valor del turismo) presentes en el territorio definido, son una apuesta a nivel mundial que surge para potenciar los beneficios derivados de este sector e impulsar el desarrollo económico local y regional y su posicionamiento como atractivos a nivel nacional e internacional con miras a la recepción de inversión extranjera directa y aumento del consumo local para beneficio de las comunidades que forman parte de los destinos turísticos impactados por el trazados de las rutas diseñadas. El diseño y oferta de rutas turísticas reafirma que actualmente las estrategias locales de desarrollo están en sintonía con esta tendencia global del turismo (Aguilar, et al, 2003). En la última década se han multiplicado de forma significativa las rutas e itinerarios turísticos en todo el mundo (Briedenhann y Wickens, 2004); (López, Guzmán, y Sánchez, 2008) y (Denstadli y Jacobsen, 2011).

Siguiendo la metodología empleada por (Herbert, 2001), el diseño de una ruta turística implica la construcción y comercialización de la misma, para lo cual deben tenerse en cuenta los siguientes criterios que permitirán articular un trazado turístico de alto potencial y gran interés no solo para turistas, sino para viajeros locales y residentes del destino o destinos turísticos inmersos en las rutas como oportunidad y fuente de desarrollo económico impulsando la efectividad en la interacción de oferentes de productos y servicios turísticos y demandantes de los mismos, los criterios son:

1. Definir el objetivo que sustente la necesidad o propuesta de valor que se genera o pretende conseguir con la ruta turística a diseñar.

2. Identificar el segmento de clientes al que va dirigida la ruta, denotando gustos, preferencias, valores, prioridades y expectativas que tienen los turistas o clientes potenciales sobre un determinado destino turístico
3. Analizar los elementos del sistema turístico del destino o destinos turísticos seleccionados, en términos de los atributos territoriales, culturales y sociales los cuales se integrarán en las rutas, así como las ventajas competitivas de las comunidades que los integran.
4. Identificar y valorar los servicios turísticos ofertados en el destino o destinos turísticos a integrar por medio de las rutas.
5. Diseñar los itinerarios de las rutas turísticas con las representaciones gráficas, características específicas y atributos de cada una de ellas.

Las especialización en este tipo de trazados (rutas turísticas), ha dado pie a gran variedad de actividades que se incorporan a la estrategia de desarrollo, por ejemplo las rutas gastronómicas y enológicas, las cuales emplean como elemento integrador de la cadena de valor turística de los destinos seleccionados en la rutas, recursos agropecuarios de los destinos involucrados (López, Guzmán, y Sánchez, 2008) otros ejemplos de rutas diseñadas son las enfocadas en temáticas industriales y mineras (García de Miguel, 2002); (fernández y Guzmán, 2005); rutas arquitectónicas, (Campesino, 2006); (Proyecto Andalucía Barroca, 2007) y culturales, (AGUERRI, 2002); (Roig, 2008).

A nivel internacional, una ruta de gran renombre es la ruta turística de Santiago de Compostela, la cual integra creencias religiosas, paisajes, historias, gastronomía y poblaciones locales, a lo largo de un trazado que interconecta diversos lugares y comunidades con los viajeros

que la realizan. (Maak, 2009), establece como objetivo contribuir al desarrollo turístico con el diseño formal de un producto de turismo con eje cultural y rural, que se articule a la ruta de Santiago, analizando las ventajas competitivas de la misma. Este autor concluye que las rutas turísticas basadas en turismo religioso en Europa, específicamente la ruta de Santiago de Compostela genera desarrollo económico local. Para (Maak, 2009) la relación dinámica que se genera en la ruta en mención entre el patrimonio cultural y los valores religiosos es un motor de preservación e integración de los intereses de la comunidad local con la comunidad religiosa, en el marco de un modelo turístico mundialmente reconocido. Tras analizar, cuantitativa y cualitativamente las cifras derivadas del turismo en la región que impacta el camino en mención, este autor concluye que el desarrollo de un producto turístico complementario a la ruta ya establecida permite revitalizar el Camino de Santiago, apoyando de forma directa a la dinámica de generación de mayor desarrollo turístico.

Imagen 5. Inicio del Camino de Santiago de Compostela (España).



Fotografía. Inicio del Camino de Santiago de Compostela (España).

En España se han generado rutas turísticas estrechamente relacionadas al sector gastronómico y enológico, siendo estas actividades el eje conductor de la ruta e integrador de la

cadena de valor turística enmarcada en destinos estratégicamente vinculados y seleccionados. En España, las rutas alimentarias forman parte del Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006, propuesto por la Secretaría General de Turismo, (López, Guzmán, y Sánchez, 2008). Un caso puntual es la ruta del vino, diseñada por (López, Guzmán, y Sánchez, 2008), fija como objetivo establecer alianzas estratégicas con diferentes organizaciones prestadoras de servicios turísticos, que complementan la oferta de vino español para contribuir a la formación de una ruta de turismo enfocada en el vino que genere desarrollo para todos los agentes económicos y principalmente para las empresas privadas del sector del turismo y el vino en España. Para lograr lo anterior, realizan un estudio especializado en las rutas turísticas de tipo enológico, a partir de la creación y desarrollo de las mismas en otros países de referencia como Italia, Chile y Francia, así mismo analizan el marco legal y normativo que permite la certificación española de las rutas turísticas del vino y detallan las ventajas competitivas, aspectos claves y estructura en diseño y operación de la ruta del vino Montilla-Moriles en la provincia de Córdoba, la cual cuenta con la respectiva certificación gubernamental requerida, concluyendo que las rutas turísticas enológicas son un producto de turismo de gran potencial a nivel Europeo, dado que generan beneficios económicos incrementales, desarrollo económico, preservación de la gastronomía y enología local, en últimas, la exaltación de la riqueza cultural y patrimonial española.

El ciclomontañismo, surge entonces como una actividad deportiva propia del turismo activo y turismo de aventura. Europa, ha sido pionero en desarrollar compañías que se dedican a generar negocios entorno a esta actividad, siendo la región principal para el turismo en el mundo con una cuota de mercado del 60%, en donde prima la protección medio-ambiental y la sostenibilidad, (Heras, 2004), en países como Alemania una de cada cinco familias lleva a cabo sus vacaciones

en bicicleta, (Scholz, 2015). Es ideal destacar que, en 1878, se crea en Gran Bretaña el primer club registrado de ciclo turistas (Cyclist's Touring Club). Desde los años 80 el turismo sobre ruedas, específicamente, el ciclo turismo, ha logrado consolidar un rápido crecimiento, por ejemplo, en Alemania en 1987, aproximadamente 47 millones de habitantes poseían una bicicleta, en 2009 aproximadamente 69 millones, (Hildebrand, 2011) y para el año 2015, 73 millones de personas poseían una bicicleta (globometer.com, 2015: "Das Fahrrad in Deutschland in Zahlen"). Este tipo de deporte es un mix entre los viajes en bicicleta y las actividades de turismo, el cual es practicado de forma individual o grupal y está motivado por factores como el ocio, la recreación, competición o apreciación paisajística, (Lanuza, 2014), desde otra perspectiva (Di Croce Garay y Ferretty, 2011) afirman que este deporte en el marco del turismo de aventura es en esencia una estrategia que implica un proceso claro y estructurado de planeación, una fase de diseño de ruta, un proceso de toma de decisiones, la definición de un esquema de trabajo por objetivos y la evaluación consistente de resultados, como parte de una nueva dinámica del sector a nivel mundial que busca desarrollar modelos de negocio entorno a un turismo no masivo, exaltando la calidad, el contacto con la naturaleza y las expresiones culturales de las regiones visitadas.

Diversos autores a nivel mundial han abordado al turismo de aventura y al ciclo turismo como tema de estudio, dentro de ellos se destacan, (Vujko, Plavša, y Ostojić, 2003) quienes llevaron a cabo una medición del impacto de cada ciclo ruta, determinando que estas se configuran como una mejora en la oferta de turismo local y/o regional. (Peeters y Eijgelaar, 2014) Analizaron el impacto y cuestiones financieras inherentes a los rendimientos e inversiones en ciclo turismo, desarrollando un modelo de impacto económico para ciclo rutas europeas. Por su parte, (FA, 2015) diseñó una ruta de ciclismo para la Sierra de Talayuelas de España, para exponer a través de este

recorrido los bienes culturales y naturales, integrando el ciclismo con los atractivos geográficos de la región. (Vujko, Plavša, y Ostojić, 2003) Demostraron el impacto que la ciclo ruta del Danubio genera en el desarrollo del ciclo turismo usando el análisis de LONGPESTEL.

(Kormosne-Koch, 2013) analizó la situación del ciclo turismo, en términos de factores que influyen en demanda y las diferentes oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas que permitan potenciar esta actividad en Hungría, aplicando la metodología de análisis evaluativo de la literatura técnica de mayor relevancia. Desde otra perspectiva, el Banco Interamericano de Desarrollo (2013) y la American University investigaron el crecimiento del uso de la bicicleta, diseñando un “Atlas dinámico de ciclismo urbano en América Latina y el Caribe”, valorando la realidad de esta actividad en: Argentina, Brasil, Bolivia, Ecuador, Chile, Colombia, Costa Rica, México Nicaragua, Paraguay, El Salvador, Venezuela, Perú y Uruguay. (Fernández, 2015) Desarrolla un estudio en donde evalúa a Andalucía, España, como modelo de destino emergente en ciclo turismo. Ahora bien, la mayor parte de los modelos de negocio en turismo de aventuras especializado en ciclismo, se han direccionado en aspectos sectoriales, como el sistema de transporte, (Downward, 2000), el impacto en el medio ambiente y en el clima (Wadud, 2014), ((Brandenburg, Matzarakis, y Arnberger, 2007), el impacto económico, (Zovko, 2013), y la salud, (Weng y Wang, 2014).

Países como Suiza, Alemania y Francia (líderes mundiales en competitividad turística) son los que más están desarrollando el ciclo turismo, (Fanlo, 2014) Según el Departamento temático de Políticas Estructurales y de Cohesión del Parlamento Europeo, 2012, en Europa el número de estancias turísticas impulsadas por la práctica de la bicicleta es de 2,295

billones. El valor económico supera los 44 billones de euros por año. Ahora bien, 2011 en Francia, se registraron 4 millones de estancias de ciclo turismo, representando 7,5 millones de euros de gastos individuales. Para dicho año, Francia ocupa el segundo puesto en Europa en cuanto a turistas que recibe gracias al ciclo turismo, siendo Alemania la potencia europea en dicha actividad económica, Atout France (2013).

Los modelos de negocio tradicionales de turismo especializados en ciclismo que se gestan en Europa hacen referencia a hoteles para aficionados de dicho deporte y compañías organizadoras de eventos, competencias y rutas. Claro ejemplo de ello, en Alemania existían 216 “Bett y Bike Hotels” en 1995, en 2010 fueron 5.007 y en 2014 se alcanzaron los 5.500 Bett y Bike Hotels (Allgemeiner Deutscher FahrradClub, 2015). La oferta de planes relacionados a ciclo turismo en España, es más fuerte en Mallorca y Sevilla (Sippel, 2010), se destacan los “Bikefriendly Hotels” como complejos hoteleros especializados en turistas y locales que practican turismo de aventura sobre las ruedas de sus bicicletas. El ciclo turismo es entonces una actividad altamente susceptible de rentabilizar por medio de operadores de turismo especializados en ciclismo que logran mezclar de manera estratégica la cultura y el deporte, incorporando la tendencia de hábitos saludables. Se ha convertido en países como en Chile, en una alternativa estratégica para la promoción y el posicionamiento del turismo sustentable, (Araya, 2018).

A nivel mundial existen diferentes empresas operadores de turismo especializado en ciclismo. Kara Mia Tours, es operador dentro de un segmento de compañías pequeñas con un área de operación limitada, pero con amplio conocimiento del ciclismo local, la cual ofrece tours de ciclismo con planes de bienestar como yoga. Trek Travel y Rapha Travel, son operadores de gran

tamaño y reconocimiento a nivel mundial, con una marca corporativa posicionada en diferentes segmentos de turismo que les ha permitido posicionarse como operadores especializados en turismo especializado en ciclismo. Trek Travel, es un ejemplo de integración vertical en el negocio del ciclismo, es una empresa americana que produce sus propias bicicletas y ha desarrollado canales de distribución y promoción que le han permitido posicionar su marca, ofreciendo no solo bicicletas de primer nivel si no también paquetes de alto valor percibido a grupos de turistas locales y extranjeros grandes, esto la conduce a tener un modelo de negocio con miras a un turismo de aventura masivo.

Por su parte, Rapha Travel, combina una marca de ropa Premium para la práctica del ciclismo con planes de turismo especializado en este deporte apuntando a un nicho de mercado más competitivo que valora el estilo y cultura ciclística. En este orden de ideas, este tipo de operadores ofrecen servicios exclusivos o servicios Premium que incluyen masajes deportivos para la recuperación muscular, fotógrafos durante toda la experiencia, entrega de uniformes, préstamo de bicicletas de primer nivel y dispositivos GPS, descuentos en futuras compras de los demás productos que ofrecen, acompañamiento por reconocidos ciclistas profesionales o ex ciclistas de renombre, entre otros.

Otro tipo de operadores de ciclismo son compañías especializadas en planear tours para seguir eventos ciclísticos como el Tour de Francia o el Giro de Italia. Estas no solamente planean los recorridos para la práctica del deporte, sino que proveen acceso especial para ver parte de las competencias y hasta para estar cerca de los corredores antes o después de la competencia. Ejemplos de estas son Ciclismo Classico en Italia o Breaking away bicycle tours en varios países

de Europa. Cycleventoux en Francia y Digngo, son empresas dedicadas a ofrecer tours privados a la medida de los clientes para pequeños grupos de turistas interesados. Ejemplos de operadores enfocados en ser líderes en diferenciación de producto y servicio son In Gamba en Italia y Thompson bike tours la cual ofrece su portafolio de productos y servicios en Europa y Asia pacífico. Estas compañías ofrecen el préstamo de bicicletas de primer nivel que por lo regular tienen un precio al público de 10.000 dólares en adelante, (estadía en hoteles de primer nivel, garantizando también alimentación de clase mundial, masajes diarios incluidos, conocimiento local profundo, servicio de alistado del equipo deportivo junto al cuidado mecánico, y la posibilidad de entrenar con alguna figura del ciclismo mundial. Estas compañías cobran en promedio \$1.000 dólares el día, pero garantizan una experiencia inmejorable.

A nivel latinoamericano, los aportes sobre el diseño de rutas de turismo han generado conocimiento valioso para este sector de la economía. (Zambón, 2005), determinan que la organización y diseño de una ruta turística debe tener como eje central un tipo de actividad que la diferencie de otras rutas existentes, ofreciendo a los turistas potenciales una experiencia distintiva y acorde a la promesa de valor del recorrido plasmado en la ruta, la cual debe incorporar una imagen integral a partir de la oferta de destinos turísticos con atractivos de gran interés, sumados a una red de servicios complementarios básicos, alternativas de turismo no convencionales, expresadas en un lenguaje claro y con una comunicación asertiva. Estos autores declaran como objetivo argumentar que el patrimonio industrial es un recurso útil para diseñar rutas turísticas en Argentina, dado que estas puede reactivar las economías locales y llegar a posicionarse como un fuente de ingresos interesante para el país y en definitiva como una nueva actividad económica en determinadas regiones, a través de la articulación funcional del sector público y privado, que

permita diseñar rutas turísticas empleando como eje central de integración el patrimonio industrial, para contribuir al desarrollo sostenible del turismo a nivel local. Bajo una metodología de investigación cualitativa, enfocada en determinar la valoración del patrimonio industrial de Argentina en el sector del turismo, proponen la creación de rutas turísticas culturales y de rutas de turismo industrial. Dentro de sus resultados se destacan criterios y características fundamentales que definen para el diseño exitoso de una ruta de turismo.

(Zambón, 2005), determina que una ruta de turismo es en esencia un itinerario organizado que articula el conocimiento y disfrute de un destino turístico dotado de una identidad cultural y un patrimonio territorial valorado por los diferentes tipos de viajeros. Dentro de los resultados más destacados de su aporte a esta temática están cuatro características que deben identificar a una ruta de turismo, estas son:

- Debe contar con un itinerario diseñado a partir de una red vial o red de comunicación de destinos que permita la movilidad de los turistas.
- Debe existir una normativa o regulación que controle y especifique los límites y parámetros legales y regulatorios para su implementación y explotación.
- Integración de la comunidad local dentro de la cadena de valor turística de los destinos incluidos en el trazado
- Un mapa con información precisa y detallada de la ruta.

Los dos autores en mención describen la ruta turística industrial del Quebracho (Región Chaqueña) y la ruta Turística industrial de los Viejos Molinos Harineros (Región Cuyana) en Argentina.

(Paz, 2001), diseña la ruta turística de los Pueblos Minero-industriales del Sistema Serrano de Tandilia (Región Pampeana), con el objetivo de revalorizar a través de diseño de una ruta turística del patrimonio arqueológico industrial de Olavarría, al sudeste de Buenos Aires, Argentina. (Paz, 2002), en su diseño de ruta de turismo, tiene por objetivo la integración turística del circuito productivo minero-industrial del sistema serrano de Tandilia. Para ello propone la integración de “villas industriales, áreas de extracción y las plantas de transformación de los granitos, arcillas y areniscas explotadas” en el terreno en mención. La metodología empleada fue el análisis del sistema turístico del destino seleccionado. El resultado más destacado de esta investigación y diseño de ruta es la conclusión acerca de que el turismo es un sector de alto potencial que favorece la dinamización de la economía y permite rentabilizar la infraestructura y los recursos naturales, culturales y patrimoniales con que cuenta una nación.

(Hernández, 2011) En su investigación, analiza el diseño de las rutas turísticas y de los caminos históricos en el territorio que compone a los Andes septentrionales del Perú. Con el objetivo de determinar los aciertos, desafíos y el aporte al desarrollo de las comunidades peruanas que habitan los destinos turísticos que se interconectan en las rutas, (Hernández, 2011) realiza un análisis cualitativo del diseño de la ruta Montero-Ayabaca-Aypat, del Corredor Turístico Loja-Ayabaca y el proyecto de ruta Binacional de Turismo Rural en el Tramo Norte del Camino Inca (Loja-Aypate). Del análisis llevado a cabo sobre la ruta Montero-Ayabaca-Aypat, determina que su diseño corresponde a una estrategia de desarrollo económico territorial, pero no cuenta con una

justificación científica, de manera tal que la elección de los destinos que componen la ruta se realiza motivada por criterios administrativos del gobierno peruano atendiendo a la vulnerabilidad económica de las comunidades que allí habitan, más no por la riqueza cultural y territorial de la región. El autor en mención aplica a esta ruta un diagnóstico y un análisis DOFA, que revela el uso de un modelo de oferta y demanda, el cual no cuenta con una metodología que debe estar enfocada en el análisis del territorio, la investigación histórico-cultural y en el trabajo de campo de tipo etnográfico, por ende, determina que la ruta no identifica, ni valora los bienes patrimoniales y los recursos territoriales de los destinos elegidos.

El análisis de (Hernández, 2011), de la ruta del corredor Turístico Loja-Ayabaca, le lleva a concluir que el trazado de la ruta turística vincula un recorrido entre dos regiones fronterizas sin comunicación efectiva, no obstante, tiene una conexión histórica significativa dada por fenómenos comerciales, sociales y culturales entre las comunidades locales. Dichas rutas se caracterizan por exaltar y explotar los valores naturales de Loja y Ayabaca, destacando el patrimonio arqueológico y etnológico de los mismos, configurándola como una ruta de turismo que exalta el patrimonio natural del territorio. En lo referente al análisis del proyecto de la ruta Binacional de Turismo Rural en el Tramo Norte del Camino Inca (Loja-Aypate), (Hernández, 2011), determina tras analizar los atributos de los destinos involucrados y la oferta de productos y servicios turísticos inmersos en el diseño factible de la ruta, que es un trazado o ruta de turismo enfocada en resaltar el patrimonio arqueológico y cultural de los destinos que la integran. En definitiva, el aporte más significativo que genera este autor en sus análisis de las tres rutas del Perú es la concepción del turismo como equivalente a desarrollo, en donde establece que toda ruta turística debe ser diseñada siguiendo los criterios estandarizadas de desarrollo turístico, en donde el aprovechamiento del patrimonio

cultural en forma de producto turístico expresado como ruta, favorece el desarrollo económico de las comunidades.

En México, la ruta turística de la Sal ubicada en Zapotitlán Salinas, Puebla, es una iniciativa que propende por aportar fuentes de empleo y oportunidades para el desarrollo de la comunidad local la cual ha sido catalogada por la Secretaría de Desarrollo Social de México, como una comunidad de Alta Marginación. (Barrera y Bringas, 2008), proponen el diseño de las rutas en mención. (Barrera y Bringas, 2008) Tienen como objetivos: determinar aquellos factores que son significativos en la implementación exitosa de la Ruta turística de la Sal; identificando los agentes económicos con los cuales deben propiciarse dinámicas que favorezcan la sostenibilidad del destino y de la ruta. Lo anterior a partir de un análisis de las redes de cooperación en la comunidad, la valoración de la disposición de participación de agentes económicos locales en el diseño de la ruta y en la oferta de productos y servicios turísticos y complementarios y la elaboración de un diagnóstico participativo para determinar el potencial turístico de la región y los atributos a explotar en una ruta turística.

La aplicación de la metodología de (Barrera y Bringas, 2008), permite concluir que la sal de origen prehispánico, propia de la región, es el producto más significativo y factible de vincular en el diseño de una ruta de turismo que integre la cadena de valor turística, con el turismo rural, es decir, una articulación estratégica de un trazado geográfico motivado por alimentos con identidad asociados al territorio, contribuyendo de es este modo al desarrollo local. Dentro de los resultados más relevantes y con mayor aporte a la temática de rutas de turismo extraído del análisis del trabajo de dichos autores está la conclusión en donde determinan que no todas las comunidades son susceptibles de vincular a un sistema turístico, ni todos los tipos de turismo deben ser gestionados

de forma comunitaria. Así mismo, establecen que la riqueza en recursos naturales, acompañados de esquemas productivos propios, la riqueza histórica y cultural, los atractivos turísticos secundarios y la especialización productiva en un destino con escasas posibilidades productivas, son factores que potencian el diseño de una ruta turística como elemento generador de desarrollo territorial. En suma, las rutas alimentarias son productos turísticos que a nivel mundial logran promover el desarrollo rural y urbano, por medio del posicionamiento de los alimentos que imprimen un carácter de identidad territorial como eje de integración de la cadena de valor del turismo, específicamente de los actores, servicios y atractivos turísticos en destinos definidos.

Ecuador ha sido un país latinoamericano líder en el diseño e implantación de rutas de cicloturismo. (Amangandi, 2014), diseñó una ruta ecológica de ciclomontañismo denominada “tour extremo”, conectando a la zona de Salinas con la zona Echendía en Ecuador. Este autor empleó una metodología cualitativa de revisión y análisis de fuentes primarias y secundarias de información con respecto a los atractivos turísticos presentes en el territorio definido, a la riqueza cultural, paisajística y natural de la región; así mismo aplicó encuestas y entrevistas, obteniendo insumos suficientes para la caracterización de los atractivos turísticos presentes en el trazado de la ruta; de igual forma, realizó un análisis DOFA de la puesta en marcha y conveniencia del diseño de la ruta, elaboró una matriz de evaluación de alternativas e impactos y un análisis del árbol de problemas y oportunidades.

El principal objetivo de (Amangandi, 2015) es diseñar una ruta de ciclomontañismo que le permita a las comunidades pobres situadas a lo largo de la ruta, integrarse en nuevas fuentes de ingresos diferentes a las tradicionales (agricultura y ganadería), para generar un mayor nivel de

desarrollo económico y social, exaltando los atractivos naturales y culturales con que cuenta el territorio seleccionado y con ello incrementando el flujo de turistas nacionales y extranjeros dispuesto a recorrer la ruta, derivando en mayores oportunidades de empleo para la población local, mayor ingreso per cápita y mejora en la calidad de vida, a la par que se realiza una actividad deportiva y turística de forma sostenible y amigable con el medio ambiente y el ecosistema nativo y la biodiversidad, que son los grandes atractivos de la región.

(Melo, 2015), diseñó una ruta ecoturística enfocada en ciclismo, para la Isla de San Cristóbal, situada en el archipiélago de Galápagos, con el principal objetivo de consolidar una ruta que conecte de forma eficiente y competitiva los diferentes atractivos turísticos con que cuenta el territorio seleccionado, posicionando al ciclo turismo como una nueva actividad generadora de mayores niveles de ingreso para la población residente, debido al incremento en el flujo de turistas y con ello una mayor circulación de dinero en el comercio, servicios de turismo y servicios complementarios.

(Melo, 2015), determina que el diseño de este tipo de ruta permite a la isla consolidar una actividad económica que integra socialmente a la comunidad y permite un desarrollo económico, social y de turismo sostenible en el tiempo, el cual explota de forma positiva la gran riqueza de sus atractivos naturales únicos a nivel mundial, así como su riqueza cultural, creando nuevos puestos de trabajo bajo total formalidad a pobladores.

(Melo, 2015), empleó el método de valoración de atractivos turístico determinado por el Parque Nacional Galápagos, regido por dos criterios de mayor relevancia de los atractivos, mismos

que empleó como criterios de vinculación a la ruta, estos son: Mayor índice de visitas por parte de turistas extranjeros y mayor índice de visitas por residentes. El enfoque investigativo fue mixto, caracterizado por una investigación documental y por un trabajo de campo guiado por la aplicación de encuestas para valorar el potencial turístico del territorio, el interés por los atractivos existentes, entre otras variables de éxito en el diseño de las rutas de cicloturismo. Dentro de las conclusiones más relevantes planteadas por este autor, se destaca la necesidad de un compromiso social de ciclo ruta diseñada, con el desarrollo de la comunidad, vía generación de empleo; así mismo, es fundamental contar con una señalización adecuada que guíe el recorrido y con un factor diferenciador de otro tipo de rutas turísticas.

(Sánchez, 2016), diseñó una ruta turística de ciclismo de montaña para el corredor vial que comunica a la ciudad Salcedo y la ciudad de Baños en Ecuador. El objetivo de su proyecto es definir un fundamento teórico para la construcción de ese tipo de ruta en el territorio seleccionado y con ello estructurar una nueva alternativa de turismo que sea practicada en el corredor vial. Para tal fin, emplearon diversas metodologías, entre ella un análisis de la oferta y demanda turística en el territorio definido, a partir de la aplicación del análisis del sistema turístico planteado por (Leiper, 1970) y los principios de análisis postulados por (Boullón, 2004); así mismo, realizaron una caracterización, valoración y selección de recursos y atractivos turísticos, aplicando la guía para la práctica de deportes de aventura del Ministerio de Turismo del Ecuador (2010).

(Sánchez, 2016), concluye que es indispensable llevar a cabo un conjunto sistemático de pasos para el diseño de una ruta de ciclomontañismo exitosa, esto son: elegir el territorio, caracterizar y seleccionar los atractivos a vincular, establecer tiempos, duración y grado de

dificultad del recorrido, desarrollar un diagrama de la ruta, diseñar un itinerario y forma de recorrer el trazado y finalmente, debe construirse una guía con un alto nivel de practicidad acerca del ciclismo de montaña y el turismo como actividad complementaria.

(Saltos, 2017), diseñó una ruta de turismo especializada en ciclismo con el objetivo de integrar los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en la región denominada Parroquias San Antonio y con la región de Yamana del Cantón ubicada en Paltas de la Provincia de Loja, Ecuador. La metodología aplicada incluyó observación directa, análisis documental, realización de entrevistas y el desarrollo de la Matriz de Diagnostico Turístico de comunidades, (Ricaurte, 2012); así como la revisión de los inventarios turísticos del MINTUR, Ecuador. En el diseño de la ruta, se empleó georreferenciación, para la caracterización de la ruta, determinado variables fundamentales como posición geográfica, altitud, coordenadas, distancia a recorrer, etc. Posterior a ello el autor, diseñó un mapa caracterizando la ruta a nivel de micro y macro-localización, señalando al distancia y posición entre los atractivo turísticos seleccionados y vinculados en el trazado estratégico, sumado a una guía de señalización de la ruta que se elaboró siguen los parámetros establecidos en del “Manual Corporativo de Señalización Turística” del MINTUR, Ecuador (2012).

(Santos, 2017), concluye que el diseño de este tipo de trazado estratégico en turismo, permite generar dinámicas de educación y comunicación turística y ambiental, generando una cultura de respeto y cuidado por el medio ambiente y la práctica de deportes que eleven la calidad de vida y permitan al turista tener una experiencia inolvidable entrado en contacto directo con la riqueza

natural y cultural del territorio seleccionado; y con ello, generar mayor nivel de desarrollo económico local y la descentralización del ingreso sobre las actividades económicas tradicionales.

Por su parte, (Burgos, 2018), ejecutan el diseño de una ruta especializada en ciclismo de montaña estructurada como un producto de turismo y estrategia de promoción de la vía Antigua Tulcán-El ángel, en Ecuador; con el objetivo de posicionar y exaltar el potencial para desarrollar ciclismo de montaña en el territorio descrito, y con ello reactivar la economía y salvaguardar la riqueza natural y cultural del Ecuador. Para tal fin, emplearon tecnología GPS e imágenes tomadas con dron más google-Earth, para georreferenciar la ruta y caracterizar el trayecto, innovando con el uso de GPS con sistemas cardiovasculares que bajo un criterio de esfuerzo cardiaco determinó el grado de dificultad del trazado estratégico y de cada tramo significativo en el mismo. Los datos cuantitativos fueron procesados en el software ArcGIS1 y dentro de los resultados más relevantes encontrados se destacan como característica del perfil del consumidor de este tipo de producto de turismo, hombres entre los 20 y 40 años, así como también, concluyen que la seguridad en la vía y la conectividad competitiva que esta genera es relevante a la hora de adquirir el producto turístico

(Loaiza, 2018), diseñó una ruta turística especializada en ciclismo para la laguna de Colta ubicada en la provincia de Chimborazo, en Ecuador. El objetivo central del autor es consolidar el diseño de una ruta turística enfocada en ciclismo para elevar la variedad en la oferta de productos y servicios de turismo en la región, generando crecimiento sostenible en la comunidad. (Loaiza, 2018) Ideó un proyecto innovador, teniendo como foco de diferenciación la oferta de servicios de turismo y servicios complementarios especializados para ciclistas. El autor desarrolló el Método

de Expertos, conformando un Focus Group, sumado a un análisis DOFA y a un análisis del sistema turístico, oferta y demanda de productos y servicios de turismo en la laguna y sus alrededores.

Dentro de las conclusiones más significativas de la investigación llevada a cabo por (Loaiza, 2018), se destaca que, el diseño de esta ruta turística lidera el desarrollo de actividades innovadoras en turismo en la región y permitirá consolidar la cultura ciclística, por medio de la ejecución de estrategias de integración comunitaria, asociación de atractivos, productos y servicios turísticos, y una sólida estrategia de promoción y publicidad del producto turístico diseñado. También, es pertinente destacar la importancia que encuentra el autor en que el éxito de una ruta de turismo especializada en ciclismo depende a su vez de la señalización clara e información específica de la ruta y de los actores, atractivos, productos y servicios vinculados a la misma.

En Colombia, los trabajos relacionados con el diseño de rutas turísticas han evolucionado positivamente en la última década, la participación del sector público en la estructuración de este tipo de proyectos ha permitido consolidar diferentes tipos de rutas de turismo que giran en torno a la riqueza territorial de departamentos como Boyacá, a ejes temáticos como etno-rutas, rutas gastronómicas y productivas, y en menor medida rutas deportivas.

La tesis doctoral (Bernal, 2016) se destacan las rutas de turismo diseñadas por la Secretaría de Turismo de Boyacá en los últimos años, estas son:

1. En 2009: Ruta de la luz, del sol, de Ocetá, de los Manantiales, de la Cestería, de Fura y Tena, de la Creación Muisca, de los Frutales, ruta Nodriz de la Libertad, del colibrí, de los Dinosaurios, de los Nevados, de la Esmeralda, y del Anillo de las Hinojosa

2. En 2010: Circuito de Neira, ruta de Lengupá, de Valderrama, ruta Centro, Marquéz, del Tundama, ruta Sugamuxi y ruta libertadora.
3. En 2011: Ruta de los comuneros

La ruta del café ha convertido a tres departamentos del eje cafetero colombiano en destinos turísticos apetecidos a nivel nacional e internacional (Risaralda, Quindío y Armenia). (Ramírez, 2005) analiza el diseño y enfoque de la ruta en mención, mientras que (Chacón, 2006) describe las vivencias que se experimentan al realizar dicha ruta, argumentando que la creación de la ruta del café, obedece a una estrategia de desarrollo turístico, entendido como un proceso producto de la interacción entre estrategias de diseño, posicionamiento, promoción, consolidación y comercialización turística, sujeto a análisis, investigación y planificación (Ávila, 2005). (Ramírez, 2005) Determina que esta ruta es diseñada con el propósito de consolidar al eje cafetero como destino turístico competitivo, teniendo como ejes centrales la integración y articulación de las políticas públicas del sector del turismo en Colombia, el aprovechamiento y protección de la cultura local y la sostenibilidad medioambiental y territorial.

Por otra parte, (Ruiz y Agudelo, 2006), desarrollaron un proyecto, en la cual emplearon el método de búsqueda guiada con heurística, para la determinación de variables que permitieran a través de un sistema de información geográfica alimentado con datos georreferenciados, atributos territoriales y un modelo de capas, diseñar un sistema inteligente de planificación de rutas turísticas. Los autores en mención, partiendo de la definición que establece la planificación de rutas como la obtención de rutas óptimas entre dos puntos, a partir de una serie de criterios evaluados según niveles de significancia, que permiten caracterizar una ruta, diseñan RUTASIG, desarrollando una interfaz en Visual Basic, para el uso de PLT Scheme y Geomedia, por medio de

una búsqueda heurística, que le permite al usuario generar las rutas optimas entre diversos puntos, adaptando este concepto a la funcionalidad del diseño de rutas de turismo.

(Ruiz y Agudelo, 2006) concluyen que el diseño y planificación de rutas turísticas es significativamente influenciada por: los gustos, preferencias y rasgos de personalidades de los turistas, por lo cual, diseñar una ruta de turismo trasciende la unión geográfica óptima de dos o más puntos, e incorpora elementos de expectativas racionales, teoría de gustos y preferencias, ley de oferta y demanda y dinámicas y estrategias de desarrollo territorial, que contribuyan a proporcionar una experiencia enriquecedora a los diferentes tipos de viajeros. En este orden de ideas, metodologías de diseño y búsqueda como la descrita anteriormente, permiten afirmar que en Latinoamérica y en el mundo las rutas turísticas son diseñadas empleando procedimientos día a día, más estandarizados los cuales se enfocan en la identificación, valoración y clasificación de los recursos patrimoniales, culturales, territoriales y paisajísticos, idóneos para articular una ruta de turismo como elemento integrador de los actores, servicios y atractivos turísticos presentes en los territorios, siendo un producto turístico generador de valor y desarrollo local.

(Martínez y Timarán, 2016), aplican la metodología de análisis y valoración de paisajes planteada por (Campo, 2005), logrando determinar bajo criterios seleccionado, el valor paisajístico intrínseco y extrínseco del territorio objeto de estudio, a partir de una valoración de parámetros físicos de los paisajes, el estudio de preferencias y priorización en selección de parámetros y criterios, persiguiendo el objetivo de valorar la calidad visual del paisaje de El Tambo, Nariño (Colombia), para contribuir a la priorización de los atractivos existentes y susceptibles a articular en la “Ruta del oro”. La conclusión más destacada de este proyecto de

investigación consiste en que tal como lo afirman los autores en mención, en el diseño de cualquier tipo de ruta turística debe considerarse de manera significativa la interrelación existente entre cada uno de los atractivos potenciales y los actores presentes en su entorno inmediato, a la par que debe contemplarse una inclusión y valoración de los factores de accesibilidad a los destinos y atractivos turístico, y la disponibilidad de servicios públicos en las zonas de visita.

Por otra parte, (Gañan y Nieto, 2018), llevan a cabo la construcción de marca a través del diseño de rutas turísticas para el resguardo indígena de Puracé (Cauca-Colombia), como contribución a un mayor posicionamiento del turismo étnico y al mejoramiento del desarrollo y bienestar del resguardo definido, a través de la aplicación de la metodología de planificación turística expuesta por el del MinCIT de Colombia, sumado a metodología desarrollada por (Loreto y Szmulewicz, 2003). (Gañan y Nieto, 2018), logran diseñar 3 rutas turísticas (“Corazón de azufre”, “Mensajero del sol”, y “Montaña de fuego”) que generan desarrollo endógeno a la comunidad indígena objeto de estudio, a partir de la identificación, valoración y vinculación dentro de las rutas de más de 14 atractivos turísticos, en el marco del turismo de tipo etnográfico y turismo rural.

(Ramírez P. , 2018), planteó el diseño de una ruta ciclo-turística, que conecta a la ciudad de Bogotá con el municipio de Villa de Leyva, empleando un enfoque de cadena de valor y sostenibilidad en la aplicación de buenas prácticas en el diseño del trazado estratégico. Este autor, tiene como objetivo diseñar una ruta que conecte de forma competitiva los dos espacios geográficos definidos, incentivando el uso de medios de transporte que minimicen la

contaminación y permitan reactivar dinámicas productivas y aumento en los niveles de ingresos a través de nuevas actividades económicas, como lo es el cicloturismo.

(Ramírez P. , 2018), realizó un análisis cualitativo sobre los métodos de transporte empleados en el turismo, a la par que analizó la oferta y demanda turística de Bogotá y Villa de Leyva, en relación al ciclismo; así mismo, llevó a cabo un diagnóstico del ciclo-turismo a nivel mundial y a nivel nacional, logrando una caracterización del perfil del turista especializado en ciclismo o ciclo-turista; la metodología empleada para el diseño de la ruta fue el diagrama de Cadena de Valor de ecoturismo y turismo sostenible (López Fernanda, Murillo, Ochoa, s.f., p. 66). En el desarrollo de la metodología se identificaron y definieron los diferentes componentes de la cadena de valor del turismo en bicicleta y la aplicación de un análisis DOFA, sumado a la caracterización de los atractivos presentes en el territorio, la selección a partir de criterios geográficos, de riqueza paisajística y variedad en los atractivos vinculados a la ruta, un mapeo satelital del trayecto, la caracterización y especificaciones puntuales del recorrido y finalmente el diseño del itinerario de la ruta.

(Ramírez P. , 2018) Concluye que, el cicloturismo es una actividad económica y deportiva de gran potencial a ser desarrollada en Colombia, debido a las características territoriales, geográficas, naturales y culturales de este país. Del mismo modo, plantea que la oferta de servicios complementarios para el turismo en bicicleta es un factor determinante en el diseño y comercialización de este tipo de productos de turismo; por otra parte, determina que el diseño de este tipo de rutas, mejora la calidad de vida de las comunidades interconectadas, eleva el flujo de turistas y con ello el ingresos per cápita de la población directamente implicada en la prestación

de actividades turísticas y de la población en general debido a un aumento del comercio, entre otros, a la par que se posiciona la riqueza turística de las regiones y se preserva y explota de forma sostenible el patrimonio, natural, social y cultural, bajo un marco de total sostenibilidad. Ahora bien, el autor determina de forma clara, la falta de articulación política y pública del sistema turístico nacional, debido a que se requieren mejoras considerables en la infraestructura, promoción, atractivos, espacios y productos y servicios turísticos prestados en los municipios, en contraste con un discurso que promueve el turismo nacional e internacional emitido por las alcaldías y gobernaciones, que no es coherente con el cumplimiento de las metas de los ítems turísticos fijados en los planes de desarrollo regionales, departamentales y municipales.

Si bien a nivel mundial y a nivel país existen rutas turísticas culturales, históricas, literarias, gastronómicas, enológicas, entre otros. La diferenciación de diseñar rutas turísticas para Colombia, específicamente para el territorio que compone el Cañón del Chicamocha, se evidencia al seleccionar estratégicamente una actividad deportiva en auge a nivel nacional e internacional como lo es el ciclomontañismo, esto imprime innovación en el enfoque del proyecto y es un factor de éxito potencial, que va en igual dirección a lo aseverado por (Fernández y Guzmán, 2003), quienes afirman que para generar rutas turísticas uno de los requisitos fundamentales es orientarlas hacia una actividad específica o tipo de turismo innovador que la diferencie y exalte frente a las opciones convencionalmente ofertadas. Continuando con dichos factores de éxito, los autores en mención hacen énfasis en que las rutas turísticas deben guardar estrecha relación entre el propósito que da lugar a la creación de la ruta y la oferta de servicios directos y complementarios a que los turistas pueden acceder, esto con el fin de canalizar la motivación de forma eficiente y generar no solo un alto nivel de satisfacción de los usuarios o clientes finales, sino también, generación de

valor y contribución al desarrollo de todos los agentes involucrados en la cadena de valor turística. Un punto clave del análisis de (Fernández y Guzmán Ramos, 2003), define que los itinerarios turísticos deben desarrollarse sobre una red vial funcional, para garantizar la accesibilidad y facilidad de movilidad de los turistas a los destinos integrados en la ruta, del mismo modo, el itinerario debe ser claro, oportuno y preciso, debe contener información completa que especifique punto de partida, recorrido, servicios y productos turísticos recomendados durante el recorrido, acompañamiento técnico, servicios complementarios y demás elementos esenciales para garantizar un máximo aprovechamiento y disfrute de la experiencia de turismo a direccionar.

La competitividad de las rutas turística es un factor de éxito en el diseño de las mismas, el cual está directamente asociado a la competitividad del sector del turismo en el territorio o destino turístico sobre el cual se traza la ruta, (Mireno y Rodríguez, 2009). Desde una perspectiva similar, (Dwyer y Kim., 2003) plantean que dicho factor relevante en las rutas de turismo está directamente correlacionado con la capacidad que se tiene en el destino turístico de ofrecer productos y servicios de forma eficiente, funcional y satisfactoria frente a las expectativas de los turistas potenciales, por medio de propuestas que incorporen valor agregado y elementos de clara diferenciación frente a las alternativas de valor presentes en otros destinos de turismo. (Khin, Daengbuppha, y Nonsiri, 2014), afirman que los atributos del destino turístico deben ser complementados con atributos multidimensionales, que capten la atención del turista para que este elija la ruta turística como actividad en la cual está dispuesto a invertir dinero, tiempo y esfuerzo. Es por esto por lo que el diseño de las rutas de turismo debe valerse tanto de la competitividad del destino o destinos a involucrar en el trazado como de las ventajas competitivas del territorio y de las comunidades que lo habitan. En línea con (Porter, 2007), “la ventaja competitiva se crea y se

sostiene mediante un proceso altamente localizado. Las diferencias en valores, culturas, estructuras económicas, instituciones e historias nacionales contribuyen al éxito competitivo” el turismo es una fuente de ventaja competitiva para las regiones.

En Colombia, el MinCIT establece que la competitividad del sector del turismo debe enfocarse en el desarrollo, formación y fortalecimiento de clústeres, para lo cual es indispensable definir, identificar y evaluar los atributos de los productos y servicios a ofrecer, determinar una estructura empresarial o modelo de negocio de explotación del turismo, generar estrategia de posicionamiento en el mercado de los destinos seleccionados y determinar limitaciones, ventajas, alcances y disponibilidad de los factores productivos, y recursos de capital, tecnológicos, humanos y culturales con que cuenta un territorio.

La elección de una ruta turística, especializada en ciclomontañismo, es un concepto innovador en Colombia. (Zhang, Madsen, y Jensen-Butler, 2007); (Weston, 2012); (Chen, 2016); establecen que elegir un destino turístico para recorrer a través de una ruta de ciclismo está orientado por factores como la vinculación de trazados de poco flujo vehicular, la clara señalización de las rutas, la variedad en las especificaciones del trazado y los terrenos que lo integran, la riqueza paisajística y cultural en donde se desarrolla la ruta y una oferta de servicios especializados para ciclismo de montaña, como acompañamiento técnico, hospedaje, alimentación, tienda de artículos especializados, entre otros. Para (Lee, Chen, y Huang, 2014); (Mrnjavac, 2014), los factores claves que determinan el éxito de una ruta de turismo en bicicleta, son la accesibilidad a servicios complementarios y la oferta de los mismos, para el deportista o

aficionado, lo cual complementa el atractivo de la ruta y otorga un nivel más elevado de atracción de los destinos turísticos involucrados en ella.

En suma, el ciclomontañismo se ha consolidado a nivel mundial en los últimos años como una práctica deportiva, de ocio y recreación que se ha establecido como una modalidad turística respetuosa con el entorno (Chen, 2016); (Fernández, 2015); (Oliveira Neves y Esperança, 2011), que forma parte de las actividades terrestres catalogadas dentro de la categoría de turismo alternativo y sostenible, la cual potencia el contacto con la naturaleza a través de experiencias vivenciales de contacto directo, se convierte en una de las principales motivaciones del turista para su elección, lo que permite combinar la realización de una actividad deportiva, de ocio e intercambio cultural, (Moral-Moral, 2016), sumado a la generación de ingresos para las regiones en donde se diseñen rutas turísticas, en este caso para el municipio de Zapatoca y los cinco municipios seleccionados, integrantes del Cañón del Chicamocha.

En el capítulo dos de este proyecto se destacan los objetivos, metodologías y resultados referentes al diseño de estrategias turísticas que generan desarrollo económico y territorial a nivel local y regional, analizando los trabajos empíricos y teóricos de más de veinte autores con investigaciones aplicadas en más de cinco países. Es preciso resaltar que el diseño de rutas turísticas parte de una identificación y valoración de los servicios y atractivos turísticos con que cuenta un territorio, así como la valoración de su riqueza patrimonial, cultural, histórica, natural y territorial. En esencia una ruta de turismo debe integrar de forma estratégica los actores presentes en un territorio delimitado con las actividades productivas que conforman el sector económico del turismo, contribuyendo a una articulación óptima de los destinos, productos, servicios, recursos y atractivos turísticos con que cuentan en su zona de residencia. En este orden de ideas, se concluye que el diseño de una ruta turística trasciende a la escogencia física de destinos a interconectar atendiendo a parámetros netamente de conveniencia geográfica, pues se eleva la complejidad de su diseño y estructuración al involucrar las preferencias, gustos y expectativas de los clientes potenciales, en este caso de los viajeros y turistas, sumado al entendimiento de las interrelaciones e interacciones que de forma natural se desarrollan en el sistema de turismo que contiene los destinos a vincular en el trazado estratégico de la ruta.

3. CAPITULO 3.

En este capítulo se encuentra estructurada la metodología de la investigación realizada, la cual se divide en tres fases, en donde cada una de ellas desarrolla los procesos requeridos arrojando los resultados requeridos para cada uno de los tres objetivos específicos definidos de forma respectiva. La estructuración de la metodología involucró un enfoque mixto en donde se aplicó el Análisis de la Planificación del Espacio Turístico propuesta por Roberto (Boullón, 1985), sumado a la aplicación de la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010) y a una evaluación multicriterio (MEC). Lo anterior permitió caracterizar el sistema turístico de cada municipio y de la región seleccionada, así como la valoración y selección de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos estratégicos para cada una de las cinco rutas de ciclomontañismo diseñadas y la consolidación de sus itinerarios con una caracterización detallada de cada una de las cinco rutas y una ilustración cartográfica de las mismas.

3.1. METODOLOGIA

En la consecución de los tres objetivos específicos que orientan los resultados de esta investigación, se desarrolló la metodología de Análisis de la Planificación del Espacio Turístico propuesta por (Boullón ,1985), sumado a la aplicación de la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010) y a una evaluación multicriterio (MEC) discreta por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, como instrumento de valoración y selección de atractivos y servicios turísticos a vincular en el diseño de las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los siete municipios determinados. Los criterios de selección y valoración que permitieron diseñar las rutas e integrar a estas, atractivos y servicios turísticos, así como zonificar el territorio, corresponden a variables fundamentales para el éxito en el diseño de este tipo de trazados turísticos, las cuales son descritas en líneas posteriores.

En el desarrollo de esta investigación, se establecieron tres fases, que involucraron la consecución de actividades, aplicación de instrumentos, revisión y análisis de información y datos, siguiendo un enfoque mixto; en términos cuantitativos, el alcance fue descriptivo, con un diseño no experimental, basado en datos de corte transversal y muestreo no probabilístico, discrecional; empleando como instrumento de recolección de datos encuestas y formularios avalados por muestra; sumado a un procedimiento de ponderación multicriterio para la valoración y selección de atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio. En lo referente al enfoque cualitativo, se desarrolló un diseño documental, a partir de consultas realizadas en fuentes oficiales de información de carácter nacional, regional y municipal como el DANE, las Alcaldías y Secretarías de Desarrollo y Turismo Municipales, los Planes de Desarrollo Municipales (2016-2019), el

MinCIT, CITUR, SITUR Santander, FONTUR, MinSalud y el ICFES, caracterizado por un alcance de tipo descriptivo. A continuación, se describen cada una de las tres fases ejecutadas.

3.1.1. Fase I.

En la consecución del primer objetivo específico, se desarrolló una metodología mixta, denominada Análisis del Sistema Turístico, planteada por (Boullón, 1985) y aplicada por diferentes autores en el diseño de rutas turísticas, como (Paz, 2002). Esta metodología define un sistema turístico a partir de cinco elementos fundamentales (Comunidad receptora, infraestructura, superestructura, oferta y demanda) que integran cualquier sistema de turismo, los cuales deben ser analizados para lograr la caracterización precisa del mismo, y con ello comprender la dinámica del sector turístico en un territorio, generar soluciones a necesidades o problemas evidenciados, desarrollar nuevos proyectos e investigaciones, entre otros.

El análisis de la comunidad, infraestructura y superestructura se desarrolló por medio de un enfoque cualitativo, no experimental, de corte transversal. Se consultaron referencias documentales, por medio de revisión y análisis de información contenida en la página web de las Alcaldías Municipales, en los Planes de Desarrollo Municipales (2016-2019) de cada uno de los siete municipios definidos, en la Guía de Turismo de Santander, cifras oficiales del MinCIT, CITUR, FONTUR, DANE y de Secretarías Municipales de desarrollo, Cultura y Turismo. Una vez realizada la revisión de información se recopiló y analizó, describiendo la caracterización de la comunidad receptora a partir de: aspectos geográficos y territoriales, demográficos, económicos, situación del sector de educación, salud y seguridad; en términos de infraestructura, se describieron los pilares de conectividad y accesibilidad a los municipios, y cobertura de

servicios públicos; a nivel de Superestructura, se identificaron y describieron las autoridades e instituciones de turismo de carácter público y privado presentes en el territorio, así como los antecedentes y avances en planificación turística de cada uno de los siete municipios.

El análisis de la oferta se desarrolló con un enfoque cualitativo, no experimental, de corte transversal con un alcance descriptivo. Se consultaron referencias documentales, por medio de revisión y análisis de información contenida en la Guía de Turismo de Santander, cifras oficiales del MinCIT, CITUR, FONTUR, DANE, Secretarías Municipales de desarrollo, Cultura y Turismo, información publicada por las Alcaldía Municipales e inventarios turísticos de cada municipio. En este orden de ideas, se identificaron los activos turísticos de cada municipio, es decir, los recursos y atractivos naturales y culturales objetos de turismo en cada uno de los siete municipios definidos, partiendo de la consulta de la guía de turismo de Santander y de los inventarios de turismo para aquellos municipios que cuentan con este elemento de planificación turística.

En la investigación documental se evidenció que los inventarios turísticos de Guane y Villanueva se encontraban inmersos en el inventario turístico de Barichara dado que institucionalmente están catalogados como corregimientos dentro de la jurisdicción política de Barichara, por lo tanto, procedimos a separar y clasificar por tipo de recurso y atractivo cada activo turístico de los siete municipios, como se evidencia en la sección de análisis de la oferta por municipio. Las características de los atractivos y recursos turísticos encontrados fueron registradas en los formularios de valoración de atractivos del MinCIT, mismos que se adjuntan en el anexo 5. En la Tabla 4 se evidencia el número de atractivos y recursos turísticos naturales y culturales con que cuenta cada municipio.

Tabla 4. Número de atractivos y recursos turísticos por municipio

Municipio	Atractivo natural	Atractivo cultural	Recurso natural	Recurso cultural	Total, general
Barichara	2	13	2	10	25
Guane	0	4	0	1	5
Jordán	0	3	0	2	5
Los Santos	2	7	6	2	17
San Gil	5	8	3	4	20
Villanueva	0	1	2	5	8
Zapatoca	5	6	4	6	23
Total, general	14	42	17	30	103

Fuente: Elaboración propia

Los atributos de dichos atractivos son identificados, valorados y descritos en los resultados obtenidos de la fase dos.

Por otra parte, se investigó acerca de los establecimientos que cuentan con Registro Nacional de Turismo en cada uno de los siete municipios definidos, a partir de información recopilada de las bases de datos de CITUR, FONTUR, (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2020) y el DANE, identificando el número de alojamientos, hospedajes, hoteles, agencias de viajes y operadores de turismo con RNT activo, otorgado y pendiente por renovar y los restaurantes registrados en Cámara de Comercio. La información se obtuvo a cierre de 2018, como periodo más reciente de información oficial publicada en las fuentes consultadas. En la Tabla 5 se evidencia el número y tipo de prestadores de servicios turísticos con que cuenta cada municipio.

Tabla 5. Número de prestadores de servicios turísticos declarado por el RNT, SITUR Santander y la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018).

Tipo de Servicio	Zapatocha	Barichara-Guane	San Gil	Jordán	Los Santos	Villanueva	Total
Alojamiento y Hospedaje	33	144	132	2	31	10	352
Restaurantes	31	25	45	1	23	3	128
Agencias Operadoras y de viajes de Turismo	5	5	58	0	0	1	69
TOTAL	69	174	235	3	54	14	549

Fuente: Elaboración Propia

Los atributos de los prestadores de servicios de turismo son identificados, valorados y descritos en los resultados obtenidos de la fase dos.

Para el análisis de la demanda como elemento del sistema turístico de los destinos seleccionados, se llevó a cabo un estudio cuantitativo, descriptivo, con diseño no experimental, basado en datos transversales, sumado un análisis cualitativo, de tipo documental. En primer lugar, se aplicó para los siete municipios de interés, como instrumento de recolección de datos (adjunto en el anexo N 6), la parte A (Características del visitante) de la encuesta diseñada, avalada, validada y publicada en la Guía de Planificación Turística del MinCIT (2010), con el objetivo de recopilar información que permitió la caracterización de los turistas que visitan el departamento de Santander, y de este modo consolidar la descripción del perfil de estos. Las variables contenidas en el instrumento aplicado para determinar el perfil del turista que visita Santander se evidencian en la Tabla N 6.

Tabla 6. Cuadro de variables Instrumento de caracterización del visitante

Variable	Opciones de respuesta
País de residencia	1. Colombia
	2. Estados Unidos
	3. Francia
	4. México
	5. Otros
Motivo principal del viaje	1. Vacaciones, recreo y ocio
	2. Visitar familiares y/o amigos
	3. En tránsito a otro destino
	4. Educación y/o formación
	5. Salud y atención médica
	6. Asistir a eventos religiosos/ peregrinaciones
	7. Compras para uso personal o para regalo
	8. Realizar inversión y/o asistir a reunión de negocio
	9. Asistir a conferencia, congreso, feria comercial o exposición
	10. Dictar conferencia, ponente en congreso, feria comercial o exposición
	11. Artista de espectáculo (concierto, obra de teatro, danza, etc.)
	12. Competir en actividad deportiva
	13. Investigación académica o científica
	14. Comprar bienes o servicios para empresa que no es de Santander o como independiente
	15. Vender bienes o prestar servicios como representante de empresa que no es de Santander o como independiente
	16. Vine a ser empleado (a) de una empresa ubicada en Santander
Genero	1. Masculino
	2. Femenino
Edad	1. Entre 18 y 25 años
	2. Entre 26 y 35 años
	3. Entre 36 y 45 años
	4. Más de 45 años
Lugar de nacimiento	1. En el extranjero
	2. En Santander
	3. En otro departamento de Colombia
Tipo de transporte para llegar a su lugar de residencia	1. Vehículo propio
	2. Vehículo de amigos o familiares

	3. Transporte aéreo
	4. Alquiler de vehículo
	5. Transporte terrestre de pasajeros
Duración estadía	1. Fecha de llegada a Santander
	2. Fecha de salida de Santander

Fuente: Elaboración propia

La aplicación de la encuesta para validar el perfil de la demanda de turismo en Santander se realizó en un solo momento de tiempo, de manera presencial, en cada uno de los siete municipios a turistas encontrados en diferentes escenarios, durante el trabajo de campo, el cual consistió en un itinerario de viaje llevado a cabo del día 12 al 16 de enero de 2020, ejecutado acorde al cronograma consignado en la Tabla 7.

Tabla 7. Cronograma trabajo de campo.

Cronograma trabajo de campo

Fecha de Visita	Municipio
12/01/2020	Zapatoca
13/01/2020	San Gil-Villanueva
14/01/2020	Barichara-Guane
15/01/2020	Jordán
16/01/2020	Los Santos

Fuente: Elaboración propia

Las encuestas fueron aplicadas a grupos de turistas nacionales y extranjeros encontrados en diferentes escenarios públicos y privados de cada municipio, en atractivos turísticos, recursos e infraestructura de algunos prestadores de servicios de turismo presentes en el territorio (hoteles y restaurantes) debido a que en este itinerario de viajes se visitaron todos los atractivos y recursos turísticos presentes en cada municipio; en la Tabla 8 se especifica el número de individuos encuestados por municipio.

Tabla 8. Número de individuos encuestados.

Fecha de Aplicación	Municipio Visitado	Número de Turistas Encuestados
12/01/2020	Zapatoca	9
13/01/2020	San Gil	12
13/01/2020	Villanueva	5
14/01/2020	Barichara	11
14/01/2020	Guane	4
15/01/2020	Jordán	4
16/01/2020	Los Santos	6

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenidos los datos de las características fundamentales de 51 viajeros distribuidos en los siete municipios objeto de estudio de esta investigación, se realizó un análisis de estadística descriptiva y análisis de tablas de contingencia, empleando el software SPSS, lo cual permitió definir rasgos característicos del perfil de los turistas que visitan Santander; este perfil fue complementado, con las características encontradas en la investigación y análisis de información documental de la caracterización de los turistas que arriban a Santander, según el estudio publicado por (PROCOLOMBIA, 2019). En este orden ideas, se definió el perfil del turista que visita Santander, logrando caracterizar el perfil de la demanda turística como elemento fundamental que permite definir un sistema de turismo, y de este modo se logró contribuir a la caracterización del flujo turístico del departamento, el cual no tiene registros estadísticos oficiales por municipio, de manera que esta aproximación departamental es un insumo relevante para el diseño de productos, servicios, investigaciones y proyectos turísticos de la región seleccionada.

En este orden de ideas, se consolidó el análisis de los cinco componentes que integran un sistema turístico en el territorio definido y se procedió a realizar una descripción del sistema turístico de la región y se llevó a cabo la zonificación del área geográfica determinada, agrupando los siete municipios en tres zonas según tres criterios de relevancia, los cuales son definidos y

sustentados en la sección de Zonificación. Así las cosas, las tres zonas delimitadas están integradas de la siguiente forma:

Zona 1: Barichara, Guane, Villanueva y San Gil

Zona 2: Los Santos y Jordán

Zona 3: Zapatoca

Posterior a la descripción del proceso de zonificación y a la caracterización zonal, se elaboró un DOFA para cada una de las tres zonas establecidas, vinculando en el análisis cada uno de los cinco elementos que caracterizan el sistema turístico de los municipios que las integran y se consolidó un DOFA general del sistema turístico del Cañón del Chicamocha. Cabe resaltar que emplear este tipo de instrumento de análisis cualitativo es común al desarrollar proyectos e investigaciones en turismo, como se evidencia en los trabajos de (Mak, 2009) y (Hernández, 2011). Así las cosas, esta fase consolida los resultados del primer objetivo específico definido para esta investigación.

3.1.2. Fase II

La consecución del segundo objetivo específico definido se desarrolló en dos etapas. En la primera etapa, se realizó un trabajo de campo, ejecutado acorde al cronograma consignado en la Tabla 9.

Tabla 9. Cronograma trabajo de campo.

Fecha de Visita	Municipio
2/11/2019	Los Santos
3/11/2019	Jordán
4/11/2019	Zapatoca
10/11/2019	Barichara-Guane
11/11/2019	Villanueva
17/11/2020	San Gil

Fuente: Elaboración propia.

En cada visita, se recorrió en bicicleta y con acompañamiento de un carro escoba, diferentes trazados viales que comunican a los municipios y zonas definidas y se identificaron y georreferenciaron los trayectos, los atractivos, servicios y prestadores de servicios turísticos ubicados dentro de los tramos viales recorridos. Una vez realizadas estas visitas, se diseñaron los trazados viales de cada una de las cinco rutas, elaborando mapas georreferenciados, de cada trayecto, con especificaciones propias de una ruta de ciclomontañismo, privilegiando el criterio de conectividad por medio de ciclomontañismo entre los diferentes trazados urbanos y rurales, municipios, corregimientos, recursos, atractivos y prestadores de servicios turísticos. En la Tabla 10, se evidencian las variables que caracterizan a las rutas de ciclomontañismo diseñadas.

Tabla 10. Variables que caracterizan una ruta de ciclomontañismo

Variable	Unidad de medida
Punto de Inicio	Georreferenciación
Punto de Finalización	Georreferenciación
Distancia para recorrer	Kilómetros
Tiempo en movimiento	Horas y minutos
Altitud ganada	Metros
Temperatura promedio	Grados centígrados
Altitud máxima	Metros sobre el nivel del mar
Altitud mínima	Metros sobre el nivel del mar
Nivel de dificultad	Básico, Intermedio, Avanzado

Fuente: Elaboración propia

Tras este el reconocimiento directo de la zona definida, se llevó a cabo la etapa dos, en la cual la consecución del segundo objetivo específico definido, estuvo orientada por el desarrollo de una metodología cuantitativa, con un alcance descriptivo, no experimental, con información de tipo transversal; que consistió en una valoración de los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio y la selección de aquellos que se consideraron estratégicamente vinculables a las cinco rutas diseñadas. En lo referente a la caracterización de

atractivos y recursos turísticos, se visitaron todos los atractivos y recursos identificados en la fase uno durante la jornada de trabajo de campo realizada según el cronograma contenido en la tabla N 9 y se aplicó el formulario de la guía de Planificación Turística del MinCIT (2010) diseñada, avalada y validada por el MinCIT, FONTUR Colombia, SITUR Santander, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en el cual se registraron datos específicos de cada atractivo y recurso, contribuyendo a la caracterización de los mismos. Este instrumento de caracterización se adjunta en el anexo N 5. El número de atractivos y recursos turísticos visitados por municipio se describe en la siguiente tabla.

Tabla 11. Número de atractivos y recursos turísticos visitados y caracterizados a valorar.

Municipio	Atractivo natural	Atractivo cultural	Recurso natural	Recurso cultural	Total, general
Barichara	2	13	2	10	25
Guane	0	4	0	1	5
Jordán	0	3	0	2	5
Los Santos	2	7	6	2	17
San Gil	5	8	3	4	20
Villanueva	0	1	2	5	8
Zapatoca	5	6	4	6	23
Total, general	14	42	17	30	103

Fuente: Elaboración propia

Una vez obtenidos los datos característicos de todos los atractivos y recursos turísticos visitados y existentes en cada municipio, se agruparon por zona y se realizó una valoración por medio de una evaluación multicriterio discreta, por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, la cual permitió elegir los atractivos y recurso turísticos que fueron vinculados en las cinco rutas de ciclomontañismo.

La metodología para la valoración de prestadores servicios turísticos, es análoga a la aplicada en la caracterización, valoración y selección de atractivos y recursos turísticos. Se realizó una muestra no probabilística, discrecional, orientada por el criterio de ubicación geográfica dentro del trazado de la ruta como factor incluyente en el proceso de valoración y selección, en cada uno de los municipios, sobre los hoteles, alojamientos u hospedajes, restaurantes y agencias operadoras y de viajes de turismo con RNT y/o registro en Cámara de Comercio activo, otorgado y pendiente por renovar. En la tabla 12 se evidencian el número de establecimientos por categoría de servicios con RNT y/o registro en Cámara de Comercio activo, otorgado y pendiente por renovar.

Tabla 12. Número de prestadores de servicios turísticos declarado por el RNT, SITUR Santander y la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018).

Tipo de Servicio	Zapatoca	Barichara-Guane	San Gil	Jordán	Los Santos	Villanueva	Total
Alojamiento y Hospedaje	33	144	132	2	31	10	352
Restaurantes	31	25	45	1	23	3	128
Agencias Operadoras y de viajes de Turismo	5	5	58	0	0	1	69
TOTAL	69	174	235	3	54	14	549

Fuente: Elaboración Propia

En el territorio seleccionado se evidenció la existencia de 549 prestadores de servicios de turismo, declarados por RNT, SITUR Santander y la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018), de los cuales el 64% (352) corresponden a alojamiento y hoteles, el 23% (128) a restaurantes, el 13% (69) a agencias de operadoras y de viajes de turismo. Es relevante destacar que San Gil cuenta con el 43% de los prestadores de servicios formalmente registrados en el territorio seleccionado, seguido de Barichara-Guane con el 31%, Zapatoca con el 13%, Los Santos con el 10%, Villanueva con el 2,5% y Jordán con el 0,5%.

El proceso de muestreo fue discrecional, sustentado en que los operadores y prestadores de servicios turísticos presentes en cada municipio tienen características específicas que son muy diversas, al igual que su ubicación geográfica dentro del territorio, siendo un factor de éxito para el diseño de las rutas turísticas que sean insumo de un producto de turismo con alto potencial para movilizar turistas y generar una demanda creciente y sostenible, vincular tanto atractivos y recursos como prestadores de servicios turísticos que estratégicamente sean seleccionados atendiendo a criterios específicos, que contribuyen al éxito de la ruta turística.

Por lo tanto, la muestra de prestadores de servicios turísticos se determinó ateniendo al criterio de cantidad de prestadores registrados en RNT y cámara de comercio, que operan en el territorio, cuya ubicación y estratégica, es decir, aquellos que están situados sobre el trazado de cada ruta. En la Tabla 13, se evidencia la muestra definida para cada tipo de prestador de servicios turísticos por municipio.

Tabla 13. Muestra seleccionada por tipo de prestador de servicios turísticos por municipio.

Municipios	Alojamiento y Hospedaje	Agencias operadores y de viajes de turismo	Restaurantes	Total
Barichara	13	1	16	30
San Gil	11	17	6	34
Los Santos	11	1	13	25
Guane	1	0	1	2
Villanueva	2	0	5	7
Jordán	3	0	2	5
Zapatoca	6	1	5	12
Total	47	20	48	115

Fuente: Elaboración propia

La muestra definida corresponde al 21% del total de los prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio delimitado.

Posterior a la definición y estimación de la muestra, se llevó a cabo trabajo de campo en cada municipio, acorde al cronograma expuesto la Tabla 9. Para los establecimientos que ofertan hospedaje o alojamiento, se aplicó la sección A (Datos del establecimiento) y la sección B (Actividad Comercial) de la encuesta diseñada y avalada en la guía de Planificación Turística del MinCIT (2012) por el MinCIT, FONTUR Colombia, SITUR Santander, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga. En la tabla 14 se registran las variables capturadas (con respuestas efectivas) del instrumento aplicado, el cual se adjunta en el anexo 8.

Tabla 14. Cuadro de variables instrumento de caracterización de prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje.

Variable	Opciones de Respuesta
Nombre del Establecimiento	1. Texto
Categoría de alojamiento según RNT	1. Albergue
	2. Alojamiento rural
	3. Aparta hotel
	4. Campamento
	5. Centro Vacacional
	6. Hostal
	7. Hotel
	8. Refugio
	9. Vivienda turística
Tipos de alojamiento	1. Habitaciones
	2. Apartamentos
	3. Casas
	4. Cabañas
	5. Camping
Año de Fundación	Año
Actividad comercial en diciembre	1. Si

	2. No
Municipio del establecimiento	1. Barichara
	2. San Gil
	3. Los Santos
	4. Guane
	5. Villanueva
	6. Jordán
	7. Zapatoca
Total, habitaciones	1. Entre 1 y 15
	2. Entre 21 y 50
	3. Entre 50 y 100
	4. Más de 100
Capacidad máxima de alojamiento en personas	1. Entre 10 y 30
	2. Entre 31 y 50
	3. Entre 50 y 100
	4. Más de 100
Tarifa de una habitación doble estándar (con IVA)	1. Entre 25,000 y 50,000
	2. Entre 50,001 y 100,000
	3. Entre 100,001 y 200,000
	4. Entre 200,001 y 400,000
Personas realizaron check in en diciembre	1. Entre 1 y 15
	2. Entre 16 y 30
	3. Entre 30 y 50
	4. Más de 50
Viajeros que hicieron check in fuera de Santander	1. Entre 10 y 30
	2. Entre 31 y 50
	3. Entre 50 y 100
	4. Más de 100
Habitaciones ocupadas en diciembre	1. Entre 1 y 15
	2. Entre 21 y 50
	3. Entre 50 y 100
	4. Más de 100
Total, huéspedes durante diciembre (sumatoria)	1. Entre 10 y 30
	2. Entre 31 y 50
	3. Entre 50 y 100
	4. Más de 100

Fuente: Elaboración propia

Para los establecimientos que ofertan servicios de alimentación (restaurantes), se aplicó la sección A (Datos del establecimiento comercial), la sección B (Actividad Comercial), la sección C (Oferta del establecimiento) y la sección D (Atención a visitantes no residentes en Santander) de la encuesta diseñada y avalada en la guía de Planificación Turística del MinCIT (2012) por el MinCIT, FONTUR Colombia, SITUR Santander, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga. En la tabla 15 se registran las variables capturadas (con respuestas efectivas) del instrumento aplicado, el cual se adjunta en el anexo 9.

Tabla 15. Cuadro de variables instrumento de caracterización de prestadores de servicios alimenticios (Restaurantes)

Variable	Opciones de Respuesta
Nombre comercial del establecimiento	Texto
Ubicación del establecimiento	1. Barichara
	2. San Gil
	3. Los Santos
	4. Guane
	5. Villanueva
	6. Jordán
	7. Zapatoca
Especialidad principal del restaurante	1. Típica santandereana
	2. Típica colombiana
	3. Pescados y mariscos
	4. Pollo
	5. China
	6. italiana
	7. India
	8. peruana
	9. Comida rápida/carnes
	10. mexicana
	11. Vegetariana
	12. Española
Estuvo en actividad comercial en diciembre	1. Si
	2. No
Servicio principal del restaurante	1. Platos de comida
	2. Unidades de comida
Número de mesas disponibles	1. Entre 1 y 10
	2. Entre 11 y 20

	3. Más de 20
Número de Asientos disponibles	1. Entre 2 y 20
	2. Entre 22 y 40
	3. Más de 40
Porcentaje de visitantes no residentes en Santander	Porcentaje

Fuente: Elaboración propia

Para las agencias operadoras y de viajes de turismo, se aplicó la sección A (Datos del establecimiento comercial) y la sección B (Actividad Comercial) de la encuesta diseñada y avalada en la guía de Planificación Turística del MinCIT (2012) por el MinCIT, FONTUR Colombia, SITUR Santander, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga. En la tabla 16 se registran las variables capturadas (con respuestas efectivas) del instrumento aplicado, el cual se adjunta en el anexo 7.

Tabla 16. Cuadro de variables instrumento de caracterización de Agencias operadoras y de viajes de turismo.

Variable	Opciones de Respuesta
Nombre del Establecimiento	1. Texto
Año de Fundación	1. Número
Lugar del establecimiento	1. Barichara
	2. San Gil
	3. Los Santos
	4. Guane
	5. Villanueva
	6. Jordán
	7. Zapatoca
Número de planes turísticos ofrecidos	1. Número
Actividades deportivas que ofrecen	1. Rafting (canotaje)
	2. Espelelismo
	3. Rappel en cascadas
	4. Parapente
	5. Senderismo
	6. Escalada en roca
	7. Bungee Jumping

	8. Ciclomontañismo
	9. Otros
Ofrece actividades recreativas o culturales	1. Si
	2. No
Estuvo en actividad comercial en Mayo	1. Si
	2. No
Número de personas atendidas	1. Entre 10 y 50
	2. Entre 51 y 100
	3. Entre 100 y 500
	4. Más de 500
Origen de los clientes (%)	1. Colombia
	2. Extranjero
	3. Santander

Fuente: Elaboración propia

Aplicado el instrumento y recopilada la información obtenida para cada tipo de prestador de servicios turísticos, se realizó una evaluación multicriterio discreta, por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, la cual permitió elegir los prestadores de servicios turístico-vinculados en las cinco rutas de ciclomontañismo diseñadas. Así las cosas, esta fase consolida los resultados del segundo objetivo específico definido para esta investigación.

Es relevante destacar que la aplicación de los instrumentos de recolección, el análisis de información y la caracterización de atractivos y prestadores de servicios turísticos, propuesta por el MinCIT en conjunto con FONTUR Colombia, SITUR Santander, y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, ha sido empleada para el diseño de rutas turísticas y rutas de turismo con énfasis en ciclismo, por autores como: (Vanegas et. Al., 2017) y (Sánchez y Zuluaga, 2018). Así mismo, la selección y valoración de atractivos, recursos y servicios turísticos ha sido desarrollada por medio de la aplicación de evaluación multicriterio por autores como: (Herbert, 2001), (Luque, 2003), (Valpreda, 2004), (Machado y Hernández, 2007), (Al Mamun y Mitra, 2012), (Lee C. F., 2014), (Mrnjavac, 2014), (Vanegas et. Al., 2017) y (Sánchez y Zuluaga, 2018).

3.1.3. Fase III

En la tercera fase se consolidó el diseño de las cinco rutas de turismo especializadas en ciclomontañismo. En esta fase se diseñaron los itinerarios de cada una de las cinco rutas turísticas, compilando una breve descripción sobre el sistema turístico por donde está trazada la ruta (resultado de la fase uno), la regiones y municipios que conecta, una descripción detallada de la ruta la caracterización de los trayectos seleccionados y los mapas georreferenciados de cada recorrido definido (resultado de la fase dos, etapa uno) y el conjunto de atractivos turísticos, servicios y prestadores de servicios de turismo vinculados estratégicamente a cada una de ellas (resultado de la fase dos, etapa dos), con lo cual se consolida el resultado del tercer objetivo específico definido para esta investigación, soportado con una caracterización detallada de cada una de las cinco rutas y una ilustración cartográfica de las mismas.

El análisis del sistema turístico planteado por Boullón (1985) aplicado al diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para el territorio que compone al Cañón del Chicamocha, es en esencia el desarrollo metodológico del primer principio fundamental en la planificación del espacio turístico, de manera que precisar la caracterización del sistema sobre el cual se pretende generar una dinámica contributiva de valor compartido, desarrollo territorial e integración de actores de la cadena de valor del turismo es un punto de partida que amplía el conocimiento sobre la región a estudiar. Llevar a cabo este análisis es el primer paso para la realización de un análisis sistémico en turismo, que favorece la generación y apropiación de las características fundamentales de cada uno de los 5 elementos que integran el sistema turístico de

cada uno de los municipios integrados en esta investigación, conduciendo a una caracterización detallada del sistema turístico zonal y regional, lo que conlleva a identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades de mejora que actúan como factores aceleradores o retos a gestionar en lo referente a la formulación y ejecución de estrategias de desarrollo territorial enfocadas en turismo.

Para diseñar estrategias turísticas de desarrollo e integración territorial, se hace necesario precisar información que caracterice los municipios, zonas y la región sobre la cual se formularán y ejecutarán las diferentes estrategias en mención, siendo un punto de partida idóneo para lograr resultados sostenibles en el tiempo en pro del desarrollo del turismo como fuente de generación de valor compartido. Analizar cada elemento del sistema turístico a nivel municipal, favorece el proceso de integración por medio de rutas turísticas, debido a que permite evidenciar la dinámica de complementos y sinergias que son estratégicamente susceptibles de articular entre un municipio y los municipios aledaños, haciéndolo escalable a las zonas definidas que los interrelacionan. De igual forma, esta metodología da lugar a identificar las falencias de determinados destinos, las cuales deben ser compensadas en el proceso de integración turística para la generación de desarrollo territorial a través de rutas que contribuyan a una conectividad competitiva de los atractivos, recursos, prestadores de servicios turísticos y comunidad local.

Definir el sistema turístico del territorio abordado posee un enorme valor en la generación de conocimiento en materia turística, dado que al caracterizar la comunidad receptora, la infraestructura, superestructura, oferta y demanda de turismo, se logra profundizar en la comprensión de la dinámica del sector turístico en un territorio determinado, evidenciando los

diferentes tipos de relaciones e interrelaciones que surgen entre los agentes y actores de la cadena de valor de este sector; dado lo anterior, es factible generar soluciones a necesidades o problemas reales a los que se enfrenta el territorio seleccionado, la comunidad local, sus instituciones públicas y privadas, entre otros, como punto de partida para la consecución de nuevos proyectos e investigaciones que potencien la generación e verdadero desarrollo territorial a partir de una adopción de la realidad y caracterización turística del territorio conducida hacia una explotación positiva de la misma que derive en beneficios reales para la comunidad local, los turistas, los prestadores de servicios turísticos, y demás instituciones y actores que están inmersos en la cadena de valor del turismo.

Cuando se evidencia un claro conocimiento del sistema turístico sobre el cual se desarrolla una investigación y en particular en el diseño de rutas turísticas, el proceso de generación de conectividad competitiva es más eficiente, debido a que permite generar trazados estratégicos que orienten el recorrido del turista a lo largo de una experiencia integral, en donde la riqueza natural, cultural, social e histórica de los diferentes destinos visitados se articula de forma fascinante y cautivadora con las comunidades locales y prestadores de servicios turísticos que operan en la región. Este proceso metodológico exalta si bien las ventajas que posee el territorio objetivo de investigación, deja ver claramente factores de riesgo y debilidades que deben ser minimizada o gestionadas de manera óptima para que la dinámica de turismo permita un flujo creciente de visitantes y el retorno periódico de los mismos, lo que conduce a formular estrategias y/o proyectos que cimentados en información precisa sobre el sistema de turismo abordado, reconociendo limitaciones y atributos propios del territorio seleccionado.

En términos de la aplicación de la metodología en mención en el territorio que compone al Cañón del Chicamocha, se genera desde un enfoque mixto una profundización e integración en la caracterización de los sistemas turísticos municipales, zonales y regionales, ofreciendo información precisa que no está condensada en ningún documento público, de manera que favorece la generación de conocimiento al respecto y amplía el entendimiento de la dinámica de turismo que se vivencia en la región.

Por otra parte, en la estructuración de las rutas turísticas, al vincular atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos de manera estratégica y óptima, se logra a partir de la valoración y selección de los mismos por medio de una evaluación multicriterio (MCE) discreta por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, dado que permite vincular criterios de valoración con soportes teóricos y empíricos de gran validez que contribuyen al diseño de una verdadera experiencia de turismo en el marco de un trazado de conectividad cultural, natural, histórica y en esencia turística a lo largo de un territorio definido. Emplear esta metodología permite valorar la pertinencia de la vinculación de los actores mencionados las rutas turísticas, propendiendo porque se vinculen aquellos que contribuyen significativamente al cumplimiento de los objetivos del trazado diseñado, lo cual trasciende una unión por criterios de optimización geográfica e involucra atributos y criterios relevantes que obedecen tanto a los gustos y preferencias de los turistas como a la riqueza cultura, natural e histórica con que cuenta un determinado territorio.

En consecuencia, la evaluación multicriterio aplicada en el turismo permite una jerarquización óptima de atractivos, recursos y prestadores de servicios de turismo y servicios

complementarios que son funcionales de vincular a una ruta, orientando y favoreciendo el flujo de turistas por un recorrido planeado con rigor y fundamentado en criterios que propende por garantizar una experiencia de turismo integral.

En el capítulo tres, se consolidó la metodología de la investigación. Es relevante destacar que en proyectos de turismo es general encontrar metodologías mixtas, debido a la gran importancia de caracterizar de forma descriptiva los sistemas turísticos a intervenir y esto se logra a través de investigación cualitativa y cuantitativa. Así mismo, es usual aplicar análisis DOFA y evaluación multi-criterio cuando se trata de diseñar rutas de turismo con el objetivo de generar trazados estratégicos de conectividad competitiva que contribuyen al desarrollo de las regiones integrando los diferentes actores de la cadena de valor del turismo.

4. CAPITULO 4.

En este capítulo están estructurados los resultados obtenidos del proceso investigativo. En primer lugar, se expone la caracterización del sistema turístico bajo el análisis de los cinco elementos que lo integran según la metodología de Análisis de la Planificación del Espacio Turístico propuesta por Roberto (Boullón, 1985); evidenciando los rasgos característicos de la comunidad receptora, la infraestructura, la superestructura, la oferta y demanda turística, de cada uno de los siete municipios definidos. En segundo lugar, se realiza la zonificación de la región turística seleccionada, partiendo de una descripción y caracterización de la región siguiendo la metodología planteada por (Boullón, 1985), a la par que se consolida la caracterización de cada una de las tres zonas y sus sistemas turísticos integrados. En tercer lugar, se desarrolla un análisis DOFA por cada zona y un DOFA regional. En cuarto lugar, este capítulo contiene la descripción del perfil del turista que visita el departamento de Santander. En quinto lugar, se evidencia la valoración multicriterio y la selección de los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos vinculados estratégicamente a cada una de las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo diseñadas. Así mismo, se consolida el itinerario detallado de cada ruta integrando los resultados anteriormente mencionados, más una representación cartográfica de cada una de ellas. Finalmente, este capítulo evidencia las 5 rutas diseñadas, las cuales son una compilación de la investigación realizada.

RESULTADOS.

4.1. RESULTADOS OBJETIVO ESPECIFICO 1.

“Analizar los elementos del sistema turístico: oferta, demanda, comunidad, infraestructura y superestructura, de los siete municipios definidos, aplicando la metodología de análisis de sistema turístico, contribuyendo al conocimiento de las características que definen este sistema”.

4.1.1. ANALISIS DEL SISTEMA TURISTICO.

Los destinos y regiones de turismo cuentan con cinco elementos (Comunidad receptora, infraestructura, superestructura, oferta y demanda) que deben ser caracterizados y analizados dado que integran y definen su sistema turístico (Boullón, 1985). Caracteriza, comprender y analizar el sistema turístico es esencial para poder formular estrategias de desarrollo territorial enfocadas en turismo, así como para desarrollar investigaciones, proyectos e iniciativas de turismo, pues implica un proceso de análisis racional y relacional que enmarca en un sistema o conjunto de elementos todas las interacciones y relaciones que forman un mercado turístico. En esta investigación se analizaron los cinco componentes que del sistema turístico existente de cada uno de los siete municipios definidos y se integró un análisis del sistema turísticos regional como se evidencia a continuación.

4.1.1.1. Análisis Del Sistema Turístico De Zapatoca.

4.1.1.1.1. Comunidad Receptora.

4.1.1.1.1.1. Aspectos geográficos y territoriales.

El municipio de Zapatoca fue fundado el 13 de octubre de 1743. Está ubicado en la zona central del departamento de Santander, al suroccidente de Bucaramanga. Es conocido popularmente como la ciudad Levítica o ciudad del clima de seda. En la Guía Turística de Santander, se puede encontrar que su extensión es de 360 km², situándose a 52 km del municipio de Girón por vía departamental, a una altitud de 1.737 msnm, temperatura promedio sobre los 19 °C, especialmente en la zona de la serranía de los Yariguies y en la serranía de San Javier; el contraste climático de Zapatoca hace de este un destino de especial interés para propios y visitantes, pues también ofrece temperaturas más cálidas sobre los 21°C a las orillas del río Suarez y el río Sogamoso.

Dentro de su gran riqueza natural y cultural, Zapatoca cuenta con diferentes atractivos y recursos turísticos y culturales que enriquecen al Cañón del Chicamocha tanto en la zona rural del municipio como en su casco urbano, de manera que se pueden encontrar fácilmente iglesias construidas que datan de hace más de tres siglos, bosques de pinos, miradores, cuevas, cascadas y arquitectura Guane. A nivel rural, se destacan la Cueva del Nitro, la laguna del sapo, el pozo del ahogado, las cataratas de la Unión, los caminos de Lengerke, entre otros. La hidrografía en este municipio es un factor estructural de gran relevancia para el territorio, dado que en la zona urbana hay escasez de fuentes hídricas que se compensan con nacimientos y cuencas en la zona rural, donde es común encontrar fuentes de agua potable.

En la página oficial de la Alcaldía Municipal de Zapatoca se encuentra información relevante sobre las características territoriales, económicas, culturales y sociales de este pueblo. La organización territorial del municipio está configurada con un casco urbano, integrado por nueve barrios y la zona rural, compuesta por veinticuatro veredas y dos corregimientos. En la siguiente ilustración se refleja el mapa cartográfico y topográfico del municipio.

Imagen 6. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Zapatoca



Fuente: Topografía y Cartografía oficial del Municipio de Zapatoca- Página web Alcaldía municipal-Zapatoca-Santander.gov.co

Zapatoca es uno de los municipios integrantes del Cañón del Chicamocha con mayor extensión, sus 26.300 hectáreas representan el 20% de la extensión total de este fenómeno natural, epicentro del turismo en Santander. El municipio está dividido en 7 barrios que integran a zona

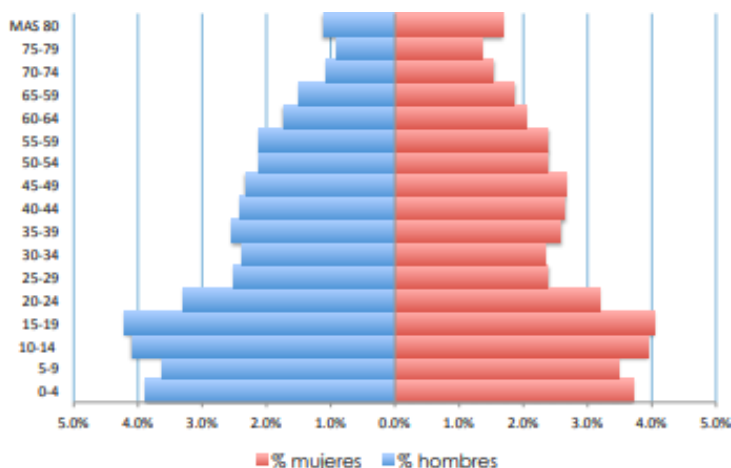
urbana y 38 veredas y dos corregimientos en la zona rural. De manera tal, que su riqueza y extensión le brindan un enorme potencial para posicionar el turismo como fuente de desarrollo y crecimiento económico. Este municipio con un clima considerado como patrimonio ambiental, ofrece una amplia y atrayente gama de atractivos ecológicos, actividades recreativas, artísticas y culturales que lo posicionan como un epicentro de turismo en la región.

4.1.1.1.2. Aspectos demográficos.

Zapatoca registró a cierre del 2018, 8.803 habitantes, Alcaldía Municipal (2019); el 51.6% de la población pertenece al género femenino y un 48.4% al género, masculino; con un promedio de 3.6 individuos por hogar; con un 64,25% de la población residente en la zona urbana y un 37.74% en la zona rural, DANE (2018). Según el DANE (2005), alrededor del 40.4% de la población censada en Zapatoca en dicho año, es oriunda de otros lugares de Colombia, destacando su carácter de municipio receptor. Según cifras del SISBEN 2013, la tasa de fecundidad poblacional para el grupo etario entre de 20 a 50 años corresponde a 72.3%.

La pirámide poblacional por grupos etarios del municipio refleja, a partir de cifras extraídas de Terridata (DNP), que aproximadamente el 45% de la población tiene una edad entre los 16 y 50 años, y específicamente entre los 20 y 29 años, donde se sitúa el 4.3% de los hombres y el 4.1% de las mujeres, que residen en el municipio. Esta distribución etaria indica una mayor concentración de población en la etapa de mayor productividad del ser humano. La distribución etaria de los Zapatoca se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 4 .Distribución etaria de la población residente en el municipio de Zapatoca para el año 2014



Fuente: Series poblacionales-DANE, 2015

4.1.1.1.3. Aspectos económicos.

La economía de Zapatoca gira en torno a la manufactura, minería, agricultura, ganadería, turismo y gastronomía, destacándose la explotación de minas de yeso, las microempresas dedicadas a la producción de tabaco, café, chocolate, artesanías y una amplia gama de productos de panadería y confitería, (Plan de Desarrollo Municipal Zapatoca, 2016-2019). Según cifras oficiales del DANE (2012), el 11.5 % de los establecimientos comerciales registrados en el municipio, pertenecer al sector industrial; el 60.2% están, relacionados con actividades de comercio; el 25.0 % a la prestación de servicios y el 3.3 % a otro tipo de actividades o actividades diversas.

La alcaldía Municipal 2016-2019 logró una evolución positiva de la tasa de asistencia técnica brindada al sector agrícola la cual incrementó de un 10% en 2016 a un 25% en 2019; mientras que la tasa de asistencia técnica al sector pecuario disminuyó de un 30% en 2016 a un 25% en 2019, según el informe de rendición de cuentas municipal (2016-2019). Las principales

empresas encargadas de la generación de valor económico a través de la transformación de materias primas en el municipio se relacionan en la siguiente tabla, destacándose la producción de cultivos frutales.

Tabla 17. Empresas productivas más representativas del municipio de Zapatoca para el año 2019.

MICROEMPRESA	PRODUCTO	PRODUCTO FINAL
Coagroinza	Frutas, derivados lácteos	Dulces, conservas
Café Alteza	Café	Café molido y procesado,
Castillo Real	Café	Café molido y procesado,
Microcuenca de Ramo	Café	Café molido y procesado, galletas
Mujeres Cacaoteras la Plazuela	Cacao	Chocolate
Unidad Productiva de Lácteos San Isidro	Lácteos	Yogurt, Arequipe,
Frotozap	Frutas	Pulpa de frutas
Unidad Productiva Cárnicos	Carne de res, cabra, cerdo, pollo	Embutidos
El trigal	Lácteos	Dulces

Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

A cierre de 2005, Zapatoca superaba la media departamental de pobreza multidimensional (46%) y se situaba 10 puntos porcentuales por debajo del resultado nacional (70%).

4.1.1.1.4. Educación.

El municipio de Zapatoca, según la Secretaría de Educación Departamental (2011), cuenta con la presencia de 86 docentes y 6 directivos, quienes prestan el servicio de educación y están inscritos en la Secretaría de Educación Departamental. Según el Ministerio de Educación de Colombia (2012), para el 2011 (cifras oficiales más recientes) la cobertura escolar en Zapatoca fue del 81%; las instituciones educativas de carácter privado superaron ese nivel y reportaron una cobertura del 94%. En 2011, la secretaría de educación Departamental (2011), reportó 2.431 individuos en edad de escolaridad (5-17 años), de los cuales fueron atendidos 1,970 alumnos,

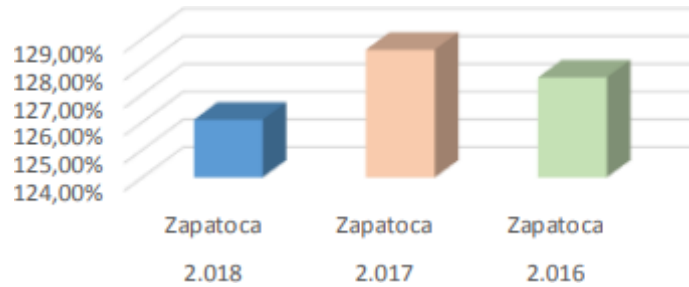
recibiendo educación formal; en materia de instituciones de educación, Zapatoca cuenta con un establecimiento educativo de carácter público, y un establecimiento educativo de carácter privado, los cuales se encuentran situados en el casco urbano, y cuatro instituciones públicas en la zona rural, los nombres de estas son:

- Colegio Sagrado Corazón de Jesús Hermanas Bethlemitas (privado)
- Instituto Técnico para el Desarrollo Rural (privado)
- Institución Educativa La Plazuela (oficial)
- Institución Educativa Las Puentes (oficial)
- Institución Educativa Palo Blanco (oficial)
- Instituto Técnico Santo Tomás (oficial)

La secretaría de educación Departamental (2011), reveló que cerca del 10.1% de los menores de cinco años y el 9.5 % de la población mayor a quince años, está en situación de analfabetismo, es decir, no sabe leer ni escribir, para un total de población analfabeta del 11,5% a corte de 2011; a la par que la tasa de escolaridad urbana corresponde al 69.2%. Para el año 2018 según cifras oficiales de la Alcaldía Municipal, la tasa de analfabetismo rural alcanzó el 5,85%, a nivel urbano este indicador se situó en el 4,69%, para una tasa total de analfabetismo del 5,06%. Otro aspecto para considerar corresponde a que el 50.8% de los Zapatocas residentes, alcanza nivel educación básica primaria y el 24,2% educación secundaria. Cabe resaltar que el 3.8% de la población culminó en 2011 estudios técnicos y el 4,1% estudios a nivel de posgrado. El municipio ha tenido una evolución significativa en la cobertura escolar, logrando cerrar el 2012 con una tasa de cobertura neta escolar del 100%, superando la tasa departamental (93%) y nacional (80%),

Ministerio de educación Nacional (2012). En la siguiente ilustración se refleja la evolución de la cobertura media de educación básica primaria desde el 2016 hasta el 2018.

Ilustración 5. Evolución histórica de la tasa de cobertura escolar en nivel de básica primaria en el municipio de Zapatoca para el año 2018



Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

Se destaca que el municipio ha elevado el nivel de cobertura básica primaria en los últimos tres años, superando el 100%. En la siguiente ilustración se refleja la evolución de la cobertura media de educación secundaria desde el 2016 hasta el 2018.

Ilustración 6. Evolución histórica de la tasa de cobertura escolar en nivel de secundaria en el municipio de Zapatoca para el año 2018



Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

En términos generales la tasa de cobertura neta en educación media alcanzada por el municipio ha evolucionado pasando del 54,33% en 2015 al 73,18% en 2018, TERRIDATA-DNP

(2019). Los resultados de matemáticas en las pruebas Saber11 ha evolucionado positivamente, aumentando de 51,47 puntos a 52,23 puntos en 2018, TERRIDATA-DNP (2019). Por otra parte, la tasa de analfabetismo para el año 2018 por disposición territorial se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 7. Tasa de analfabetismo según división territorial en el municipio de Zapatoca para el año 2018.



Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

Por otra parte, el nivel de matrículas escolares en 2016 es significativamente más elevado en la zona urbana y se evidencia población beneficiada por programas de alimentación infantil como el PAE, como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 18. Evolución histórica del nivel de matrículas escolares en el municipio de Zapatoca entre el año 2016 y 2019.

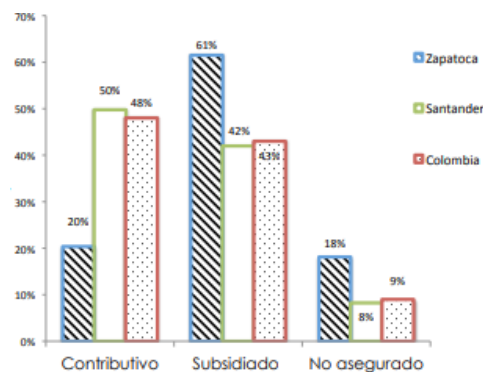
AÑO	MATRICULA INSTITUCIONES EDUCATIVAS URBANAS	MATRICULA INSTITUCIONES EDUCATIVAS RURALES	ESTUDIANTES BENEFICIADOS DEL PROGRAMA PAE	NÚMERO DE DÍAS DE OPERACIÓN DEL PAE
2016	1334	502	1029	180
2017	1436	535	1152	182
2018	1246	500	1732	110
2019	1147	510	1624	162

Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

4.1.1.1.5. Salud.

En el Plan de Salud Territorial de Zapatoca 2012-2015, se evidencia según cifras obtenidas del SISBEN, que, a cierre de junio de 2010, el 18,1% de la población tiene Necesidades Básicas Insatisfechas (NBI); a nivel urbano el 12,45% reportan NBI y a nivel rural el 27%. Acorde a cifras del SISBEN III en el año 2012, en el casco urbano el 33.83% de los habitantes poseen un puntaje de 0 – 44.7, mientras que en la zona rural este porcentaje alcanza el 16.3% de la población. En el informe de rendición de cuentas de la Administración Municipal 2016-2019, se afirma que el 68,56% de los Zapatocas están afiliados al régimen subsidiado; en la siguiente ilustración se evidencian los niveles de cobertura según grupo de afiliación a corte de 2012.

Ilustración 8. Tasa de cobertura en salud en el municipio de Zapatoca para el año 2012.



Fuente: Base de datos única de Afiliados, secretaría de Salud municipal, 2012

El municipio cuenta con dos IPS privadas (IPS Gestionar Bienestar e IPS UNIMAA), tres consultorios médicos de carácter privado y cinco consultorios odontológicos. En la siguiente tabla se relacionan dichos establecimientos.

Tabla 19. Centros de Salud vigentes en el municipio de Zapatoca para el año 2018.

Centro de salud	Dirección
IPS GESTIONARBIENESTAR HOSPITAL ZAPATOCA	CARRERA 2 No.22- 30
LORENIZ DURAN CALDERON S.A.S	CALLE 18 n. 18- N.9-59
IPS CLINICA SALUDZAP S.A.S	CARRERA 9 N° 21-13
ARCINIEGAS & ASOCIADOS SAS	CALLE 20 N° 10-26
UNIMAC	CALLE 20 N° 10-26
Laboratorio clinico medico GUANE S.A.S.	CALLE 18 No.9-35 LOCAL 18
LABORATORIO CLINICO MEDICO GUANE S.A.S	CALLE 18 No. 18-35 LOCAL 18
IPS OLFIS SAS	CARRERA 9 N° 22-32

Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

4.1.1.1.6. Seguridad.

En temas de seguridad, Zapatoca es un pueblo privilegiado, dado que ha disminuido hasta llegar a anular la tasa de homicidios, indicador bastante favorable para el desarrollo económico y social de las comunidades residentes y de proyectos de crecimiento alrededor de actividades como el turismo, las cuales requieren de un marco positivo en materia de seguridad para ser parte del portafolio de destinos turísticos a visitar por parte de turistas nacionales y extranjeros. En la actualidad no se registra la presencia de ningún tipo de grupo armado o al margen de la ley, ni en el casco urbano ni en la zona rural del municipio. La evolución de la tasa de homicidios en Zapatoca, Santander y Colombia se visualiza en la siguiente ilustración:

Ilustración 9. Evolución de la tasa de homicidios por cada 100 mil habitantes en el municipio de Zapatoca entre el año 2008 y 2012.



Fuente: Ministerio de Defensa Nacional de Colombia, 2012

Es relevante destacar que para el periodo comprendido entre el 2008 y el 2012, no se presentó ningún caso de secuestro y en el año 2012 la tasa de hurtos por cada 100 mil habitantes fue de 1 caso en esta escala, Min Defensa (2012). En términos de problemáticas sociales relacionadas al desplazamiento forzado, no existe amenaza de ese factor en el territorio, no obstante, Zapatoca es receptor de población desplazada oriunda de San Vicente de Chucuri y Barrancabermeja. En la siguiente ilustración se expone la evolución del comportamiento de la recepción de desplazados desde el 2002 hasta el 2013, a nivel nacional, departamental y municipal.

Ilustración 10. Evolución del número de casos desplazamiento forzado en el municipio de Zapatoca entre el año 2008 y 2012.



Fuente: Ministerio de Defensa Nacional de Colombia, 2012

4.1.1.1.2. Infraestructura

4.1.1.1.2.1. Conectividad y Accesibilidad.

Zapatoca se encuentra ubicado a 61 kilómetros de Bucaramanga; a 52 kilómetros de Girón y a 400 kilómetros de capital colombiana (Bogotá) lo que implica un desplazamiento por carretera con duración aproximada de 10 horas. El recorrido vía terrestre parte del municipio de Girón, desde donde se emprende un viaje de dos horas promedio, recorriendo 32 kilómetros pavimentados y 20 kilómetros en estado regular. Otra vía de acceso terrestre, parte del municipio de San Vicente, el cual está ubicado a 48 kilómetros, por vía completamente des pavimentada; también hace parte de la red vial regional la conexión de acceso partiendo por del municipio del Socorro-Santander, pasando por Galán, el cual es un recorrido de 42 kilómetros por vía sin pavimentar. El recorrido de los tramos intermunicipales para llegar a Zapatoca es realizado por las flotas de transporte de Coostransmagdalena y Copetrán.

Imagen 7. Panorámica del puente Gómez Ortiz sobre el Rio Sogamoso.



Fuente. Santander al Extremo (2019)

A Zapatoca también se puede acceder por vía aérea, empleando helicóptero o avioneta con capacidad de transportar 20 pasajeros, con destino al aeropuerto Guillermo Gómez Ortiz, ubicado a 4 kilómetros de del casco urbano del municipio.

Imagen 8. Panorámica del Club de Aviación Deportiva de Zapatoca.



Fuente. Periódico El Frente (2017)

Uno de los retos principales manifestados en el Plan de Desarrollo Municipal (Alcaldía de Zapatoca, 2016 - 2019), es mejorar la conectividad del municipio con la capital del departamento de Santander y demás municipios aledaños, modernizando y mejorando la calidad de la malla vial como estrategia de conectividad competitiva para impulsar dinámicas económicas de turismo y comercialización de productos manufacturados y/o producidos en las veredas y en el casco urbano del pueblo, dado que el mal estado de la red de carreteras terciaria impide una óptima conectividad y accesibilidad intermunicipal.

4.1.1.1.2.2. Servicios Públicos.

La Alcaldía de Zapatoca (2016 – 2019) ha realizado avances significativos en la prestación servicios públicos domiciliarios, invirtiendo en mejoras en cobertura y calidad de las redes eléctricas, de acueducto y alcantarillado, tanto en cobertura como en calidad. El servicio de energía eléctrica reporta una cobertura del 98,49% (ESSA, 2019), logrando llegar al 100% de los hogares situados en la zona urbana y al 80,26 % de la población residente en la zona rural. De manera tal que se evidencia que la prestación del servicio de energía hace viable el desarrollo de actividades económicas como el turismo. En términos de telecomunicaciones la Alcaldía Municipal (2016-2019), especifica que el municipio cuenta con señal de los tres canales nacionales, dos de los cuales son privados y el canal de televisión regional TRO, sumado a un canal exclusivo del municipio, a cargo del operador AUPAZA. Para el 2019 según el Departamento Nacional de Planeación (2019), la tasa de cobertura de internet banda ancha registrada en Zapatoca es del 4,1%, situación que refleja una enorme oportunidad en materia de conectividad a internet y acceso a TIC's para la comunidad residente y los turistas que pernoctan y visitan el municipio. No obstante, Zapatoca cuenta con página web (zapatoca-santander.gov.co) en donde se puede consultar información fundamental sobre la gestión municipal y caracterización del municipio.

En términos de acueducto y alcantarillado, Zapatoca cuenta con acueducto municipal con cobertura de agua potable del 75,86%, Alcaldía Municipal (2019), prestando el servicio en el casco urbano las 24 horas del día. A pesar de contar con dos plantas de tratamiento de aguas para el consumo humano abastecidas por nacientes y fuentes hídricas de alta pureza, se evidencia un problema ambiental a causa de la descargas de aguas residuales domésticas y de actividades agropecuarias en algunas fuentes hídricas cercanas, siendo esta una tarea a gestionar por parte de

la administración pública; así como ampliar la cobertura de agua potable para las veredas que integran la zona rural, las cuales en su mayoría se abastecen de fuentes hídricas naturales sin procesamiento del recurso hídrico, a pesar de que cumplen con el porcentaje de potabilidad establecido por el Decreto 475 de 1998. En cuanto al alcantarillado, la oficina municipal de servicios públicos, empleando información del DANE (2019) reveló que la cobertura de este servicio fue del 70,6%. Por otra parte, las cifras obtenidas de la empresa prestadora del servicio de gas natural indican que, en 2018, el 87% de la población cuenta con este servicio; sumado a una cobertura del 97,4% en la recolección de residuos sólidos en el caso urbano, Empresa SERVIZAPATOCA ESP (2018).

4.1.1.1.3. Superestructura.

4.1.1.1.3.1. Entidades del sector público.

El turismo en Zapatoca es una fuente de desarrollo económico y social, la Alcaldía Municipal, lidera desde el ámbito público el impulso del conjunto de actividades económicas que integran las dinámicas del turismo, prueba de ello es la inclusión de objetivos estratégicos en turismo dentro del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, destacando atractivos naturales desaprovechados como la cueva del Nitro, la posibilidad de diseñar rutas de turismo alrededor de los cultivos de tabaco y vino, la construcción de un embalse a orillas del río Sogamoso, aprovechando la represa de Topocoro, entre otros. La visión de Zapatoca a 2020 postulada en dicho plan, declara al turismo como actividad económica de respaldo significativo en un marco de turismo ambientalmente sustentable, turismo ecológico, cultural y de bienestar, como uno de los ejes del plan de desarrollo económico y sostenible.

En este orden de ideas, la Alcaldía Municipal apoyada en la Secretaría y le Consejo de Turismo, trazan una estrategia de promoción turística para el posicionamiento de Zapatoca como destino turístico de Santander, implementando capacitaciones a agentes clave de la cadena de valor del turismo en la región, fortaleciendo la infraestructura, mejorando la red vial, potenciando la generación de proyectos para la realización de actividades de turismo ecológico y de aventura, para contribuir a la generación de desarrollo económico sostenible e inclusivo. Dentro de los objetivos de turismo más relevantes que se traza la administración municipal se destacan los adjuntos en la siguiente tabla.

Tabla 20. Objetivos de desarrollo turísticos presentes en el PDM 2016-2019 del municipio de Zapatoca.

NOMBRE PROGRAMA	No	METAS DE PRODUCTO	INDICADOR	LINEA BASE	META	RESPONSABLE
ZAPATOCA CON INFORMACION SEGURA	72	Implementar una estrategia para la protección de datos y ciber seguridad durante el periodo de Gobierno.	Estrategia de protección de datos y ciber seguridad implementada	0	1	Secretaria de Gobierno
TURISMO ORGANIZADO	73	Elaborar e implementar el plan turístico de Zapatoca	Plan turístico elaborado e implementado	0	1	Secretaria de Desarrollo
TURISMO ORGANIZADO	74	Realizar una Caracterización a los diferentes tipos de proveedores: hoteleros, Restaurantes, Operadores turísticos, para ajustar los servicios prestados a condiciones de Calidad Mundial.	Caracterización realizada a los diferentes tipos de proveedores.	0	1	Secretaria de Desarrollo
	75	Realizar una capacitación anual a los sectores: hoteleros, Restaurantes, Operadores turísticos, para ajustar los servicios prestados a condiciones de Calidad Mundial.	N° de capacitaciones realizadas.	0	4	Secretaria de Desarrollo
	76	Diseñar e implementar un plan de medios de comunicación para promocionar el turismo del Municipio.	Plan de medios implementado	0	1	Secretaria de Desarrollo
ZAPATOCA SENALIZADA TURISTICAMENTE	77	Restaurar y mantener 2000 metros de caminos históricos (ruta Lenguerke) en el municipio de Zapatoca	N° de metros de camino históricos restaurados y mantenidos	0	2000	Secretaria de Planeacion
	78	Señalizar 5 sitios turísticos del municipio que garantice su ubicación a los visitantes, durante el cuatrienio	N° de sitios turísticos señalizados.	0	5	Secretaria de Desarrollo
	79	Implementar una (1) ruta turística del municipio de Zapatoca.	Ruta turística definida e implementada	0	1	Secretaria de Desarrollo
ZAPATOCA DISFRUTA NUESTROS SITIOS TURISTICOS	80	Realizar mantenimiento a cinco (5) sitios turísticos del municipio identificados para el goce de los visitantes	N° sitios turísticos mantenidos	0	5	Secretaria de Planeacion

Fuente: Administración Municipal, “Zapatoca de todos, para todos”, 2016-2019

4.1.1.1.3.2. Entidades del sector privado.

El desarrollo del turismo en Zapatoca ha traído consigo una evolución positiva en el número de prestadores de servicios turísticos. En este municipio se formó de hecho la Asociación para el Desarrollo Turístico de Zapatoca (TuriZap), como entidad privada conformada con el objetivo de impulsar las dinámicas del turismo de calidad, e integrar de manera óptima y eficiente a los diferentes prestadores de servicios y a la comunidad, en todas las actividades turísticas a desarrolla. Según cifras de esta entidad, en el municipio operan en 2019, 40 prestadores de servicios turísticos, los cuales están avalados por Registro Nacional de Turismo; superando a corte de 2017, los 17 prestadores reconocidos como activos en la página oficial del CITUR.

4.1.1.1.3.3. Planificación turística.

En Zapatoca se han generado avances significativos en materia de planificación turística, liderados por la Alcaldía Municipal y la Secretaría de Desarrollo. En el marco del PDM 2016-2019 es donde se evidencian las estrategias y objetivos de turismo para el municipio. En Zapatoca existe el Consejo de Municipal de Turismo y un punto de información turística, no obstante, la ausencia de inventario de atractivos turísticos, las limitaciones del plan de ordenamiento territorial, la ausencia del plan de desarrollo turístico municipal, las falencias en la calidad de la malla vial desde la capital santandereana y vías que comunican con municipios aledaños, la explotación sostenible de atractivos naturales y culturales, los retos en infraestructura turística y en cobertura de servicios públicos y de telecomunicaciones, generan grandes retos y oportunidades de mejora que deben ser consolidados dentro de la planificación turística para lograr los objetivos trazados por la administración municipal.

4.1.1.1.4. Oferta turística.

El municipio de Zapatoca ha presentado una evolución favorable del sector turismo, las actividades deportivas de montaña como el ciclomontañismo y el senderismo, su riqueza arquitectónica y cultural, sumado a la amplia oferta de servicios y productos turísticos, como resultado de un trabajo de integración público y privado, ha posicionado el turismo de bienestar, el cual es favorecido por la proximidad que tiene con la capital del departamento santandereano. Zapatoca cuenta con una ubicación geográfica privilegiada, al formar parte del cañón del Chicamocha y conectarse con la serranía de los Yariguíes, su territorio se ve enmarcado en una riqueza paisajística, climática y natural que es un patrimonio esencial para el desarrollo del turismo en la región. De hecho, cuenta con cuatro rutas de senderismo:

- Caso Histórico
- Ruta levítica
- Camino de Lengerke
- Mirador Guane

La oferta de atractivos y recursos turísticos de Zapatoca se evidencia en la siguiente tabla.

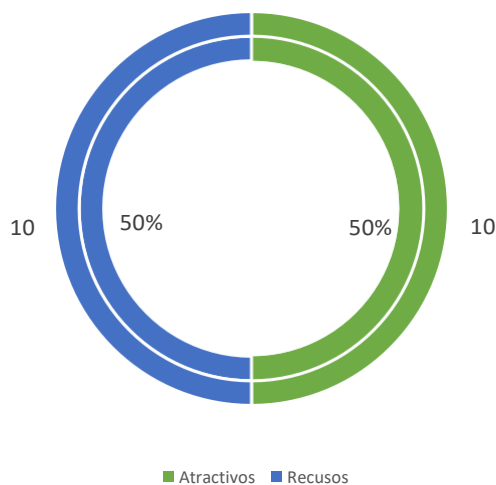
Tabla 21. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Zapatoca.

Zapatoca			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Natural	Recurso Cultural
Cascada La Lajita	Campo Santo	Caminos Lengerke	Artesanías en Pauche
Cueva del Nitro	Casa de ejercicios	Mirador Guane	Barrio la raíz
Embalse del Topocoro	Casa de la Cultura	Mirador R4	Capilla Santa Bárbara
Pozo del Ahogado	Iglesia San Joaquín	Mirador Yariguies	Mediateca
	San Vicentico		Parque Cementerio
	Viñedo		Parque principal

Fuente: Elaboración propia

Zapatoca cuenta con 10 atractivos y 10 recursos turísticos, como se refleja en la siguiente ilustración.

Ilustración 11. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Zapatoca.



Fuente: Elaboración propia

El 60% de los atractivos con que cuenta el municipio son de tipo natural y el 40% son atractivos culturales; así mismo, en el territorio se evidencia un 60% de recursos naturales y un 40% de recursos de tipo cultural, como se refleja en la ilustración adjunta.

Ilustración 12. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Zapatoca.



Fuente: Elaboración propia

En este orden de ideas, la mayor oferta turística disponible en el municipio de Zapatoca es de tipo natural, no obstante, la proporción entre atractivos naturales y atractivos culturales, así como la proporción entre recursos de los mismos tipos, está distribuida de igual manera. El municipio tiene un enorme potencial para seguir posicionando recursos turísticos como atractivos objeto de turismo, así como la meta de consolidar recursos culturales como atractivos que incrementen la afluencia de turistas a su territorio.

4.1.1.1.5. Demanda turística.

Zapatoca no cuenta con estadísticas oficiales sobre el flujo turístico actual, no hay una trazabilidad de la evolución histórica del mismo ni de la caracterización de los viajeros que ingresan y visitan el territorio. No obstante, después de analizar la oferta turística y la evolución

en la infraestructura y prestadores de servicios turísticos, que las principales motivaciones de los turistas que visitan el municipio de turismo corresponden principalmente a vivenciar experiencias de turismo de bienestar, senderismo, ciclomontañismo y actividades de ocio y recreación.

4.1.1.2. Análisis Del Sistema turístico De Barichara-Guane.

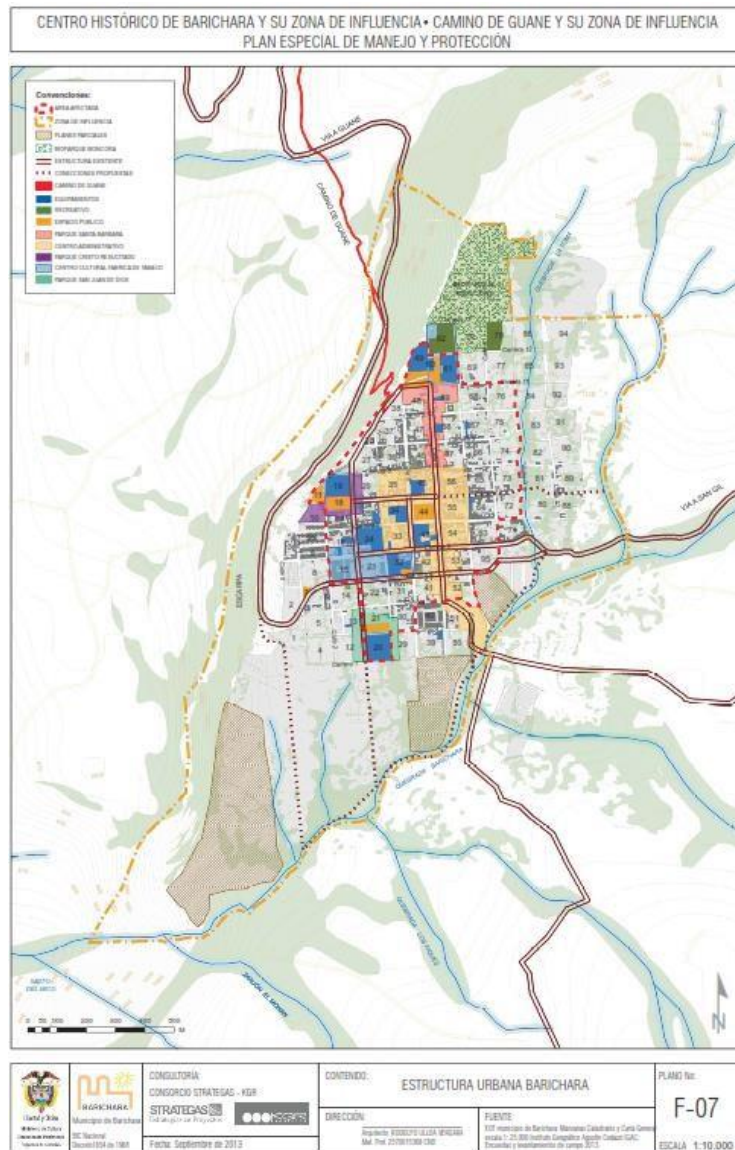
4.1.1.2.1. Comunidad receptora.

4.1.1.2.1.1. Aspectos geográficos y territoriales.

El municipio de Barichara fundado el 1 de agosto de 1702, está ubicado en la provincia de Guantán, a 118 kilómetros de Bucaramanga. Es conocido popularmente como el “pueblo más lindo de Colombia”, caracterizado por una arquitectura colonial, provista de construcciones que datan del siglo XVIII. El casco antiguo del municipio fue declarado patrimonio cultural de Colombia, como consta en el decreto 1654 de 1978. Según la información oficial de la página de la Alcaldía Municipal, Barichara cuenta con una extensión de 232.3 km², de los cuales el 45% corresponde al casco urbano (104.33 km²) y el 55% a la zona rural (128 km²), limitando al oriente con los municipios de San Gil y Villanueva, al Occidente con Zapatoca y Galán, al Norte con Villanueva y Zapatoca y al sur con Cabrera y San Gil. El municipio se ubica a 1336 msnm, caracterizado por una temperatura promedio de 24°C. El clima del municipio es conocido por una baja precipitación y mínima nubosidad, alcanzado dos tipos de tipos de climas: cálido y templado, en los cuales las temperaturas abarcan desde los 19°C hasta los 28°C en los diferentes momentos del día, reportando un nivel de humedad máxima de 80%, mínimo del 40% y promedio del 57%. La distribución territorial de Barichara basados en la información publicada por la secretaría de planeación municipal (2004), refleja que el municipio está constituido por un casco urbano o centro municipal que abarca 89.73 km² de la extensión territorial, dentro del cual está inmerso el poblado

de Guane con una extensión de 14.6 km2. Por su parte, la zona rural, está dividida en 17 veredas. Como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 13. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane.



Fuente: Topografía y Cartografía oficial del Municipio de Barichara- Página web Alcaldía municipal-Barichara-Santander.gov.co

La división política y territorial del caso urbano del municipio siete sectores relacionados a continuación.

Tabla 22. División territorial del municipio de Barichara y el corregimiento de Guane

ORDEN	NOMBRE	UBICACION	CORRESPONDE A:
1	SANTA BARBARA	URBANO	SECTOR
2	SAN ANTONIO	URBANO	SECTOR
3	PIEDRA DE BOLIVAR	URBANO	SECTOR
4	LA LOMA	URBANO	SECTOR
5	HOSPITAL	URBANO	SECTOR
6	EL CENTRO	URBANO	SECTOR
7	COMERCIO	URBANO	SECTOR
8	GUANE	URBANO	CENTRO POBLADO

Fuente: Secretaría de Planeación y Obras Públicas de Barichara, 2016-2019

La división política, territorial y administrativa de la zona rural de Barichara se expone en la siguiente tabla.

Tabla 23. División territorial de la zona rural del municipio de Barichara y el corregimiento de Guane.

NOMBRE	CATEGORIA	AREA (Kms2)
Centro-Barichara	Cabecera	89.73
Centro-Guane	Centro Poblado	14.6
El Caucho	Vereda	5.5
Llano Higueras	Vereda	4.5
Caraquitas	Vereda	8.0
Arbolito	Vereda	3.5
Guayabal	Vereda	8.0
San José Alto	Vereda	6.5
San José Bajo	Vereda	10.0
Paramito	Vereda	8.5
Santa Helena	Vereda	11.5
Santa Helena Bajo	Vereda	
Salitre	Vereda	4.0
Chagüete	Vereda	11.0
El Pino	Vereda	11.5
Regadillo	Vereda	3.5
Butaregua	Vereda	10.5

Fuente: Secretaría de Planeación y Obras Públicas de Barichara, 2016-2019.

Barichara cuenta con una enorme riqueza natural y cultural, tanto en la zona rural del municipio como en su casco urbano, lo que enriquece al Cañón del Chicamocha, destacándose como se expone en la Guía de Turismo de Santander, el museo arqueológico y paleontológico, los caminos de Lengerke, la Iglesia de Santa Lucía, el Parque de las Artes Jorge Delgado Sierra, la Iglesia de la Inmaculada Concepción, la Capilla de Santa Bárbara, el Parque principal de Guane, entre otros. Su riqueza cultural, histórica, arquitectónica y natural, lo convierten en una joya del turismo para Santander.

Imagen 9. Fotografía de la arquitectura y catedral principal de Barichara.



Fuente. Chip Viajero

4.1.1.2.1.2. Aspectos demográficos,

Barichara según cifras oficiales del (Plan de Desarrollo Municipal, 2016-2019), se distribuye poblacionalmente con un 37% de la población residente en la zona urbana y un 63% en la zona rural, para un total de 7.391 habitantes, en donde el 50.9% de la población pertenece al género femenino y un 49.1% al género masculino, con un promedio de 3.7 individuos por familia, como se evidencia en las siguientes tablas.

Tabla 24. Distribución poblacional según zona de residencia y número de familias del municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2018.

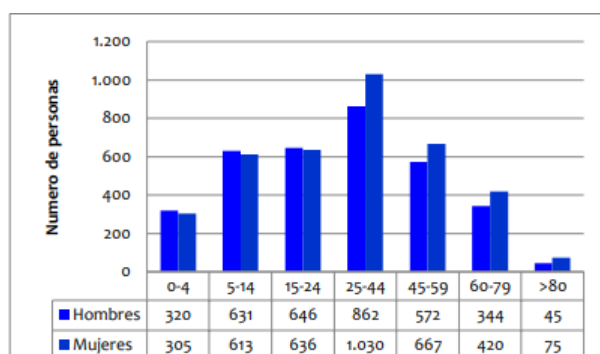
Municipio	Total población	
	Población	Porcentaje
Urbana	2617	37%
Rural	4549	63%

ZONA	No. Familias	No. Habitantes	% del Total de Población
Casco Urbano	638	2.444	34%
Veredas y Centro Poblado	1290	4.687	66%
TOTAL	1928	7.131	100%

Fuente: Secretaría de Planeación y Obras Públicas de Barichara, 2016-2019

La pirámide poblacional por grupos etarios del municipio refleja, a partir del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, que aproximadamente el 50% de la población tiene una edad inferior a los 29 años, es decir, la mayor parte de los habitantes son jóvenes, específicamente se registra una mayor concentración de población correspondiente al 17.35 en etapa de pre adolescencia y en edad de 15 a 24 años se concentra el 17.8% de los habitantes; los demás grupos etarios se reflejan en la siguiente ilustración.

Ilustración 14. Distribución etaria de la población por sexo para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2018.



Fuente: Secretaría de Planeación y Obras Públicas de Barichara, 2016-2019

Según cifras de la ESE San Juan de Dios Barichara y Secretaría de Salud M, la tasa de natalidad es del 9.42%, la tasa de fecundidad alcanza 27.02% y la tasa de mortalidad el 15.01% con una tasa infantil del 0%.

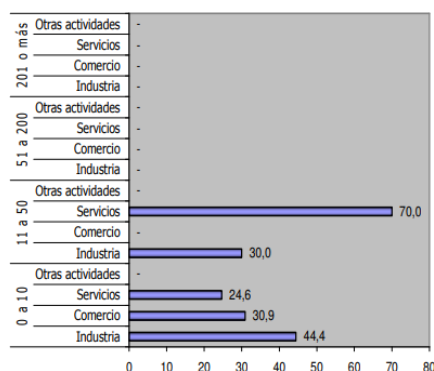
4.1.1.2.1.3. Aspectos económicos.

La economía de Barichara economía se caracteriza por la participación significativa del sector agrícola y ganadero en la zona rural, y el turismo como principal actividad en el casco urbano. Es típico encontrar microempresas de artesanos, así como operadores de turismo y prestadores de servicios turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, etc.), evidenciándose una alta dependencia de los ingresos derivados de esta actividad, dado el importante posicionamiento de Barichara como destino turístico a nivel nacional e internacional.

En términos de agricultura, en este municipio se cultiva café, árboles frutales y cultivos transitorios como tabaco y maíz. La ganadería llevada a cabo en el territorio es en mayor medida vacuna con una pequeña participación de ganadería avícola y pecuaria. La crianza de ganado

caprino es típica del municipio pudiendo observar ejemplares en pastoreo en la zona rural del municipio. En este orden de ideas, según cifras del DANE (2013), las actividades manufactureras representan el 21% de su PIB, el comercio un 4%, el sector inmobiliario un 7% y otros sectores en donde se ubica el turismo, representa el 67% del PIB municipal. El aporte per cápita de Barichara a corte de 2013 según el DANE, fue de 17.603.971 pesos. Según cifras de la Alcaldía Municipal, el sector secundario está inclinado hacia la producción artesanal, pues de las 354 microempresas inscritas el 50% la registran como actividad económica, el 22.6% registran actividades relacionadas con alfarería y un 9.6% con la famosa talla en piedra, reconocida nacionalmente como atributo de Barichara. Por otra parte, el sector terciario, está compuesto por 122 establecimiento registrados que operan en mayor medida en el caso urbano dedicándose principalmente a ofrecer actividades y servicios relacionados con el turismo. De manera consistente, se refleja en la siguiente ilustración la ocupación de la fuerza laboral residente en el municipio por grupo de actividad según tamaño de la empresa, medido por número de empleados, en donde en el sector servicios en establecimientos de 11 a 50 colaboradores se sitúa gran proporción de la población económicamente activa.

Ilustración 15. Establecimientos según escala de colaboradores por actividad económica en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2013.



Fuente: DANE, 2013

En la siguiente tabla se evidencia el eje de administración municipal enfocado en visibilizar la composición y crecimiento económico y turístico del pueblo.

Tabla 25. Eje estratégico de desarrollo municipal Barichara-Guane entre el año 2016 y 2019.

Indicador Resultado	Línea Base	Meta 2019	Fuentes
Porcentaje de microempresas	96,5%	95%	Compite 360 CCB
Porcentaje de empresas que sobreviven más de 5 años	10%	15%	Compite 360 CCB
Porcentaje de participación de las empresas del sector turismo	1	3	Compite 360 CCB
Área dedicada a cultivos agrícolas (has)	5.092	5192	IGAC-SIGOT
Área de bosques (has)	684	694	IGAC-SIGOT
Área dedicada a otros usos (has)	744	844	IGAC-SIGOT

Fuente: Alcaldía Municipal de Barichara, 2016-2019

4.1.1.2.1.4. Educación.

El municipio de Barichara, según el Ministerio de Educación (2015), logró en 2014 un nivel de cobertura en educación media del 73.8% y en educación secundaria el resultado fue de 109.7%. Los rangos de cobertura se reflejan en la siguiente tabla, destacando que, en todos los niveles educativos, el municipio no logró superar la tasa de cobertura correspondiente a la media nacional.

Tabla 26. Tasa de cobertura educativa por rango de escolaridad en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane entre el año 2008 y 2014.

Unidad de medida	Variables/indicador	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Fuente variables / indicador
Porcentaje	Transición	91,5	89,1	93,2	91,7	115,0	99,2	80,3	Ministerio de educación
Porcentaje	Primaria	97,2	97,4	99,0	96,2	97,4	103,8	98,1	Ministerio de educación
Porcentaje	Secundaria	79,5	83,6	88,3	100,2	98,4	99,3	109,7	Ministerio de educación
Porcentaje	Media	65,9	52,3	66,5	65,3	67,2	71,3	73,8	Ministerio de educación

Fuente: Alcaldía Municipal de Barichara, 2016-2019

La tasa de analfabetismo en el municipio alcanzó según DNP -y SPSCV a partir de datos extraídos del Censo realizado por el DANE en 2005, un 13.3% estando por debajo del 16.32% reportado en el departamento de Santander, por otra parte, el indicador de bajo logro académico se situó en el 79.3%, superando en gran proporción el resultado departamental (63.5%). Las cifras reveladas por la alcaldía municipal en términos del desempeño de la educación en Barichara se reflejan en la siguiente tabla.

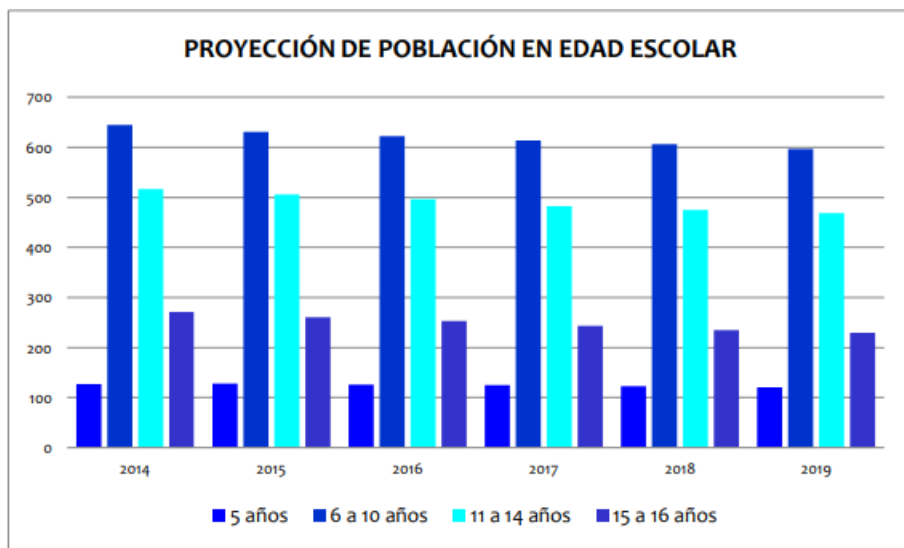
Tabla 27. Estadísticas de desempeño educativo para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para los años 2005, 2012 y 2014.

	Municipio	Departamento	Región	Resultado Esperado 2018**
Cobertura neta educación media (%2014)	49,8%	47,5%	46,4%	49,8%
Pruebas saber 11 matemáticas (2012)	49,09	47,56	46,69	49,09
Tasa analfabetismo mayores a 15 años (2005)	6,2%	7,8%	8,3%	5,5%

Fuente: Secretaría Municipal de educación de Barichara, 2016-2019.

A cierre de 2018, se evidencia un gran progreso en el nivel de cobertura media de educación en el municipio, el cual según cifras obtenidas de TerriData, DNP, logra una tasa del 90%. En lo referente al desempeño en las Pruebas saber 11, se destaca el resultado obtenido en matemáticas, en donde el municipio alcanzó un puntaje de 49.09, superando el logro departamental para el año 2012. En la siguiente ilustración se refleja la proyección de la Alcaldía Municipal sobre la población en edad escolar.

Ilustración 16. Proyección de la población en edad escolar para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane entre el año 2014 y 2019.



Fuente: Secretaría Municipal de educación de Barichara, 2016-2019 .

En el 2011 según Ministerio de Educación - Meta a 2025 para Santander, 40 residentes de Barichara lograron un posgrado, para los años 2012, 2013 y 2014, el número de habitantes con este logro fueron 46, 45 y 41 respectivamente. Dentro de los objetivos de desarrollo sostenibles, la alcaldía del municipio tiene como meta lograr garantizar un nivel de educación de calidad a sus ciudadanos a la par que promueve oportunidades de aprendizaje permanente por medio de inversión en planta docente, alianzas con el SENA, entre otros. Es de resaltar que en Barichara se encuentra ubicado el Colegio Aquileo Parra, le cual es integrante de la “Red de Colegios amigos del Turismo”, como entidad que fomenta en sus alumnos las buenas prácticas sociales, culturales, empresariales, económicas y ambientales asociadas al desarrollo el turismo como motor económico de la región. En la siguiente tabla se reflejan las instituciones educativas presentes en el municipio.

Tabla 28. Instituciones educativas presentes en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para los años 2005, 2012 y 2014

Sector	Nombre	Dirección	Teléfono	Zona
PRIV.	ESCUELA LUDICO PEDAGOGICA TESORO ESCONDIDO	KILOMETRO 4 BARICHARA SAN GIL	3105664719	URB.
PRIV.	INSTITUTO PEDAGOGICO GEO VON LENGUERKE	CARRERA 7 N.º 8-01	7267582	URB.
PRIV.	INSTITUTO TECNICO PARA EL DESARROLLO RURAL IDEAR	CENTRO	XX	RUR.
OFIC.	INSTITUCION EDUCATIVA GUANE	CORREGIMIENTO DE GUANE	3173770248	RUR.
OFIC.	INSTITUCION EDUCATIVA PARAMITO	VEREDA PARAMITO	7267160	RUR.
OFIC.	INSTITUTO TECNICO AQUILEO PARRA	CARRERA 6 NO.5-14	7267131 -3153823795	URB.,RUR.

Fuente: Secretaría Municipal de educación de Barichara, 2016-2019

De las 6 instituciones educativas presentes en el territorio municipal, 3 son de carácter oficial, de las cuales 2 se ubican en zonas verdales y 1 en el centro urbano. De las 6 instituciones operantes solo 3 sedes cuentan con acceso a internet, y todas cuentan con equipos de cómputo provistos por la Alcaldía Municipal. Cabe resaltar que la Institución educativa Paramito y Guane cuentan con 20 sedes y 33 docentes a lo largo de las 17 veredas que constituyen el pueblo.

4.1.1.2.1.5. Salud.

En materia de salud, Barichara es un municipio certificado en salud, distinción otorgada por el Ministerio de Salud y Protección Social (2015). La tasa de cobertura reportada y avalada por MinSalud 2013 corresponde al 100% de la población. Los niveles de distribución poblacional según el régimen y prestador de aseguramiento en salud para 2014, se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla 29. Niveles de distribución poblacional por régimen de salud el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2014.

RÉGIMEN DE SEGURIDAD EN SALUD	No.	%
Régimen Contributivo		
Sanitas	15	0.53
Coomeva	65	2.28
Saludcoop	2026	71.08
COOSALUD contributivo	8	0.28
Avanzar medico	133	4.67
Policía	53	1.86
Ecopetrol	48	1.68
Nueva EPS	502	17.61
TOTAL	2850	100%
Régimen Subsidiado		
Eps-s Coosalud	4225	98.99%
Subsidio Total	4200	98.99%
NUEVA EPS	5	0.11%
Vinculados	0	0
Víctimas del Conflicto Armado	38	0.89%
TOTAL	4268	100%
Identificados SISBEN 1,2,3	7.023	

Fuente: ESE San Juan de Dios de Barichara y Secretaría de Salud Municipal, 2016.

El Hospital Integrado San Juan de Dios de Barichara, catalogado como entidad de segundo nivel, es el único hospital que opera en el municipio, ofertando servicios de hospitalización, consulta externa, laboratorio clínico, urgencias, entre otros. Barichara tiene un reto enorme en la mejora de la planta física y de personal profesional calificado del hospital; así como la necesidad de construir puestos de salud para brindar atención a las veredas y estar preparado de forma integral para brindar una atención excelente y de calidad a propios y turistas. Por otra parte, dentro del PDM 2016-2019, se traza el objetivo de crear un puesto de salud en Guane.

4.1.1.2.1.6. Seguridad.

En Barichara según cifras de la Policía Nacional, en 2014, se presentaron 13.77 casos de hurto por cada 100 mil habitantes, mientras que el hurto a personas naturales alcanzó los 82.6 casos por cada 100 mil habitantes superando la media departamental (68.4) y por debajo de la media

nacional (113.3). En materia de homicidios el número de casos reportados por la SIJIN en 2014 excede el promedio departamental. Las cifras anteriores se expresan en la siguiente tabla.

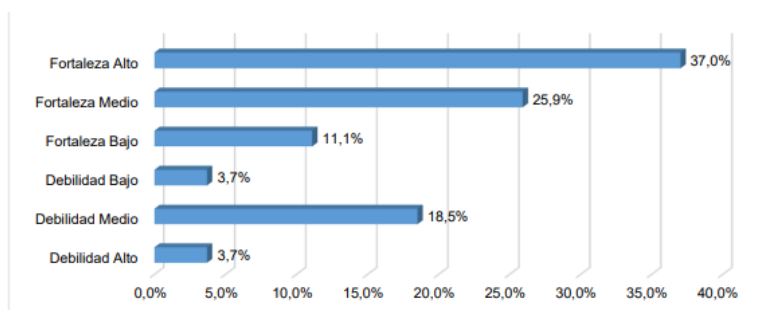
Tabla 30. Número de homicidios y hurtos por cada 100 mil habitantes en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2014.

	Municipio	Promedio regional	Promedio departamental
Homicidios por 100 mil habitantes	n.d	8,69	7,33
Hurto a comercio por 100 mil habitantes	13,77	30,06	28,43
Hurto a personas por 100 mil habitantes	82,63	113,30	68,40
Hurto a residencias por 100 mil habitantes	n.d	53,08	39,69
Hurto a automotores	n.d	17,07	15,06

Fuente: SIJIN, 2014

A cierre de 2014 la Dirección para la Acción Integral contra Minas Antipersonal, reportó 5 personas en condición de desplazamiento. En un estudio realizado por ACD Consultores, para FONTUR (2010), se evidenció una percepción de nivel de fortaleza alto, en materia de seguridad, la calificación en las demás categorías planteadas se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 17. Percepción de la Seguridad para el turista en el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane para el año 2010.



Fuente: ADC Consultores, 2012

Por otra parte, dentro del PDM 2016-2019, se traza el objetivo de crear la subestación de Policía de Guane.

4.1.1.2.2. Infraestructura.

4.1.1.2.2.1. Conectividad y Accesibilidad.

Barichara está ubicado a 118 kilómetros de Bucaramanga, a 24 kilómetros de San Gil y a 445 kilómetros de Bogotá. Este municipio tiene una conectividad y accesibilidad privilegiada, debido a que se accede tomando una variante desde San Gil, en donde la carretera está 100% pavimentada en un recorrido de aproximadamente 40 minutos, así mismo, la ruta principal que permite llegar a Barichara es la ruta Nacional 45-A que conecta Bucaramanga con la capital del país, sobre la cual se reporta un el 85% del flujo turístico del departamento de Santander, SITUR (2019).

Ilustración 18. Mapa de conectividad y accesibilidad al municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane.

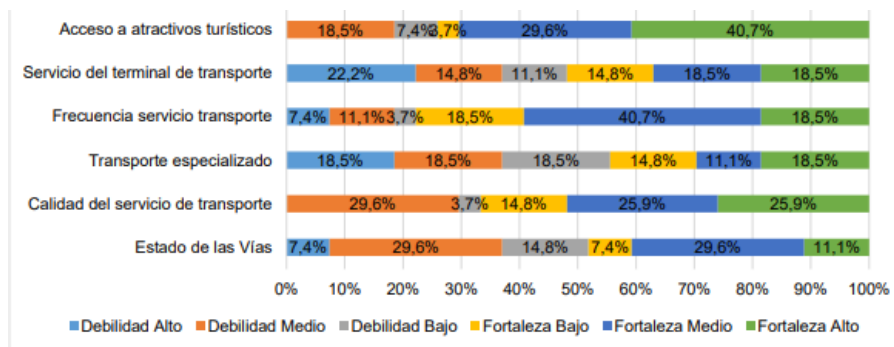


Fuente: ADC Consultores, 2010.

Barichara también se comunica por carretera intermunicipal con Villanueva ubicada a 9 km y con Cabera situada a 15 km. El transporte terrestre puede ser tomado desde Bucaramanga el cual es ofertado por la empresa de transportes Cootrasangil, y desde San Gil el transporte intermunicipal puede tomarse en colectivos de la empresa en mención, los cuales salen cada 30

minutos. La frecuencia de transporte urbano hacia el centro poblado Guane es de 2 rutas por día, en un recorrido de 9km. Es relevante destacar que la vía San Gil-Barichara, es concurrida por alrededor de 500 pasajeros diarios con un incremento en la movilización los viernes, sábados, domingos y festivos, alcanzado los 800 pasajeros diarios, Red de Pueblos Patrimonio (2014). FONTUR en 2014 realizó un estudio de conectividad y accesibilidad al municipio destacando como fortaleza la vía de acceso tanto al casco urbano de Barichara como a los atractivos turísticos, sumado a la corta frecuencia del transporte intermunicipal ofertado desde San Gil; por otra parte, las oportunidades de mejora son visibles en temas de infraestructura y calidad del servicio en la terminal de transportes de San Gil. Los resultados principales de dicho estudio se evidencian en la siguiente ilustración.

Ilustración 19. Valoración del grado de conectividad y transporte en el municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane para el año 2014.



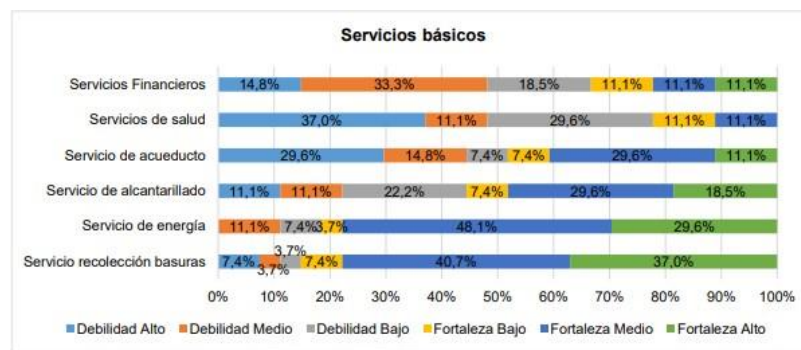
Fuente: FONTUR, 2014.

Dentro de los objetivos estratégicos consignados en el PMD 2016-2019, de la Alcaldía Municipal establece como prioritario ofrecer una accesibilidad y conectividad eficiente, invirtiendo en el adecuado mantenimiento, recuperación y construcción de la red vial primaria y terciaria.

4.1.1.2.2. Servicios Públicos.

Según cifras del DANE en 2010, el 94.7% de las viviendas ubicadas en Barichara estaban cubiertas con el servicio de energía eléctrica, el nivel de cobertura del servicio de acueducto alcanzó el 81.2%, de alcantarillado el 43.6% y un 0% de cobertura de Gas Natural, como se refleja en la siguiente ilustración.

Ilustración 20. Percepción de la cobertura de servicios básicos en el municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane para el año 2014.



Fuente: FONTUR, 2014

En la siguiente tabla se expone un resumen comparativo (2000-2010) de la evolución en términos de tasas de cobertura de servicios públicos en el municipio.

Tabla 31. Percepción de la cobertura de servicios básicos en el municipio de Barichara y el Corregimiento de Guane para el año 2014.

SERVICIOS PUBLICOS	SI	NO	% URBANO 2000	% URBANO 2010	% RURAL 2000	% RURAL 2010
Acueducto con Tratamiento	X		98	100	15	18
Acueducto sin Tratamiento	X		2	0	85	85
Energía Eléctrica	X		95	100	75	80
Alcantarillado	X		100	100	0	15
Telefonía	X		92	98	1.08	1.08
Gas Domiciliario		X	0	0	0	0
Pozos Sépticos	X		0	0	93	100
Disposición final de Basuras	X		0	0	0	16

Fuente: Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Barichara, SISBEN, 2011.

En 2015 aumentó la tasa de cobertura de energía eléctrica alcanzado el 97.1%; entre tanto, Barichara sigue sin contar con el servicio de gas domiciliario y el nivel de penetración de internet sigue siendo realmente deficiente, reportando un 0.2% de cobertura, Min. Minas (2015); (SIEL, 2014). Según la Alcaldía Municipal 2016-2019, en el municipio solo está registrada la Empresa de Servicios Públicos de Barichara E.P.B – E.S.P. la cual ofrece los servicios de aseo, alcantarillado y acueducto. Por otra parte, dentro del PDM 2016-2019, se traza el objetivo de crear un plan maestro para implementar y prestar el servicio de alcantarillado en Guane.

4.1.1.2.3. Superestructura.

4.1.1.2.3.1. Entidades del sector público.

En Barichara la entidad encargada de liderar todas las dinámicas de desarrollo del turismo e impulsar el posicionamiento de esta actividad económica como fuente de ingresos y desarrollo es la Alcaldía municipal en conjunto con la Secretaría de Cultura y Turismo, la cual está adscrita a la misma, siendo su función principal realizar actividades de planeación, coordinación y desarrollo de eventos y actividades culturales y turísticas, participando activamente en el diseño de estrategias y la fijación de objetivos a consignar en el PDM. A pesar de que dicha secretaría y la administración pública han forjado una gran trayectoria turística para el municipio, aun se evidencia la necesidad de una mayor integración entre prestadores de servicios turísticos e instituciones de turismo privadas con la administración pública. La relevancia de este sector económico en Barichara es primordial, y se refleja dentro de los objetivos estratégicos del PDM 2016-2019, planteando las metas expuestas en la siguiente tabla.

Tabla 32.: Principales objetivos estratégicos del PDM 2016-2019 para el municipio de Barichara y el corregimiento de Guane.

META PRODUCTO	INDICADOR	LÍNEA BASE	META 2019	ODS	Programa Gobierno	Responsable
Acompañar del proceso de certificación laboral de 20 prestadores de servicios turísticos según las normas sectoriales de turismo agencias de viaje, guías, restaurantes etc.	Número de prestadores turísticos acompañados en procesos de certificación laboral	ND	20	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Mantener 5 caminos turísticos en el marco de las rutas rurales del circuito PATIAMARILLO.	Número de rutas rurales con mantenimiento y señalización.	ND	5	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Mantener 10 sitios de interés cultural y/o turístico del municipio durante el cuatrienio.	Número de sitios de cultural y/o turístico con mantenimiento	ND	10	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Capacitar 20 ciudadanos como guías turísticos durante el cuatrienio.	Número de ciudadanos capacitados	ND	20	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Capacitar 20 actores turísticos del Municipio en las labores de atención al cliente con el fin de incrementar la calidad de los productos turísticos ofertados.	Número de actores turísticos capacitados	ND	20	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Implementar un programa de capacitación de bilingüismo para la prestación de servicios turísticos.	Programa implementado	ND	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Crear una plataforma virtual para la promoción del destino turístico, servicios turísticos y atractivos turísticos.	Número de plataformas virtuales creadas	ND	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Formular y poner en marcha el plan estratégico y desarrollo del turístico en Barichara	Plan formulado y desarrollado	0	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Posicionar a Barichara on line y desarrollar la marca ciudad con campañas de marketing territorial en medios masivos	Campaña de marketing territorial desarrollada	0	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Desarrollar una estrategia para rescatar y conservar los valores culturales y tradicionales.	Estrategia desarrollada	0	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Diseño y construir del Parque Malecón Patiamarillo (puente grande) para el desarrollo turístico	Malecón diseñado y construido	0	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo
Diseñar y construir el parque lineal Mirador Turístico Barichara.	Parque lineal diseñado y construido	0	1	ODS 8. TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO ODS 9. INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA	PG	Oficina Cultura, Deportes y Turismo

Fuente: Alcaldía Municipal de Barichara, PDM 2016-2019.

No obstante, Barichara no cuenta con un consejo consultivo de turismo, evidenciando la necesidad de generar dinámicas de planificación, mejoramiento y desarrollo de destinos y atractivos turísticos que logren integrar de forma óptima a prestadores de servicios locales, a la administración pública, a instituciones privadas, a la comunidad y demás eslabones de la cadena

de valor del turismo presentes en el municipio, explotando de manera sostenible los recursos y riqueza histórica, colonial, arquitectónica y natural que posee.

4.1.1.2.3.2. Entidades del sector privado.

En Barichara se registra un gran nivel de operación y presencia de organizaciones y/o empresas privadas dedicadas a operar e impulsar el turismo en la región; específicamente se identifican 68 prestadores de servicios turísticos con RNT vigente, CITUR (2019). El rol del sector privado para este conjunto de actividades económicas ha sido determinante en el desarrollo y mejora continua del turismo en Barichara, elevando la calidad y el nivel de servicio en hospedajes, restaurantes y tours, de hecho, han logrado consolidar a nivel departamental, nacional e internacional los diferentes atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, así como la oferta vigente de turismo cultural, turismo de aventura y de bodas; siendo portavoces del turismo regional.

En termino de asociaciones privadas de turismo en el municipio, se evidencia la presencia de un solo actor denominado ProBarichara, el cual se constituye como una fundación cuyo objetivo principal es contribuir al desarrollo integral del municipio, empleando estrategias de promoción acerca de los diferentes eventos culturales y gastronómicos, así como de los atractivos más representativos a visitar, sumado a una amplia gama de contenidos que apuestan por comunicar a través de redes sociales la riqueza e idoneidad de Barichara como destino turístico de interés nacional e internacional.

4.1.1.2.3.3. Planificación turística.

En lo referente a la planificación turística en el municipio de Barichara, a pesar de no contar con un consejo municipal de turismo, tiene estructurada una oficina de cultura y turismo y cuenta con inventarios turísticos y un plan de desarrollo turístico, los cuales constituyen tres elementos esenciales en la planificación de este sector; en este orden de ideas, el municipio debe fortalecer este proceso esencial para el éxito en la administración y explotación sostenible de un sistema de turismo y de este modo poder consolidar su posicionamiento a nivel nacional e internacional desarrollando nuevos atractivos y vinculando tanto nuevos prestadores de servicios como nuevos atractivos turísticos que enriquezcan su oferta de turismo.

4.1.1.2.4. Oferta turística.

Barichara es nacional e internacionalmente un destino turístico de gran reconocimiento, la oferta de turismo cultural, la prestación de servicios de hotelería de alto nivel y el atractivo arquitectónico que la caracteriza, hacen de este municipio un patrimonio turístico de Santander. La oferta de atractivos y recursos turísticos de Barichara se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 33. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Barichara.

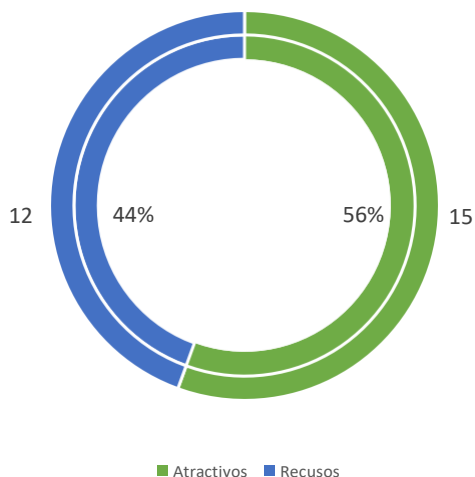
Barichara			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Natural	Recurso Cultural
Mirador Rafael Ortiz	Capilla de Jesús Resucitado	Camino Real Barichara-Guane	Capilla de San Antonio
Bioparque Moncora	Capilla de Santa Bárbara	Salto del Mico	Casa Parroquial
	Casa de la Cultura Emilio Padilla		Día del Patrimonio cultural Patiamarillo

	Casa museo Aquileo Parra		Ermita Virgen de la Piedra
	Cementerio de Barichara		Fundación Escuela Taller
	Festiver		Palacio Municipal
	Fiesta de solidaridad y el retorno		Parque Cristo Resucitado
	Monumento a los bueyes		Parque principal
	Monumento a los Talladores		Puente Grande
	Monumento Hormigas Culonas		Semana Santa
	Parque para las artes Jorge Delgado		
	Proceso de transformación de fibra de fique en papel		
	Templo de la inmaculada concepción y San Lorenzo		

Fuente: Elaboración propia

El municipio cuenta con 15 atractivos turísticos y 12 recursos identificados, como se evidencia en la siguiente ilustración.

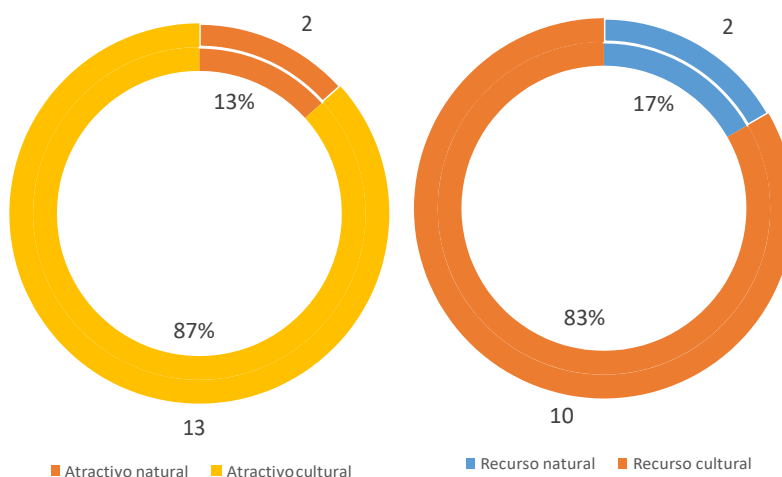
Ilustración 21. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Barichara.



Fuente: Elaboración propia.

De los 15 atractivos turísticos presentes en el territorio el 87% son de carácter cultural y el 13% son atractivos naturales, como se refleja en la siguiente ilustración. En términos de los recursos turísticos con que cuenta, se identifica que el 83% son de tipo cultural y el 17% corresponden a recursos culturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 22. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Barichara.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la mayor oferta turística disponible en el municipio de Barichara es de tipo cultural, al igual que el mayor potencial es formalizar e incluir dentro de proyectos y productos turísticos recursos culturales. La riqueza arquitectónica, histórica y cultural de Barichara son su mayor patrimonio turístico, si bien el municipio cuenta con un amplia oferta de prestadores de séricos turísticos, destacándose restaurantes y hoteles de alta calidad, la oferta de atractivos naturales aún es limitada, y presenta grandes oportunidades para consolidar y posicionar sus actuales recursos naturales como atractivos turísticos, un claro ejemplo es el concurrido salto del mico el cual es catalogado actualmente como un recurso de gran potencial para ser abordado como atractivo.

Guane, territorialmente hace parte del municipio de Barichara, su extensión y riqueza natural y cultural complementan la oferta expuesta; en la siguiente tabla se reflejan los atractivos y recursos con que cuenta su territorio.

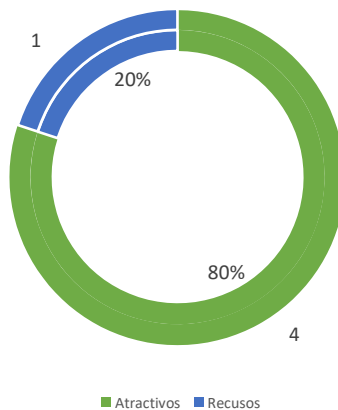
Tabla 34. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el corregimiento de Guane.

Guane			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Natural	Recurso Cultural
	Camino real Guane		Iglesia Parroquial de Santa Lucia
	Museo Paleontológico y Arqueológico		
	Parque principal de Guane		
	Puntos de venta de sabajón		

Fuente: Elaboración propia.

El municipio de Guane no tiene una oferta turística amplia, ofrece actualmente 4 atractivos y un recurso cultural como se evidencia en la siguiente ilustración.

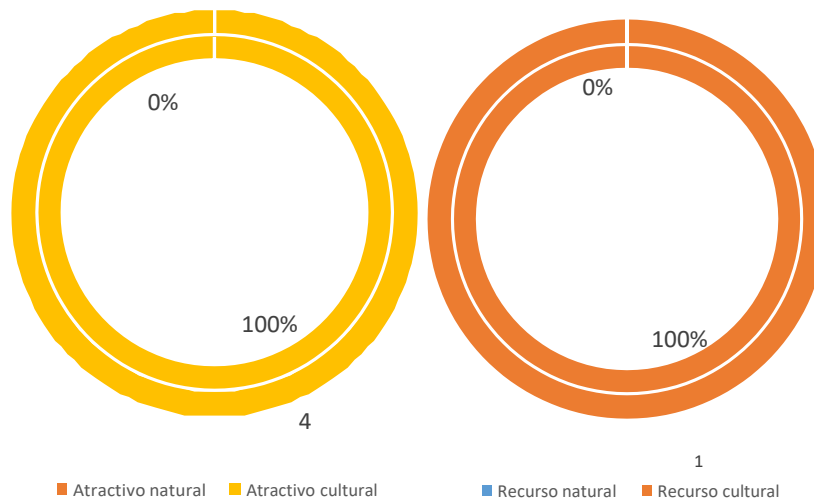
Ilustración 23. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el corregimiento de Guane.



Fuente: Elaboración propia.

El 100% de los atractivos y recursos con que cuenta Guane, son catalogados como culturales y no cuenta con atractivos naturales ni recursos de este tipo con potencial de convertirse en atractivos, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 24. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el corregimiento de Guane.



Fuente: Elaboración propia.

Guane ofrece un turismo limitado pero especializado en resaltar su riqueza histórica, paleontológica y arqueológica, la cual es un motivador que debe ser potencializado para atraer turistas nacionales e internacionales, la cercanía con el centro urbano de Barichara es una ventaja geográfica que influye positivamente en el turismo que se desarrolla en el municipio, y se requiere un esfuerzo mayor por parte de la alcaldía municipal para articular una conexión turística competitiva que genera mayor desarrollo e ingresos para Guane.

4.1.1.2.5. Demanda turística.

Barichara y Guane no cuentan con estadísticas oficiales sobre el flujo turístico, no hay una trazabilidad de la evolución histórica del mismo ni de la caracterización de los viajeros que ingresan y visitan el territorio. No obstante, después de analizar la oferta turística vigente, la evolución y crecimiento de la infraestructura y de los prestadores de servicios turísticos, se puede deducir que Barichara y Guane lideran el turismo cultural en la zona 1, por lo tanto, dentro de las principales motivaciones de los turistas para visitar estos dos municipios se encuentran el deseo de vivenciar una experiencia de enriquecimiento cultural e histórico, de interacción multicultural, turismo matrimonial y turismo de bienestar, impulsado por la expectativa de admirar la belleza arquitectónica y colonial así como la riqueza de la cultura Guane y la práctica de senderismo por los caminos reales.

4.1.1.3. Análisis Del Sistema turístico De Villanueva.

4.1.1.3.1. Comunidad receptora.

4.1.1.3.1.1. Aspectos geográficos y territoriales

Villanueva, fue fundando el 1 de abril de 1958. Este municipio forma parte de los 58 municipios que integran el departamento de Santander. Villanueva cuenta a 2015 con 5.858 habitantes, DANE (2015) y está localizado en la provincia de Guanentá. Su territorio abarca 99.8 km², y está dividido en una zona rural que corresponde al 97.7% de su extensión territorial y el 2,3% al casco urbano. Situada en el oriente santandereano, Villanueva está separado de Bucaramanga por 115 kilómetros, y a 7 kilómetros de Barichara, a 22 kilómetros de San Gil y a 320 kilómetros de Bogotá. El área urbana del municipio cuya extensión es de 2.29 km², está

subdividida en 12 barrios, mientras que la zona rural, que integra la mayor parte del territorio, se subdivide en 17 veredas, según la “carta catastral rural” del Instituto Geográfico Agustín Codazzi. El municipio limita al norte con Los Santos, al Oriente con Jordán y Curití, al occidente con Zapatoca y Barichara y al sur con San Gil y Barichara. La hidrografía de Villanueva está integrada principalmente por el río Chicamocha, Río Suárez y las quebradas El Junco, El Cerro, El Carrasco, entre otros. La ubicación del casco urbano registra 1450 msnm y el municipio se caracteriza por una temperatura promedio de 23°C.

Villanueva cuenta con una gran riqueza paisajística, dentro de los recursos naturales y culturales presentes en su territorio se encuentran las minas de yeso, la cueva Macaregua y la cueva de las pinturas. Más allá de ofertar una gran variedad de escenarios naturales, en el municipio se identifica la oportunidad de potencializar el turismo arqueológico y agroturismo. En la página oficial de la Alcaldía de Villanueva se encuentra información relevante sobre las características territoriales, económicas, culturales y sociales, como las citadas en líneas anteriores. La organización territorial del municipio se visualiza en la siguiente ilustración.

Imagen 10. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Villanueva.



Fuente: Topografía y Cartografía oficial del Municipio de Barichara- Página web Alcaldía

municipal-Barichara-Santander.gov.co

4.1.1.3.1.2. Aspectos demográficos.

Villanueva cuenta a 2015 con 5.858 habitantes, de los cuales el 61.59% residen en la zona rural del municipio y 34.41% en el casco urbano; la división por género refleja una distribución de 51.64% de hombres y un 48.36% de mujeres; el grupo etario de mayor concentración se ubica entre los 15 y 59 años con el 59.13% de los residentes; DANE (2015). En la siguiente tabla se evidencia la caracterización demográfica del municipio.

Tabla 35. Caracterización demográfica de la población residente en el municipio de Villanueva para el año 2015.

POBLACIÓN	2014	2015	PARTICIPACIÓN
Urbana	3598	3608	61,59%
Rural	2375	2250	38,41%
TOTAL	5973	5858	100%
Total población hombres		3.025	51,64%
Total población mujeres		2.833	48,36%
Población (>15 o <59 años)-potencialmente activa		3.464	59,13%
Población (<15 o >59 años)-potencialmente inactiva		2.394	40,87%

Fuente: DANE

Fuente: DANE, 2015

En términos de número de hogares reconocidos y calificados en el SISBEN, el municipio reportó según cifras oficiales de la Secretaría de Planeación Municipal, 2251 hogares, mientras que en el 2015 la certificación nacional a partir de datos revelados por SISBEN III, alcanzó 2404 hogares.

4.1.1.3.1.3. Aspectos económicos.

La principal actividad económica de Villanueva es la agricultura; con 3.526 hectáreas cultivadas a corte de 2015, Alcaldía Municipal de Villanueva (2016). Los cultivos más representativos son el tabaco, el frijol, la piña y la yuca. El municipio tiene una enorme oportunidad

en términos de tecnificación del agro y socialización de conocimientos y buenas prácticas de cultivo para lograr aumentar la productividad de los pequeños y medianos productores. Es relevante señalar que Villanueva es en esencia un municipio agrícola, que cuenta con recursos turísticos que tienen el potencial para ser desarrollados como destinos de turismo, generando mayores niveles de ingreso y desarrollo para la comunidad. Su ubicación estratégica frente a Barichara le genera ventajas de flujo de turistas nacionales y extranjeros. En la siguiente tabla se reflejan los principales problemas que enfrentan el sector primario en el municipio y las alternativas de solución planteadas en el PDM 2016-2019.

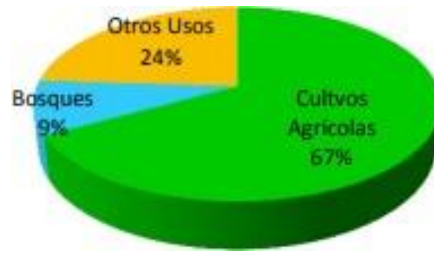
Tabla 36. Principales problemáticas y alternativas de solución del sector primario en el municipio de Villanueva para el año 2018.

PROBLEMAS IDENTIFICADOS (PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS DEL MUNICIPIO)	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN IDENTIFICADAS
Descenso en las superficies cultivadas	Fortalecer la secretaria de agricultura a través de la asistencia técnica.
Baja asociatividad entre campesinos	Fomentar la asociatividad
No hay proyectos de innovación rurales registrados	Capacitar a los agricultores en tecnologías de transformación agrícola
	Apoyar iniciativas de emprendimiento
	Orientar a la población rural sobre la agricultura limpia y sostenible
Viviendas con necesidades de mejoramiento	Gestionar mejoramientos de vivienda

Fuente: Alcaldía Municipal-PDM, 2016-2019.

En consecuencia, Villanueva tiene el potencial para generar planes y dinámicas de agroturismo, enfocado en la preservación del medio ambiente y disfrute de su riqueza cultural. La agricultura de hecho es para la Alcaldía municipal uno de los tres pilares de gobierno (agua, agricultura y cultura ciudadana). En la siguiente ilustración se ilustra la vocación territorial del Villanueva, según cifras oficiales de DNP (2015).

Ilustración 25. Vocación territorial del municipio de Villanueva para el año 2015.



Fuente: DNP, 2015

4.1.1.3.1.4. Educación.

Según cifras del (Plan de Desarrollo Municipal , 2016-2019), Villanueva cuenta a corte de 2015 con una tasa neta de cobertura en educación media del 54.98%, superando la media departamental (47%), con un objetivo a alcanzar en 2018 del 55%. Los resultados obtenidos en las pruebas Saber 11 en 2015, tomando como indicador el puntaje alcanzado en matemáticas, refleja un puntaje promedio del municipio de 55, el cual supera el promedio departamental situado en 52.34 puntos. En cuanto al analfabetismo la situación del municipio lo sitúa en desventaja frente a la tasa departamental (7.9%), dado que en 2015 la tasa de registrada para la población de Villanueva fue del 8.8%, Alcaldía Municipal (2016). El colegio líder en proveer el servicio de educación es el Eliseo Pinilla Rueda, constituido como institución oficial, con catorce sedes en operación, ateniendo a escolares tanto en la zona urbana como en la zona rural, sumado a esto, el SENA ha desarrollado en el territorio programas asistenciales de formación técnica que se imparten desde el décimo grado. Según la Secretaría de Educación Municipal, en 2011 el número de estudiantes matriculados alcanzó los 1.116 individuos. Además de esta institución oficial, se registran otras de carácter privado, las cuales se relacionan en la siguiente tabla.

Tabla 37. Instituciones de educación presentes en el municipio de Villanueva para el año 2016.

CÓDIGO	NOMBRE	SECTOR	GRADOS	DIRECCIÓN	TELÉFONO	NO. SEDES
368872000051	COLEGIO ELISEO PINILLA RUEDA	Oficial	Preescolar a Media	CRA 13 9-10	7166242	14
368872000248	COLEGIO LA NUEVA VILLA	No oficial	Preescolar a Primaria	KR 14 11 53	3142689097	1
468872000255	INSTITUTO TÉCNICO PARA EL DESARROLLO RURAL IDEAR	No oficial	Básica secundaria y Media	CARRERA 9 NO. 13-07	7242295	1
	CLEI CICLOS LECTIVOS ESPECIALES INTEGRADOS	Oficial	alfabetización, educación básica y media	CRA 13 9-10	7166242	1

Fuente: SINEB-Min Educación Colombia, 2016.

Acorde a las cifras presentadas por el Ministerio de educación en 2016, el municipio registra la mayor tasa de cobertura en educación en nivel primaria (83.04%) y la mayor oportunidad en el nivel educativo de transición con una tasa de 25.77%. En este orden de ideas, la tasa de cobertura neta de educación de Villanueva se ubica dentro de las cinco primeras y mejores posiciones del indicador a nivel departamental. En materia de infraestructura escolar, la Alcaldía Municipal revela en el seguimiento al PDM 2016-2019, que el 36% de los colegios cuenta con salas de informática en buenas condiciones, sin embargo, el mayor reto no es solo en elevar este porcentaje sino incrementar la conectividad a internet la cual alcanza en 2016 el 28.5%. Esta misma fuente de información revela que el 4% del talento humano registrado como docentes, cuenta con nivel de inglés B1. Por otra parte, el municipio no tiene diseñado ni implementado un plan de infraestructura en educación, y la accesibilidad a los planteles educativos dificulta un mayor número de inscripciones.

4.1.1.3.1.5. Salud.

El sector salud en el municipio está integrado por el Centro de Salud Camilo Rueda, sumado a dos puestos de salud verdales, los cuales se encuentran fuera de funcionamiento, de manera tal que en Villanueva solo se presentan servicios médicos de nivel uno y existe una precaria infraestructura para atender a la población rural, que se agrava debido al estado de conectividad de las vías intermunicipales y la disponibilidad de gasto en salud de los habitantes rurales. En el centro de salud activo, se registra según la Alcaldía Municipal a corte de 2016, la operación de las EPS subsidiadas, que son la EPS Comparta y Saludvida. En el régimen de salud contributivo, operan el municipio las EPS Nueva EPS y Avanzar Médico. No obstante, la tasa de vacunación DTP en 2014 logró situarse en 2014 en un 94.6%, mientras que la tasa de mortalidad infantil registrada a 2011 fue del 17,7%, tres puntos porcentuales por encima de la tasa departamental. En la siguiente tabla se evidencian los principales problemas en materia de salud que identificó la Alcaldía Municipal a corte de 2015.

Tabla 38. Principales problemáticas y alternativas de solución en el sector salud en el municipio de Villanueva para el año 2018.

PROBLEMAS IDENTIFICADOS (PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS DEL MUNICIPIO)	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN IDENTIFICADAS
Atención deficiente a la niñez	Generar diagnósticos que permitan identificar la causa de las enfermedades
Atención deficiente al público en general en la E.S.E	Desarrollar estrategias que permitan mejorar el servicio de salud en el Municipio
Centros de Salud subutilizados y abandonados	
Reducida atención de especialistas en el municipio	
Población rural sin atención adecuada	Fomentar hábitos saludables en la población.

Fuente: Alcaldía Municipal-PDM, 2016-2019.

En suma, el municipio cuenta con una grave falencia en la prestación de servicios de calidad, así como en la calidad de la infraestructura médica, en el nivel de cobertura de salud y cuenta con capacidad subutilizada. En la siguiente tabla se evidencian las principales necesidades en salud y alternativas para darles solución, según la Alcaldía Municipal a corte de 2015.

Tabla 39. Principales necesidades, alternativas y objetivos formulados para el sector salud en el municipio de Villanueva para el año 2018.

NECESIDADES	ALTERNATIVAS VIABLES IDENTIFICADAS	OBJETIVOS FORMULADOS
El Municipio de Villanueva presenta una cobertura en vacunación del 95%	Fomentar campañas de vacunación en el Municipio	Implementar el programa de vacunación sin barreras
El Municipio de Villanueva presenta tasa de mortalidad infantil fallecidos por mil nacidos vivos de 17,11%	Promover programas orientados a las madres gestantes y a la primera infancia.	Desarrollar estrategias de nutrición para la primera infancia.
Dentro del Municipio se presentan periódicamente casos de diarrea y vomito	Generar diagnósticos que permitan identificar la causa de las enfermedades	Generar acciones de promoción y prevención frente a las enfermedades de transmisión hídrica.
El Municipio requiere impulsar el sector turístico	Ofrecer al turista espacios óptimos para su descanso	Realizar campañas de inspección, vigilancia y control (IVC) establecimientos comerciales para garantizar la inocuidad y calidad de los alimentos, y la higiene de los mismos.
El Municipio requiere de brigadas de salud en el área rural y urbana del Municipio.	Fomentar hábitos saludables en la población. Desarrollar estrategias que permitan mejorar el servicio de salud en el Municipio	promover la salud visual, auditiva, bucal, sexual y mental

Fuente: Alcaldía Municipal-PDM, 2016-2019.

4.1.1.3.1.6. Seguridad.

Las entidades judiciales que regulan la seguridad y los procesos legales relacionados con esta temática son: la Comisaria de Familia, el Juzgado Promiscuo Municipal y una estación e Inspección de Policía; es importante resaltar que este municipio forma parte del distrito de asuntos judiciales del municipio de San Gil. Los indicadores reportados por la Alcaldía municipal en el PDM 2016-2019, revelan que la tasa de homicidios registrada para el 2015 fue del 17.07%, a la

par que se documentaron 292 casos de violencia intrafamiliar. En el 2015 el municipio enfrentó un incremento en las riñas y casos de lesiones comunes, así como en fatalidad por accidentes de tránsito, mientras que la tasa de hurtos descendió (no se encuentran cifras oficiales publicadas, solo el informe de cuentas del PDM). La Alcaldía municipal alerta en 2015 sobre la creación de pequeños grupos delincuenciales y un visible aumento del consumo de estupefacientes. En este orden de ideas, uno de los objetivos clave en materia de seguridad que plantea la administración municipal es diseñar e implementar un plan de seguridad y convivencia ciudadana sumado a programas de prevención de violencia intrafamiliar, con el objetivo mejorar el nivel de la seguridad y garantizar el orden público, incentivando y creando espacios de participación ciudadana.

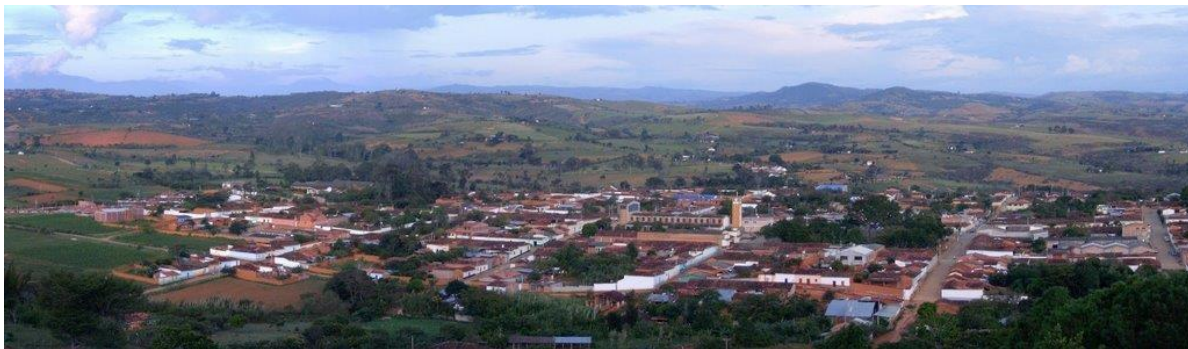
4.1.1.3.2. Infraestructura.

4.1.1.3.2.1. Conectividad y Accesibilidad.

Villanueva está ubicado a 115 kilómetros de Bucaramanga, a 7 kilómetros de Barichara, a 22 kilómetros de San Gil y a 320 kilómetros de Bogotá. Este municipio tiene una conectividad y accesibilidad favorable, debida a que la gran mayoría del trayecto se realiza por la vía principal que comunica a San Gil con Barichara, la cual está 100% pavimentada. Para acceder hasta Villanueva existen frecuencias de transporte público terrestre prestadas por la empresa Cootrasangil Ltda., la cual ofrece el recorrido con frecuencias cada 20 minutos desde Barichara y cada 40 minutos desde San Gil, con servicio desde las 5:20 am hasta las 6:00 pm y 7:00 pm. El acceso terrestre también se realiza empleando servicio de transporte privados que generalmente parten desde el municipio de San Gil, o en carros y vehículos de uso particular.

En temas de accesibilidad y conectividad con otros municipios aledaños, no se registra la existencia de vías pavimentadas, ni transitables; solo son empleados senderos rurales para comunicarse con Jordán. La malla vial de la zona urbana del municipio cuenta según cifras de la Alcaldía Municipal (2016) con el 85,5% de vías pavimentadas, es decir, solo faltan por pavimentar 2.15 kilómetros. Las condiciones viales en las carreteras interveredales, a pesar de no estar pavimentadas, se encuentran en buen estado, abarcando 164 kilómetros de trazados transitables, de los cuales solo el 3,7% poseen huellas. Por lo tanto, el reto de conectividad que presenta Villanueva es lograr una conexión en óptimas condiciones viales con los municipios aledaños diferentes a Barichara y San Gil e invertir en la mejora continua de la malla vial en la zona rural; no obstante, las características naturales del territorio hacen de esta situación un punto a favor para el diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para recorrer la zona y desplazarse por los atractivos turísticos existentes y entre municipios vecinos.

Imagen 11. Panorámica del municipio de Villanueva (Santander).



Fuente: Alcaldía municipal de Villanueva.

4.1.1.3.2.2. Servicios Públicos.

El servicio de agua potable en la zona urbana y la administración de recolección, almacenamiento y procesamiento de residuos sólidos de todo el municipio son gestionados por La Unidad de Servicios Públicos Domiciliarios (USPD). Según cifras de esta entidad, a cierre de 2016 el 99% de la zona urbana de Villanueva reporta cobertura de agua potable, no obstante, el suministro del líquido depende del factor climático, pues Villanueva se surte del acueducto Regional Cooperativo el Común (ACUASCOOP). Es de resaltar que en épocas de sequía el suministro de agua potable se raciona entre cuatro y siete horas al día. En la siguiente tabla se refleja el número de habitantes que cuentan con el servicio divididos en diez categorías según el tipo de uso.

Tabla 40. Estratificación y número de usuarios del servicio de acueducto en el municipio de Villanueva para el año 2016.

CATEGORÍA	USO	ESTRATO	USUARIO	ACUEDUCTO
1	Residencial	1	213	211
2	Residencial	2	847	839
3	Residencial	3	363	360
4	Residencial	4	1	1
8	Comercial		56	55
9	Industrial		7	7
10	Oficial		11	11
TOTAL			1498	1484

Fuente: Unidad de Servicios Públicos Domiciliarios de Villanueva, 2016.

La USPD de Villanueva reveló que en 2016 la cobertura de acueducto en las zonas verdales alcanzó el 96%, sin embargo, es preocupante que solo el 15% del agua consumida en la zona rural haya sido sometida a procesos de potabilización. La problemática en el campo implica que en épocas de sequía la población rural se ve expuesta a tan solo cuatro horas de agua potable por semana, a pesar de que existen cuatro acueductos verdales con la cobertura ya mencionada, es

crítico que ninguno de ellos distribuya este recurso vital garantizando condiciones de potabilidad.

En la siguiente tabla se evidencian las fuentes de abastecimiento hídrico del municipio.

Tabla 41. Fuentes de abastecimiento hídrico del municipio de Villanueva para el año 2018.

VEREDAS Y SECTORES	No. FAMILIAS. aprox	PROVEEDOR DE AGUA POTABLE	Fuente de Abastecimiento	
Aguafria	155	AGUAFRIA	Represa el Común. (Quebrada Hoja Ancha) Represa La Alternativa (Quebrada la Laja)	
Lajita Pequeña	15	ACUASCOOP		
Alto de Marta	54			
Limoncito	21			
El Caucho	51			
Higueras	57			
Alto del Trigo	48			
Carrizal Escuela	82			ACUASCOOP- ACUACHORO
Carrizal Sabana				
Choro Alt	38	CORPOJOYAS		Q. Las Joyas
Choro Bajo	65			
La Lajita	65	MACAREGUA	Quebrada la Laja	
Macaregua Hato	80			
Macaregura Rincón	60			
Hato Viejo	48			
Buatergua	35			Aljibe Peña de Butaregua
TOTAL	874			

Fuente: JAC's, Acueductos Verdales, 2018.

En lo referente a la cobertura del servicio de alcantarillado, la UPDS de Villanueva reporta en 2016, una cobertura del 92.18% y un 87.98% de cobertura en el servicio de recolección de residuos o aseo, como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 42. Estratificación y número de usuarios del servicio de aseo y alcantarillado en el municipio de Villanueva para el año 2016.

CATEGORÍA	USO	ESTRATO	ALCANTARILLADO	ASEO
1	Residencial	1	193	184
2	Residencial	2	768	734
3	Residencial	3	356	334
4	Residencial	4	1	1
8	Comercial		46	48
9	Industrial		7	7
10	Oficial		10	10
TOTAL			1381	1318
Cobertura			92,18%	87,98%

Fuente: Unidad de Servicios Públicos Domiciliarios de Villanueva, 2016

Nuevamente el sector rural presenta afectación en la prestación de este servicio, dado que o existe alcantarillado en las veredas, estas funcionan con pozos sépticos, es decir, se reporta 0% de cobertura en este servicio; ahora bien, la cobertura alcanzada por la UPDS del servicio de aseo para la zona rural en 2016 fue del 87.98%. Por otra parte, la cobertura del servicio de energía eléctrica es prestada en el municipio por la empresa ESSA- Electrificadora de Santander S.A. E.S.P, la cual reportó que la tasa de cobertura de este servicio en el casco urbano en 2015 fue del 100% y del 97,14% para la zona rural; sin embargo, la cobertura del servicio de internet es muy precaria en el municipio, registrando en 2015 un 2.76%. El servicio de gas natural según el PDM 2016-2019, logra un nivel de cobertura promedio en 2015 del 78.82%. En este orden de ideas, es prioridad en el PDM mencionado, garantizar la prestación y cobertura de servicios públicos de calidad a toda la población de Villanueva, haciendo especial énfasis en las zonas rurales que son las de menor accesibilidad a los mismos.

4.1.1.3.3. Superestructura.

4.1.1.3.3.1. Entidades del sector público.

Villanueva cuenta con una serie de recursos naturales que no se han diseñado ni reconocido como atractivos turísticos, pero cuentan con un enorme potencial de atraer flujos de turistas interesados en vivenciar experiencias de turismo de aventura y agro ecoturismo, como fuente de desarrollo sostenible que explota de forma responsable la riqueza cultural, económica y natural con qué cuenta el territorio; diferente a la Alcaldía Municipal, no existe otra institución de carácter público que lidere e impulse la consolidación de este sector económico en el municipio. En la siguiente tabla se evidencian las oportunidades, alternativas de solución y objetivos planteados por la Alcaldía del municipio en el PDM 2016-2019.

Tabla 43. Principal oportunidad, alternativas y objetivos formulados para el sector turismo en el municipio de Villanueva entre el año 2016 y 2019

OPORTUNIDAD	ALTERNATIVAS VIABLES IDENTIFICADAS	OBJETIVOS FORMULADOS
El turismo de Villanueva se encuentra en un proceso de apertura, cuya población apenas inicia en la construcción de hoteles y en la prestación de los servicios turísticos.	Desarrollar proyectos turísticos aprovechando la vocación agrícola del Municipio.	Fomentar el turismo agroecológico en el Municipio
	Impulsar macro proyectos que permitan explotar el turismo del Municipio involucrando a la población vulnerable	Gestionar recursos ante entidades nacionales y departamentales para la formulación y ejecución de macro proyectos turísticos Generar una cultura de asociatividad en el Municipio.

Fuente: Alcaldía Municipal-PDM, 2016-2019

4.1.1.3.3.2. Planificación turística

Villanueva debe iniciar a recorrer un camino para consolidar el turismo como fuente de ingresos y desarrollo del municipio; es claro que en la actualidad no es el foco principal de la población, no obstante, la Alcaldía municipal incluye dentro de sus ejes estratégicos potenciar este sector de la economía, de manera que, a pesar de no existir un consejo municipal de turismo, la creación del mismo está incluida en el PDM 2016-2019. Así mismo, no se puede identificar ningún

tipo de avance en sistemas de planeación turística y no existe punto de información de turismo en el pueblo. En la siguiente tabla se visualizan tanto los problemas de turismo identificados por la administración municipal como las principales alternativas que les dan solución.

Tabla 44. Principales problemas y alternativas de solución del sector turismo para el municipio de Villanueva entre el año 2016 y 2019.

PROBLEMAS IDENTIFICADOS (PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS DEL MUNICIPIO)	ALTERNATIVAS DE SOLUCIÓN IDENTIFICADAS
Fuentes de empleo limitadas	Desarrollar proyectos turísticos aprovechando la vocación agrícola del Municipio.
Sector turístico desaprovechado	
Falta de preparación/formación en nuevas actividades productivas a grupos constituidos: discapacitados ,madres cabeza de hogar, jóvenes, estudiantes	Impulsar macro proyectos que permitan explotar el turismo del Municipio involucrando a la población vulnerable
Baja promoción de la innovación	
Gestión de datos deficiente	

Fuente: Alcaldía Municipal-PDM, 2016-2019

4.1.1.3.3. Oferta turística.

Villanueva es un municipio cuya actividad turística requiere ser potencializada, dado que cuenta con una enorme ventaja que es su posición geográfica, específicamente la cercanía con Barichara que sumado a una accesibilidad en óptimas condiciones permiten un flujo de turistas continuo. En la siguiente tabla se exponen los atractivos turísticos y recursos de turismo presentes en el territorio.

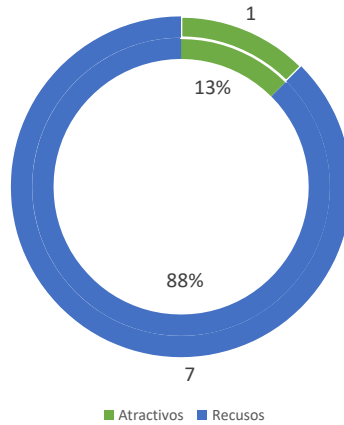
Tabla 45. Principales problemas y alternativas de solución del sector turismo para el municipio de Villanueva entre el año 2016 y 2019

Villanueva			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Cultural	Recurso Natural
	Hotel Las Rocas	Parroquia San Luis Gonzaga de Villanueva	Laguna El Chorro y la Marta
		Parque Principal	Las Juntas
			Pozo del perro
			Represa del Común
			Reservorio la Pampa

Fuente: Elaboración propia

El municipio cuenta con 1 atractivo y 7 recursos como se visualiza en la siguiente ilustración.

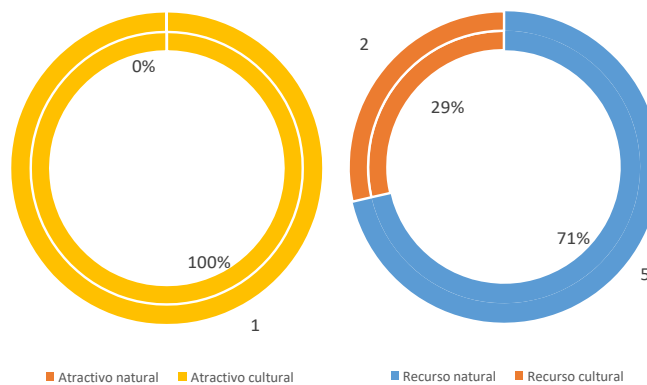
Ilustración 26. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Villanueva.



Fuente: Elaboración propia.

La oferta turística no es una actividad primordial en Villanueva, no obstante, la administración municipal incluye dentro de su plan de desarrollo municipal objetivos y estrategias para potenciar este sector económico como fuente de ingresos y desarrollo para el municipio y la comunidad residente. Villanueva no tiene ningún atractivo natural, por el contrario, posee 2 atractivos culturales, 2 recursos naturales y 5 recursos culturales, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 27. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Villanueva



Fuente: Elaboración propia.

Si bien, la oferta turística actualmente es limitada, el municipio debe seguir desarrollando conexiones competitivas en términos de turismo con Barichara, debe potencializar su cercanía con este centro de turismo de internos nacional e internacional y debe rescatar sus recursos naturales y culturales y posicionarlos como atractivos de interés para activar no solo la dinámica de su sistema turísticos sino también otras actividades como el comercio.

4.1.1.3.4. Demanda turística.

El municipio de Villanueva no cuenta con estadísticas que permitan caracterizar el perfil del turista que ha visitado y que visita su territorio, de manera que no se encuentra información oficial publicada sobre el flujo turístico que recibe el municipio. No obstante, se puede deducir al analizar la oferta de atractivos turísticos y el rol moderado del turismo en el desarrollo económico del municipio, que los turistas que arriban a Villanueva lo hacen motivados principalmente por conocer un municipio que está estratégicamente situado a pocos kilómetros de Barichara, y que están interesados en conocer acerca del turismo agrícola y el ecoturismo ofertado.

4.1.1.3.5. Entidades del sector privado.

No se reporta la existencia de ningún tipo de entidad, agremiación o institución de carácter privado que se encargue de impulsar el turismo en el municipio.

4.1.1.4. Análisis Del Sistema turístico De San Gil.

4.1.1.4.1. Comunidad receptora.

4.1.1.4.1.1. Aspectos geográficos y territoriales.

El municipio de San Gil fue fundado el 17 de marzo de 1689. Se encuentra ubicado a 96 km de Bucaramanga y a 327 km de Bogotá. San Gil es capital de la provincia de Guantán y goza de una extensión de 149,5 km². Su territorio está situado a 1114 msnm, ofreciendo una temperatura mínima de 24°C, alcanzando fácilmente 32°C en el día, especialmente en las zonas aledañas al río Suarez, Chicamocha y Sogamoso. Gracias a su excepcional riqueza natural y cultural, San Gil es epicentro de turismo a nivel nacional e internacional, destacándose el turismo de aventura como principal actividad desarrollada en los diferentes escenarios naturales, altamente apreciados por propios y visitantes. En cifras reveladas por la Alcaldía Municipal, se destaca que el 82,2% del territorio es cálido y el 17,8% corresponde a un clima medio. La ubicación estratégica de este municipio sobre la vía nacional que comunica a la ciudad de Bucaramanga con Bogotá, se considera una ventaja competitiva del municipio. San Gil es travesado por el Río Fonce, catalogado como principal fuente hídrica y atractivo turístico del territorio. Sin duda, San Gil ofrece una amplia y exquisita gama de actividades y servicios turísticos enfocados principalmente en la práctica de deportes extremos de tipo acuático, terrestre y aéreo.

San Gil limita al norte con Curití y Villanueva, al oriente con Mogotes y Curití, al sur con el Páramo y el Valle de San José y al occidente con Cabrera, Barichara y Pinchote. El municipio está integrado por 31 veredas y 38 barrios situados en el centro urbano. San Gil fue declarado como la capital turística de Santander en el año 2004, y es reconocido a nivel nacional e internacional como un epicentro de turismo de aventura y turismo histórico y cultural; dentro de

los atractivos más destacados que ofrece esta ciudad se encuentran: el Parque El Gallineral, las riveras del Río Fonce, Pozo Azul, el parque ecológico Ragonessi, la catedral de la santa cruz, el templo de maría auxiliadora, y el parque La Libertad. Dentro de las actividades de turismo más apetecidas y practicadas por turistas están el rafting, el canotaje, entre otros.

4.1.1.4.1.2. Aspectos demográficos.

El número de habitantes registrados en San Gil en 2015 fue de 45.114 individuos, de los cuales el 88.25% residen en el casco urbano del municipio, DANE (2015). Del total de habitantes, el 48.05% corresponden al género masculino y el 51.95% al género femenino, como se evidencia en la siguiente tabla, la cual contiene los indicadores poblacionales generales que caracterizan a la comunidad residente, DANE (2015).

Tabla 46. Indicadores poblacionales generales del municipio de San Gil para el año 2015.

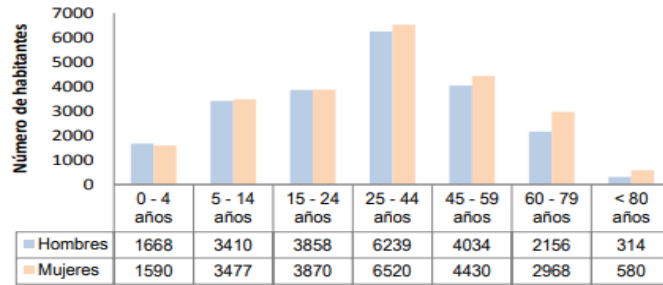
General	
Densidad de población Hab./Km	307,000
Tasa Bruta de Natalidad	16
Tasa Bruta de Mortalidad	5,09
Tasa de Crecimiento	10,69
Esperanza de vida	75
Hombres	21679
Mujeres	23435
Habitantes en el Municipio	
No Habitantes en la Cabecera	39843
No Habitantes en zona rural	7642
Total Población	45114

Fuente: Alcaldía Municipal de San Gil-SanGil-Santander.gov.co (2016).

Cabe resaltar que la tasa de crecimiento poblacional del municipio alcanzó en 2015 el 10.69% y la tasa de natalidad un 16%. La distribución etaria, refleja que el mayor grado de concentración poblacional se sitúa en un rango etario entre los 15 y 44 años (45.41%), seguido de los individuos clasificados entre los 49 y 59 años (18.76%), en tercer lugar, se encuentra, la

población entre 5 y 14 años (15.26%). En la siguiente ilustración se refleja la distribución etaria a corte de 2015.

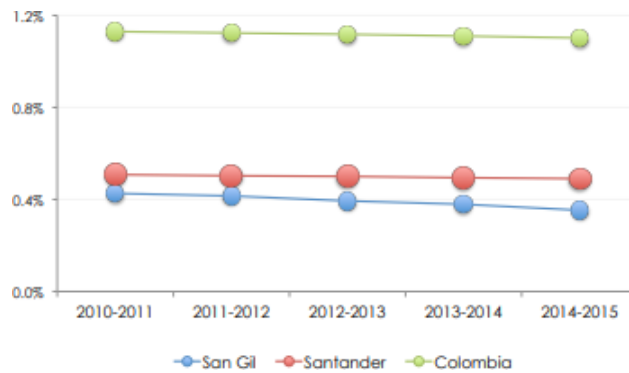
Ilustración 28. Distribución etaria por género de la población residente en el municipio de San Gil para el año 2013.



Fuente: DANE (2013)

Demográficamente se evidencia que la tasa de crecimiento poblacional de San Gil para el periodo 2010-2015, crece de forma desacelerada, ubicándose anualmente por debajo de la tasa de variación porcentual de crecimiento poblacional del departametro y del país.

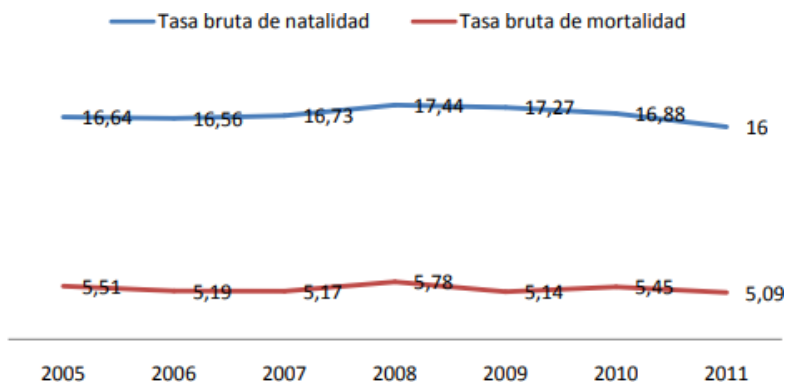
Ilustración 29. Variación porcentual del crecimiento poblacional en el municipio de San Gil entre los años 2010 y 2015.



Fuente: Series poblacionales, DANE (2015)

La anterior afirmación se complementa y es congruente con el comportamiento y evolución de la tasa de natalidad y mortalidad del municipio, expuesto en la siguiente ilustración.

Ilustración 30. Evolución de las tasas brutas de natalidad y mortalidad en el municipio de San Gil entre los años 2005 y 2011



Fuente: DANE (2013)

4.1.1.4.1.3. Aspectos económicos.

El comercio y el turismo son las principales actividades económicas y fuentes de ingresos para el municipio y la comunidad. La afluencia de visitantes, negociantes y empresarios nacionales e internacionales, así como compradores y consumidores locales, intermunicipales, nacionales e internacionales posicionan al comercio como la actividad más relevante para la economía sangileña. La riqueza cultural, arquitectónica, histórica y natural de San Gil, le otorga atributos privilegiados que son altamente valorados por turistas nacionales y extranjeros, atrayendo en 2019 aproximadamente al 42% de turistas que viajan a este departamento, (SITUR Santander, 2019). Las actividades turísticas han impulsado en términos generales el significativo desempeño del sector servicios y su aporte representativo al PIB departamental. Es relevante destacar que es prioridad estratégica tanto de la Alcaldía municipal como de la gobernación de Santander, potencializar y vincular a San Gil en proyectos y dinámicas de desarrollo turístico, pues es uno de

los municipios que se comunica con el Cañón del Chicamocha, Patrimonio de la Humanidad de la UNESCO.

En la zona rural, priman las actividades agropecuarias, especialmente los cultivos de fique, yuca, tabaco, fríjol, café, azúcar, caña de azúcar y diversos frutales y hortalizas. En términos pecuarios, se lleva a cabo la ganadería caprina y vacuna con doble propósito (producción de carne y leche). Según cifras de la Alcaldía Municipal, en 2015 la ganadería Sangileña representaba el 20.25% de las cabezas de ganado del departamento de Santander, así como un 17.2% de los litros de leche producidos. Según el (PNDU, 2016), en San Gil se registra un 16% del uso adecuado de suelos, una subutilización del 21%, una sobre utilización del 33% y otros usos de suelos correspondiente al 41%, para un total de 10.331 hectáreas empleadas en producción agrícola y 3.484 en ganadería; el total de productores registrados en 2016 alcanzó 996 individuos, de los cuales el 61% son de género masculino y el 39% de género femenino.

En lo referente al sector industrial, la manufactura es la principal actividad desarrollada en el territorio, las artesanías y tejidos en fique, collages, flores y talla de piedra, la producción textil y de calzado, el tabaco procesado y la explotación cementara, lideran este sector productivo. En la siguiente ilustración se refleja la distribución porcentual de cada actividad económica según el aporte económico al PIB municipal, en donde se resalta que la categoría “otros” contiene al turismo y demás actividades del sector terciario y que el comercio y la construcción representa el 37% del valor agregado generado en 2015.

Ilustración 31. Aporte porcentual por actividad económica al PIB del municipio de San Gil para el año 2015.



Fuente: Proyecto, Transformando Colombia: Objetivos de Desarrollo Sostenible-PNUD, DPN y DANE (2015)

4.1.1.4.1.4. Educación.

San Gil cuenta con una amplia oferta educativa; según cifras oficiales de la Gobernación de Santander, en 2016¹ se registraron 69 instituciones educativas, de las cuales 25 son de carácter privado y 44 de carácter oficial. La infraestructura educativa del municipio es buena, cuenta con sede universitaria (UNISANGIL) y el SENA presta servicios educativos de calidad. La Alcaldía Municipal (2016), reveló que el número de habitantes en edad escolar en la zona urbana que aplican al grado preescolar fue de 40 individuos y en la zona rural de 82, en el nivel de básica primaria los registros fueron de 2.888 y 569 individuos respectivamente, en educación secundaria 2.423 y 313 y en educación media de 1.152 y 90 respectivamente; mientras que los cupos abiertos y disponibles para el nivel preescolar en la zona urbana fueron de 535 y en la zona rural de 102, en

1. ¹Gobernación de Santander (2016). Plan de desarrollo departamental 2016-2019

Gobernador Didier Tavera, programa de gobierno: Santander nos une.

nivel básica primaria fueron 3.096 y 697, básica secundaria 2.894 y 432 y educación media 1.275 y 171, respectivamente.

En términos de los resultados en las pruebas Saber 11, en el año 2016 según cifras proporcionadas por la Alcaldía Municipal, el municipio obtuvo un puntaje promedio en matemáticas de 53.47, situándose por debajo de la media departamental y de la media nacional; los resultados obtenidos por áreas de Saber 11 en el municipio para el 2012 en contraste con el promedio departamental y nacional se reflejan en la siguiente tabla.

Tabla 47. Resultados Saber11 registrados en el municipio de San Gil para el año 2012.

	San Gil	Colombia		San Gil	Colombia
Lenguaje	47.2	46.5	Biología	46.7	45.3
Matemáticas	48.2	45.8	Química	46.6	45.7
Sociales	45.3	44.5	Física	45.2	44.4
Filosofía	41.6	40.5	Inglés	43.6	44.1

Fuente: Secretaría de educación municipal (2013).

En el 2012, la tasa de cobertura neta de educación en San Gil, fue del 96.2%, registrando un total de 3.895 individuos matriculados de los cuales el 55.27% se inscribieron en instituciones privadas y el 44.73% en instituciones oficiales, MEN-SDS (2013). Por otra parte, según cifras del MEN-SNIES (2013), se registraron 2.163 estudiantes matriculaos en nivel educativo universitario, 97 individuos en carreras técnicas, 1.617 en tecnologías, 18 en especializaciones y ningún individuo matriculado en maestrías o doctorado, en este orden de ideas, la participación en el nivel de formación universitario en 2016 alcanzó el 55.5%, en TyT el 44% y en Posgrado el 0%. En la

siguiente tabla se expone la tasa de cobertura bruta por nivel educativo en el municipio desde el 2005 hasta el 2012, destacándose en 2012 un crecimiento en la cobertura para los niveles de educación secundaria y media, MEN (2012).

Tabla 48. Evolución de la tasa de cobertura bruta de educación en el municipio de San Gil entre el año 2005 y 2012.

Educación	SANTANDER	SAN GIL	Comportamiento									
			2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Porcentaje de hogares con analfabetismo (DNP-DANE 2005)	16,20	13,43			0							
Tasa de cobertura bruta de Educación categoría Primaria (MEN 2012)	111,22	124,31	-	-	↗	↗	-	↘	↗	↗	↗	↘
Tasa de cobertura bruta de Educación Categoría Secundario (MEN 2012)	105,22	138,75	-	-	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗	↗
Tasa de cobertura bruta de Educación Categoría Media (MEN 2012)	81,41	130,34	-	-	↗	↗	↗	↘	↗	↗	↗	↗

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. DANE, 2005, Departamento Nacional de planeación. DNP, 2005. Ministerio de Salud y Protección Social, MSPS.2012

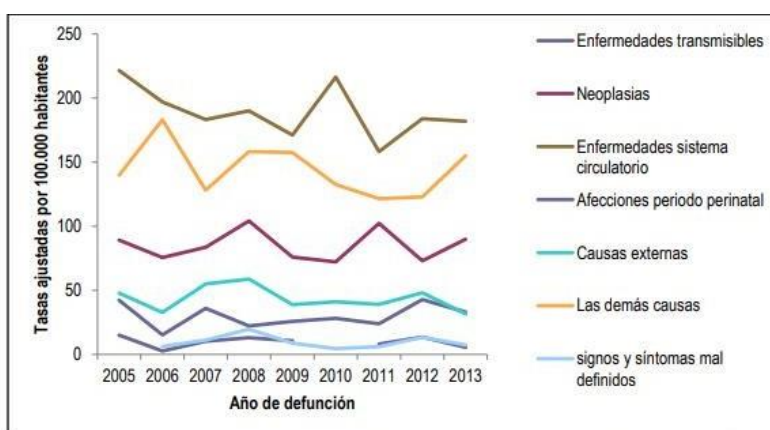
Fuente: DANE, 2013; DNP, 2005 y Ministerio de Salud y Protección Social (2012)

4.1.1.4.1.5. Salud.

San Gil cuenta con el E.S.E. Hospital Regional De San Gil, como principal ente prestador de servicios de salud, ahora bien, en el municipio operan a corte de 2016, según cifras del (MSPS, 2012), 50 IPS, de las cuales 46 son de carácter privado y 4 entidades son de carácter público; las prestadoras de servicios de salud existentes en el territorio proporcionan atención médica general y servicios de especialidades básicas. La cobertura del sistema de salud en el municipio registró un 95% en 2012, (MSPS, 2012). A corte de 2016, la Alcaldía del municipio reveló que el 34,28%

de los habitantes pertenece al régimen de afiliación contributivo y el 65,72% al régimen subsidiado de salud. En la siguiente ilustración se refleja la información referente a la evolución de la tasa de mortalidad por las causas más representativas publicadas en el PTS 2016-2019, para el periodo 2005 a 2013; destacándose un mayor número de muertes registradas por enfermedades del sistema circulatorio y en última posición, defunciones por signos o síntomas mal diagnosticados.

Ilustración 32. Evolución de tasas de mortalidad por factores más comunes en el municipio de San Gil entre el año 2005 y 2013.

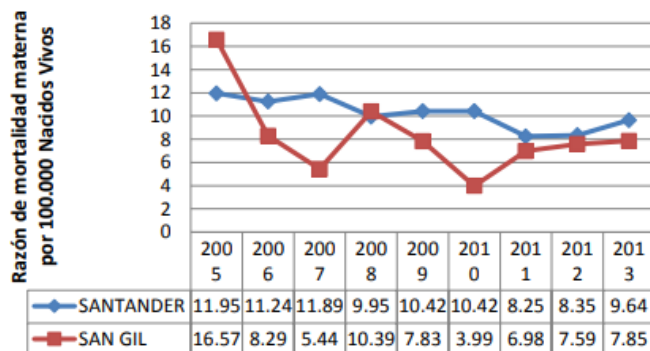


Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, DANE 2005-2013

Fuente: DANE (2005-2013).

Según cifras del (DANE, 2013), San Gil no registró para el 2013 ninguna muerte por concepto de desnutrición infantil; la tasa de mortalidad infantil se ubicó por debajo de la tasa departamental desde el 2009 hasta el 2013, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 33. Evolución de tasa de mortalidad materna en el municipio de San Gil entre el año 2005 y 2013.



Fuente: DANE, 2005-2013

En el periodo comprendido entre 2009 y 2014 el (RIPS, 2014), reportó la presencia de 70 individuos en situación de discapacidad. Los principales problemas de salud de la población residente en el municipio a 2014 se evidencian en la siguiente tabla.

Tabla 49. Principales problemas de salud pública en el municipio de San Gil para el año 2014.

PROBLEMAS
Mortalidades en General
Enfermedades del Sistema Circulatorio en ambos sexos
Neoplasias en mujeres
Infección Respiratoria Aguda
Cáncer de estómago en ambos sexos
Cáncer de mama
Enfermedades Isquémicas del corazón
Trastornos específicos del periodo perinatal
Mortalidad por accidentes de transporte terrestre en hombres
Mortalidad por lesiones en ambos sexos
Mortalidad por cirrosis y otras enfermedades crónicas del hígado en hombres
Diabetes Mellitus en mujeres
Dificultad respiratoria del Recién Nacido
Ciertas afecciones originadas en el periodo perinatal
Morbilidad
Enfermedades infecciosas y parasitarias
Infección respiratoria Aguda
Lesiones
Violencia contra la mujer
Violencia intrafamiliar

Fuente: SISPRO 2014

4.1.1.4.1.6. Seguridad.

En materia de seguridad, en San Gil la mayor incidencia de violencia se registra a nivel intrafamiliar, con una tasa a 2014 de 329 casos por cada 100.000 habitantes, la cual supera la tasa promedio departamental por 201 casos por cada 100.000 habitantes, (Forensis, 2014); de igual forma, la violencia de género en contra de la mujer, evidencia resultados poco favorables, registrándose en 2014, una tasa de 345 casos por cada 100.000 habitantes, frente a la tasa promedio de Santander equivalente a 312 casos por cada 100.000 habitantes, (Forensis, 2014). Por otra parte, SIPRO (2014), reveló que en el municipio se registraron 522 individuos en condición de desplazamiento de los cuales el 50% corresponde al género masculino y el 50% restante al género femenino; la evolución histórica de este fenómeno social se refleja en la siguiente ilustración.

Ilustración 34. Evolución del número de casos de desplazamiento forzado, recepción y expulsión de individuos en el municipio de San Gil entre el año 2002 y 2013.

Desplazamiento forzado - Expulsión de personas



Desplazamiento forzado - Recepción de personas



Fuente: Red Nacional de Información, 2014.

Según el (PNUD, 2015), para el año 2015 se registraron 23 casos de homicidio, 14 pertenecientes a hombres y 9 a mujeres y una tasa de violencia interpersonal de 398.4 casos. Para el mismo periodo de referencia el Ministerio de Defensa en conjunto con la Policía Nacional y el PNUD (2015), comunicaron la ocurrencia de una tasa de hurto de 368 casos por cada 100.000 habitantes, de los cuales el 71% ocurrió sin emplear un arma.

4.1.1.4.2. Infraestructura.

4.1.1.4.2.1. Conectividad y Accesibilidad.

San Gil cuenta con una ubicación geográfica estratégica, dado que está localizado a 96 km de Bucaramanga y a 327 km de Bogotá, sobre la vía nacional 45A. La distancia que separa a San Gil de Villanueva son 20,66 km recorrido en 55 minutos; de Barichara son 23,1 km recorridos en 47 minutos; de Curití 12 km y 27 minutos; de Pinchote 6,8 km y 11 minutos y de El Valle de San José 15,6 km y 50 minutos. El acceso a San Gil por vía terrestre desde Bucaramanga o Bogotá se caracteriza por una malla vial 100% pavimentada, facilitando el gran flujo de turistas y transporte público, privado y de carga que pasa por el municipio. En la zona urbana, se evidencia según la Alcaldía Municipal (2016), que aproximadamente el 50% de las vías que comunican los barrios se encuentran en óptimas condiciones, mientras que el 50% tiene oportunidades de mejora significativas y son calificadas como en estado regular y/o mal estado; de igual forma los rasgos viales del pueblo impiden una movilidad ágil y fácil. La conectividad y accesibilidad interveredales se realiza por vías alternas de las cuales un 95% son transitables, pero en su totalidad adolecen de pavimentación. San Gil se comunica por medio de vías de segundo orden con los municipios de Mogotes, Villanueva, Cabrera, Barichara, Charalá, El Páramo y el Socorro.

En términos de servicios de transporte terrestre, es relevante destacar que San Gil es el único municipio guanentino que cuenta con un terminal de transporte, en la cual se hacen transbordos de pasajeros con destino al municipio, sus veredas y barrios o a otros municipios y ciudades aledañas. En la estación del terminal operan diversas compañías que ofrecen transporte intermunicipal, departamental y nacional, como lo es Cootrasangil, Omega, Autoboy, Copetrán, Reina, etc. Como infraestructura complementaria posee un terminal intermunicipal conocido como el “terminalito”, situado en el centro del municipio, desde donde parten frecuencias de la empresa Cootrasangil hacia los diferentes municipios aledaños, movilizand o a propios y visitantes. A nivel de transporte aéreo, el municipio cuenta con un pequeño aeropuerto clasificado en categoría D, destino de vuelos en helicóptero, vuelo chárter y pequeños vuelos comerciales que se activan en temporadas de mayor afluencia de turistas, pero no es el medio usual de transporte empleado para acceder al municipio.

4.1.1.4.2.2. Servicios Públicos.

Según la Alcaldía Municipal de San Gil, en 2015 el municipio contaba con una cobertura de acueducto urbano del 99,51%; en la zona rural el nivel de cobertura de acueducto alcanzado en 2015 corresponde al 86.34%, situación que deja alrededor de 265 familias sin acceso a agua potable; este servicio vital es prestado por la empresa Acuasan E.I.C.E E.S.P. En lo referente al servicio de alcantarillado, en el PDM 2016-2019, se evidencia que 31.374 familias cuentan con dicho servicio; en las veredas este servicio no es prestado de manera tal que el municipio contaba con 20 unidades sanitarias; los servicios de energía eléctrica, gas natural y telecomunicaciones reportaron en conjunto a cierre de 2015 una cobertura urbana del 98,5% y una cobertura rural del

94,12%. En este orden de ideas la administración local re afirmó que, en 2015, el número de familias que no cuentan con cobertura de energía eléctrica alcanzó el 1,5% en el área rural del municipio y un 1,5% en el casco urbano; del mismo modo, la cobertura del servicio de gas natural en la zona urbana fue del 36,7% y del 0% en las veredas. En términos del servicio de gas natural, en el periodo comprendido entre 2012 y 2015 fueron beneficiarios de este servicio 10.683 usuarios. En términos de telecomunicaciones San Gil garantizó en 2015 el servicio de internet a 5.566 usuarios.

4.1.1.4.3. Superestructura.

4.1.1.4.3.1. Entidades del sector público

El desarrollo del turismo en Santander es sin duda liderado por San Gil; tanto la Alcaldía municipal como la Gobernación y el Viceministerio de Turismo, han impulsado y consolidado a este municipio como destino turístico santandereano por excelencia, posicionándolo a nivel nacional e internacional. Entidades como la Cámara de Comercio de Bucaramanga también han impulsado el desarrollo de proyectos de turismo de la mano de instituciones de educación superior como la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), quien contribuyó a la formación de CONPETH 37 por medio de la realización de un diagnóstico de los prestadores de servicios de turismo activo o de aventura presentes en el territorio y al levantamiento y construcción del inventario turístico del municipio. En materia de capacitación en legislación turística y capacitación en administración y prestación de servicios de turismo, entidades como el SENA, COTELCO y el ICBT, impulsan la preparación del talento humano idóneo para dedicarse a estas actividades, proporcionando conocimientos teóricos y prácticos como por ejemplo programas de certificación en guías de turismo. El MinCIT, incluyó dentro de su “Plan de difusión de la certificación de destinos en turismo sostenible” al municipio de San Gil. Otra institución pública

que opera en el municipio es el Instituto municipal de Cultura y Turismo de San Gil, la Corporación Turística y Cultural del Sur de Santander, sumado a la Mesa Sectorial de Turismo de San Gil la cual está integrada por el instituto en mención, el SENA, FENALCO, UNISANGIL, la Cámara de Comercio de Bucaramanga, la CAS, la Policía de turismo, entidades culturales y educativas del municipio y representantes de la comunidad.

El Fondo de Promoción Turística de Colombia (2016), ratificó al municipio de San Gil como el principal destino turístico del departamento de Santander, enfatizando en que el foco del turismo en el municipio gira en torno al turismo de aventura como subcategoría del turismo natural, sumado al turismo gastronómico, histórico y cultural. En el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio se declara a su vez, la visión de posicionar al turismo como el principal renglón económico y fuente de desarrollo e ingresos de la economía local, por medio de la prestación de servicios de turismo de calidad.

4.1.1.4.3.2. Entidades del sector privado.

En el plan de desarrollo turístico de Santander 2012, el MinCIT, declara que el colegio La Presentación de San Gil es una institución integrante del grupo de colegios amigos del turismo del departamento. Por su parte, la UNAB, específicamente su sede en San Gil (UNISANGIL), ha apostado por la realización de diferentes proyectos para analizar las dinámicas de turismo en el municipio y determinar oportunidades de negocio que permitan generar desarrollo económico para la región, por ejemplo, esta universidad privada desarrolló un maestría en hotelería y turismo, y muchos de sus practicantes realizan la etapa de preparación profesional o pasantía en prestadores de servicios de turismo que operan en el municipio.

4.1.1.4.3.3. Planificación turística.

San Gil es reconocido como capital turística de Santander; el municipio cuenta con óptimos elementos de planificación de turismo; dentro de ellos se evidencia la aplicación de la política de calidad turística propuesta por el MinCIT (“Proceso Decisivo para la Competitividad del Turismo Colombiano”), la cual propende porque el turismo del municipio forme parte de una marca de calidad a nivel país y permita posicionar a los diferentes operadores a nivel nacional e internacional. En San Gil se desarrollan buenas prácticas de control en turismo, como lo es el análisis de la cadena productiva de las actividades que componen al sector atendiendo los esquemas de control, mitigación de riesgos-contingencias y prevención de los mismos, frente a la operación de los prestadores de servicios de turismo presentes en el territorio. Por otra parte, San Gil es de los pocos municipios de Santander que cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico, en el cual se expone análisis diagnóstico, estratégicos, proactivos, legales, entre otros. Inherentes a la planificación, objetivos, metas y resultados trazados en materia de turismo.

En el Plan de Ordenamiento Territorial de San Gil, se establecen directrices estratégicas para consolidar un turismo eficiente y fuente principal de ingresos para el municipio; destacándose el objetivo de posicionar al municipio como el epicentro estratégico de turismo de la provincia de Guantánamo, fortaleciendo la prestación de servicios de alojamiento y de actividades turísticas, a la par que se desarrollará un sistema de información de turismo para guiar a los turistas y aprovechar los datos recopilados, para ampliar y robustecer los portafolios de servicios turísticos.

El Fondo de Promoción Turística de Colombia (2016), realizó un estudio de campo empleando instrumentos de recolección de información para los principales municipios en donde se desarrolla actividad turística en Santander; San Gil en una escala de 1 a 5 obtuvo una calificación de 4.0, y se evidenció la necesidad de incluir elementos de planificación turística como lo son la creación de puntos de información de turismo y señalización de atractivos turísticos, del mismo modo, deben fortalecerse los servicios de salud que se ofrecen a propios y visitantes; así como constituir más mesas de planificación turística, para impulsar mayor coordinación e integración entre los agentes del sistema turístico que rige al pueblo.

En contraposición, el municipio fue puntuado con gran fortaleza por Unión Temporal Turismo Cundisán (2016), en la prestación de servicios complementarios y también de servicios turísticos, siendo exaltada su preservación del patrimonio y riqueza natural y cultural, como factores que incentivan el turismo; siendo los aspectos más valorados por los turistas el buen ambiente urbano y natural, los aspectos culturales e históricos, los atractivos naturales y actividades de aventura, etc. En la siguiente tabla se visualizan los aspectos negativos y positivos destacados del municipio, obtenidos de la investigación llevada a cabo por Unión Temporal Turismo Cundisán (2016).

Tabla 50. valoración de aspectos positivos y negativos del municipio de San Gil como destino turístico para el año 2016.

Aspectos positivos y negativos del destino: San Gil					
Positivo	Frecuencia	Porcentaje	Negativo	Frecuencia	Porcentaje
Buen ambiente	13	41,94%	No cuidado del destino	3	37,50%
Naturaleza	7	22,58%	Transporte y movilidad	2	25,00%
Historia y cultura	6	19,35%	Social	1	12,50%
Deportes y aventura	3	9,68%	Falta de información	1	12,50%
Negocios	1	3,23%	Contaminación	1	12,50%
Atractivos	1	3,23%	Total	8	100,00%
Total	31	100,00%			

Fuente: Unión Temporal Turismo Cundisán, 2016

La calificación de los principales atractivos turísticos del municipio se visualiza en la siguiente ilustración.

Ilustración 35. Valoración de los principales atractivos turísticos del municipio de San Gil para el año 2016.



Fuente: Unión Temporal Turismo Cundisán, 2016

4.1.1.4.4. Oferta Turística.

La capital turística de Santander, como es reconocido San Gil, es un destino turístico por excelencia, en donde es común observar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros en todas las épocas del año. Su posición geográfica, conectividad, accesibilidad y riqueza cultural, histórica y natural, le han permitido liderar el desarrollo del turismo como fuente de ingresos para la comunidad y ha logrado posicionarse como un destino destacado en Colombia. Las actividades deportivas lideran las experiencias que propios y visitantes esperan encontrar y encuentran en la amplia oferta de productos y servicios de turismo vigentes en el municipio. En la siguiente tabla se exponen los atractivos y recurso turísticos con que cuenta.

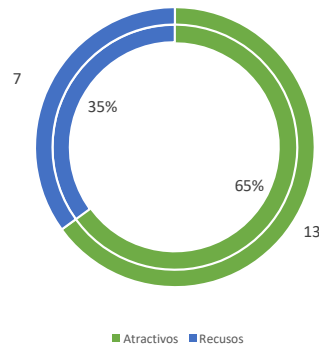
Tabla 51. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de San Gil.

San Gil			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Natural	Recurso Cultural
Balneario Pescaderito	Casa de la Cultura Luis A. Roncancio	Cascada La Afrodita	Cerro de la Cruz
Cueva del Indio	Casona	Pozo Azul	Parque La Libertad
Parque Natural de la Chorrera	Catedral Principal Parroquia Santa Cruz	Rio Fonce	Parroquia María Auxiliadora
Parque El Gallineral	Ferias y fiestas		Sector antiguo
Cascada Juan Curí	Festival de música colombiana		
	Malecón del río		
	Museo Guane		
	Puente los enamorados		

Fuente: Elaboración propia.

La oferta de atractivos turísticos de San Gil es bastante amplia y diversificada; en el territorio se encuentran 13 atractivos turísticos y 7 recursos como se evidencia en la siguiente ilustración.

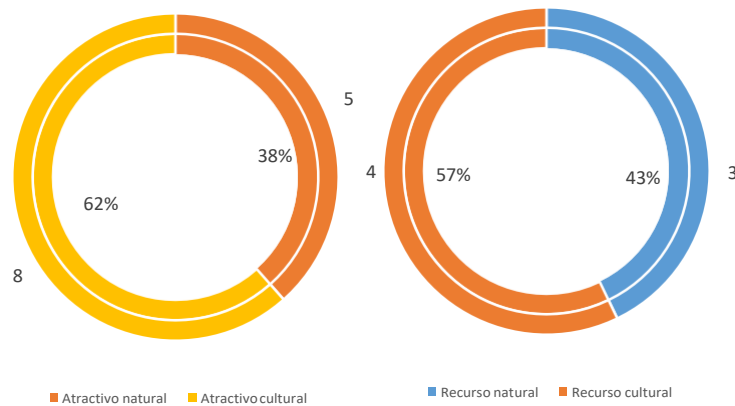
Ilustración 36. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de San Gil.



Fuente: Elaboración propia.

El municipio posee 8 atractivos naturales correspondiente al 62% del total de atractivos existentes, y con 5 atractivos culturales que representan el 38% respectivamente. En términos, de recursos, el municipio alberga 4 recursos naturales y cuatro recursos culturales, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 37. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de San Gil.



Fuente: Elaboración propia.

San Gil es un epicentro de turismo en Colombia y en Santander, en 2019 concentró el 42% de los turistas que viajaron a Santander (SITUR Santander, 2019), no solo por su enorme riqueza natural y cultural, sino porque es en esencia un centro de conectividad turística para el departamento.

4.1.1.4.5. Demanda turística.

San Gil es el segundo destino con mayor afluencia de turistas del departamento de Santander, en primer lugar, se encuentra la capital departamental (Bucaramanga). A pesar de que el municipio no cuenta con estadísticas oficiales de la evolución del flujo turístico y la caracterización del mismo, es el municipio con la mayor información de afluencia de turistas, debido a que se encuentran mediciones esporádicas realizadas por SITUR y MinCIT para determinados periodos del año como semana santa, diciembre y vacaciones de mitad de año. En este orden de ideas tras analizar la oferta turística vigente, se puede deducir que dentro de las principales motivaciones para frecuentar el municipio se encuentran la práctica de deportes extremos, el turismo de aventura, el turismo cultural e histórico y el ecoturismo; así mismo, se considera como un factor decisivo para visitar al municipio la excelente accesibilidad y conectividad que posee con diferentes municipios aledaños y su cercanía con el Cañón del Chicamocha; así como el nivel de seguridad en la zona urbana y rural y la diversidad en la oferta de productos y servicios turísticos y en servicios complementarios. En este orden de ideas, San Gil lidera el turismo de aventura en la zona 1, contando con uno de los mercados de turismo más activos del departamento.

4.1.1.5. Análisis Del Sistema turístico De Los Santos.

4.1.1.5.1. Comunidad receptora.

4.1.1.5.1.1. Aspectos geográficos y territoriales.

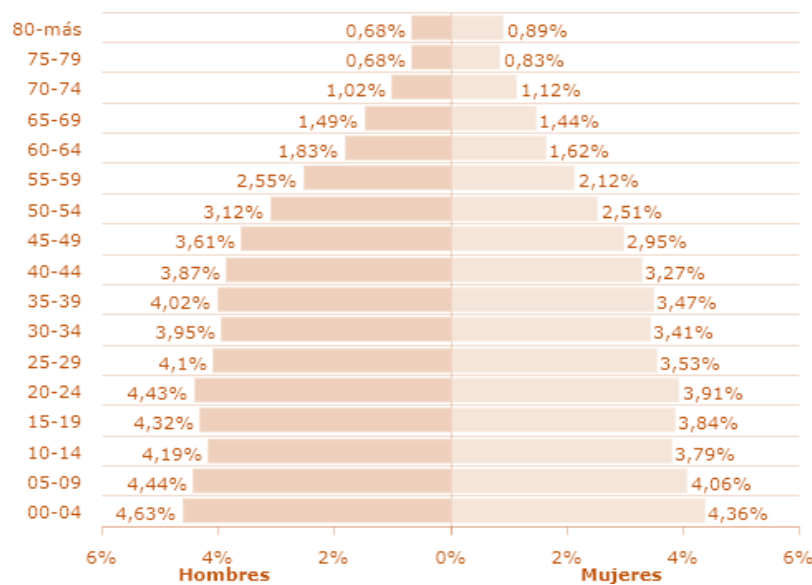
El municipio de Los Santos fue fundado el 1 de enero de 1750. Se encuentra ubicado en el valle del Río Suárez y en la cuenca del Río Chicamocha, en la zona andina colombiana, específicamente integrando el Cañón del Chicamocha, a 46 kilómetros de la ciudad de Bucaramanga. Los Santos forma parte de la provincia de Soto y su división territorial está integrada por el casco urbano y 29 veredas. La hidrografía del municipio está definida principalmente por el río Chicamocha y el río Sogamoso. Caracterizado por un terreno árido, con escasez de agua potable y mínima densidad de lluvia, en el paisaje es usual avistar riscos, peñas y demás formaciones terrosas propias de la cordillera oriental y del ecosistema de bosques secos. Con una extensión de 293 km² y una altitud de 1310 msnm, ofrece una temperatura promedio de 21°C; gracias a la particularidad de su clima es conocido, popularmente como “El Municipio Luz de Colombia” además de ser una de las cunas sísmicas con mayor actividad a nivel mundial. El municipio limita al norte con Piedecuesta y Girón, al sur con Jordán y Villanueva, al oriente con Aratoca y al occidente con Zapatoca. Según cifras provistas por la Alcaldía Municipal a corte de 2015.

El principal atractivo turístico del municipio es sin duda la Mesa de Los Santos, que constituye la vereda de mayor afluencia turística, por su riqueza natural, cercanía con Bucaramanga y Área Metropolitana, oferta de entretenimiento, casas de campo y servicios turísticos, conexión con el Cañón del Chicamocha y miradores hacia el mismo, estación del teleférico que conecta con Panachi, sumado a la presencia de atractivos naturales como el salto del

4.1.1.5.1.2. Aspectos demográficos.

Los Santos están integrado por una población de 12.530 habitantes, DPN (2019) de los cuales el 15,8% residen en la zona urbana y el 84,2% en la zona rural. Según cifras del DANE (2015), el 50.7% de la población pertenecía al género femenino y un 49.3% al género masculino. La distribución de los grupos etarios del municipio refleja mayor concentración en los dos géneros en edades que van desde los cero hasta los 49 años de edad; en el género masculino la mayor concentración de población se ubica a corte de 2015 entre los 20 y 24 años y en el género femenino entre los 15 y 19 años, como se aprecia en la siguiente ilustración.

Ilustración 38. Distribución etaria de la población residente en el municipio de Los Santo para el año 2019.



Fuente: DNP; TERRIDATA, 2019

En el municipio según cifras oficiales del Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019, en 2015, el 4,10% de la población reportó déficit de vivienda cuantitativa, y el 52,4% déficit de vivienda cualitativa. De igual forma, la alcaldía municipal reveló que a ese mismo año eran garantizados los derechos fundamentales al 35,4% de niños y niñas e individuos clasificados en la primera infancia; mientras que en los adolescentes la cobertura reportada fue mayor, alcanzando el 45,2%. Por otra parte, el DANE (2015), reportó que para el 2015 el 24,63% de la población residente en la zona urbana presentaba NBI, mientras que en la zona rural la porción de la población en esta misma situación alcanzó el 42,62%. A corte de 2017, se registraron en el municipio 1.219 familias afiliadas al programa Más familias en Acción, las cuales recibieron subsidios por valor total de 386 millones de pesos.

4.1.1.5.1.3. Aspectos económicos.

La economía del municipio de Los Santos, en el 2018 corresponde en un 55% al valor agregado generado por el sector terciario, específicamente por los servicios de turismo prestados en la vereda La Mesa de los Santos la cual goza de alojamientos, hospedajes, restaurantes, club náutico, mirador al Cañón del Chicamocha, la estación de teleférico que comunica con Panachi, entre otros atractivos y servicios turísticos. En segundo lugar, el grupo de actividades económicas más representativas en el territorio pertenecen al comercio con un 45% de participación en los ingresos generados anualmente, según cifras oficiales de la Alcaldía Municipal. En el PDM se evidencia que, en los establecimientos registrados en cámara de comercio, que cuentan con 1 a 10 colaboradores, el 64% de ellos se dedica a actividades comerciales y el 23% a ofertar y prestar servicios; de los establecimientos que cuentan con un rango entre 11 y 50 colaboradores, el 60% se dedican a actividades relacionadas con servicios mientras que el 40% a actividades comerciales.

Las principales actividades generadoras de ingresos para el municipio están asociadas con producción y comercialización de productos agrícolas como la patilla, el frijol, el tabaco y el tomate; en términos pecuarios, la producción avícola juega un rol fundamental en la economía de la comunidad sumado a la explotación minera. La alcaldía municipal ha implementado y liderado diversos programas de desarrollo rural, de los cuales en 2015 el 20% de la población residente en las veredas ha sido beneficiada (PDM, 2016-2019). Los Santos, enfrenta una escasez de recursos hídricos bastante alarmante, el nivel de lluvias anuales es limitado y frecuentemente los cultivos y la actividad avícola, y ganadera específica la producción de leche y sus derivados, se ven afectados por la escasez del líquido, así como la población residente y los turistas.

4.1.1.5.1.4. Educación.

Según cifras oficiales de la Secretaría de Gobierno del municipio, Los Santos, cuenta con 30 sedes educativas, que en su totalidad suman 133 aulas, logrando en 2015 una cobertura neta de educación media del 45,78%. De los 30 establecimientos educativos presentes en el territorio, 28 de ellos ofrecen educación básica primaria, 2 educación secundaria y ninguno educación técnica y/o profesional; por otra parte, el porcentaje de desescolarización global del municipio en 2015 fue del 47,6%, obtenido de un nivel de desescolarización rural del 37,6% seguido de la tasa urbana correspondiente al 10%; es relevante destacar que el servicio de educación prestado en Los Santos es 100% gratuito para cada uno de los usuarios, (PDM 2016-2019). Según cifras proporcionadas por la Secretaría de Educación departamental, la tasa de analfabetismo total registrada en el municipio para el 2015 alcanzó el 15% en población mayor a 15 años y el 14,7% en menores entre

5 y 15 años; para esta misma segmentación etaria a nivel rural la tasa de analfabetismo registrada fue del 15,7% y el 15,2% y a nivel urbano el 9,9% y el 10,4%, respectivamente.

A pesar de contar con un amplio número de sedes educativas, en las zonas rurales los estudiantes tienen que realizar largas caminatas que oscilan desde los 30 minutos hasta los 180 minutos para poder asistir a clase, según la Secretaría municipal de educación. Cabe destacar que en el municipio solo una institución educativa que no es de carácter oficial. Los resultados de las pruebas Saber 11 en el área de matemáticas para el año 2014, arrojaron un puntaje promedio municipal de 49.2, lo que sitúa al municipio 3 puntos por debajo de la media departamental y un punto por debajo de la media nacional, Secretaría de educación departamental (2016).

En los Santos, existen programas de apoyo en nutrición a los niños y niñas, de manera que en 2017 el PAE reportó 1.028 individuos beneficiados con complementos alimenticios; así mismo, el municipio cuenta con recursos provistos por la gobernación de Santander, beneficiando en 2017 a 422 niños adicionales, reportando según la alcaldía municipal una cobertura del servicio de alimentación del 100% a los estudiantes matriculados. En temas de transporte escolar en zonas rurales, la administración municipal reportó en 2017, 1.138 menores residente en zonas rurales como beneficiarios de este servicio; mientras que la cifra de estudiantes beneficiados con educación gratuita alcanzó en 2017 los 2.800 individuos

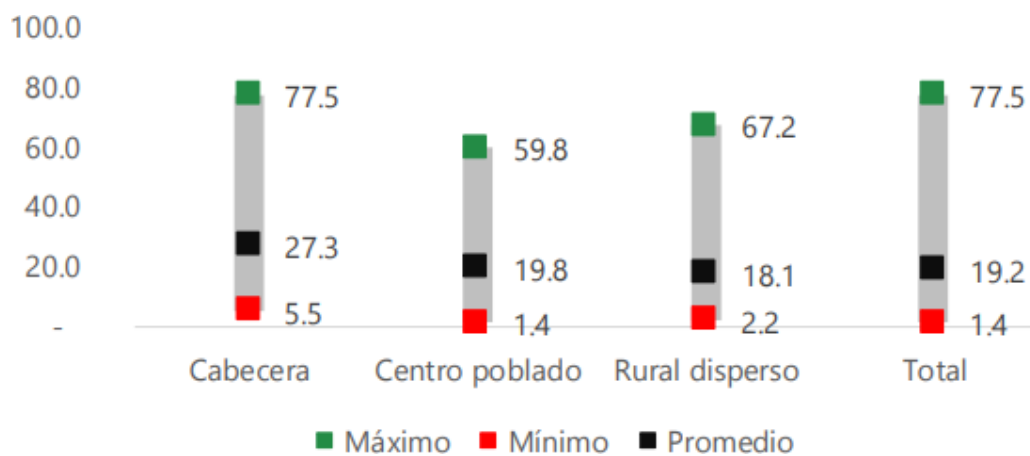
4.1.1.5.1.5. Salud.

La Secretaría de Salud de Los Santos, es la entidad pública encargada de gestionar y administrar el sistema de salud del municipio. Según información de la Supersalud (2018), en el

territorio opera una sola IPS, denominada MESALUD LTDA IPS, ubicada en el kilómetro 14 vía al centro urbano; la prestación de servicios médicos se realiza en el hospital Nuestra Señora de las Nieves, el cual ofrece servicios de salud más especializados a propios y visitantes; este hospital cuenta con una sede antigua ubicada en la vereda la Purnia, zona rural del municipio y una sede nueva ubicada en el casco urbano. En el PDM 2016-2019, se evidencia que, en el 2015, la tasa de cobertura de afiliación al régimen subsidiado fue del 89.7% y en 2016 aumentó al 93%; por otra parte, la tasa de cobertura de aseguramiento en salud para la primera infancia fue del 100% en el 2015. La Alcaldía Municipal reportó en 2015 una tasa de desnutrición infantil para niños y niñas menores de 5 años equivalente al 1.9% y una cobertura BCG del 67.4%.

En 2017, el municipio reportó una tasa de cobertura de afiliación al SGSS del 96,4%; en este mismo año en el municipio estaban registrados a corte de enero del año en mención, 11.588 individuos, (DPN, 2017) y (SISBEN, 2017). En la siguiente tabla se evidencian los puntajes de SISBEN obtenidos por los habitantes distribuidos por zona de residencia.

Ilustración 39. Puntajes Sisbén obtenidos por zona en el municipio de Los Santos para el año 2017.



Fuente: Ficha Municipal DNP; SISBÉN, 2017

En la siguiente tabla se reflejan los puntajes SISBEN mínimo, máximo y promedio, obtenidos por zona.

Tabla 52. Puntajes Sisbén por zona del municipio de Los Santos para el año 2017.

Zona	Registros validados	Puntaje SISBÉN		
		Promedio	Mínimo	Máximo
Cabecera	1,203	27.3	5.5	77.5
Centro poblado	560	19.8	1.4	59.8
Rural disperso	9,825	18.1	2.2	67.2
Total	11,588	19.2	1.4	77.5

Fuente: Ficha Municipal DNP; SISBÉN, 2017

Como evento especial en salud, la alcaldía del municipio organiza en el mes de mayo la Feria de la Salud, en donde los residentes reciben diferentes beneficios, exámenes y atención médica gratuita, además de capacitación en temas de salud pública. Es necesario mencionar que la información disponible sobre este sector es escasa y desactualizada, los datos suministrados son las más recientes y obtenidas de fuentes oficiales, la información general disponible datos de estudios sectoriales llevados a cabo en 2003 y del DANE (2005).

4.1.1.5.1.6. Seguridad.

Acorde a las cifras publicadas en el PDM 2016-2019, el principal inconveniente en materia de seguridad que se registra en el municipio es la violencia de género, a corte de 2015 la tasa de incidencia de violencia domestica contra la mujer fue del 53.5%; por otra parte, en el mismo periodo de referencia se registraron 71 casos de hurto y 80 casos de violencia intrafamiliar. Los Santos Cuenta con dos estaciones de Policía, una ubicada en el casco urbano del municipio y la estaciona principal ubicada en la vereda de La Mesa; con 15 efectivos disponibles 24 horas del

día. La tasa de mortalidad infantil registrada en 2013, fue del 16.3%, PDM 2016-2019. En el 2017, el CAIVAS reportó 17 casos de abuso sexual en el municipio.

4.1.1.5.2. Infraestructura.

4.1.1.5.2.1. Conectividad y Accesibilidad.

La accesibilidad al municipio de Los Santos se realiza por la vía que conecta a la ciudad de Bucaramanga con la vereda La Mesa de Los Santos, con un recorrido aproximado de 58 kilómetros y 170 minutos. Para acceder al municipio existen dos carreteras, el tramo antiguo en el cual está habilitada la movilidad de vehículos de carga pesada y transporte público, presenta irregularidades en el estado del pavimento, mientras que la vía nueva, habilitada para vehículos livianos, en su mayoría particulares, se encuentra en óptimas condiciones, con un pavimento en excelente estado. El acceso al municipio implica pasar por el peaje de la vereda La Mesa, el cual genera un doble cobro saliendo del municipio. Las vías intermunicipales, especialmente las que comunican con La Mesa de los Santos y el parador turístico de Panachi, son pavimentadas, ahora bien, la comunicación interveredales se realiza por vías 100% transitables, pero carentes de pavimento. Si el origen del viajero parte desde el interior del país, recorriendo la vía nacional que comunica a Bogotá con Bucaramanga, este debe acceder a Los Santos a la altura del sector de cueros, estando a 35 km de la cabecera municipal de un viaje de 75 minutos. Desde Piedecuesta el trayecto hasta Los Santos es 100% pavimentado y tiene una extensión de 27,7 km. Ahora bien, al municipio no se puede acceder directamente por vía aérea, no obstante, los viajeros que llegan hasta el Parque Nacional del Chicamocha pueden acceder a Los Santos vía teleférico.

La conectividad del municipio es realmente limitada, desde el caso urbano y desde la zona rural, dado que no existen vías transitables que lo comuniquen con municipios aledaños, solo se puede acceder a ellos, empleando la vía principal que comunica con Bucaramanga y con el Cañón del Chicamocha. El servicio de transporte público es prestado por dos compañías, la flota cáchira y la culona, las cuales inician su recorrido desde el municipio de Piedecuesta, con frecuencias de una hora.

En el PDM 2016-2019, se evidencia una división territorial compuesta por 4 zonas delimitadas acorde a las características geográficas y conectividad de las mismas, éstas son:

- Zona centro: está integrada por la cabecera del municipio y 12 veredas aledañas.
- Zona Chicamocha: está integrada por 4 veredas ubicadas en la escarpada del Cañón del Chicamocha.
- Zona La Mesa: está integrada por 8 veredas.
- Zona Sogamoso: está integrada por 5 veredas.

El municipio presenta un enorme reto en el mejoramiento de las vías internas, debido a que los atractivos turísticos naturales, se encuentran ubicados a distancia considerable del centro urbano, y el acceso a estos se realiza transitando vías en mal estado, condición que no facilita la accesibilidad a dichos atractivos, por ende, dificulta el proceso posicionamiento y visita a los destinos turísticos naturales con que cuenta el municipio.

4.1.1.5.2.2. Servicios Públicos.

En materia de servicios públicos, la escasez de agua potable debido a las condiciones ambientales del territorio son el mayor riesgo y situación problema que reporta la Alcaldía

Municipal, reportando un déficit hídrico anual de nivel severo en temporadas de sequía a nivel moderado en época de invierno. En 2017, la Alcaldía del municipio reportó un suministro de 2 metros cúbicos semanales por vivienda; logrando una cobertura en el servicio de acueducto del 32.6%. La tasa de cobertura de energía eléctrica evidenciada para 2015 en el PDM 2016-2019, fue del 100% en la zona urbana mientras que en la zona rural alcanzó el 97.4%; al cierre del año en mención, el 95,9% de las viviendas registradas en el municipio contaba con el servicio de energía eléctrica, el 32.6% con servicio de acueducto, el 16.1% con servicios de alcantarillado, el 12.6% con servicio fijo de voz y el 0% con servicio de gas natural. La disposición de basuras se realiza en el Carrasco ubicado en el área metropolitana de la ciudad de Bucaramanga. En materia de conectividad, la administración municipal reportó en 2015 un puntaje de 45, en el índice territorial de gobierno en línea.; para el 2017, el MITIC, garantizó acceso a internet con tecnología de fibra óptica al Hospital de Las Nieves, al Colegio Integrado los Santos y a la Estación de Policía principal.

4.1.1.5.3. Superestructura.

4.1.1.5.3.1. Entidades del sector público.

En el municipio de los Santos, la Secretaría de Planeación y Obras públicas, el Consejo Municipal de Turismo y la Alcaldía municipal, son las tres entidades públicas, responsables y encargadas de de coordinar todos los temas referentes a este conjunto de actividades económicas, así como de liderar el posicionamiento y desarrollo de las actividades y servicios turísticos desarrollados y prestados en el territorio.

4.1.1.5.3.2. Entidades del sector privado.

El municipio de Los Santos cuenta con presencia de diversos prestadores de servicios turísticos, especialmente por las actividades desarrolladas en La Mesa; dentro de las entidades que lideran el desarrollo del turismo en el territorio se encuentra la Asociación de Promotores Ecoturísticos de la Mesa de los Santos (Ecomesa), la cual ha sido promotora en la creación de puntos de información sobre atractivos y prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio. Pro-Mesa de Los Santos, es otra entidad privada integrada por 15 empresarios, con operación turística en el territorio, los cuales trabajan por la articulación de los atractivos y prestadores de servicios turísticos, con el objetivo de posicionar a nivel nacional e internacional el turismo ofrecido en la Mesa de los Santos bajo una dinámica sostenible. Otra entidad vigente en la zona es la Asociación agroindustrial y turística del Cañón del Chicamocha.

4.1.1.5.3.3. Planificación turística.

En el municipio de Los Santos, se identifican elementos relevantes en términos de planificación turística, como la existencia del Consejo Municipal de Turismo, el desarrollo de programas de preservación del patrimonio arquitectónico e histórico con que cuenta el municipio, reflejado en la conservación de las fachadas de los hogares del pueblo y la intervención y mantenimiento de la plaza principal. Por otra parte, la intervención del Viceministerio de Turismo, permitió consolidar el inventario de atractivos turísticos con que cuenta el municipio y se desarrolló en 2017 una priorización de aquellos atractivos turísticos ubicados en la zona de influencia del corredor Turístico Nororiental. El proceso de levantamiento y consolidación de los inventarios de atractivos y recursos turísticos y culturales de Los Santos, fue liderado por Universidad Autónoma de Bucaramanga. Ahora bien, el municipio tiene un directorio turístico

publicado en la página oficial de la Alcaldía Municipal, sin embargo, este se encuentra desactualizado.

En el PDM 2016-2019 del municipio de Los Santos, se tienen como objetivos estratégicos de impulso al turismo, la ejecución de campañas que promocionen y posicionen la imagen e identidad territorial con énfasis en potenciar actividades turísticas en la zona urbana; así mismo, se consigna el objetivo de mejorar la accesibilidad y conectividad a los diferentes atractivos turísticos para facilitar la movilidad de propios y visitantes y se define la necesidad y el compromiso de diseñar un plan de mejoramiento de la competitividad turística del municipio y lograr incrementar el nivel de ingresos percibidos por este concepto y contribuir positivamente al desarrollo económico de la comunidad.

Otro proyecto liderado por la Alcaldía municipal, en conjunto con la Alcaldía de Bucaramanga, es la integración y articulación de los campos de golf y los diferentes atractivos naturales con que cuenta el anillo vegetal existente entre la capital del departamento (Bucaramanga) y Los Santos, denominado “Santander es Green”, de manera tal que se evidencia un interés de materializar la integración de agentes que caracterizan el sistema turístico de la zona con otros municipios aledaños, potenciando su oferta de servicios turísticos y explotando de forma sostenible su riqueza natural y cultural, por medio de turismo enfocado en golf, turismo cultural, recreativo y de contemplación (aves y flora), eco turismo, turismo de aventura, de deportes náuticos, de café orgánico, turismo científico, entre otros.

4.1.1.5.4. Oferta turística.

El municipio de los Santos cuenta con atractivos y recursos turísticos naturales y culturales que son objeto de interés y causa de movilización de viajeros nacionales e internacionales, los cuales se evidencian en la siguiente tabla.

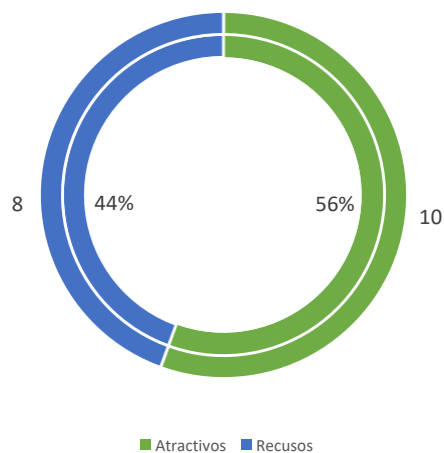
Tabla 53. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Los Santos.

Los Santos			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Natural	Recurso Cultural
Camino Real Los Santos - Jordán	Club Náutico Acuarela	Cueva Pisca	Parque Los Santos
Huerta Biológica Santa Rita	Colombia Tierra Querida	Mirador Bárcenas	Pictograma comunidad Guane
	Estación La Plazuela	Mirador Don Roque	
	Hacienda El Roble	Mirador Guamito	
	Iglesia Los Santos	Mirador Malecón del Cañón	
	Mercado Campesino	Mirador Salto del Duende	
	Parque Escalada La Mojarra		

Fuente: Elaboración propia.

El municipio cuenta con 10 atractivos turísticos y 8 recursos identificados, como se evidencia en la siguiente ilustración.

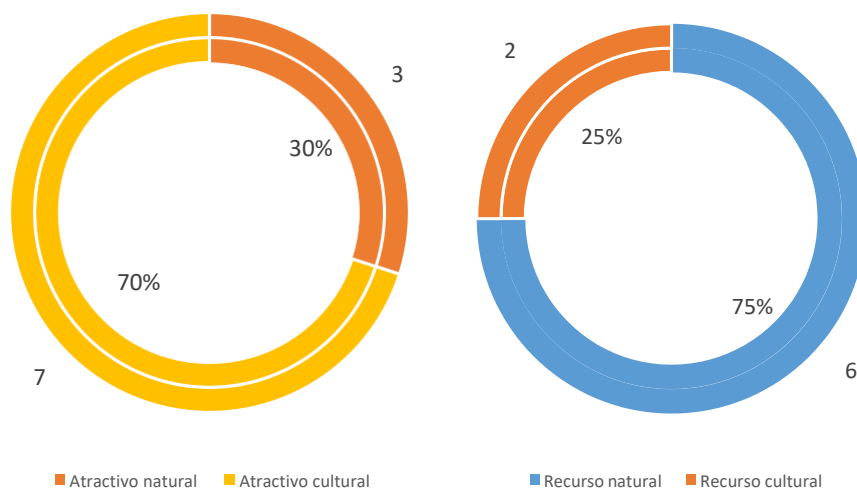
Ilustración 40. Número y proporción de atractivos y recursos presentes en el municipio de Los Santos



Fuente: Elaboración propia.

De los 10 atractivos turísticos presentes en el territorio el 70% son de carácter cultural y el 30% son atractivos naturales; en términos de recursos el 75% son de tipo natural y el 25% corresponden a recursos culturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 41. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Los Santos.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, el municipio de Los Santos, tiene gran potencial para transformar, adecuar y consolidar destinos turísticos de carácter natural, debido a que actualmente su mayor oferta se encuentra en destinos culturales, pero cuenta con 6 recursos provistos por la naturaleza que son susceptibles de posicionar como atractivos turísticos. La oferta de actividades culturales asociadas al turismo es amplia en el municipio y se ha convertido en uno de los mayores motivadores que atraen a propios y visitantes; Los Santos cuenta con un turismo de incentivos que activa las dinámicas sectoriales en su territorio. Es claro, que en este territorio el casco urbano no es en efecto la principal fuente de ingresos derivados de la actividad turística, de hecho el desarrollo de este sector ha sido impulsado por las actividades desarrolladas en La Mesa, las cuales giran alrededor de parcelación y construcción de hoteles, viviendas, clubes y restaurantes que atienden la demanda de turistas nacionales y extranjeros motivados por la cercanía con Bucaramanga y área metropolitana, por la tranquilidad, seguridad, buen clima y rápido acceso a un visual inigualable del cañón del Chicamocha y la conectividad con el mismo por medio de la estación del teleférico que uno a La Mesa con Panachi.

4.1.1.5.5. Demanda turística.

El municipio no cuenta con información estadística histórica y actualizada sobre el flujo turístico, de manera que no existen cifras oficiales sobre la caracterización y perfil de los viajeros que frecuentan la zona por motivos de turismo. No obstante, el análisis de la oferta turística, del tipo de infraestructura y prestadores de servicios turísticos, permite deducir que, los turistas que visitan el municipio están principalmente interesados en conocer el casco rural, específicamente la vereda de La Mesa de los Santos, por su conectividad con el Cañón del Chicamocha a través del teleférico que transporta a los visitantes hasta Panachi; de igual forma, los visitantes acuden a esta

zona interesados en la oferta gastronómica, en actividades de ocio y recreación, en los eventos sociales y los servicios del club náutico Acuarela y Casa de campo (socios), en vivenciar experiencias de turismo de bienestar, turismo sostenible y paisajismo.

4.1.1.6. Análisis Del Sistema turístico De Jordán.

4.1.1.6.1. Comunidad receptora.

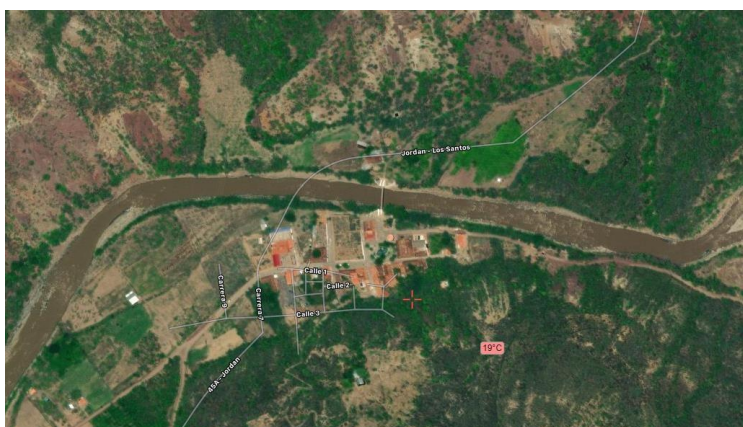
4.1.1.6.1.1. Aspectos geográficos y territoriales.

El municipio de Jordán, fue fundado el 2 de octubre de 1822. Se encuentra ubicado en la provincia de Guantán, en el cañón del río Chicamocha, a una distancia de 94.8 kilómetros de la capital santandereana, en medio de las montañas del departamento, a una altura de 425 msnm, lo cual hace que su temperatura oscile entre los 34 y 38 °C. A 18 kilómetros del casco urbano se encuentra la troncal principal que comunica a Bucaramanga con Bogotá, ubicada a 320 kilómetros del municipio. Jordán, es comúnmente conocido como el “pueblo fantasma” debido a que es uno de los municipios colombianos con menor población; cuenta con 1.103 habitantes, DANE (2018); así mismo es denominado como “tierra de caminos y puentes colgantes”, pues cuenta con atractivos turísticos culturales e históricos que son tesoro de Santander, como lo es el puente colgante “Lengerke”, el cual está trazado sobre el río Chicamocha, comunicando a la provincia de Guantán con provincia de Soto y es sin duda, el atractivo principal del pueblo.

La división territorial del municipio demarca la existencia de 7 veredas y el casco urbano, en el cual residen en 2015, según cifras oficiales de la Alcaldía Municipal, alrededor de 80 personas. La extensión de la zona rural abarca 31.35 km², mientras que el casco urbano se extiende 1.65 km² para una extensión total de 33 km². Jordán limita al norte con Los Santos, al sur con

Aratoca y Curití, al oriente con Aratoca y al occidente con Villanueva. Al estar situado en el corazón del cañón del Chicamocha, cuenta con recursos hidrográficos y paisajísticos, destacándose la cuenca del río Chicamocha, las quebradas La Macaregua y La Lajeña y la cascada Montegrande. Este municipio de Santander, cuenta con un destino turístico situado a 1.5 km de la zona urbana, denominado “Shangrila – Paraíso Perdido y Refugio de Caminantes”, en donde propios y visitantes pueden disfrutar de alojamiento en un terreno rodeado por naturaleza; el hostel Tamarindo es el segundo alojamiento registrado como prestador de servicios turísticos en el pueblo, bajo la categoría de eco hostel. Por otra parte, el territorio es atravesado por el famoso camino Lengerke, que conecta al municipio de Barichara con el municipio de Los Santos, siendo fuente de turismo nacional e internacional por ser un recorrido histórico en el marco de un cañón con riqueza natural y paisajística altamente valorada. En términos de atractivos culturales, Jordán celebra el 30 de agosto la fiesta de La Virgen Santa Rosa de Lima y en la primera semana del mes de diciembre se lleva a cabo el “Festival Cultural, Artístico, Deportivo y Gastronómico del Río Chicamocha” En la siguiente ilustración se evidencia la topografía y cartografía del municipio.

Imagen 13. Mapa topográfico y cartográfico del municipio de Jordán.



Fuente: Topografía y Cartografía oficial del Municipio de Jordán- Página web Alcaldía

municipal-Jordán-Santander.gov.co

4.1.1.6.1.2. Aspectos demográficos.

Jordán está integrado a 2018, según cifras oficiales del DANE por 1.103 habitantes de los cuales un 90% residen en la zona rural. La distribución poblacional se evidencia en la siguiente tabla.

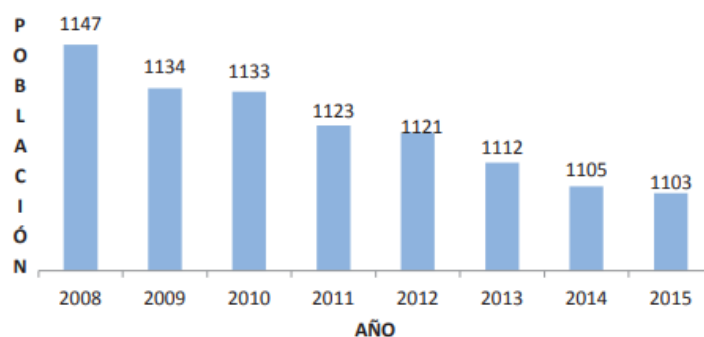
Tabla 54. Distribución poblacional del municipio de Zapatoca para el año 2018.

Población	Municipio
Población total	1.103
Participación de la población en el total departamental	0,1%
Población cabecera	56
Población resto	1.047
Total Población Hombres	559
Total Población Mujeres	544
% de hombres	50,67%
% de mujeres	49,32%
Densidad de la población (hab/km ²)	33,42

Fuente: Ficha de Caracterización Territorial-DNP, 2018.

El comportamiento y evolución poblacional del municipio se refleja en la ilustración relacionada a continuación.

Ilustración 42. Evolución poblacional del municipio de Jordán entre el año 2018 y 2015.



Fuente: DANE, 2015.

Es relevante destacar que a 2015, el 94.92% de los habitantes del municipio residían en la zona rural, lo que indica que solo 56 individuos habitaban el casco urbano. La densidad poblacional de Jordán corresponde a 33.42 habitantes por km², de los cuales el 50.67% pertenecen al género masculino y el 49.32% al género femenino. El tamaño poblacional es pequeño, a cierre del 2015 según DPN, su población representó el 0.1% del total de residentes en Santander. Como se visualizó en la tabla anterior, la evolución poblacional del municipio ha venido registrando una tasa de crecimiento negativa, principalmente por migraciones hacia centros urbanos en búsqueda de mejores condiciones laborales y socioeconómicas. En la siguiente tabla se relacionan los indicadores de población y programas sociales ejecutados en el municipio en 2005, 2014 y 2015.

Tabla 55. Indicadores poblacionales y programas sociales ejecutados en el municipio de Jordán en los años 2005, 2014 y 2015.

Indicadores de Población y Programas Sociales	Municipio
Población con NBI (2005)	60,81%
RED UNIDOS	835
SISBEN	695
Más Familias en Acción (Familias Beneficiadas 2015)	163
Jóvenes en Acción (Jóvenes con Incentivo, 2015)	0
Programa Cero a siempre (Beneficiarios 2015)	25
Colombia Mayor (Cupos Asignados, Julio 2014)	110

Fuente: Fuente: Ficha de Caracterización Territorial-DNP, 2018

4.1.1.6.1.3. Aspectos económicos.

La economía de Jordán gira en torno a las actividades productivas relacionadas con el sector agropecuario, destacándose en temas de agricultura, de mayor extensión y relevancia, el cultivo tabaco, café, fríjol, tomate, melón y papaya; gracias a la UMATA, el municipio ha recibido tecnificación en los procesos productivos de los alimentos anteriormente mencionados, no obstante, la carencia de ella en otro tipo de cultivos más artesanales como el maíz y la yuca, son un reto para la administración municipal en su interés por desarrollar una agricultura sostenible. En temas de ganadería, la actividad principal está relacionada con la crianza y levante de ganado bovino y caprino. En lo que respecta al sector terciario, el turismo es una fuente incipiente de ingresos para la economía del municipio. En Jordán se evidencia que la gran riqueza y enorme patrimonio histórico y cultural, no ha sido explotada de forma sostenible en beneficio de la comunidad, entre otras cosas, porque no existe una planificación de turismo, ni una institución que lidere los procesos turísticos en el territorio. Sumado a lo anterior, el municipio carece de adecuación óptima de los atractivos turísticos con que cuenta, no existe una ruta turística oficial que lo integre con otros municipios por medio de un recorrido estratégico; la hotelería es mínima, existiendo solo dos eco posadas y la necesidad de inversión en la calidad de las vías de acceso, se convierten en oportunidades de mejora necesarias para potenciar las actividades de turismo de aventura que se pueden desarrollar tanto en la zona rural como en el casco urbano.

4.1.1.6.1.4. Educación.

El DNP en la ficha de caracterización territorial, revela cifras contundentes sobre el nivel educativo en Jordán, destacándose un nivel de cobertura en educación media a cierre de 2014 correspondiente a 63.4%, tasa que supera el resultado departamental (47%), fijando como meta

para el 2018 una cobertura total (100%). En materia de resultados en las pruebas Saber 11, el municipio obtuvo en calificación promedio en matemáticas un puntaje (50.2) inferior a la media departamental (52.3). No obstante, el mayor reto en materia de educación se encuentra en la necesidad de disminuir la tasa de analfabetismo en la población con edad superior a 15, en donde el resultado alcanzado fue del 20,2%, tasa que supera en aproximadamente 7% a la media departamental, fijando como meta para el 2018 una cobertura total (7.2%). En la siguiente tabla se consignan los indicadores fundamentales en educación para el municipio a corte de 2014.

Tabla 56. Indicadores primarios de educación en el municipio de Jordán para el año 2014.

Indicador	2011	2014
Tasa de analfabetismo mayores a 15 años (2005)	ND	20,2%
Tasa de cobertura bruta en educación Preescolar	166,67	163,2%
Tasa de cobertura bruta en educación primaria	166,67	143,2%
Tasa de cobertura bruta en educación secundaria (2014)	135,23	187,8%
Tasa de cobertura bruta en educación media (2014)	63,04	104,9%
Tasa de cobertura neta en educación Preescolar (2014)	155,56%	100%
Tasa de cobertura neta en educación primaria (2014)	140,2	118,9%
Tasa de cobertura neta en educación secundaria (2014)	104,55	125,7%
Tasa de cobertura neta en educación media (2014)	50	63,4%
Tasa de deserción escolar intra anual de transición a Grado Once	2,19	3,02
Tasa de Deserción en educación básica secundaria	0	7,07
Tasa de Repitencia en educación de transición a grado once	0	2,35
Tasa de Repitencia en educación básica primaria	0	4,41
Número de Niños y Niñas con discapacidad atendidos en el Sistema Educativo	0	6
Matrícula oficial (alumnos)	289	267

Fuente: MEN. Actualizada

Fuente: MEN, 2015.

Como se evidencia en la siguiente tabla, el municipio en 2014 contaba con nueve escuelas, de las cuales ocho operan en el sector rural y una en el casco urbano. Del total de alumnos inscritos, el 52.06% pertenecían al género masculino y el 47,94% al género femenino, SIMAT (2014).

Tabla 57. Número de instituciones educativas en el municipio de Jordán para el año 2014.

Sede	Jornada	Matriculas
168370000032-ESCUELA URBANA JORDAN	MAÑANA	60
268370000011-ESCUELA RURAL GUASIMO	MAÑANA	12
268370000096-ESCUELA RURAL SAN JOSE DE MORROS	MAÑANA	14
268370000100-ESCUELA RURAL EL POTRERO	MAÑANA	3
268872000073-ESCUELA RURAL HATOVIEJO	MAÑANA	16
268872000111-ESCUELA RURAL POMARROSO	MAÑANA	9
268872000171-COLEGIO NUESTRA SEÑORA DE FATIMA - SEDE PRINC	MAÑANA	167
568370001000-ESCUELA RURAL SANTA ROSA	MAÑANA	17
TOTAL		298

Fuente: Ministerio de Educación Nacional de Colombia, SIMAT, 2014

4.1.1.6.1.5. Salud.

El sector salud en el municipio de Jordán presenta una dificultad y es la no certificación en salud a 2015, razón por la cual los pacientes son atendidos en el Centro de Salud Camilo Rueda situado en Villanueva y el Hospital Juan Pablo II situado en Aratoca, de manera tal que el municipio no cuenta con un puesto de salud en funcionamiento. Según la MPS (2015), la ARS Salud-vida, es la única IPS que opera en Jordán. Por otra parte, la tasa de mortalidad infantil alcanzó el 29.4% en 2015, MinSalud (2015). Según ASIS 2015, en 2015 el 99,33% de la población residente pertenecía al régimen de salud subsidiado. En la siguiente tabla se reflejan las afiliaciones e indicadores más relevantes de la situación del sector en el municipio.

Tabla 58. Indicadores primarios del sector salud en el municipio de Jordán para los años 2014 y 2015.

Indicador	Total
Afiliados al régimen contributivo (2015)	5
Afiliados al régimen subsidiado (2015)	1.187
Afiliados al régimen subsidiado (2014)	1.180
Tasa de mortalidad en menores de 1 año (por 1.000 nacidos vivos) Jordán - Año: 2013	29,14
Razón de mortalidad materna (por 100.000 nacidos vivos) Jordán - Año: 2012	0
Porcentaje de mujeres de 15 a 19 años que han sido madres o están en embarazo Jordán - Año: 2005	19,19
Cobertura de vacunación por biológico (2015):	
Cobertura de vacunación contra Polio en menores de 1 año Jordán - Año: 2015	83,30
Coberturas administrativas de vacunación con BCG para nacidos vivos (2015)	61,10
Cobertura de inmunización contra el triple viral (TV) de un año Jordán - Año: 2015	118,80
Tasa de mortalidad infantil (2013) - DANE	29,14
Municipio certificado en salud	NO

Fuente: MPS, 2016

4.1.1.6.1.6. Seguridad.

La seguridad del municipio es un aspecto a resaltar, dado que en la actualidad no se registra la operación de ningún grupo subversivo ni banda criminal. Según información suministrada por la Alcaldía Municipal, para el año 2015 solo se obtuvo registro de un acto delincencial catalogado como lesiones personales. Los esfuerzos de la autoridad municipal giran en torno a la creación y puesta en marcha de planes de seguridad alimentaria y planes de convivencia ciudadana para seguir garantizando el ambiente de paz, tranquilidad y seguridad que se vivencia a lo largo del municipio. Así las cosas, no se registran cifras oficiales de hurto, asesinato o desplazamiento.

4.1.1.6.2. Infraestructura.

4.1.1.6.2.1. Conectividad y Accesibilidad.

Jordán se encuentra ubicado a 94.8 kilómetros de Bucaramanga. Para acceder al municipio desde la capital santandereana se recorre la troncal nacional que comunica con la ciudad de Bogotá, en la altura a Aratoca se desvía hacia el municipio, encontrándose con 17 kilómetros de vía sin

pavimentar. El municipio cuenta con una red vial 100% transitable por carretera desde y hasta cada una de sus veredas, no obstante, el estado de las vías no es óptimo dado que está sin pavimentar y con considerable deterioro, dificultando la conectividad intra e inter municipal. En Jordán no existe una empresa que preste el servicio formal de transporte para acceder al casco urbano, tampoco existe un operador formal de transporte terrestre interveredales, de manera que el servicio de transporte de pasajeros y de carga se realiza en total informalidad en carros particulares. El acceso entonces por parte de turistas se puede realizar en vehículos privados, dada la ausencia de operación de un sistema de transporte público.

4.1.1.6.2.2. Servicios Públicos.

En lo referente a la prestación de servicios públicos, el municipio enfrenta varios retos que son prioridad de la administración local. Según el DNP, a corte de 2005 el 70.3% de las viviendas presentaban déficit cualitativo. En el informe de seguimiento al (Plan de Desarrollo Municipal, 2016-2019), la Alcaldía de Jordán revela que existen graves falencias en materia de cobertura de energía eléctrica sumado a falencias en la prestación del servicio. De igual forma esta fuente de información expone las deficiencias en el servicio de telefonía, declarando a Claro, como único operador con cobertura; se reporta a su vez, que el municipio adolece de conectividad a internet por fibra. La única cifra revelada en el PDM (2016-2019) frente a la cobertura de energía eléctrica, es una tasa del 70% en el casco urbano, a cierre de 2015, según afirmación de la Secretaría de Planeación Municipal.

El servicio de acueducto registró una tasa de cobertura del 47.1% a cierre de 2015, DNP (2015); la Alcaldía de Jordán trazó una meta de cobertura del 86.6% a cierre de 2018, sin embargo,

el SUI reportó una cobertura total a 2014 de un 79,73%. El municipio cuenta con un acueducto principal que cumple el Decreto No 1541 de 1978 y seis acueductos verdales. En la siguiente tabla se evidencian los principales indicadores en materia de servicios públicos prestados en el municipio.

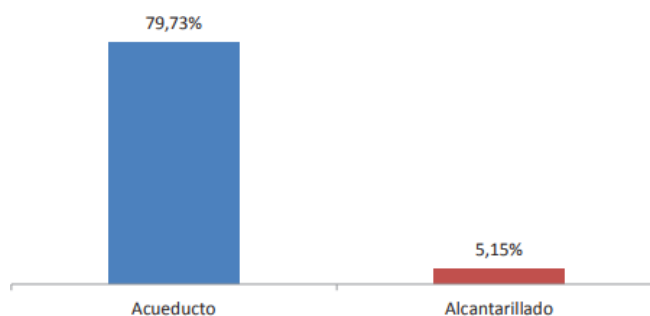
Tabla 59. Cobertura de servicios públicos en el municipio de Jordán para el año 2014.

Indicador	Total
Cobertura de acueducto (2014)	79,73%
Cobertura de acueducto Urbano (2014)	28,85%
Cobertura de Acueducto Rural (2014)	90,79%
Cobertura de alcantarillado (2014)	5,15%
Cobertura de Alcantarillado Urbano (2014)	28,85%
Cobertura de Alcantarillado Rural (2014)	0%
Cobertura de Aseo (2014)	5,15%
Cobertura de Aseo Urbano (2014)	28,85%
Cobertura de Aseo Rural (2014)	0%
El municipio se encuentra en el Plan Departamental de Agua - PDA vinculados al consorcio Financiamiento de Inversiones en Agua -FIA?	NO
Se han ejecutado proyectos en el municipio en el marco del PDA vinculados al FIA?	NO
Tipo de prestador del servicio de acueducto en la zona urbana 2015	Prestación Directa
El municipio adoptó decreto de estratificación urbana?	SI

Fuente: MAVDT; DDT-DNP; SUI, 2015.

Cabe resaltar que en la tasa de cobertura del servicio de acueducto alcanzó en 2014 el 79,73% y la tasa de cobertura de alcantarillado el 5,15%, como se visualiza en la siguiente ilustración

Ilustración 43. Tasa de cobertura de los servicios de acueducto y alcantarillado en el municipio de Jordán para el año 2014.



Fuente: SUI, 2015.

En este orden de ideas, es claro que el municipio presenta retos enormes en tema de cobertura y prestación de servicios públicos, los cuales son indispensables para potenciar el turismo como fuente desarrollo económico para la comunidad residente. De manera tal, que debe ser una prioridad de la Alcaldía Municipal gestionar de manera eficiente las mejoras pertinentes.

4.1.1.6.3. Superestructura.

4.1.1.6.3.1. Entidades del sector público

En Jordán la administración municipal es el ente público que lidera e impulsa el turismo, incluyendo objetivos y metas específicas en el plan de desarrollo 2016-2019; no obstante, Jordán no cuenta con un Consejo municipal de turismo, ni con una secretaría de turismo.

4.1.1.6.3.2. Entidades del sector privado

El municipio de Jordán adolece de entidades privadas que lideren el escenario turístico; este sector económico a pesar de tener un enorme potencial en Jordán, no está estructurado de forma eficiente y no cuenta con agencias de servicios turísticos, asociaciones, gremios e instituciones privadas con el objeto de explotar de forma sostenible la riqueza turística del municipio.

4.1.1.6.3.3. Planificación turística.

En Jordán no existe una secretaría de turismo ni un esquema de planeación de turismo, de hecho, no existen indicadores de flujos turísticos disponibles para el municipio ni un plan de desarrollo turístico, no hay inventarios turísticos ni punto de información de turismo. De manera tal, que el municipio presenta grandes oportunidades de mejora para desarrollar, posicionar y consolidar al turismo como fuente relevante de ingresos y desarrollo para la comunidad y la región.

4.1.1.6.4. Oferta turística .

El municipio de Jordán a pesar de su pequeña extensión tiene una oferta turística limitada pero interesante, sus atractivos y recursos turísticos se expone en el a siguiente tabla.

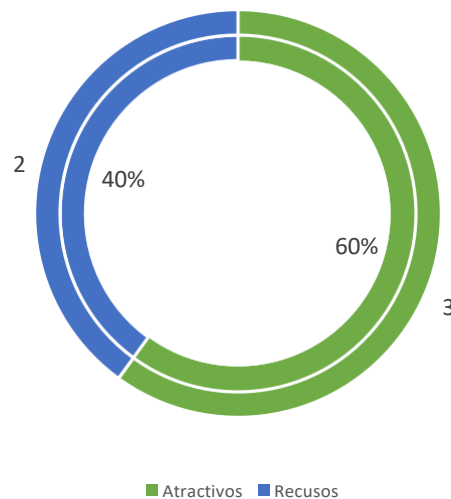
Tabla 60. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Jordán.

Jordán			
Atractivo Natural	Atractivo Cultural	Recurso Natural	Recurso Cultural
	Tamarindo Ecologde		Iglesia
	Shangrila hostel		Parque principal de Jordán
	Puente de Jordán		

Fuente: Elaboración propia

En el territorio se registran 3 atractivos y 2 recursos, como se evidencia en la siguiente ilustración.

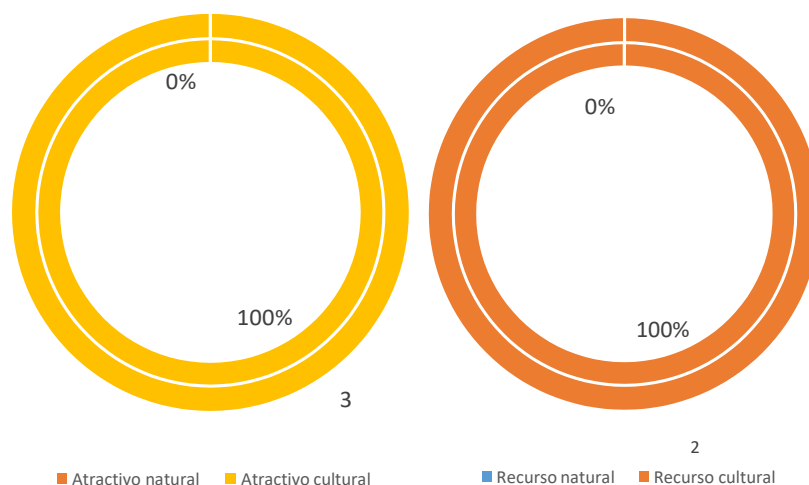
Ilustración 44. Atractivos y recursos turísticos naturales y culturales presentes en el municipio de Jordán.



Fuente: Elaboración propia

De los 3 atractivos presentes en su territorio el 100% son de tipo cultural, de manera que el municipio no cuenta con atractivos naturales ni con recursos de este tipo, por el contrario, cuenta con 2 recursos culturales, como se evidencia en la siguiente tabla.

Ilustración 45. Número y proporción de atractivos y recursos naturales y culturales presentes en el municipio de Jordán.



Fuente: Elaboración propia.

La economía de Jordán está incorporando gradualmente la oferta de servicios turísticos como fuente alternativa de ingresos y fuente de empleo formal para sus habitantes; las características geográficas y naturales, así como la riqueza cultural e histórica del municipio deben ser explotadas de forma sostenible y planificada para lograr elevar el aporte del turismo al nivel de ingresos económicos generados por el municipio y al desarrollo del mismo.

4.1.1.6.5. Demanda turística.

El municipio de Jordán no cuenta con estadísticas que permitan caracterizar el perfil del turista que ha visitado y que visita su territorio, de manera que no se encuentra información oficial publicada sobre el flujo turístico que recibe el municipio. No obstante, se puede deducir al analizar

la oferta turística vigente y la infraestructura de turismo actual, las cuales son limitadas, que los turistas que deciden pernoctar en el municipio están motivados por vivenciar una experiencia de turismo ecológico y turismo de bienestar; y los turistas que no contemplan una estadía en el municipio, llegan a él de paso, motivados por la conexión que tiene con los caminos reales, vivenciando una experiencia de senderismo, que comunica a Jordán con otras zonas y destinos turísticos del Cañón del Chicamocha.

4.1.2. Zonificación.

4.1.2.1. Descripción Del Sistema turístico Regional.

En la presente investigación se delimita el territorio definido para diseñar cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, en seis municipios que integran el Cañón del Chicamocha (San Gil, Barichara, Villanueva, Guane, Jordán y Los Santos) más el municipio de Zapatoca, Santander, por ser epicentro de turismo regional y albergar un enorme potencial para el desarrollo de diferentes actividades propias de este sector económico. Este territorio, está caracterizado por una extensión 1.182,2 km²s, cuya distribución por municipios se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 61. Extensión territorial.

Municipios	Extensión Km²s	%
Barichara	232,3	20%
San Gil	149,5	13%
Guane	14,6	1%
Villanueva	99,8	8%
Los Santos	293	25%
Jordán	33	3%
Zapatoca	360	30%
Total Extensión	1.182	100%

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que el municipio de Zapatoca posee la mayor extensión ocupando el 30% del total del territorio definido, seguido por el municipio de Los Santos con un 25% y ubicándose en la última posición Guane con un 1%. La extensión y demarcación territorial obedeciendo a los límites de constitución de cada municipio se evidencian en la siguiente ilustración.

Ilustración 46. Rutas y Zonificación.



Fuente: Elaboración propia.

En la región delimitada, residen a 2018, 83.456 habitantes, concentrando en San Gil un 54% del total de población residente en el área de interés seleccionada del Cañón de Chicamocha. La distribución poblacional se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 62. Distribución poblacional por municipio.

Municipios	N° de Habitantes	%
Barichara	7.166	9%
San Gil	45.114	54%
Guane	812	1%
Villanueva	5.858	7%
Los Santos	12.530	15%
Jordán	1.103	1%
Zapatoca	10.873	13%
Total Habitantes	83.456	100%

Fuente: Elaboración propia.

La densidad poblacional de la región es de 71 habitantes por kilómetro cuadrado, en la siguiente tabla se evidencia este indicador para cada municipio dentro de esta delimitación turística y territorial establecida.

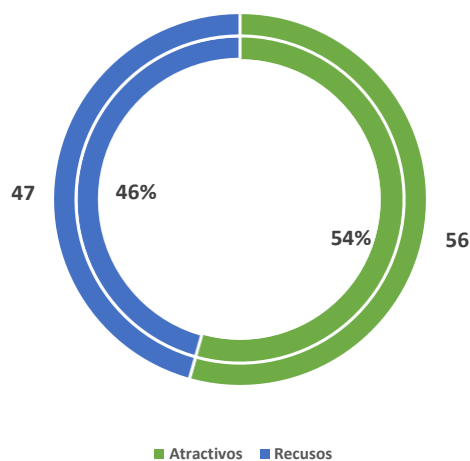
Tabla 63. Densidad poblacional regional.

Municipios	Densidad poblacional Habitante. /Km2
Barichara	31
San Gil	302
Guane	56
Villanueva	59
Los Santos	43
Jordán	33
Zapatoca	30
Total Extensión	71

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la oferta turística, la región cuenta con 56 atractivos y 47 recursos turísticos, lo que indica un alto potencial para el desarrollo, adaptación, posicionamiento y promoción a nivel nacional e internacional de nuevos destinos turísticos, dado que en la región se evidencia una sub explotación de gran nivel de activos turísticos. El territorio seleccionado en esta investigación tiene una enorme oportunidad para dinamizar y acrecentar su mercado y flujo de turismo y con ello elevar nivel de ingresos per cápita de la población, atraer inversión nacional e internacional y contribuir positivamente al desarrollo económico y social a nivel regional y departamental. La distribución de activos turísticos zonales evidenciada en la siguiente ilustración, se caracteriza por un 46% de recursos y 54% de atractivos turísticos.

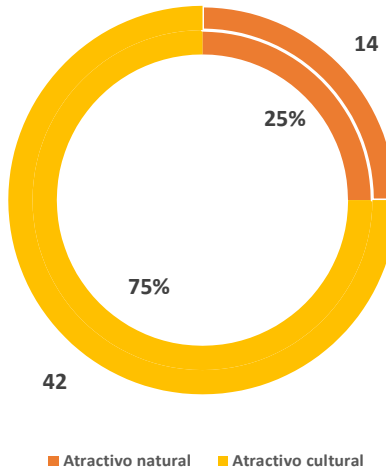
Ilustración 47. Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la región.



Fuente: Elaboración propia.

De los 56 atractivos existentes en el territorio, el 42% corresponden a atractivos culturales y el 25% a atractivos naturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

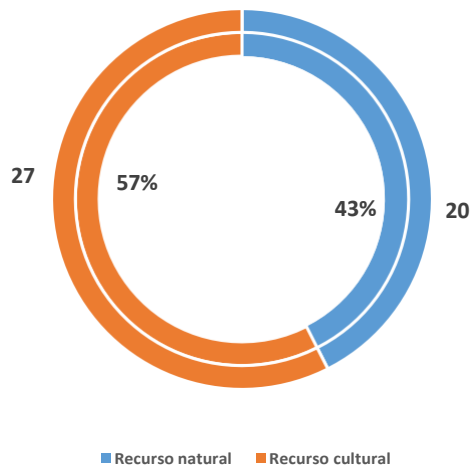
Ilustración 48. Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la región.



Fuente: Elaboración propia.

Acorde con estas cifras, es evidente la gran fortaleza de la región en la oferta de atractivos turísticos de tipo cultural. En lo referente a los recursos turísticos presentes en el territorio, de los 47 identificados el 57% son de tipo cultural y el 43% corresponde a recurso naturales, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 49. Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la región.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la caracterización básica de la región seleccionada es el insumo inicial para generar un proceso de delimitación turística, en consecuencia, para llevar a cabo un análisis de turismo en un territorio, Bullón (1985) plantea la necesidad de descomponer territorialmente una región en zonas. Si bien la extensión territorial de la región objeto de estudio de este proyecto abarca 1.182,2 km²s, el análisis y planificación del espacio turístico planteado por Boullón (1985) trasciende la extensión territorial y la ubicación geográfica convencional como criterio de zonificación y define que el espacio turístico está constituido y existe gracias a la presencia de atractivos turísticos, de manera que para analizar y caracterizar un sistema de turismo, se requiere una zonificación fundamentada principalmente en la distribución territorial de sus atractivos turísticos.

La metodología planteada por Boullón (1985), determina que una zona de turismo debe contener para considerarse como tal, mínimo diez atractivos turísticos, que pueden ser culturales y/o naturales, los cuales gozan de una ubicación geográfica próxima, para favorecer el flujo turístico entre ellos. Adicional a este criterio, el autor en mención indica que la conectividad y accesibilidad entre las zonas y sus respectivos atractivos turísticos, es el segundo criterio de zonificación más relevante, afirmando que una zona de turismo debe contar con servicios de transporte y/o vías de acceso que permitan la movilidad entre los distintos atractivos que la integran y la conectividad con otras zonas y otros elementos del espacio turístico; autores como (DWYER y KIM., 2003), Ruiz y Agudelo (2006); Lee (2014), (Mrnjavac, 2014) y (Martínez y Timarán, 2016), soportan este criterio de zonificación, determinando como factor de éxito en el diseño de rutas turísticas la conectividad y accesibilidad entre zonas turísticas. Un tercer criterio para el

establecimiento de zonas de turismo es la presencia de servicios turísticos en el territorio y una infraestructura para la prestación de los mismos, Boullón (1985).

En este orden de ideas, en esta investigación se aplicaron tres criterios de zonificación, estos son:

1. Presencia de mínimo 10 atractivos turísticos en la zona
2. Conectividad y accesibilidad entre los municipios que integran las zonas y sus respectivos atractivos turísticos
3. Prestación de servicios turísticos y existencia de infraestructura para la prestación de los mismos en la zona

Siguiendo estos criterios se identificaron y definieron tres zonas:

- **Zona 1:** Barichara, Guane, Villanueva y San Gil
- **Zona 2:** Los Santos y Jordán
- **Zona 3:** Zapatoca

4.1.2.2. Zona 1

La primera zona definida está integrada por los municipios de Barichara, Guane, Villanueva y San Gil. Con una extensión territorial de 496,2 km²s, representa el 42% del territorio geográfico de interés para este proyecto. En la siguiente tabla se refleja la distribución territorial de la zona.

Tabla 64. Extensión territorial zona 1.

Municipios	Extensión Km2s	%
Barichara	232,3	47%
San Gil	149,5	30%
Guane	14,6	3%
Villanueva	99,8	20%
Total Zona 1	496,2	100%

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que el municipio de Barichara posee la mayor extensión ocupando el 47% del territorio zonal; siendo Guane el corregimiento de menor extensión con una participación del 3%. La extensión y demarcación territorial obedeciendo a los límites de constitución de cada municipio integrado en la zona se evidencian en la siguiente ilustración.

Por otra parte, la zona 1, residen a 2018, 58.950 habitantes, lo que representa el 70,7% del total de población situada en el área de interés seleccionada del Cañón de Chicamocha. La distribución poblacional de la zona se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 65. Distribución poblacional zona 1.

Municipios	N° de Habitantes	%
Barichara	7.166	12%
San Gil	45.114	77%
Guane	812	1%
Villanueva	5.858	10%
Total Zona 1	58.950	100%

Fuente: Elaboración propia.

San Gil alberga el 77% de la población residente en la zona 1, seguido de Barichara con un 12% y en último lugar, en correspondencia a su extensión territorial, se encuentra la población de Guane que equivale a un 1%. La densidad poblacional de la zona 1 es de 119 habitantes por kilómetro cuadrado, en la siguiente tabla se evidencia este indicador para cada municipio dentro de esta delimitación turística y territorial establecida.

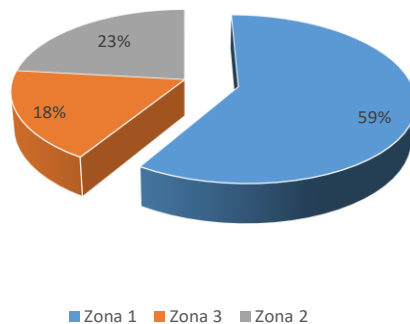
Tabla 66. Densidad poblacional zona 1.

Municipios	Densidad poblacional Hab. /Km2
Barichara	31
San Gil	302
Guane	56
Villanueva	59
Total Zona 1	119

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la oferta turística, de los 56 atractivos existentes en el territorio objeto de interés de este proyecto, la zona 1 cuenta con el 59%, lo que equivale a 33 atractivos. En la siguiente gráfica se puede observar la participación de la zona 1 en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región.

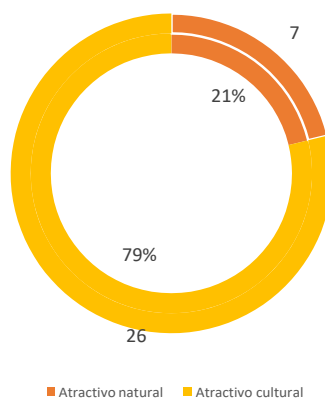
Ilustración 50. Participación porcentual de la zona 1, en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.



Fuente: Elaboración propia.

De los 33 atractivos presentes en el territorio zonal, el 21% son de tipo natural y el 79% son atractivos culturales como se evidencia en la siguiente gráfica.

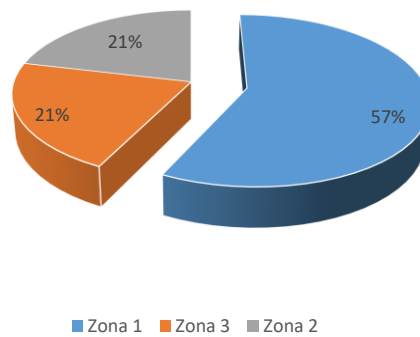
Ilustración 51. Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 1.



Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras reflejan que la zona en mención juega un rol fundamental en el desarrollo turístico regional, pues tiene la mayor oferta de atractivos turísticos del sistema de turismo seleccionado. En términos de recursos turísticos, de los 47 identificados en el territorio regional, la zona 1 posee 27 recursos, lo que equivale al 57%, como se evidencia en la siguiente ilustración.

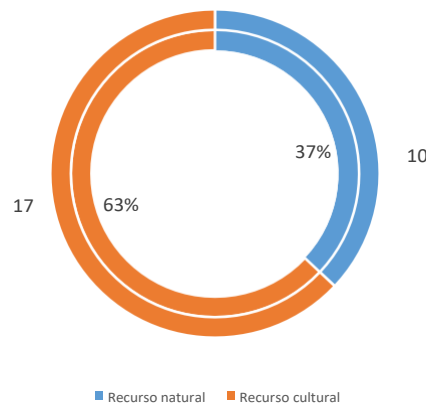
Ilustración 52. Participación porcentual de la zona 1, en la cantidad de recursos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.



Fuente: Elaboración propia.

De los 27 recursos turísticos zonales, el 37% son recursos naturales y el 63% culturales, como se refleja en la siguiente ilustración.

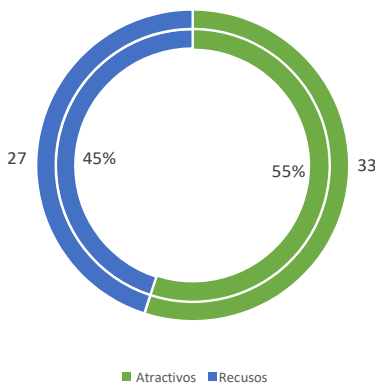
Ilustración 53. Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 1.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la zona 1 cuenta con el mayor potencial en la adaptación, promoción y posicionamiento de nuevos atractivos turísticos que no han sido desarrollados y se catalogan como recursos. Ahora bien, la distribución de activos turísticos zonales evidenciada en la siguiente ilustración, se caracteriza por un 45% de recursos y 55% de atractivos turísticos, lo que balancea la oferta actual de productos y servicios turísticos con la oferta futura a desarrollar, reflejando un enorme potencial de desarrollo del sector turismo.

Ilustración 54. Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la zona 1.



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, la conectividad y accesibilidad de los municipios que integran esta zona es viable para el medio de transporte terrestre elegido como factor diferenciador de este proyecto, es decir, que desde cada uno de los municipios que la integran (Barichara, Villanueva, Guane y San Gil) se puede acceder a los demás mediante rutas especializadas en ciclomontañismo, del mismo modo, los turistas pueden emplear el sistema de transporte público o privado para acceder a las cabeceras municipales, debido a que la conexión intermunicipal es 100% transitable y se encuentra 100% pavimentada. A su vez, existe conectividad entre los diferentes atractivos turísticos

vinculados a las rutas diseñadas empleando como medio de transporte bicicletas de ruta y de ciclomontañismo, caminando, haciendo uso parcial de transporte público y privado o en caballo. En la zona 1 se registra una proximidad favorable para el diseño de rutas turísticas, entre las zonas rurales década municipio debido a que poseen límites geográficos comunes; así mismo, se evidencia un alto grado de proximidad de las cabeceras municipales que la integran, como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 67. Distancia y tiempo del recorrido intermunicipal en la zona 1.

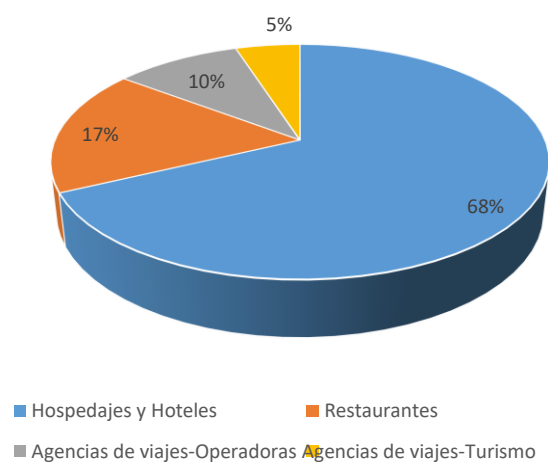
	Distancia en Km	Distancia en Tiempo
Barichara-San Gil	18,7	33 min
Barichara-Villanueva	14,1	25 min
Barichara-Guane	9,9	21 min
San Gil-Villanueva	20,3	32 min
San Gil-Guane	31,9	51 min
Villanueva-Guane	23,7	43 min

Fuente: Elaboración propia.

Es relevante destacar, que la vía de acceso principal a cada uno de los municipios que integran esta zona tiene como eje de conectividad la vía nacional 45 A, de manera que la ubicación geográfica de los mismos y el trazado vial primario y secundario es un factor positivo y de gran favorabilidad en el flujo turístico de la zona, gracias al excelente estado de la malla vial, a la seguridad vial y a la cercanía en distancia y tiempo de los posibles recorridos intermunicipales. De igual forma, este eje vial primario permite la conectividad de los 4 municipios con otros municipios que forman parte del Cañón del Chicamocha, con la capital Santandereana y con otros municipios aledaños del departamento de Santander caracterizados por un sistema turístico particular.

En términos de la oferta y prestación de servicios turísticos, esta zona cuenta con 421 prestadores de servicios de turismo con registro activo, renovado o pendiente por renovar en el RNT y certifican de existencia en la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018), lo que representa el 77% del total de prestadores que operan en el territorio de interés; de los 421 prestadores vigentes, el 68% corresponden a hospedajes y hoteles, el 17% a restaurantes, el 10% a Agencias de viajes en modalidad de operadores turísticos y el 5% a Agencias de viajes de turismo, como se puede evidenciar en la siguiente ilustración.

Ilustración 55. Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 1.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la zona 1 cumple con los tres criterios de zonificación establecidos para la subdivisión del territorio y sistema turístico definido en la investigación. Sin embargo, es necesario mencionar que esta zona no cuenta con estadísticas oficiales del flujo turístico ni de su caracterización y evolución histórica, pero a pesar de ello, concentra el mayor flujo de visitantes de la región, es el epicentro de turismo en la región del Cañón del Chicamocha, siendo San Gil y Barichara los dos destinos de mayor demanda a nivel nacional e internacional, en donde los turistas

demandan planes, productos y servicios turísticos diversificados con un alto componente de turismo de aventura y turismo cultural e histórico. Según cifras oficiales del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en 2017, San Gil atrajo el 25,26% de los turistas que arribaron al departamento de Santander seguido de Barichara con una participación del flujo turístico del 18,88%. Los tipos de turistas más frecuentes en la zona corresponden a adultos jóvenes que viajan en pareja, grupos familiares, grupos de amigos o solos, cuya estadía promedio corresponde a un fin de semana, en el cual se desplazan por los diferentes municipios y atractivos turísticos aledaños.

4.1.2.3. Zona 2

La segunda zona definida está integrada por los municipios de Los Santos y Jordán. Con una extensión territorial de 326 km²s, representa el 28% del territorio geográfico de interés definido para este proyecto, siendo la zona de menor extensión territorial. En la siguiente tabla se refleja la distribución territorial de la zona 2.

Tabla 68. Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 1.

Municipios	Extensión Km²s	%
Los Santos	293	90%
Jordán	33	10%
Total, Zona 2	326	100%

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que el municipio de Los Santos posee la mayor extensión ocupando el 90% del territorio zonal. La extensión y demarcación territorial obedeciendo a los límites de constitución de cada municipio integrado en la zona se evidencian en la siguiente ilustración.

La zona 2, cuenta con 13.633 habitantes, lo que representa el 16,3% del total de población residente en el área de interés seleccionada del Cañón de Chicamocha. La distribución poblacional de la zona se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 69. Distribución poblacional zona 2.

Municipios	N° de Habitantes	%
Los Santos	12.530	92%
Jordán	1.103	8%
Total, Zona 2	13.633	100%

Fuente: Elaboración propia.

La densidad poblacional de la zona 2 es de 42 habitantes por kilómetro cuadrado, en la siguiente tabla se evidencia este indicador para cada municipio dentro de esta delimitación turística y territorial establecida.

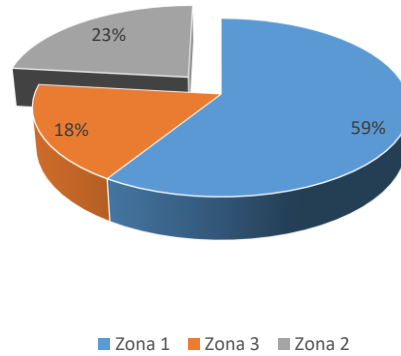
Tabla 70. Densidad poblacional zona 2.

Municipios	Densidad poblacional Hab. /Km2
Los Santos	43
Jordán	33
Total, Zona 2	42

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la oferta turística, de los 56 atractivos existentes en el territorio, objeto de interés de este proyecto, la zona 2 cuenta con el 23%, lo que equivale a 13 atractivos. En la siguiente ilustración se puede observar la participación de la zona 2 en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región.

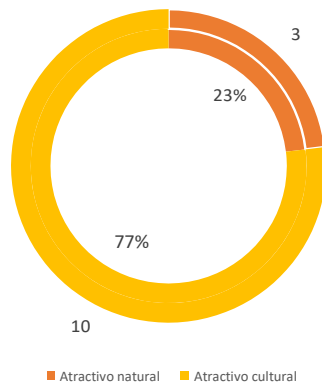
Ilustración 56. Participación porcentual de la zona 2, en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.



Fuente: Elaboración propia.

De los 13 atractivos presentes en el territorio zonal, el 77% son de tipo natural y el 23% son atractivos culturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

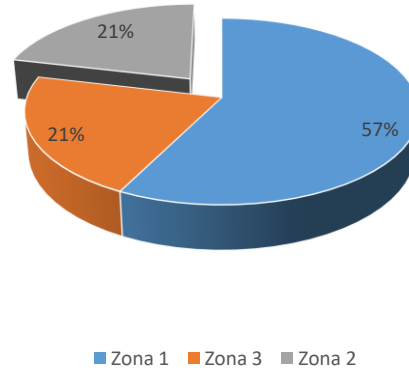
Ilustración 57. Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 2.



Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras reflejan que la zona en mención tiene una fortaleza en la oferta de atractivos turísticos naturales, lo cual favorece el desarrollo y diseño de rutas turísticas. En términos de recursos turísticos, de los 47 identificados en el territorio regional, la zona 2 posee 10 recursos, lo que equivale al 21%, como se evidencia en la siguiente ilustración.

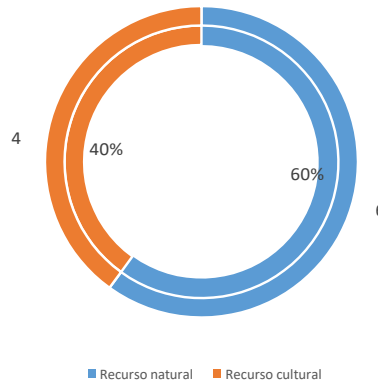
Ilustración 58. Participación porcentual de la zona 2, en la cantidad de recursos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.



Fuente: Elaboración propia

De los 10 recursos turísticos zonales, el 60% son recursos culturales y el 40% naturales, como se refleja en la siguiente ilustración.

Ilustración 59. Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 2.

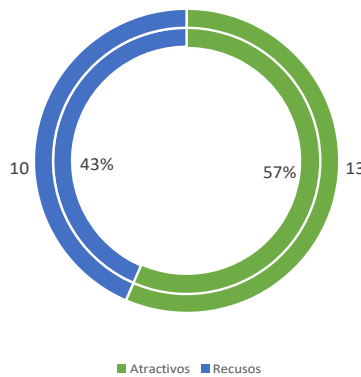


Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la zona 2 tiene mayor oportunidad en la adaptación, promoción y posicionamiento de nuevos atractivos turísticos de tipo cultural que no han sido desarrollados y se catalogan como recursos. Ahora bien, la distribución de activos turísticos zonales evidenciada en

la siguiente ilustración, se caracteriza por un 57% de recursos y de 43% atractivos turísticos, lo que indica que se deben realizar esfuerzo en la zona para elevar el número de atractivos turísticos y con ello ampliar la oferta de turismo y el flujo turístico zonal, dado que no se están explotando el 57% de los activos de turismo presentes en la zona; es notorio el elevado potencial que presenta la zona, dado que el número de recursos turísticos supera el número actual de atractivos de turismo que están generando desarrollo e ingresos a la región.

Ilustración 60. Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la zona 2.



Fuente: Elaboración propia.

Por otra parte, la conectividad y accesibilidad entre Los Santos y Jordán es viable para el trazado de rutas especializadas de ciclomontañismo, así mismo, existe conectividad entre los diferentes atractivos turísticos vinculados a las rutas haciendo posible el diseño de esta. Ahora bien, los turistas pueden emplear el sistema de transporte público o privado para acceder a las cabeceras municipales en donde la conexión intermunicipal es 100% transitable y se encuentra en un 95% pavimentada; es necesario anotar que no existe una ruta directa entre los dos municipios, por lo tanto, los viajeros deben transitar en los medios de transporte terrestre, públicos y privados, por el eje vial nacional (vía 45 A), la cual está en óptimas condiciones de pavimentación y

seguridad vial. De igual forma, este eje vial primario permite la conectividad de los 2 municipios con otros municipios que forman parte del Cañón del Chicamocha, con la capital Santandereana y con otros municipios aledaños del departamento de Santander caracterizados por un sistema turístico particular.

En la zona 2 se registra una proximidad favorable para el diseño de rutas turísticas, entre las zonas rurales década municipio debido a que poseen límites geográficos comunes; así mismo, se evidencia un alto grado de proximidad de las cabeceras municipales que la integran, como se refleja en la siguiente tabla.

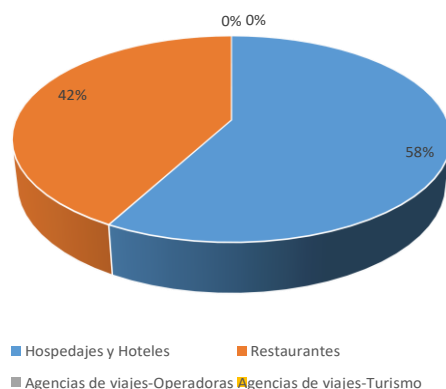
Tabla 71. Distancia y tiempo del recorrido intermunicipal en la zona 2

	Distancia en Km	Distancia en Tiempo
Los Santos-Jordán	57,4	100 min

Fuente: Elaboración propia.

En términos de la oferta y prestación de servicios turísticos, esta zona cuenta con 57 prestadores de servicios de turismo con registro activo, renovado o pendiente por renovar en el RNT y certifican de existencia en la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018), lo que representa el 10% del total de prestadores que operan en el territorio de interés, de los cuales el 58% corresponden a hospedajes y hoteles y el 42% a restaurantes, como se puede evidenciar en la siguiente ilustración.

Tabla 72. Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 2.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la zona 2 cumple con los tres criterios de zonificación establecidos para la subdivisión del territorio y sistema turístico definido en la investigación. Sin embargo, es necesario mencionar que esta zona no cuenta con información estadística sobre el flujo turístico actual e histórico, de manera que no existen cifras oficiales sobre la caracterización y perfil de los viajeros que frecuentan la zona por motivos de turismo.

4.1.2.4. Zona 3.

La tercera zona definida corresponde al municipio de Zapatoca. Con una extensión territorial de 360 km²s, representa el 30% del territorio geográfico de interés para este proyecto. Este municipio tiene la cantidad suficiente de atractivos turísticos, una posición geográfica que permite la conectividad y accesibilidad rural y urbana con la zona 1 y 2 por medio de ciclomontañismo y transporte terrestre, respectivamente; y una oferta vigente de productos y servicios turísticos con infraestructura para la prestación de los mismos, con lo cual cumple con los tres criterios de zonificación planteados en esta investigación, lo que le permite catalogarse

como una zona de turismo en sí mismo. En la siguiente tabla se refleja la distribución territorial de la zona 2.

Tabla 73. Extensión territorial zona 3.

Municipios	Extensión Km2s	%
Zapatoca	360	100%
Total, Zona 3	360	100%

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que el municipio de Zapatoca posee la mayor extensión territorial comparada con los demás municipios, llegando incluso a superar el territorio comprendido por la zona 2. La extensión y demarcación territorial obedeciendo a los límites de constitución del municipio que conforma la zona se evidencian en la siguiente ilustración.

La zona 3, cuenta con 10.873 habitantes, lo que representa el 13% del total de población residente en el área de interés seleccionada del Cañón de Chicamocha. La distribución poblacional de la zona se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 74. Distribución poblacional zona 3.

Municipios	Nº de Habitantes	%
Zapatoca	10.873	100%
Total, Zona 3	10.873	100%

Fuente: Elaboración propia.

La densidad poblacional de la zona 3 es de 30 habitantes por kilómetro cuadrado, en la siguiente tabla se evidencia este indicador para cada municipio dentro de esta delimitación turística y territorial establecida.

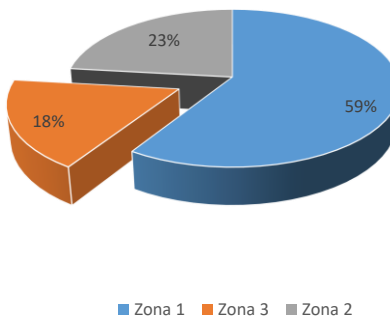
Tabla 75. Densidad poblacional zona 3.

Municipios	Densidad poblacional Hab. /Km2
Zapatoca	30
Total, Zona 3	30

Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a la oferta turística, de los 56 atractivos existentes en el territorio, objeto de interés de este proyecto, la zona 3 cuenta con el 18%, lo que equivale a 10 atractivos. En la siguiente ilustración se puede observar la participación de la zona 2 en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región.

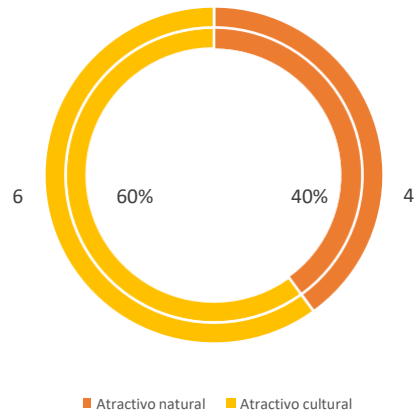
Ilustración 61. Participación porcentual de la zona 2, en la cantidad de atractivos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.



Fuente: Elaboración propia.

De los 10 atractivos presentes en la zona, el 40% son de tipo natural y el 60% son atractivos culturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

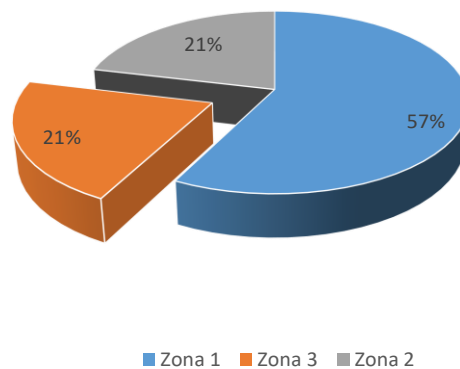
Ilustración 62. Distribución porcentual y numérica de los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 3.



Fuente: Elaboración propia.

Estas cifras reflejan que la zona en mención tiene mayor fortaleza en la oferta de atractivos turísticos culturales, los cuales pueden ser integrados como elemento que otorga identidad a las rutas turísticas. Es relevante mencionar que, Zapatoca es un municipio que ha liderado el posicionamiento del turismo como pilar y eje estratégico de crecimiento y desarrollo económico y social a nivel departamental, con un alto índice de participación pública y privada en iniciativas de turismo. En términos de recursos turísticos, de los 47 identificados en el territorio regional, la zona 3 posee 10 recursos, lo que equivale al 21%, como se evidencia en la siguiente ilustración.

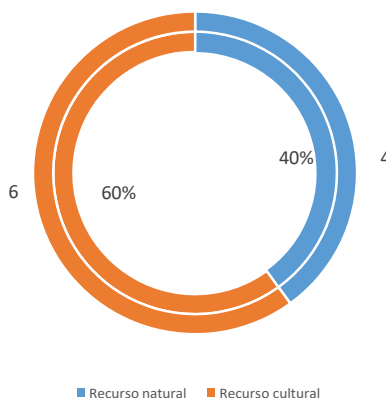
Ilustración 63. Participación porcentual de la zona 3, en la cantidad de recursos turísticos existentes en la región delimitada del Cañón del Chicamocha.



Fuente: Elaboración propia.

De los 10 recursos turísticos zonales, el 60% son recursos culturales y el 40% naturales, como se refleja en la siguiente ilustración.

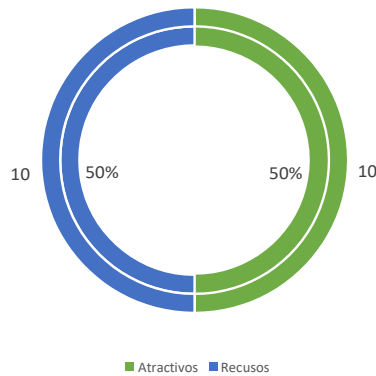
Ilustración 64. Distribución porcentual y numérica de los recursos turísticos naturales y culturales existentes en la zona 3.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la zona 3 tiene mayor oportunidad en la adaptación, promoción y posicionamiento de nuevos atractivos turísticos de tipo cultural que no han sido desarrollados y se catalogan como recursos. Ahora bien, la distribución de activos turísticos zonales evidenciada en la siguiente ilustración, se caracteriza por un 50% de recursos y 50% de atractivos turísticos, lo que indica que el municipio puede desarrollar proyectos para posicionar los recursos turísticos como atractivos de turismo, y con ello complementar y diversificar la oferta actual para lograr un mayor flujo turístico zonal, dado que no se están explotando el 50% de los activos de turismo presentes en la zona; lo que lleva a concluir que este municipio tiene riqueza turística infrautilizada y un mercado de turismo potencial por atraer dado que cuenta con infraestructura de turismo creciente, evolución positiva en materia de superestructura y activos turísticos suficientes para ejecutar diversos proyectos turísticos.

Ilustración 65. Distribución porcentual y numérica de activos turísticos (atractivos y recursos) presentes en la zona 3.



Fuente: Elaboración propia.

La conectividad y accesibilidad a Zapatoca es viable para el medio del transporte terrestre elegido factor diferenciador de este proyecto, es decir, que, tanto al casco urbano y a la zona rural de Zapatoca como a sus atractivos turísticos se puede acceder mediante rutas especiales de ciclomontañismo; así mismo, el acceso principal al municipio está dado por la vía que comunica con Bucaramanga, la cual 100% transitable y con un 85% de pavimentación. Los medios de transporte disponibles para acceder a la zona son: transporte terrestre de carácter público y privado y/o transporte aéreo (limitado). Por otra parte, la distancia que existe entre Zapatoca y las cabeceras municipales que integran las zonas 1 y 2, es otro factor que estratégicamente conlleva a delimitarlo como una tercera zona, dado que existe una mayor distancia entre su cabecera municipal y las demás cabeceras municipales, así como un mayor tiempo de recorrido; no obstante, la conexión intermunicipal es 100% transitable y se encuentra 95% pavimentada. La proximidad entre las cabeceras municipales está dada de la siguiente forma.

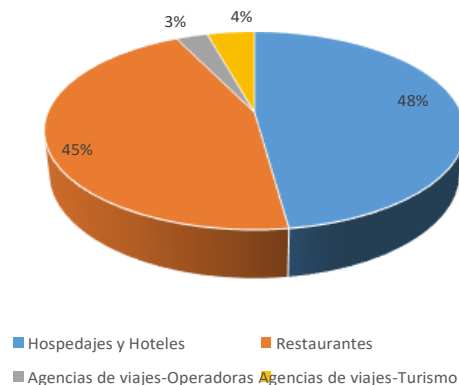
Tabla 76. Distancia y tiempo del recorrido intermunicipal entre Zapatoca y las cabeceras municipales de la zona 1 y 2.

	Distancia en Km	Distancia en Tiempo
Zapatoca-Barichara	59,7	166 min
Zapatoca-Villanueva	73,5	188 min
Zapatoca-Guane	57	161 min
Zapatoca-San Gil	81,8	200 min
Zapatoca-Los Santos	113,9	193 min
Zapatoca-Jordán	150,7	259 min

Fuente: Elaboración propia.

En términos de la oferta y prestación de servicios turísticos, esta zona cuenta con 69 prestadores de servicios de turismo con registro activo, renovado o pendiente por renovar en el RNT y certificado de existencia en la Cámara de Comercio de Bucaramanga (2018), lo que representa el 13% del total de prestadores que operan en el territorio de interés, de los cuales el 48% corresponden a hospedajes y hoteles, el 45% a restaurantes, el 4% a Agencias de viajes en modalidad de operadores turísticos y el 3% a Agencias de viajes de turismo, como se puede evidenciar en la siguiente ilustración.

Ilustración 66. Distribución porcentual por tipo de prestador de servicio turístico presente en la zona 3.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la zona 3 cumple con los tres criterios de zonificación establecidos para la subdivisión del territorio y sistema turístico definido en la investigación. Sin embargo, es necesario mencionar que esta zona no cuenta con estadísticas oficiales sobre el flujo turístico, no hay una trazabilidad de la evolución histórica del mismo ni de la caracterización de los viajeros que ingresan y visitan el territorio.

4.1.3. Análisis DOFA

4.1.3.1 Análisis Dofa Zona 1

Tabla 77. Análisis DOFA Zona 1(San Gil, Barichara, Villanueva, Guane)

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alta dependencia a fuentes tradicionales de ingresos -No se registran niveles de formación en turismo a los residentes de la zona rural -El nivel medio de cobertura educativa en Barichara, Villanueva y Guane no supera la media nacional -El servicio de salud ofrecido no es de alta complejidad ni especialidad -No se ofertan programas de educación superior <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se evidencia una falta de señalización primaria y turística en sectores estratégicos -La infraestructura hospitalaria no se encuentra en óptimas condiciones y no ofrece servicios especializados 	<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La zona cuenta con un nivel de seguridad favorable para el desarrollo de actividades turísticas tanto a nivel urbano como a nivel rural -Participación de la comunidad en actividades de turismo -Percepción social del turismo como fuente relevante de ingresos para la economía zonal -En la zona se oferta un programa de posgrado especializado en turismo (San Gil) -La zona cuenta con instituciones de educación superior de carácter privado y oficial -Presencia de colegios amigos del turismo <p>INFRAESTRUCTURA:</p>

<p>-El nivel de cobertura del servicio de gas natural es deficiente</p> <p>-Los niveles de prestación de servicios de salud, educación, acueducto y alcantarillado presentan menor calidad y cobertura en la zona rural</p> <p>-Infraestructura aérea con bajo nivel de desarrollo y débil conectividad</p> <p>-Las EOT están desactualizadas</p> <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <p>-No hay una difusión masiva de los beneficios e incentivos otorgados por el gobierno para la consolidación de proyectos de emprendimiento en turismo</p> <p>-Escasez de puntos de información turística en la zona</p> <p>-Bajo número de guías turísticos certificados y registrados con RNT</p> <p>-Villanueva y Guane carecen de inventario turístico oficialmente publicado por el MinCIT</p> <p>-Alto grado de informalidad en los prestadores de servicios turísticos</p> <p>-Para la zona no existen estadísticas oficiales de la caracterización de los flujos turísticos y la evolución de estos</p> <p>-Deficiencia generalizada en estadísticas sobre el sector turismo y su caracterización y evolución</p> <p>DEMANDA:</p>	<p>-La zona cuenta con una arquitectura colonial de gran belleza y una enorme riqueza prehispánica, lo cual atrae flujos turísticos nacionales e internacionales</p> <p>-La zona cuenta con hospedajes, hoteles y restaurantes con infraestructura de calidad, diversidad en el portafolio de servicios y capacidad creciente para prestación de servicios turísticos</p> <p>-La conectividad vial hacia cada municipio de la zona se encuentra en perfectas condiciones, de manera que la carretera es 100% pavimentada y el eje de movilidad está sobre la troncal principal 45 A que conecta al centro del país, específicamente a la ciudad de Bogotá con Bucaramanga</p> <p>-Facilidad de movilidad del flujo turístico entre los diferentes cascos urbanos y rurales de la zona debido a la prestación vigente de servicios de transporte intermunicipal con frecuencias periódicas</p> <p>-Nivel favorable de cobertura del servicio de energía eléctrica y agua potable (superior al 90%)</p> <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <p>-La zona cuenta con un pueblo que forma parte de la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia (Barichara)</p> <p>-Alto grado de participación pública en el posicionamiento de la zona como motor de turismo en Santander, específicamente se evidencia un liderazgo por parte de las Alcaldías Municipales la Cámara de Comercio de Bucaramanga, COTELCO, ICT de San Gil, la CTC del Sur de Santander, la Mesa Sectorial de Turismo de San Gil, el SENA y el Viceministerio de turismo</p>
--	---

<p>-No existen cifras oficiales sobre el registro y evolución histórica de turistas que arriban al municipio</p>	<p>-Integración visible de las actividades turísticas desarrolladas en municipios aledaños</p> <p>-Existen dos secretarías de turismo en la zona (San Gil y Barichara)</p>
--	--

DEBILIDADES	FORTALEZAS
	<p>SUPERESTRUCTURA:</p> <p>-En los tres PDM se consignan objetivos específicos de impulso y desarrollo del turismo</p> <p>-Presencia de policía de turismo y policía ambiental</p> <p>-Desarrollo de proyectos e investigaciones en turismo con alta participación de instituciones de educación superior relevantes a nivel regional como la UNAB y UNISANGIL</p> <p>-Existen asociaciones de prestadores de servicios turísticos y asociaciones líderes en el desarrollo territorial enfocado en el turismo</p> <p>-Se evidencia la aplicación de política de calidad turística (San Gil)</p> <p>-Se evidencia la existencia de un plan de Desarrollo de Turismo (San Gil)</p> <p>-Se dictan capacitaciones e imparte formación continua en turismo de manera frecuente a cargo de entidades privadas y públicas</p> <p>-Se consolidó el inicio y desarrollo del proyecto de desarrollo y promoción turística “De los Alpes a los Andes”</p> <p>OFERTA:</p>

	<p>-Alto grado de posicionamiento nacional e internacional de sus destinos turísticos, específicamente Barichara y San Gil, lo cual permite desarrollar nuevos proyectos en turismo para los municipios aledaños que integran la zona definida</p>
--	--

DEBILIDADES	FORTALEZAS
	<p>OFERTA:</p> <p>La oferta de turismo de aventura, cultura, matrimonial y de bienestar es altamente valorada por turistas nacionales y extranjeros</p> <p>-La cercanía con el Parque Nacional del Chicamocha-Panachi, permite un mayor flujo turístico a la zona y eleva su posicionamiento a nivel mundial</p> <p>-Riqueza, diversificación y profundidad del portafolio de productos y servicios de turismo ofrecidos</p> <p>-Oferta gastronómica de gran variedad ajustada a diferentes perfiles de turistas, a precios competitivos, con altos estándares de calidad ofertando platos típicos de la región, preparaciones nacionales e internacionales</p> <p>-La diversidad climática, topográfica e hidrográfica permite el desarrollo de diferentes categorías de turismo</p> <p>-Se evidencia la prestación de servicios turísticos y la oferta de productos de turismo por agencias operadoras y agencias de viajes de turismo con RNT</p> <p>-El 55% de los activos turísticos son atractivos, de los cuales el 79% son de tipo cultural</p>

	<p>-Los planes de turismo ofrecidos contemplan integración de atractivos, productos y servicios ofertados en municipios aledaños</p> <p>-De los 33 atractivos turísticos presentes en la zona el 21% son de tipo natural, y de los 27 recursos el 37% son recursos naturales, lo que eleva el potencial de desarrollo de proyectos enfocados en turismo natural o de aventura</p>
--	---

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <p>-Desarrollo de programas de formación, profesionalización y capacitación en turismo, prestación de servicios turísticos y diseño y comercialización de productos de turismo</p> <p>-Elevar el nivel integración entre la comunidad y los prestadores de servicios turísticos</p> <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <p>-Modernización y ampliación del aeropuerto de categoría D para aumentar el flujo de turistas a la zona, arribando por vía aérea al municipio de San Gil</p> <p>-Modernización del terminal de transportes central ubicado en el municipio de San Gil y construcción de terminales en los demás municipios</p> <p>-Reformulación de los EOT</p> <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <p>-Elevar el grado de integración de empresarios en la ejecución de proyectos</p>	<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <p>-Se evidencia un riesgo medio de desabastecimiento de agua potable</p> <p>-Se evidencia un riesgo medio de derrumbes</p>

<p>turísticos con conectividad competitiva en la zona</p> <p>-Incrementar la cantidad de organizaciones privadas interesadas en liderar el desarrollo del turismo en la zona</p>	
--	--

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>OFERTA:</p> <p>-Elevado potencial para la adaptación y promoción de recursos naturales a atractivos turísticos que permitan incrementar el nivel de ingresos y proyectos enfocados en turismo natural y turismo de aventura</p> <p>-Diseñar rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo que interconecten los municipios que integran la zona entre ellos mismos y con otros municipios o zonas aledañas que integran el Cañón del Chicamocha</p> <p>-Posicionar proyectos, productos y servicios de agroturismo, turismo deportivo y eco sostenible</p> <p>-Diversificar el portafolio especializado de productos y servicios turísticos enfocados en el turismo de bienestar, turismo cultural, paleontológico, gastronómico, matrimonial e histórico</p> <p>DEMANDA:</p> <p>-Tendencia creciente del turismo matrimonial, turismo de aventura y el ecoturismo</p> <p>-Tendencia creciente de las preferencias de los turistas con respecto a la demanda de experiencias turísticas de intercambio cultural</p>	

4.1.3.2 Análisis Dofa Zona 2

Tabla 78.DOFA Zona 2 (Los Santos-Jordán).

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los casos urbanos no son epicentro de actividades y prestación de servicios turísticos -Bajo flujo turístico en los cascos urbanos de la zona -La prestación de servicios de salud es de baja calidad y especialidad -La cobertura media de salud en el sector rural es deficiente -Elevada tasa de analfabetismo (superior al 15%) -Alta dependencia a fuentes tradicionales de ingresos -No se prestan servicios de educación superior en la zona <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El transporte intermunicipal presenta deficiencias en el estado de los vehículos y en las frecuencias de las rutas -La zona no cuenta con terminal de transportes -La infraestructura hospitalaria es precaria -Las carreteras inter-veredales no se encuentran en óptimas condiciones, a pesar de ser transitables -Deterioro en la red vial que comunica a Pescadero con Jordán -Se evidencia que los EOT de la zona están desactualizados 	<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La zona goza de un alto grado de seguridad a nivel urbano y rural lo cual facilita la movilización de turistas y el desarrollo de actividades turísticas como el ciclomontañismo -La ubicación geográfica es estratégica debido a la cercanía con Bucaramanga y Área metropolitana, siendo esta ciudad epicentro del flujo turístico en Santander y capital del departamento <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -En la zona se evidencia la existencia de un colegio parte de la red de colegios amigos del turismo, específicamente en el municipio de Los Santos -La zona cuenta con prestadores de servicios turísticos de alojamiento y hospedaje, así como de restaurantes, registrados en Cámara de comercio y con RNT activo -Es factible la conectividad entre los dos municipios que integran la zona tanto en vehículos, como en bicicletas de ruta y ciclomontañismo, en motos y por medio de rutas de senderismo trazadas por los diferentes caminos rurales -La accesibilidad a la zona es positiva debido a las condiciones generalizadas de vías en buenas estado y un 90% de pavimentación de los accesos principales a los dos municipios que la integran

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No existe una ruta intermunicipal que comunique a Los Santos con Jordán, sin acudir a la troncal principal 45 A. -Asimetría en la cantidad y variedad de la infraestructura de los prestadores de servicios entre los dos municipios que integran la zona -Falencias en la disposición de residuos finales debido a que no cuentan con rellenos sanitarios en su territorio -No están disponibles cifras oficiales y estadísticas actualizados sobre la cobertura en la prestación de servicios públicos diferentes a acueducto y alcantarillado, para el municipio de Jordán <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Disparidad en la existencia de la secretaría y el consejo municipales de turismo, dado que Los Santos cuenta con estas entidades mientras que en Jordán la Alcaldía Municipal es la responsable de liderar las dinámicas asociadas al turismo -Escasez generalizada de puntos de información turística -Escasa señalización de turismo y señalización primaria -El inventario turístico de la zona está desactualizado e incompleto <p>SUPER ESTRUCTURA:</p>	<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La accesibilidad al municipio de Los Santos a diferencia del municipio de Jordán se encuentra en condiciones 100% favorables, con todo el trayecto principal pavimentado. <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Alto grado de interés de las Alcaldías Municipales en la promoción del turismo como fuente de ingresos -La zona cuenta con asociación de promotores del ecoturismo, específicamente en La Mesa de los Santos (Ecomesa) -En la zona se llevan a cabo programas de preservación del patrimonio arquitectónico e histórico -Se visibiliza el interés público en la consolidación del turismo como fuente de ingresos y desarrollo regional, específicamente del Viceministerio de Turismo, las Alcaldías municipales y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en La Mesa de los Santos -En los dos PDM se consignan objetivos específicos de impulso y desarrollo del turismo <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La Mesa de los Santos es un destino turístico de alto posicionamiento en la región, el cual atrae flujos turísticos de forma continua, sin estacionalidad visible <p>OFERTA:</p> <p>Se evidencia una clara conectividad de la zona con el Parque Nacional del</p>

<p>-No se registran estadísticas oficiales de la caracterización de los flujos turísticos y la evolución de estos</p> <p>-No se evidencia presencia de policía de turismo y policía ambiental</p> <p>OFERTA:</p> <p>-Asimetría en la cantidad de prestadores de servicios turísticos</p> <p>-Asimetría en la profundidad del portafolio de servicios y productos turísticos</p> <p>-No se evidencia la presencia de guías de turismo certificados con RNT</p> <p>-Faltencias en adecuación de atractivos turísticos</p> <p>DEMANDA:</p> <p>-No existen cifras oficiales sobre el registro y evolución histórica de turistas que arriban al municipio</p>	<p>Chicamocha empleando teleférico, bicicleta y/o vehículos</p> <p>-Se registran prestadores de servicios turísticos con enfoque marcado hacia el ecoturismo y la sostenibilidad</p> <p>-La oferta de productos y servicios, así como la experiencia en turismo ofertada, es complementaria en los dos municipios que integran la zona</p> <p>-Se evidencian 13 atractivos turísticos, 3 de tipo natural y 10 de tipo cultural</p> <p>-Gran riqueza paisajística</p>
--	--

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <p>-Alta concentración de la población en zonas rurales (más del 80%), lo que permite potenciar la integración de la comunidad en proyectos de turismo de aventura y turismo ecológico como el diseño rutas de ciclomontañismo</p> <p>-Elevado potencial en el desarrollo y consolidación del turismo como principal fuente de ingresos</p>	<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <p>-Desplazamiento voluntario de la población joven a municipios aledaños con oferta de educación superior</p> <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <p>-Elevado riesgo de desabastecimiento de agua potable por escasez de plantas de tratamiento certificadas y en óptimas condiciones de abastecimiento y funcionamiento</p>

<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fortalecimiento de la infraestructura para la prestación de servicios turísticos -Creación de infraestructura aérea y terminal de transportes terrestre 	<ul style="list-style-type: none"> -Riesgo elevado de desabastecimiento de agua potable -Riesgo elevado de movimientos sísmicos y derrumbes
--	---

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elevar el nivel de integración y cooperación entre actores privados y públicos (prestadores de servicios turísticos, administración pública y comunidad) en torno a proyectos especializados en desarrollo turístico -Integración de los PDM's en términos de estrategias de desarrollo turístico <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Adecuación, posicionamiento y desarrollo de la gran riqueza de recursos naturales (23% del total de recursos zonales) como atractivos turísticos factibles de vincular a proyectos de turismo como el diseño de rutas de ciclomontañismo -Gran potencial para consolidar el turismo ecológico y paleontológico -Integración estratégica de atractivos culturales en rutas turísticas de ciclomontañismo dado que la zona cuenta con un 77% de atractivos de este tipo -Diseñar rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo que conecten al municipio con otros municipios o zonas aledañas que integran el Cañón del Chicamocha 	

4.1.3.3. Análisis Dofa Zona 3

Tabla 79.DOFA Zona 3 (Zapatoca).

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No existen registros de capacitación y formación en turismo para la comunidad residente en la zona rural -Alta dependencia a fuentes tradicionales de ingresos -No se evidencia que la comunidad desempeñe un rol activo como principal guía y promotor de los recursos, atractivos, productos y servicios turísticos presentes en su territorio -El índice de NBI es superior al 15% -Bajo nivel de población residente con educación superior y posgrado por escasez de oferta local, lo que incide en un aumento de la probabilidad de desplazamiento a otros lugares de profesionales calificados que pueden liderar actividades turísticas <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se evidencia un deterioro de la malla vial; las vías de acceso no son 100% pavimentadas y existen tramos en mal estado -Impacto ambiental negativo a fuentes hídricas en zona rural como consecuencia de la disposición directa de aguas residuales -La oferta de servicios hospitalarios es limitada y no especializada -Bajo nivel de cobertura de alcantarillado, especialmente en la zona rural, lo cual 	<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El 60,2% del valor agregado del municipio se genera vía actividades relacionadas con el comercio y la prestación de servicios (turismo). -Nivel favorable de cobertura en educación y salud -Elevado nivel de seguridad urbana y rural, favoreciendo el desarrollo de proyectos y actividades de turismo <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -El municipio cuenta con helipuerto de carácter privado -Nivel favorable de cobertura de servicio eléctrico y de acueducto y alcantarillado a nivel urbano -Excelente nivel de servicio y tasa de cobertura en la recolección de residuos en el casco urbano -Diversidad de infraestructura para la prestación de servicios de turismo -Crecimiento de la señalización turística y paneles de información, promovido por la Cámara de Comercio de Bucaramanga -Se evidencia la señalización de 5 atractivos turísticos y dos paneles de información turística

dificulta la prestación de servicios turísticos de alojamiento fuera del casco urbano

INFRAESTRUCTURA:

-La infraestructura aérea presenta bajo nivel de desarrollo

-Deficiencia en la tasa de cobertura de internet banda ancha

-La zona no cuenta con terminal de transporte

SUPERESTRUCTURA:

-La página web de la Alcaldía Municipal no tiene información actualizada sobre estadísticas, productos, atractivos y servicios de turismo

-El inventario turístico publicado por CITUR está desactualizado

-No existen en el municipio planes de manejo y capacidad de carga para los atractivos turísticos

-Se evidencia la falta de diseño y ejecución de planes de formación en turismo

-No se ha consolidado el EOT sobre la represa de Topocoro

-No existen reglamentos ni lineamientos sobre las unidades de planificación del espacio rural

-No está formalmente establecido el Plan de Desarrollo Turístico Municipal

-En la zona no se registra presencia de policía de turismo ni policía ambiental

SUPERESTRUCTURA:

-La zona cuenta con Secretaría de Cultura, Turismo, Deporte y Recreación

-La zona cuenta con Consejo Municipal de Turismo establecido en el 2018

-La Alcaldía de Zapatoca cuentan con página web oficial

-Elevado nivel de formalidad en la prestación de servicios turísticos

-Se establece como foco de desarrollo estratégico territorial el turismo, trazando objetivos estratégicos promovidos por la Alcaldía Municipal e incluidos en el PDM (2016-2019)

-Se consolidó el inicio y desarrollo del proyecto de desarrollo y promoción turística “De los Alpes a los Andes”

-Cuenta con un plan decenal de turismo

-Se evidencia dinamismo en la integración y articulación entre actores públicos y privados con influencia y participación en el desarrollo del turismo

-En la zona se realizan periódicamente reuniones y juntas de gobernanza turística

-Se han desarrollado mesas de trabajo colectivas con grupos de interés arrojando como resultado, matrices DOFA sobre el turismo en Zapatoca y los prestadores de servicios turísticos vigentes

SUPERESTRUCTURA:

- En el periodo de administración municipal de 2016-2019, se realizó el inventario turístico material e inmaterial del municipio

OFERTA:

-La zona alberga recursos turísticos situados en terrenos privados, lo cual impide su desarrollo como atractivo turístico de acceso público

-La zona no cuenta con guías de turismo registrados y avalados con RNT

-Operación turística carente de principios de sostenibilidad

-Bajo grado de integración turística con zonas aledañas

-No se evidencia oferta de productos y servicios turísticos complementarios en municipios aledaños y/o pertenecientes al Cañón del Chicamocha

DEMANDA:

-No existen cifras oficiales sobre el registro de turistas que arriban al municipio, así como tampoco estadísticas oficiales sobre la caracterización, desarrollo y evolución del sector turístico en la zona

SUPERESTRUCTURA:

-Existen prestadores del servicio de alojamiento afiliados a COTELCO y con RNT

-Se ratifica la presencia de prestadores de servicios turísticos formalmente registrados y avalados con RNT

-La zona cuenta con un punto de información turística

En la zona se registra una asociación privada para el desarrollo turístico (TuriZap)

-Se generan dinámicas de capacitación y formación continuas en turismo, promovidas en conjunto por la Alcaldía Municipal, el SENA y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, entre otros.

-Interés social, público y privado por la preservación del patrimonio natural y cultural y planes de acción que lo sustentan

-Se creó en 2019 el "Fondo de Innovación en Turismo y Desarrollo Sostenible del Municipio de Zapatoca, Santander

-TuriZap está vinculado a la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo- ANATO, participando activamente de eventos y vitrinas turísticas a nivel nacional

OFERTA:

-Posicionamiento creciente del turismo de bienestar

DEBILIDADES	FORTALEZAS
	<p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Posicionamiento creciente del turismo de bienestar <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -La zona cuenta con 4 rutas de senderismo (Caso Histórico, Ruta levítica, Camino de Lengerke y Mirador Guane) -Gran riqueza paisajística, climática y natural, lo cual favorece el desarrollo de actividades turísticas y el flujo de turistas nacionales y extranjeros -En la zona se celebran dos festivales internacionales (Festival de cocinas y fogones y el Festival de danza folclórica y de coros) -Cuenta con 10 atractivos turísticos, 4 de tipo natural y 6 de tipo cultural -Ofrece un clima agradable y gran tranquilidad y seguridad en los escenarios urbanos y rurales -En el territorio se sitúan caminos reales, los cuales motivan la ejecución de proyectos de turismo y atraen a viajeros nacionales e internacionales, favoreciendo el diseño de rutas de ciclomontañismo -Variedad en la oferta y prestación de servicios turísticos -La ubicación geográfica es estratégica al formar parte del cañón del Chicamocha, conectarse con la serranía de los Yariguíes y con Bucaramanga y su área Metropolitana

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elevada concentración de la población en un rango etario entre los 20 y 29 años, lo que indica que hay mayor proporción de población joven, en edad de trabajar, que puede ser vinculada a proyectos formales de turismo <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollo y fortalecimiento de la infraestructura aérea para la recepción de flujos turísticos -Mejora continua de las condiciones de conectividad y mantenimiento de las vías primarias y secundarias -Desarrollar proyectos de turismo que involucren la infraestructura aérea (helipuerto municipal de Zapatoca) <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fortalecimiento y consolidación de la integración entre la comunidad, las entidades públicas y privadas, vinculadas al desarrollo territorial con énfasis en turismo -Diseño y puesta en marcha del producto turístico municipal -Diseño y socialización del guion turístico de la zona -Creación de un club de turismo municipal -Consolidar ruedas de negocios y emprendimiento en turismo 	<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se evidencia un riesgo elevado de desabastecimiento de agua potable <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Menor facilidad de integración con otras zonas turísticas del Cañón del Chicamocha por medio de transporte terrestre, debido a la distancia que se debe recorrer por vías principales y alternas

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Actualización del mapa turístico -Elevar el nivel de formación y capacitación comunitario y de prestadores de servicios turísticos en atención y servicio al cliente <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diseñar rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo que conecten al municipio con otros municipios o zonas aledañas que integran el Cañón del Chicamocha -Alto potencial de oferta de productos y servicios turísticos con énfasis en la preservación del patrimonio cultural, histórico y natural -Generación de conectividad competitiva de sus atractivos turísticos por medio de rutas turísticas -Posicionar al ecoturismo como generador de desarrollo económico regional -Generación de conectividad competitiva con otras zonas y municipios que integran el Cañón del Chicamocha por medio de rutas turísticas -Adecuación, promoción y consolidación de atractivos turísticos de tipo natural sin desarrollo actual debido a que el 50% de los activos naturales y culturales presentes en el territorio son catalogados como recursos turísticos naturales -El 60% de los atractivos presentes en el municipio son naturales, lo cual favorece el desarrollo de rutas de ciclomontañismo 	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mejorar la adecuación de la cueva del Nitro como destino turístico de gran relevancia -Fortalecer la oferta de productos y servicios de ecoturismo y turismo de aventura -Consolidar el gran potencial que se registra en la oferta gastronómica vigente -Elevar el nivel de capacitación, formación, profesionalización y certificación de guías turísticos con RNT -Consolidar la represa de Topocoro como un epicentro de turismo y diseñar alrededor de esta proyectos y rutas de turismo -Consolidar una ruta turística que interconecte a Zapatoca, con Galán y Cabrera -Incentivar el turismo geriátrico, de bienestar y de aventura en bicicleta -Posicionar a nivel nacional e internacional la ruta Levítica, diseñada en 2019, con énfasis en la promoción del turismo religioso <p>DEMANDA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Movilizar un mayor flujo de turistas que arriban al departamento, por la proximidad con el mercado turístico de la ciudad de Bucaramanga y Área Metropolitana 	

4.1.3.1.-ANÁLISIS DOFA REGIONAL

Tabla 80.DOFA Región seleccionada del Cañón del Chicamocha.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bajo nivel de capacitación en turismo a población residente, especialmente en la población rural -Deficiencia en la oferta de programas académicos con formación profesional en turismo -La cobertura media de salud en el sector rural es deficiente -El servicio de salud ofrecido no es de alta complejidad ni especialidad -Alta dependencia a fuentes tradicionales de ingresos -Oferta insuficiente de programas de educación superior <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Deterioro y falta de mantenimiento de vías secundarias -Infraestructura aérea deficiente -La infraestructura hospitalaria es precaria -Escasez generalizada de señalización primaria y turística -Bajo nivel de cobertura de alcantarillado en la zona rural -Deficiencia en el nivel de cobertura del servicio de gas natural -Deficiencia en el nivel de cobertura del servicio de internet 	<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elevado nivel de seguridad urbana y rural, favoreciendo el desarrollo de proyectos y actividades de turismo -Dinámica creciente de generación de ingresos a través del turismo -Amplio conocimiento del territorio, de su cultura, atractivos, identidad, historia y riqueza natural -Ubicación geográfica estratégica debido a la conectividad y acceso al Cañón de Chicamocha, a Panachi y a la cercanía con Bucaramanga y Área metropolitana, siendo esta ciudad epicentro del flujo turístico en Santander -Participación de la comunidad en actividades de turismo -Presencia de colegios amigos del turismo <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Eje central de conectividad y accesibilidad en excelentes condiciones (Vía nacional 45 A) -Estado favorable de la malla vial de acceso a las cabeceras municipales (zona urbana) -Posibilidad de conectividad y accesibilidad por vía terrestre y aérea -Vías inter-veredales 100% transitables -Favorabilidad para conectividad y accesibilidad entre municipios por terrenos montañosos empleado bicicleta

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los niveles de prestación de servicios de salud, educación, acueducto y alcantarillado presentan menor calidad y cobertura en la zona rural -Escases de parqueaderos públicos -Deficiencia en la cobertura del servicio de internet banda ancha -Insuficiencia de cifras oficiales y estadísticas actualizadas sobre la cobertura en la prestación de servicios públicos <p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Bajo grado de planificación y promoción turística -EOT de los municipios están desactualizados -Nivel medio-bajo de integración de actores de la cadena de valor del turismo -Falta de estructuración, diseño e implementación de planes de desarrollo turísticos -Conectividad turística débil entre los municipios que integran el Cañón del Chicamocha y municipios aledaños -No existen en el municipio planes de manejo y capacidad de carga para los atractivos turísticos -Las páginas web de las Alcaldías Municipales no tienen información actualizada sobre estadísticas, productos, atractivos y servicios de turismo 	<p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Infraestructura diversa y con capacidad creciente para la prestación de servicios turísticos -Nivel general favorable en la cobertura de energía eléctrica y servicios de agua potable -Facilidad de movilidad del flujo turístico entre los diferentes cascos urbanos y rurales de la zona debido a la prestación de servicios de transporte intermunicipal con frecuencias periódicas -Adecuada red para el acceso a servicios bancarios -Gran belleza y preservación de la arquitectura colonial y enorme riqueza prehispánica -Crecimiento de establecimientos prestadores de servicios turísticos (Restaurantes y hoteles) <p>SUPERESTRUCUTRA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Liderazgo marcado de las Alcaldías Municipales en el desarrollo turístico de la región -Inclusión de objetivos estratégicos de turismo en los Planes de Desarrollo Municipales -Existencia de secretarías y consejos municipales de turismo -Presencia de asociaciones privadas y públicas de prestadores de servicios turísticos <p>SUPERESTRUCTURA:</p>

SUPERESTRUCTURA:

-Escasez de puntos de información turística

-Insuficiencia en inventarios turísticos y desactualización de estos

-Ausencia de estímulos regionales al desarrollo turístico

-Bajo nivel de promoción y posicionamiento de destinos turísticos a cargo del sector público

-Bajo nivel de ejecución de objetivos y planes estratégicos públicos de desarrollo y posicionamiento del turismo

-Ausencia de planes de manejo y capacidad de carga para los atractivos turísticos

-Escasez de reglamentos y lineamientos sobre las unidades de planificación del espacio rural

-Disparidad en la existencia de secretarías y consejos municipales de turismo

-Débil presencia de policía de turismo y policía ambiental

-No existen estadísticas oficiales de la caracterización de los flujos turísticos y la evolución de estos

-Deficiencia generalizada en estadísticas sobre el sector turismo y su caracterización y evolución

OFERTA:

-Bajo número de guías turísticos certificados y registrados con RNT

-Presencia de grupos de carácter privado como agentes líderes del fortalecimiento y posicionamiento del turismo regional

-Capacitación y formación continua en turismo impartida a la comunidad por parte de entidades públicas

-Participación destacable de la Cámara de Comercio de Bucaramanga y el Viceministerio de turismo en el desarrollo y posicionamiento turístico regional

-El turismo es declarado como uno de los ejes de desarrollo territorial de la región

-Los municipios que integran el territorio cuentan con página web oficial

-Se evidencia interés por la preservación del patrimonio natural, arquitectónico, histórico y cultural y planes de acción que lo sustentan programas de preservación

OFERTA:

-Amplia riqueza cultural, natural, histórica, arquitectónica y paleontológica

-Diversificación y profundidad en el portafolio de productos y servicios turísticos ofrecidos

-Elevado potencial para la adaptación, desarrollo y consolidación de atractivos turísticos culturales y naturales aún no desarrollados

-Alta valoración de patrimonio cultural material e inmaterial

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recursos turísticos situados en terrenos privados, lo cual impide su desarrollo como atractivo turístico de acceso público -Ausencia de estructuración y operación turística con principios de sostenibilidad <p>DEMANDA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No existen cifras oficiales sobre el registro de turistas que arriban a cada municipio y su evolución histórica -No hay una caracterización oficial del perfil de turistas que visitan la región 	<p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gran riqueza de escenarios naturales -Elevado posicionamiento del turismo de bienestar y turismo matrimonial -Existencia de rutas de senderismo y caminos reales -Gran riqueza paisajística, climática, cultural y natural -Celebración de festivales internacionales -Ubicación geográfica estratégica que interconecta atractivos naturales de gran valoración a nivel nacional e internacional -Alto grado de posicionamiento nacional e internacional de sus destinos turísticos -Posee dos íconos turísticos nacionales: el Parque Nacional del Chicamocha-Panachi y el pueblo de Barichara clasificado dentro de la red de pueblos patrimonio de Colombia <p>DEMANDA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Crecimiento significativo en el flujo de turistas nacionales y extranjeros que visitan el departamento de Santander -Crecimiento en la demanda de actividades turísticas de diversos tipos, destacándose el senderismo y el ciclismo

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mayor porción de la población en edad de trabajar -Elevado porcentaje de población residente en zonas rurales, lo que permite potenciar la integración de la comunidad en proyectos de turismo de aventura y turismo ecológico como el diseño rutas de ciclomontañismo -Potencial en el desarrollo y consolidación del turismo como principal fuente de ingresos -Desarrollo de programas de formación, profesionalización y capacitación en turismo -Elevar el nivel integración entre la comunidad y los prestadores de servicios turísticos y el nivel de participación en el diseño de planes de desarrollo territorial y de turismo <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mejorar la calidad y condiciones de conectividad y mantenimiento de las vías de acceso a los municipios y a sus atractivos turísticos -Modernización y ampliación de la infraestructura aérea -Actualizar EOT de los municipios -Modernización de los terminales de transporte existentes y construcción de estos en municipios que adolecen de ellos -Aprovechamiento de los avances del sistema de transporte multimodal para la región, liderado por la Gobernación de Santander, ProColombia y empresas privadas de la región 	<p>COMUNIDAD RECEPTORA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Migración de individuos a centros urbanos de otros municipios en búsqueda de educación de mejor calidad y programas de educación superior -Contaminación de fuentes hídricas y ecosistemas por actividades turísticas a gran escala y sin políticas de sostenibilidad y cuidado ambiental -Pérdida de oportunidades de empleo formal en turismo por falta de capacitación -Pérdida de la identidad local por adopción de valores, prácticas y/o costumbres de otras regiones del país y de otras naciones -Crecimiento en las brechas socioeconómicas entre el casco urbano y las zonas rurales -Desarrollo de problemas sociales por dinámicas de turismo sin planificación (drogadicción, alcoholismo, prostitución explotación infantil y trata de blancas) <p>INFRAESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elevado riesgo de desabastecimiento de agua potable por escasez de plantas de tratamiento certificadas y en óptimas condiciones de abastecimiento y funcionamiento y de derrumbes y movimientos sísmicos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Consolidar un clúster de turismo regional -Establecer formalmente un sistema y organismo de gobernanza del Cañón del Chicamocha -Diseñar programas de servicios y productos turísticos Multidestino -Crear asociación mixta de promoción y desarrollo turístico regional -Consolidar un Plan de Desarrollo Turístico regional -Consolidar un inventario turístico regional -Crear una red de turismo regional del Cañón del Chicamocha <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Consolidar portafolio de productos y servicios turísticos con integración regional -Desarrollar y posicionar un sistema de recursos naturales y culturales como atractivos turísticos -Generar red regional de servicios complementarios al turismo -Crear una red de promoción turística regional -Diseñar proyecto de conectividad competitiva entre municipios y atractivos turísticos 	<p>SUPERESTRUCTURA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Excesiva centralización y usufructo de actividades turísticas en manos de actores privados en detrimento de los beneficios y desarrollo económico y social de las comunidades residentes. <p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Deterioro de atractivos y patrimonio natural y cultural por turismo masivo -Inequidad en la distribución de los beneficios generados por la actividad turística -Oferta de productos y/o servicios turísticos no sostenibles por parte de determinados agentes o actores de la cadena de valor turística de la región -Crecimiento del nivel de informalidad en la prestación de servicios turísticos

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>OFERTA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Desarrollar portafolios diferenciados y especializados en diversos tipos de turismo ofertados en una red regional de turismo para el Cañón del Chicamocha -Diseñar rutas turísticas que agreguen valor a los servicios turísticos ofrecidos la región -Alto potencial en el desarrollo de turismo comunitario, rural y sostenible, entorno a los caminos reales -Innovar en la prestación de servicios turísticos regionales -Implementar un plan regional para la oferta de productos y prestación de servicios de turismo sostenible -Valorización mundial del turismo cultural y experiencial, modalidades en las que el portafolio de productos y servicios es relevante en la región -Enriquecimiento intercultural incorporado a experiencias, productos y servicios turísticos como consecuencia del flujo de turistas nacionales e internacionales que visitan la región -Fortalecimiento de la red vial para una mejor conectividad entre los municipios -Fortalecimiento de la infraestructura para la prestación de servicios turísticos y complementarios como salud, educación y seguridad 	

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>DEMANDA:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Proximidad con el mercado turístico de la ciudad de Bucaramanga y Área Metropolitana -Tendencia creciente al turismo experiencial de intercambio cultural 	

4.1.4. Perfil del Turista.

La demanda de turismo es uno de los cinco elementos fundamentales que integran un sistema turístico, (Boullón, 1985). Para analizar este elemento, es necesario caracterizar el perfil de los turistas que arriban a un destino o zona turística. En el caso de esta investigación, ninguno de los siete municipios seleccionados cuenta con estadísticas oficiales acerca del flujo turístico histórico y/o actual, por ende, no hay una caracterización del perfil del turista, es decir, no existe información oficial publicada que permita construir a partir de bases de datos el perfil del turista, ni mediar la evolución del flujo turístico ni la caracterización de este para cada municipio.

En este orden de ideas, se determinó el perfil del turista que visita el departamento de Santander y no el perfil del turista que visita cada municipio, aplicando la sección A (Característica del visitante) de la encuesta de la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010), avalada por el MinCIT, CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, a una muestra de 51 individuos, distribuidos en cada municipio como se especifica en la metodología; se realizó entonces un análisis de estadística descriptiva y análisis por medio de tablas de contingencia, empleando el software SPSS, lo cual permitió definir rasgos característicos del perfil de los turistas que visitan Santander; este perfil fue cotejado y complementado, con las características encontradas en la investigación y análisis de información documental de la caracterización de los turistas que arriban a Santander, según (PROCOLOMBIA, 2019) y (FONTUR, 2019). En la siguiente tabla se consolidan los atributos característicos de los viajeros encuestados y el porcentaje de las respuestas dada por variable consultada.

Tabla 81. Características del Perfil de Viajeros Encuestados.

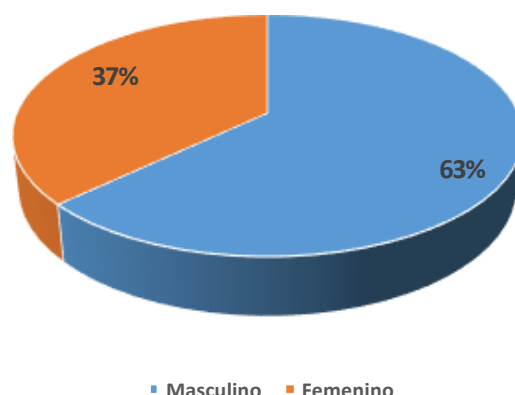
Variable	Respuesta	Resultados %
Municipio en donde fue encuestado	Barichara	22%
	San Gil	24%
	Los Santos	12%
	Guane	8%
	Villanueva	10%
	Jordán	8%
	Zapatoca	18%
Sexo	Femenino	39%
	Masculino	61%
Edad	Entre 15 y 25 años	15%
	Entre 26 y 35 años	45%
	Entre 36 y 45 años	18%
	Más de 45 años	22%
Lugar de Residencia el Visitante	Extranjero	20%
	Santander-Colombia	41%
	Otro departamento-Colombia	39%
Motivo principal del viaje	Vacaciones, recreo y ocio	72%
	Visitar familiares y/o amigos	24%
	Transito	0%
	Educación/formación	2%
	Salud y atención medica	0%
	Asistir eventos religiosos	0%
	Negocios	2%
Estadía en días	Entre 0 y 2 días	20%
	Entre 3 y 5 días	48%
	Entre 6 y 10 días	20%
	Más de 10 días	12%
Tipo de transporte para retornar a lugar de residencia	Vehículo propio	59%
	Vehículo de amigos o familiares	2%
	Transporte aéreo	25%
	Alquiler de vehículo	6%
	Transporte terrestre de pasajeros	8%

Fuente: Elaboración propia.

De los 51 individuos encuestados como se evidencia en la tabla anterior, el 24% se encontraban visitando el municipio de San Gil, seguido de un 22% de visitantes localizados en Barichara, un 18% en Zapatoca, un 12% en Los Santos, un 10% en Villanueva y un 8% en Jordán; por consiguiente es válido afirmar que, la zona 1 cuenta con el mayor número de visitantes, seguido de la zona 3 y en último lugar la zona 2; lo cual es consistente con la amplitud y diversidad de la oferta de productos y servicios turísticos y el reconocimiento, promoción y posicionamiento a nivel nacional e internacional, de los atractivos, destinos, prestadores de servicios y recursos turísticos presentes en cada zona, siendo San Gil y Barichara los dos municipios que lideran las visitas de turistas en la región seleccionada.

En lo referente al sexo, el 39% de los individuos encuestados correspondieron al sexo femenino y un 61% al género masculino, en donde la edad promedio fue de 36 años, registrándose una edad mínima de 16 años y una edad máxima de 60 años. Este hallazgo concuerda con las cifras publicadas por (PROCOLOMBIA, 2019), quien reveló que en 2019 arribaron a Santander 20.480 turistas residentes en el extranjero de los cuales el 63% correspondieron al sexo masculino y el 37% al sexo femenino; por lo tanto, se evidencia que en más del 60% de los turistas que visitan Santander son hombres y en menor proporción mujeres, como se evidencia en la siguiente ilustración.

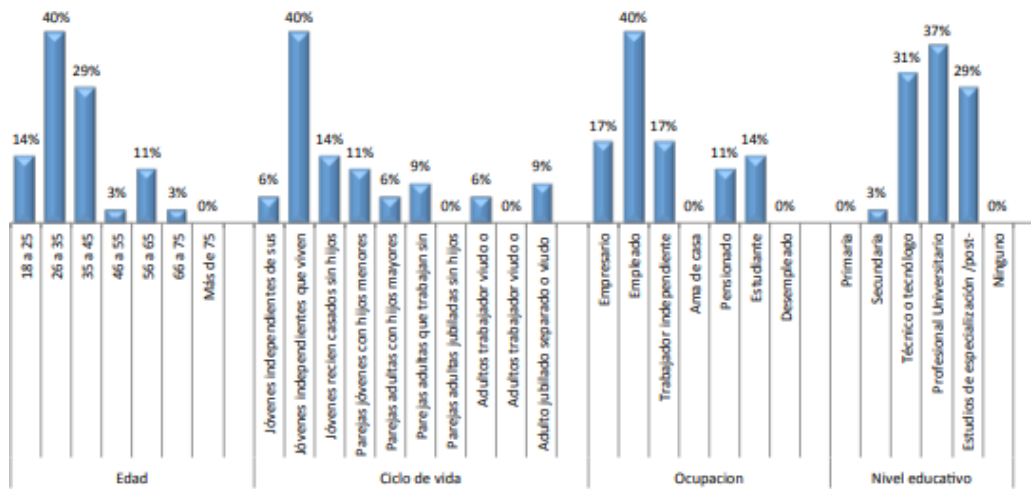
Ilustración 67. Distribución por sexo de turistas internacionales que visitaron Santander en 2019.



Fuente: PROCOLOMBIA (2019).

Ahora bien, según los resultados de la muestra encuestada, los turistas que frecuentaron el departamento de Santander reportan una edad promedio de 32 años. Al agrupar los individuos en 4 rangos etarios como se evidencia en la tabla 81, se resalta que el 45% de los turistas encuestados se ubicaron en un rango etario entre los 26 y 35 años, seguido de un 22% de individuos con más de 45 años, un 18% ubicados en un rango entre 36 y 45 años y un 15% en el menor rango etario (15 a 25 años). Este resultado es consistente con las cifras oficiales reveladas por (FONTUR, 2019), quién determinó que la mayor proporción de turistas internacionales que frecuentaron Santander en 2019, se encontraban en un rango entre los 25 y 45 años. Esta entidad también reveló que el 40% de los viajeros internacionales que visitaron Santander y reportaron realizar turismo de naturaleza o aventura, se clasificaron en un rango etario entre los 26 a 35 años, seguido de un 29% situado en el rango entre los 35 a 45 años, lo que fortalece los resultados derivados de la encuesta aplicada. Dicha distribución etaria cruzada con el tipo de turismo practicado, el ciclo de vida, la ocupación y el nivel educativo se refleja en la siguiente ilustración.

Ilustración 68. Perfil por grupos etarios de turistas internacionales de que visitaron Santander en 2019 y practicaron turismo de naturaleza o aventura.



Fuente: FONTUR (2019).

(FONTUR, 2019), acorde a la información revelada en la ilustración anterior, enriqueció la caracterización del perfil del turista foco de este proyecto, permitiendo afirmar que la edad característica del mayor flujo de visitantes internacionales a Santander se encuentra entre los 26 y 45 años de edad; de igual forma, esta entidad afirmó que en 2019 el 40% de los turistas que registraron ingreso al departamento en mención, fueron catalogados en un ciclo de vida de jóvenes independientes, así mismo el 40% reportaron como actividad principal ser empleados; en términos de formación, el 37% realizó estudios universitarios, el 31% estudios técnicos o tecnologías y el 29% estudios de post grado; esta caracterización permite aseverar que dados los rasgos etarios, de formación y ocupación de la mayor porción del flujo turístico internacional que visita Santander en búsqueda de turismo de aventura, favorece una mayor disponibilidad de gasto en turismo y un mayor presupuesto para el viaje, dado que su perfil no se refleja ningún tipo de dependencia

económica y está asociado a una mayor capacidad adquisitiva, y nivel de renta e ingresos mensuales.

Una de las variables tenidas en cuenta en la encuesta aplicada fue el lugar de origen de los turistas, siendo este un rasgo fundamental para caracterizar la demanda turística que arriba al departamento de Santander. En consecuencia, se registró la presencia de turistas residentes en 7 países, de los cuales el 80% correspondió a turistas que residen en Colombia, seguido de un 8% de turistas residentes en Estados Unidos, y un 2% de residentes en Francia, Bélgica, Reino Unido, México, Brasil y Australia respectivamente. Al agrupar los destinos de origen de los viajeros, se encontró que el 41% residían en el departamento de Santander, el 39% residían en otros departamentos de Colombia y el 20% eran residentes en el exterior. Las cifras publicadas por (PROCOLOMBIA, 2019), permitieron reforzar y profundizar esta variable, dado que dicha entidad afirmó que en 2019 el 75% de los turistas que recorrieron Santander y de los cuales se obtuvo información oficial, fueron individuos residentes en Colombia, así mismo, evidenció que un 60% de los turistas extranjeros que arribaron al departamento de Santander residían en Estados Unidos, seguido de un 18% con residencia mexicana, un 7% de residentes españoles, un 7% de residentes en Países Bajos y un 8% de residentes peruanos, entre otros países de residencia.

En concordancia con los resultados de la encuesta aplicada y las cifras oficiales de (POCOLOMBIA, 2019), la mayor cantidad de turistas que recorren el departamento de Santander son individuos residentes en Colombia con una participación superior al 50% del total de los viajeros registrados en el departamento, así mismo, los residentes en Estados Unidos son el mayor flujo de viajeros internacionales que visitan el departamento.

En una investigación de turismo es fundamental conocer y analizar acerca del motivo que influencia a los viajeros tanto nacionales como internacionales a elegir y visitar determinado destino turístico, por lo tanto, la encuesta aplicada evidenció que el principal motivo de visita a Santander correspondió a vacaciones, recreación y ocio, dado que fue seleccionado por el 72% de los individuos encuestados, seguido de la visita a familiares con un 24% y, en tercer lugar, cada uno con un 2% de visitantes motivados por la realización de negocios y la educación y/o formación. Las cifras reveladas por (FONTUR, 2019), respaldaron este hallazgo dado que reafirmaron que en el año 2019 el principal motivo de viaje que impulsó a los turistas con residencia en el exterior a visitar Santander con un 68% de participación fueron vacaciones, recreación y ocio, seguido de un 13% de visitas registradas por negocios y motivos profesionales, un 9% por eventos y un 4% por servicios y procedimientos de salud, entre otros. Si bien, en la encuesta realizada solo un 2% de los individuos reportaron que la motivación de su viaje fue por motivos de negocios, las cifras generales de (FONTUR, 2019), elevan la relevancia de este motivador a un 13% de los turistas que en general visitaron Santander y cuya residencia se encuentra en el exterior, de manera que es una variable relevante en la caracterización del perfil de turistas que viajan a Santander. No obstante, la necesidad y deseo de vacaciones, ocio y recreaciones el motivador líder de los viajeros que visitan Santander corroborada tanto en la encuesta realizada como por (FONTUR, 2019), lo cual favorece el diseño de proyecto que impulsan el turismo de aventura y turismo deportivo en el departamento.

Otra variable significativa al caracterizar la demanda turística de un sistema de turismo es la estadía de los turistas en los diferentes destinos, cuya medición se realiza en días. En este orden

de ideas, las encuestas realizadas arrojaron que la estadía promedio de los turistas encuestados fue de 6 días, a la par que se registró una estadía mínima de cero días y una estadía máxima de 32 días, siendo el periodo de estadía más frecuente entre los turistas encuestados que visitaron Santander, 4 días. Al agrupar los días de estancia en los 4 rangos evidenciados en la tabla 81, el 48% de los viajeros reportó una estadía catalogada en el rango entre 3 y 5 días, seguido de un 20% de individuos cuya estadía se ubicó entre 0 y 2 días, un 20% se clasificó en un rango entre 6 y 10 días y en menor promoción (12%) los viajeros encuestados se alojaron en Santander más de 12 días. (FONTUR, 2019), ratificó el resultado de las encuestas realizadas, dado que afirmó que la estadía promedio de los turistas que visitaron Santander en 2019 fue de 6 noches y 7 días, especificando que la estadía promedio en San Gil fue de 2,5 días, dado que es un destino turístico que opera como centro de conectividad turística para el departamento.

En lo que respecta al tipo de transporte que emplearon los viajeros para retornar a su lugar de residencia, el resultado encontrado en el proceso de análisis de información obtenida de las encuestas, evidenció que un 59% de los viajeros empleó vehículo propio, seguido de un 25% de individuos que retornaron a su lugar de residencia empleando transporte aéreo, un 8% lo hizo por medio de transporte terrestre de pasajeros, un 6% por medio de alquiler de vehículos y un 2% por medio de vehículo no propio; lo cual es consistente con la porción de turistas residentes en Colombia (80%) y con la porción de extranjeros encontrados en la muestra (20%). Es relevante destacar que no se encuentran cifras oficiales en cuanto al transporte empleado por los turistas que visitan Santander para retornar al lugar de residencia, ni en FONTUR ni en PROCOLOMBIA; estas entidades solo revelaron cifras del transporte empleado para ingresar al país, cifra que aplica solo a viajeros internacionales. Así las cosas, solo se conoce la porción del gasto que los viajeros

internacionales que visitaron Santander en 2019 destinaron a transporte interno, la cual según (FONTUR, 2019) corresponde al 16% del total de los gastos ejecutados durante la estadía.

La caracterización del perfil de los turistas que visitaron Santander, como instrumento para analizar la demanda de turismo la cual se configura como uno de los 5 elementos del sistema turístico planteado por (Boullón, 1985), fue complementada con la ejecución de tablas de contingencia, cuyo análisis se describe a continuación.

Al cruzar los grupos etarios establecidos con la variable sexo, se encontró que el 27% de los hombres que visitan el departamento tiene una edad entre los 26 y 35 años, seguido de un 16% de hombres con más de 45 años, así mismo, el 18% de las mujeres encuestadas también se ubicó en un rango etario entre los 26 y 35 años seguido de un 10% ubicado en el rango entre 36 y 45 años. Esto evidencia una distribución etaria concertada en los dos sexos en una edad ubicada en mayor proporción en el rango entre 26 y 35 años, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 82. Distribución por rangos etarios según sexo de los turistas encuestados.

EDAD	SEXO	
	Femenino	Masculino
Entre 15 a 25 años	6%	10%
Entre 26 a 35 años	18%	27%
Entre 36 a 45 años	10%	8%
Más de 45 años	6%	16%
TOTAL	39%	61%

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, un 31% de los viajeros reportaron como motivo del viaje vacaciones, ocio y recreación se catalogaron en un rango etario entre los 26 y 35 años, seguido de un 16% con más de 45 años, un 14% ubicados en un rango etario entre los 36 y 45 años y en menor proporción

(12%) en un rango etario entre los 15 y 25 años de edad. Por lo anterior, se afirma que la mayor concentración de viajeros que visitaron Santander con motivo de vacaciones, ocio y recreación se caracterizó por pertenecer a una edad entre los 26 y más de 45 años, es decir, que los adultos-jóvenes, adultos y adultos-mayores visitaron Santander en búsqueda de experiencia turísticas relacionadas a planes vacacionales, ocio y recreación. Es pertinente mencionar que un 10% de los viajeros encuestados y clasificados en un rango etario entre los 26 y 25 años reportaron como motivo de su viaje visita a familiares, siendo este el segundo motivo más relevante para visitar Santander por parte de la muestra de individuos encuestados, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 83. Distribución por rangos etarios según sexo de los turistas encuestados.

MOTIVO DEL VIAJE				
EDAD	Vacaciones y ocio	Visitas familiares	Educación	Negocios
Entre 15 a 25 años	12%	4%	0%	0%
Entre 26 a 35 años	31%	10%	2%	2%
Entre 36 a 45 años	14%	4%	0%	0%
Más de 45 años	16%	6%	0%	0%
TOTAL	73%	24%	2%	2%

Fuente: Elaboración propia.

En relación a la estadía por rangos de días y grupo etario al que pertenecían los turistas encuestados, se determinó que, la mayor concentración de viajeros se hospedó en un rango entre 3 y 5 días seguido de un rango entre 0 y 2 días y en tercer lugar un rango entre 6 y 10 días, en donde el 24% de los individuos encuestados seleccionó el rango de estadía entre 3 y 5 días y su edad se catalogó en el rango entre 26 y 35 años, a la par que un 12% de los individuos seleccionó un rango de estadía entre 0 y 2 días y reportó una edad catalogada en el rango etario mencionado;

ahora bien, un 12% adicional seleccionó el rango de estadía entre 3 y 5 días y su edad reportada fue superior a 45 años de edad como se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 84. Distribución por rangos etarios según rango de estadía en días de los turistas encuestados.

EDAD	ESTADIA			
	0 a 2 días	3 a 5 días	6 a 10 días	Más de 10 días
Entre 15 a 25 años	2%	6%	6%	0%
Entre 26 a 35 años	12%	24%	8%	2%
Entre 36 a 45 años	6%	8%	4%	0%
Más de 45 años	8%	12%	4%	0%
TOTAL	27%	49%	22%	2%

Fuente: Elaboración propia.

El análisis de grupos etarios cruzado con los rangos de estadía en días permitió concluir que los turistas ubicados en los rangos etarios entre 26 y 35 años, 36 y 45 años y más de 45 años, prefirieron una estadía en el rango entre los 3 y 5 días, por lo tanto, los adultos-jóvenes adultos y adultos-mayores, eligieron hospedarse en Santander entre 3 y 5 días y en segundo lugar entre 0 y 2 días. De manera que la estadía promedio no supera de forma significativa 1 semana (7 días) y menor concentración alcanza una estadía inferior a 10 días, lo cual es un insumo fundamental para el diseño de proyectos, investigaciones, productos y servicios turísticos en la región.

En esta investigación se realizó una caracterización del perfil de los viajeros que visitan Santander, analizando el motivo del viaje reportado por los turistas encuestados frente al su país de residencia. De este análisis se determinó que el 53% de los turistas fueron residentes colombianos que viajaron a Santander por vacaciones, ocio y recreación, mientras que un 22% lo hizo con motivo de visitas familiares; ahora bien, como los turistas residentes en los Estados

Unidos representan la mayor proporción de viajeros internacionales que visitan Santander, se encontró que un 6% de los viajeros encuestados residentes en E.E.U.U viajaron al departamento en mención con motivo de vacaciones, ocio y recreación, siendo este el principal motivo de viaje no solo para los residentes en E.E.U.U sino para todos los turistas internacionales residentes en los demás países reportados, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 85. Distribución por país de residencia y motivo del viaje de los turistas encuestados.

PAIS DE RESIDENCIA	MOTIVO DEL VIAJE			
	Vacaciones, ocio y recreación	Visitas familiares	Educación	Negocios
Colombia	53%	22%	2%	2%
Francia	2%	0%	0%	0%
Bélgica	2%	0%	0%	0%
México	4%	0%	0%	0%
Brasil	2%	0%	0%	0%
Estados Unidos	6%	2%	0%	0%
Australia	2%	0%	0%	0%
Reino Unido	2%	0%	0%	0%
TOTAL	73%	24%	2%	2%

Fuente: Elaboración propia.

Es destacable resaltar que Santander es visitado tanto por viajeros nacionales (residentes en el departamento y en otros departamentos) como internacionales, en búsqueda de actividades, planes, productos, servicios y experiencia de turismo relacionadas directamente con vacaciones, ocio y recreación, lo cual es una enorme oportunidad para diversificar, ampliar, promocionar, desarrollar, diseñar, consolidar, profundizar y posicionar productos, servicios, atractivos, recurso, destinos y rutas turísticas a nivel nacional e internacional, con un enfoque muy importante en los Estado Unidos. En este orden de ideas, al segmentar el lugar de residencia en: extranjero, Santander y Fuera de Santander (dentro de Colombia), se evidenció que el 20% de los individuos residían en

el extranjero y su motivo de viaje único fue con ocasión de vacaciones, ocio y recreación, ahora bien, el 25% de los encuestados reportó ser residente santandereano con motivo de viaje: vacaciones, ocio y recreación, mientras que un 12% residente en Santander reportó como motivo de viaje la visita a familiares; el 27% individuos reportó ser residente en Colombia en otro departamento y su principal motivo de visita al departamento de Santander fue viaje, ocio y recreación, seguido de un 12% de viajeros residentes en Colombia pero no en Santander, los cuales reportaron como motivo del viaje a dicho departamento la visita de familiares, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 86. Distribución por lugar de residencia y motivo del viaje de los turistas encuestados.

LUGAR DE RESIDENCIA	MOTIVO			
	Vacaciones, ocio y recreación	Visitas familiares	Educación	Negocios
Extranjero	20%	0%	0%	0%
Santander	25%	12%	2%	2%
Fuera de Santander	27%	12%	0%	0%
TOTAL	73%	24%	2%	2%

Fuente: Elaboración propia.

Al analizar las preferencias asociadas al sexo y al motivo del viaje se encontró que en mayor proporción tanto hombres como mujeres que visitaron Santander lo hicieron con motivo de vacaciones ocio y recreación, y se vislumbró una mayor concentración de mujeres cuyo viaje fue producto de visita a familiares. Por lo tanto, el 24% de los individuos catalogados en el sexo femenino viajó a Santander, con fines de vacaciones, ocio y recreación comparado con un 49% de individuos del sexo masculino que también reportó este motivo principal de viaje, seguido de un 16% de mujeres que visitaron a sus familiares en contraste con un 8% de hombres que argumentó su viaje a Santander debido a este motivo principal, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 87. Distribución del motivo principal del viaje por sexo de los turistas encuestados.

MOTIVO DEL VIAJE	SEXO	
	Femenino	Masculino
Vacaciones, recreo y ocio	24%	49%
Visitar familiares y/o amigos	16%	8%
Transito	0%	0%
Educación/formación	0%	2%
Salud y atención medica	0%	0%
Asistir eventos religiosos	0%	0%
Negocios	0%	2%
TOTAL	39%	61%

Fuente: Elaboración propia.

Ahora bien, el 45% de los viajeros encuestados se catalogaron como hombres residentes en Colombia, seguido de un 33% de mujeres residentes en el país, así como un 4% tanto de hombres como mujeres residentes en E.E.U.U y un 4% de hombres residentes en México, seguido de un 2% de hombres residentes en Australia, un 2% de hombres residentes en Reino Unido y un 2% de mujeres residentes en Bélgica. En otras palabras, el 2% de los individuos encuestados fueron mujeres residentes en el extranjero, el 18% mujeres residentes en Santander y el 39% residentes en otros departamentos de Colombia. En el caso de los hombres, un 18% de los individuos se clasificó en este género y reportó residir en el extranjero, un 24% en Santander y un 20% en otros departamentos de Colombia.

En términos de los rangos de estadía en días y el país de residencia de los turistas encuestados se determinó que el 41% de los individuos eran residentes colombianos que se hospedaron en Santander en un rango entre 3 y 5 días, seguido de un 16% cuya estancia reportada fue entre 0 y 2 días, un 14% entre 6 y 10 días y un 10% superior a 10 días; ahora bien, un 4% de

los turistas encuestados que residían en E.E.U.U reportó un viaje en un rango de estadía entre 3 y 5 días así como un 4% adicional reportó una estadía entre los 6 y 10 días, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 88. Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados.

PAIS DE RESIDENCIA	ESTADIA			
	0 a 2 días	3 a 5 días	6 a 10 días	Más de 10 días
Colombia	16%	41%	14%	10%
Francia	2%	2%	0%	0%
Bélgica	2%	0%	0%	0%
México	0%	0%	2%	2%
Brasil	0%	0%	0%	0%
Estados Unidos	0%	4%	4%	0%
Australia	0%	2%	0%	0%
Reino Unido	0%	0%	0%	0%
TOTAL	20%	49%	20%	12%

Fuente: Elaboración propia.

En consecuencia, los productos, planes y servicios turísticos ofertados en Santander deben ser diseñados contemplando una estadía promedio de turistas nacionales e internacionales con una duración promedio entre 3 y 5 días, seguido de una duración entre 6 y 10 días y de 0 a 2 días; los planes diseñados para una estancia superior a 10 días no son apetecidos de forma significativa por los viajeros que visitan el departamento. Desde una perspectiva complementaria, se evidenció que 10% de los encuestados que declararon residir en el extranjero reportaron una estadía en el rango entre 3 y 5 días, mientras que un 4% de residentes en el exterior reportó una estadía en Santander entre 0 y 2 días y un 4% entre 6 y 10 días. Así mismo el 18% de los turistas que declararon residir en Santander reportaron una estadía entre 3 y 5 días, mientras que un 8% reportó estadía entre 0 y 2 días y entre 6 y 10 días. Por otra parte, el 22% de los turistas que declararon su lugar de residencia en otros departamentos de Santander, eligieron una estadía en el rango entre 3 y 5 días, seguido de

un 8% que se hospedó entre 0 y 2 días y un 6% entre 6 y 10 días, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 89. Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados.

LUGAR DE RESIDENCIA	ESTADIA			
	0 a 2 días	3 a 5 días	6 a 10 días	Más de 10 días
Extranjero	4%	10%	4%	2%
Santander	8%	18%	8%	8%
Fuera de Santander	8%	22%	6%	4%
TOTAL	20%	49%	18%	14%

Fuente: Elaboración propia.

Analizar la estadía de los turistas en el destino o región seleccionada por rangos en días frente al lugar de residencia de estos, permite diferenciar claramente las preferencias de los viajeros, caracterizando los flujos provenientes de otros países, departamento e incluso de la misma región. A la par que permite diseñar programas, planes, productos y servicios especializados en el tipo de turista, lo cual permite generar un mayor valor agregado, fidelizar al viajero y generar una mayor frecuencia de viaje que se traducirá en una mayor generación de desarrollo para la región.

En el caso de Santander, se concluye que deben diseñarse actividades de turismo enfocadas en planes flexibles que se concentren en una estadía promedio entre 3 y 5 días, lo cual permite en el caso de este proyecto conducir a los viajeros nacionales e internacionales a recorrer las 5 rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, realizando una ruta diaria y dejando un día libre para traslados de llegada y retorno al lugar de origen. Ahora bien, rutas como el circuito Mesa de los Santos, también está diseñada para turistas que van de paso, en este caso el 20% de los turistas que visitaron Santander reportaron una estadía entre 0 y 2 días, lo cual permite que realicen turismo de aventura enfocado en ciclomontañismo en las rutas tipo circuito, y puedan continuar su viaje hacia

otros departamentos de Colombia o destinos turísticos internacionales. En este orden de ideas, la estadía promedio de los turistas que visitan Santander, favorece la consolidación de las 5 rutas turísticas diseñadas, pues permite recorrerlas todas, una a una o decidir un grupo de ellas, lo cual se adaptará a la estadía promedio de 3 a 5 días y de igual forma a una estadía ubicada en el rango entre 6 y 10 días.

Un aspecto relevante en la caracterización de la demanda de turismo, es determinar la estadía de los viajeros acorde al motivo principal de su viaje, dado que permite segmentar y diversificar el portafolio de productos, servicios y rutas turísticas a ofertar, puesto que uno de los pilares de éxito en el turismo es la optimización del tiempo del viaje realizado para aumentar el nivel de satisfacción y cumplir con las expectativas de los turistas, claro está ofertando un contenido apropiado y ajustado al perfil de cada viajero. En esta investigación se determinó que el 39% de los viajeros encuestados cuyo motivo principal de viaje fue disfrutar de vacaciones, y actividades relacionadas con ocio y recreación, reportó una estadía en el rango entre 3 y 5 días, mientras que un 14% de los viajeros con este mismo motivo de viaje reportó una estadía entre 0 y 2 días y otro 14% entre 6 y 10 días, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 90. Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados.

MOTIVO DEL VIAJE	ESTADIA			
	0 a 2 días	3 a 5 días	6 a 10 días	Más de 10 días
Vacaciones, recreo y ocio	14%	39%	14%	6%
Visitar familiares y/o amigos	6%	6%	6%	6%
Transito	0%	0%	0%	0%
Educación/formación	0%	2%	0%	0%
Salud y atención medica	0%	0%	0%	0%
Asistir eventos religiosos	0%	0%	0%	0%
Negocios	0%	2%	0%	0%
TOTAL	20%	49%	20%	12%

Fuente: Elaboración propia.

Así las cosas, los productos turísticos que se pueden desarrollar entorno a las 5 rutas de turismo especializadas en ciclomontañismo diseñadas, deben contemplar servicios y actividades complementarias de ocio y recreación y alusivas a expectativas asociadas a planes vacacionales de los viajeros enfocados en paquetes o planes con duración preferible entre 3 y 5 días, seguido de 6 a 10 días y de 0 a 2 días.

La sección A de la encuesta de la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010), avalada por el MinCIT, CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, permitió determinar el tipo de transporte que los turistas encuestados emplearon para retornar a su lugar de residencia, por lo tanto, se evidenció que un 12% de los viajeros declaró su lugar de residencia en el exterior y empleó transporte aéreo para retornar a su país, mientras que un 4% de individuos que se declararon residentes en el extranjero empleó vehículo propio y un 4% vehículo alquilado. Ahora bien, un 31% de los individuos encuestados declaró residir en Santander y haber empleado vehículo propio para retornar a su lugar de residencia, mientras que un 8% empleó transporte aéreo y un 2% vehículo alquilado. Por otra parte, un 24% de los turistas declararon su residencia en otros departamentos de Colombia y emplearon como medio de transporte para retornar a su hogar, vehículo propio, seguido de un 8% que empleó servicio de transporte público terrestre, un 6% que empleó transporte aéreo y un 2% vehículo de amigos, como se evidencia en la siguiente tabla.

Tabla 91. Distribución por país de residencia y rango de estadía en días de los turistas encuestados

TRANSPORTE					
Lugar de residencia	Vehículo Propio	Vehículo de amigos	Transporte Aéreo	Alquiler de vehículos	Transporte público Terrestre
Extranjero	4%	0%	12%	4%	0%
Santander	31%	0%	8%	2%	0%
Fuera de Santander	24%	2%	6%	0%	8%
TOTAL	59%	2%	25%	6%	8%

Fuente: Elaboración propia.

Así las cosas, la mayor proporción de viajeros que visitan Santander se movilizan en vehículo propio, siendo consistentes con el número de turistas residentes en el departamento y turistas residentes en otros departamentos de Colombia, los cuales representan la mayor proporción de viajeros encuestados. Este análisis ratificó que el transporte aéreo en los municipios de Santander diferentes a Bucaramanga y específicamente en los municipios seleccionados por este proyecto, registra una debilidad muy alta y es una oportunidad desarrollar y potencializar la infraestructura y conectividad aérea de la región para impulsar el flujo turístico a nivel nacional en internacional.

Imagen 14. Visitante Extranjero en tour en bicicleta por Santander



Fuente. Santander Cycling (2019) .

4.2. RESULTADOS OBJETIVO ESPECIFICO 2

“Evaluar los atractivos y servicios turísticos presentes en los siete municipios seleccionados, aplicando un instrumento de valoración sobre los mismos, determinando aquellos que son estratégicamente vinculables en el diseño de las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo”.

4.2.1. Valoración Y Selección De Atractivos, Recursos Y Prestadores De Servicios turísticos

La valoración y selección atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos se desarrolló partiendo de los 5 trazados estratégicos diseñados a partir del trabajo de campo descrito en la metodología, en donde se determinaron los municipios y zonas conectadas por la ruta, teniendo como principal criterio la accesibilidad, conectividad y viabilidad de recorrer los trayectos practicando ciclomontañismo, es decir, que los ejes viales trazados favorecieran el desarrollo de esta actividad deportiva clasificada dentro del turismo de aventura. Los 5 trazados iniciales fueron complementados y rediseñados con la valoración y selección de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos, enriqueciendo el ejercicio inicial hasta consolidar los trayectos finales a recorrer en las 5 rutas turísticas diseñadas, atendiendo los diferentes criterios de diseño planteados a lo largo de la investigación. En consecuencia, el resultado de la fase de diseño del trazado geográfico de las 5 rutas conecta estratégicamente los siguientes municipios:

- **Ruta 1:** Villanueva-Barichara-Guane.
- **Ruta 2:** Zapatoca-Guane.
- **Ruta 3:** San Gil-Barichara.
- **Ruta 4:** Circuito Los Santos.
- **Ruta 5:** Los Santos-Jordán-Villanueva.

En este orden de ideas, la valoración de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos se llevó a cabo agrupando por cada ruta el conjunto de atractivos y recursos turísticos identificados por municipio relacionado en la ruta y cada prestador de servicios turísticos determinado en la muestra asociada a cada municipio; posterior a ellos se aplicaron los criterios de valoración y selección que se relacionan a continuación.

4.2.1.1. VALORACIÓN Y SELECCIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURISTICOS

La valoración y selección de atractivos y recursos turísticos como elementos que integran una ruta de turismo fue una etapa esencial en el diseño de este tipo de trazados de conectividad estratégica, debido a que la vinculación adecuada de estos permitirá la movilización de turistas en menor o mayor proporción hacia los destinos planteados generando diferentes escalas de beneficios y desarrollo a nivel regional.

Para la vinculación de atractivos y recursos de turismo en el diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, dadas las características de este deporte o actividad perteneciente a la categoría de turismo de aventura, fue fundamental tener en cuenta factores asociados a la ubicación geográfica de los activos de turismo a seleccionar, así como la accesibilidad y conectividad de los mismos, características y atributos del entorno y aspectos específicos que son estratégicos para generar una ruta con alto potencial de atracción de visitantes nacionales y extranjeros y que pueda generar una dinámica de bienestar y desarrollo sostenible para la región integrando a las comunidades, con los prestadores de servicios turísticos, y al sector público y privado de cada municipio, zona y región.

La valoración y selección de atractivos y recursos turísticos, así como de prestadores de servicios turísticos se desarrolló por medio de una evaluación multicriterio (MEC) discreta por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, la cual consistió en ponderar los criterios de valoración y selección definidos los cuales fueron elegidos acorde a las investigaciones y conclusiones obtenidas por diversos autores, con respecto a la validez, pertinencia y significancia de emplear determinados atributos y/o criterios de los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos, ponderando los que fueron más relevantes y estratégicos para la consecución de los objetivos del proyecto y el éxito de las cinco rutas diseñadas. En consecuencia, se realizó una suma ponderada con calificación por atributo en un rango de 1 a 5, en donde 1 es nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable, para cada atractivo, recurso y prestador de servicios turísticos identificado en cada una de las tres zonas definidas. En esta investigación se plantean los siguientes criterios de selección de atractivos y recursos turísticos:

1. **Ubicación geográfica:** Una ruta turística se caracteriza por conectar recursos, atractivos y destinos turísticos de una o más zonas y/o regiones; de manera que los atractivos y recursos turísticos deben agruparse ateniendo a su ubicación geográfica para garantizar el diseño de un trayecto que permita la conectividad entre los mismos como lo afirma Boullón (1985). Este autor pondera como factor principal en el establecimiento de una zona turística y en el diseño de una ruta de turismo la ubicación geográfica de los activos de turismo a ser vinculados. Fundamenta en la planificación del espacio turístico como eje central que garantiza un flujo de turistas eficiente y continuo, pues se optimiza la distancia recorrida entre los diferentes atractivos y recursos turísticos situados en una zona de

turismo definida. Para Boullón (1985) este criterio es prioritario en el diseño de proyectos turísticos, especialmente en aquellos que propende por generar conectividad entre espacios de turismo los cuales se reconocen como tal debido a la ubicación y distribución geográfica de los recursos y atractivos turísticos presentes en el territorio.

En este orden de ideas, acorde a los cinco trazados iniciales que se realizaron posterior a las visitas de campo en bicicleta, con acompañamiento de carro escoba, se valoraron los atractivos y recursos turísticos de cada uno de los municipios que integran las zonas conectadas por las rutas, según su ubicación geográfica con respecto a cada trayecto inicial, es decir, se valoraron en una escala de 1 a 5, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable, aquellos atractivos y recursos turísticos que están ubicados dentro de cada uno de los 5 trazados estratégicos; en otras palabras, se valoraron los atractivos y recursos turísticos identificados con relación a su ubicación dentro del trazado de cada una de las cinco rutas.

Es relevante destacar, que los trazados iniciales se diseñaron teniendo en cuenta la ubicación de los atractivos y recursos que permitían acceder a ellos por medio de ciclomontañismo y cuya ubicación geográfica era estratégica para la práctica de este deporte. Dichos trazados iniciales se ajustaron según la ponderación final de todos los criterios, permitiendo incluir nuevos recursos y atractivos turísticos altamente valorados que inicialmente no fueron tenidos en cuenta, principalmente por su ubicación geográfica; lo anterior es razonable a la luz de planteamientos de autores como (Ruiz y Agudelo, 2006) quienes si bien ponderan como factor de éxito la ubicación geográfica de los atractivos,

recursos y destinos turísticos vinculados a una ruta al aplicar un método de búsqueda guiada con heurística y modelo de capas, afirman que es necesario trascender este criterio, y diseñar rutas turística que amplíe su potencial más allá de ser un modelo de optimización en la distancia entre dos o más puntos, vinculando atributos valiosos para el flujo turísticos que enriquezcan la ruta, como los que se seleccionaron en este proyecto, mismos que son enunciados y descritos en líneas posteriores.

La elección del criterio de selección de atractivos y recursos turísticos vinculados a las 5 turísticas diseñadas según su ubicación geográfica, es respaldada en las investigaciones y proyectos desarrollados por autores como: (Boullón, 1985), (Fernández y Guzmán, 2005), (Ruíz y Agudelo, 2006), (Coello et al. 2008), (Hernández, 2011), (Abdulla y Mitra, 2012), (Vanegas et. Al., 2017) y (Sánchez y Zuluaga, 2018).

- 2. Accesibilidad:** Los atractivos y recursos turísticos pueden estar situados en diferentes posiciones geográficas algunas de ellas privilegian el flujo turístico, otras imposibilitan desarrollar proyectos de turismo dada la dificultad para acceder a estos. En este orden de ideas, el segundo criterio de selección de atractivos y recursos turísticos vinculados a las 5 rutas turísticas diseñadas es la accesibilidad. Este criterio hace referencia a la posibilidad de llegar o acceder hasta el lugar en que está ubicado el recurso o atractivo turístico, empleando cualquier medio de transporte; así mismo, contempla si el atractivo o recurso es de acceso público o privado, lo cual debe ser tenido en cuenta al diseñar una ruta de turismo debido a los costos asociados, tanto en tiempo, como en desplazamiento y en

posibles tarifas a pagar para poder acceder y contemplar los activos turísticos presentes en el territorio. Este criterio es fundamental y significativo en el aprovechamiento del potencial y riqueza de los recursos y atractivos turísticos presentes en un territorio o zona de turismo, (Vázquez Martínez, 2017)

En esta investigación la accesibilidad a cada atractivo y recurso turístico identificado en cada uno de los municipios que integran las tres zonas turísticas definidas se valoró en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos atractivos y recursos turísticos de acceso público y a los cuales fue posible acceder empleando como medio de transporte bicicleta de ciclomontañismo, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

La elección del criterio de selección de atractivos y recursos turísticos vinculados a las 5 turísticas diseñadas según su accesibilidad, es respaldada en las investigaciones y proyectos desarrollados por autores como: (Gollub et. Al., 2002), y (Casal, 2002), (DWYER y KIM., 2003), (Coello et al., 2008), (Ruíz y Agudelo, 2006), (Hernández, 2011), (Abdulla y Mitra, 2012) y (Martínez y Timarán, 2016).

3. **Conectividad:** Uno de los principales objetivos en el diseño de rutas turísticas, es conectar de forma competitiva los diferentes elementos del sistema de turismo de un territorio, para generar un flujo turístico a través de los diferentes recursos, atractivos y destinos turísticos con que cuenta una zona o región. En este orden de ideas, el criterio de conectividad fue

seleccionado para valorar y seleccionar los atractivos y recursos turísticos presentes en cada una de las tres zonas definidas, debido a que mide la capacidad que tiene cada uno de estos elementos del sistema turístico de conectarse de forma viable y efectiva con otros atractivos y recurso turísticos presentes en la misma zona o en zonas aledañas.

El trazado estratégico que estructura un ruta de turismo debe propender porque los diferentes atractivos y recursos vinculados a la ruta se puedan conectar de forma fácil y efectiva, no basta, solo con poder acceder a ellos de forma individual; los atractivos y recursos turísticos vinculados en las cinco rutas diseñadas están dispuestos geográficamente de tal forma que favorecen el desplazamiento entre ellos en donde la distancia, el tiempo y la topografía del terreno así como las condiciones de seguridad permiten su conectividad por medio de la práctica del ciclomontañismo. En este orden de ideas, se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos atractivos y recursos turísticos con mayor grado de conectividad por medio de la práctica de ciclomontañismo, con otros atractivos y recurso turísticos presentes en la misma zona y en zonas aledañas, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

La elección del criterio de selección de atractivos y recursos turísticos vinculados a las 5 turísticas diseñadas según su conectividad, es respaldada en las investigaciones y proyectos desarrollados por autores como: (Ruiz y Agudelo, 2006), (Hernández, 2011), (Lee, 2011), (Mrnjavac, 2014), (Al Mamun y Mitra, 2012) y (Martínez y Timarán, 2016).

4. **Viabilidad para practicar ciclomontañismo:** El eje de diferenciación de las 5 rutas turísticas diseñadas en este proyecto, consiste en la práctica de ciclomontañismo el cual está catalogado como una actividad deportiva propia del turismo de aventura. La práctica de este deporte imprime innovación en el trazado de rutas turísticas en Colombia y es pionera en el departamento de Santander; realizar un recorrido deportivo a través de una ruta de turismo que permite vivenciar una experiencia de contacto con la naturaleza y la riqueza patrimonial, cultural, histórica y paisajística de los siete municipios que integran parte del Cañón del Chicamocha, es una apuesta por la contribución al desarrollo regional y a la integración de los agentes que integran el sistema turístico. En este orden de ideas, el criterio de viabilidad para practicar ciclomontañismo implica la posibilidad de ejecutar este deporte en el territorio o zona en que están ubicados los atractivos y recurso turísticos a valorar, y/o en los trayectos que conducen a ellos, de manera que se pueda acceder a esto empleando el equipo de ciclismo requerido para esta práctica deportiva definida.

La elección de este criterio se fundamenta en la necesidad de valorar la viabilidad de poder acceder practicando ciclomontañismo, a los recursos y atractivos turísticos presentes en las zonas definidas, recorriendo las 5 rutas diseñadas; esto hace parte de una valoración del potencial del territorio frente a los requerimientos específicos impuestos y asociados por la actividad deportiva de turismo elegida como eje integrador de la ruta. (Gil, 2003) declara que un factor de éxito y significancia en el diseño de una ruta y proyecto de turismo, consiste en evaluar las condiciones y características del entorno o medio en el que están ubicados los atractivos, recursos y destinos turísticos, para determinar si es viable y en qué grado de viabilidad se encuentra poder desarrollar un flujo turístico en el

terreno elegido practicando la actividad deportiva seleccionada y determinando el nivel de ajuste de la mismas con respecto a las características del territorio.

Por su parte (BARREDO, 1996), afirma que es necesario tener una información geográfica del terreno elegido para el desarrollo de un proyecto turístico, identificando las exigencias de las prácticas de turismo elegidas para desarrollar en el mismo, razón por la cual evaluar la viabilidad de practicar ciclomontañismo en el territorio definido en cada una de las 5 rutas y en el terreno en el que se encuentra ubicados los atractivos y recurso vinculados, es determinante en el éxito de las mismas y es de hecho un factor excluyente en la elección de dichos elementos del sistema de turismo definido. A su vez, (LÓPEZ, 1998), afirma que parte de la planificación integrada de los recursos y atractivos turísticos presentes en un territorio y susceptibles a vincular a una ruta de turismo, contempla analizar y determinar los atributos y características de estos en relación a las actividades que se van a desarrollar en ellos o en su entorno inmediato. En este orden de ideas, se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos atractivos y recursos turísticos con mayor grado de viabilidad para la práctica de ciclomontañismo en la zona donde se encuentran ubicados, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

5. **Diversidad del Paisaje:** La inclusión de atractivos y recursos turísticos a una ruta de turismo debe contemplar la riqueza y diversidad del paisaje en el que estos se encuentran ubicados, debido a que una experiencia de turismo de aventura está caracterizada por el contacto directo del viajero con la naturaleza, con la cultura y con la valoración y

admiración de la riqueza territorial asociada a la diversidad y atractivo del paisaje, como un factor determinante para la atracción de flujos turísticos actuales y potenciales.

La diversidad del paisaje en esta investigación se valoró a partir de la posibilidad de contemplación de fauna, flora y arquitectura colonial en cada zona turística, también se tuvo en cuenta la variedad topográfica, climática, la composición visual del paisaje y los elementos naturales, sociales, culturales e históricos que se integran en una representación paisajística alrededor de cada atractivo y recurso turístico. Así mismo, la puntuación asignada a la diversidad del paisaje fue asignada teniendo en cuenta el criterio de quienes llevamos a cabo la investigación, debido a que hace parte de la propuesta de valor de los atractivos y recursos vinculados a las rutas diseñadas, por lo tanto, la valoración de criterios según posiciones de los autores fue relevante en esta etapa. Tener en cuenta la diversidad del paisaje es un criterio relacionado con la identidad territorial, (Mizón, 2001) de manera que la valoración de la diversidad del paisaje, permite precisar la identidad turística que se otorgó a cada ruta diseñada, dado que se resaltan elementos del paisaje que tiene la posibilidad de atraer flujos significativos de turistas, por lo tanto, el diseño de las rutas contempló este elemento estratégico logrando diseñar trazados con la capacidad de influir a los viajeros nacionales y extranjeros a recorrer las rutas motivados por la diversidad de los paisajes que se pueden apreciar a lo largo de ellas, y de los atractivos y recursos turísticos vinculados a las mismas. En otras palabras, la diversidad del paisaje hace parte del potencial turístico de un territorio y es en sí mismo un activo/recurso turístico, que integra la propuesta de valor de un destino, (Abellán, 2013).

Por otra parte, (BARREDO, 1996), determina que la diversidad del paisaje es un indicador clave para determinar el diseño de una ruta de turismo. Autores como: (Campo, 2005), (Zhang, Madsen y Jensen-Butler, 2007), (de Oliveira, 2011) (Weston, 2012), (Lee, 2011), (Mrnjavac, 2014), (Martínez y Timarán, 2016), (Chen, 2016), (Delgado, 2016), y (Gañan y Nieto, 2018), concluyen en sus investigaciones que este es un elemento de éxito que debe ser tenido en cuenta al momento de diseñar una ruta turística, debido a que la contemplación del paisaje es un “atractivo” en sí mismo que permite un mayor o menor flujo de turistas según la posibilidad de apreciación de paisajes más o menos diversos. Por lo tanto, una ruta de turismo incluye dentro de sus elementos de diseño un itinerario geográfico que es determinado en parte por la habilidad y estrategia de quienes las diseñan, en seleccionar y ordenar el recorrido por los paisajes a ser contemplados.

En este orden de ideas, se eligió dicho criterio de valoración y selección de activos turísticos debido a que la diversidad del paisaje en el territorio en que se encuentran ubicados los atractivos y recursos turísticos y en los diferentes trayectos recorridos en las 5 rutas a través de las 3 zonas de finidas, sumado a la variedad misma del paisaje que forman los atractivos y recursos vinculados, es un elemento clave que permite articular una ruta de turismo con mayor potencial de atracción de visitantes según la riqueza, belleza y diversidad paisajística que se pueda apreciar en el recorrido turístico diseñado. En consecuencia, se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos atractivos y recursos turísticos con mayor variedad del paisaje en la zona en que se encuentran ubicados y el paisaje mismo constituido por ellos, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

6. **Estado de Conservación:** Una de las variables tenidas en cuenta en la caracterización de los atractivos y recursos turísticos, y en la consolidación de inventarios de turismo, es el grado de preservación o estado de conservación de los atractivos y recursos turísticos presentes en un territorio. En el diseño de proyectos turísticos es fundamental valorar el grado de preservación en que se encuentran los activos de turismo como un criterio de selección o exclusión en la formulación de estrategias de turismo, así mismo, este tipo de valoración permite identificar el potencial que tienen los activos turísticos con que cuenta un determinado territorio y generar a partir de ello planes de desarrollo, mantenimiento, promoción, fortalecimiento o dada de baja de los atractivos y recursos turísticos inventariados en cada zona o territorio. Autores como (Zamorano, 2009), argumentan que es pertinente conocer y evaluar el estado de los recursos y atractivos turísticos debido a que este permite caracterizar el inventario turístico de una región y con ello la formulación y ejecución de un sinnúmero de proyectos que generan desarrollo, partiendo del conocimiento del estado de los recursos y atractivos turísticos, lo que permite identificar las debilidades, fortalezas, amenazas, oportunidades, necesidades de intervención e inversión en cada uno de ellos.

En esta investigación, se valoró el estado de conservación de los atractivos y recursos turísticos presentes en cada una de las 3 zonas definidas en una escala de 1 a 5, favoreciendo con las mayores calificaciones aquellos atractivos y recursos turísticos con estado conservación satisfactorio y bueno, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable; esta valoración se desarrolló acorde a la metodología planteada en la Guía de Planificación Turística del MinCIT de

Colombia (2010), avalada por el CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga en donde se registró en cada formulario diligenciado, el estado de conservación-preservación de cada atractivo y recurso turístico, valorado en 3 categorías: satisfactorio, bueno y regular. El MinCIT determina que la clasificación del estado de los atractivos y recursos turísticos avalada en su guía de planificación turística se realiza acorde a la apreciación y criterio del equipo de consultores que realiza cada proyecto de investigación que aplique dicha metodología. En este orden de ideas, en esta investigación se tuvo en cuenta el estado de preservación del ecosistema (fauna, flora, comunidad, infraestructura, paisaje y topografía) integrado alrededor de cada atractivo y recurso turístico, la existencia o no de fuentes de contaminación hídrica y ambiental y el grado de afectación que estas generan sobre los atractivos y recursos turísticos identificados y el estado mismo de los activos turísticos valorados en términos de su estado físico y grado de atracción que genera según sus condiciones y características actuales.

7. **Variedad de actividades:** El último criterio de valoración y selección de atractivos y recurso turísticos vinculados a esta investigación consiste en la variedad de actividades que se llevan a cabo directamente en la zona en que se encuentran ubicados cada atractivo y recurso turístico identificado. La relevancia de este criterio se fundamenta en que identificando la variedad y número de actividades que se ofertan y que se pueden ofertar de forma potencial alrededor de cada atractivo y recurso turístico, permite determinar el potencial turístico, de desarrollo, mejoramiento y posicionamiento a nivel nacional e internacional de cada activo turístico valorado, caracterizando a su vez, la oferta de

actividades turísticas y complementarias llevadas a cabo alrededor de cada atractivo y recurso turístico.

La diversidad de actividades ofrecidas alrededor de cada activo de turismo identificado permitió identificar la oferta turística entorno a cada atractivo y recurso y de esta forma se identificaron aquellos que tienen mayor potencial para ser vinculados a una ruta de turismo debido a la capacidad de atraer mayor número de turistas motivados por una oferta variada y amplia de actividades y servicios turísticos y complementarios que se desarrollan en torno a los atractivos y recursos turísticos vinculados a cada ruta turística diseñada.

En esta investigación, se valoró cada atractivo y recurso turístico identificado en las 3 zonas definidas acorde al número y diversidad de actividades turísticas que se desarrollan en el lugar en que se encuentran ubicados, lo que dio lugar a la identificación de aquellos atractivos y recursos turísticos que cuentan con una oferta más amplia y diversificada de actividades turísticas; esta valoración se desarrolló acorde a la metodología planteada en la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010), avalada por el CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga en donde se registró en cada formulario diligenciado, el conjunto de actividades turísticas, relacionadas con turismo y complementarias, que se desarrollan en el lugar en que está ubicado cada atractivo y recurso turístico, dichas actividades son agrupadas en las siguientes categorías: culturales, artísticas, físicas, recreativas, avistamiento de fauna y flora, actividades académicas y otras actividades.

En este orden de ideas, se valoró cada atractivo y recurso turístico, según el número y diversidad de actividades que se desarrollan en el territorio y zona en que está ubicado en una escala de 1 a 5, favoreciendo con las mayores calificaciones aquellos atractivos y recursos turísticos con mayor número de actividades desarrolladas, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

Ahora bien, existen atractivos y recursos turísticos culturales inmateriales, dentro de ellos se destacan las ferias, fiestas y demás celebraciones autóctonas catalogadas en esta categoría de activos turísticos. Este tipo de elementos del sistema turístico no fueron incluidos en las rutas turísticas diseñadas, dado que en primer lugar, los criterios seleccionados y definidos en líneas anteriores no son aplicables dado que son eventos cuya naturaleza y periodicidad no se ajusta a la materialidad de los demás recursos y atractivos turísticos y en segundo lugar, porque ninguna de las rutas fue diseñada para ser realizada exclusivamente en una época específica del año, es decir, que ninguna ruta es estacional, por lo tanto, siempre será un privilegio y valor agregado para la experiencia multicultural de los viajeros que recorran las rutas poder coincidir o programar su viaje con la celebración de las actividades y festividades consideradas recursos y atractivos culturales en cada uno de los municipios vinculados en este proyecto.

La ponderación de cada uno de los 7 criterios que integraron la MCE realizada, se llevó a cabo, según el criterio de los investigadores el cual estuvo guiado por la relevancia expuesta por los diferentes autores consultados, la posición propia fundamentada en la investigación llevada a cabo, determinando con la ponderación otorgada el nivel de relevancia de cada uno de ellos para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Tabla 92. Asignación de ponderación por criterio de selección y valoración de atractivos y recursos turísticos.

Nombre del Criterio	N° del Criterio	% Ponderación
Ubicación Geográfica	Criterio 1	25%
Accesibilidad	Criterio 2	10%
Conectividad	Criterio 3	10%
Viabilidad para practicar Ciclomontañismo	Criterio 4	25%
Diversidad del paisaje	Criterio 5	15%
Estado de conservación	Criterio 6	10%
Diversidad de actividades	Criterio 7	5%

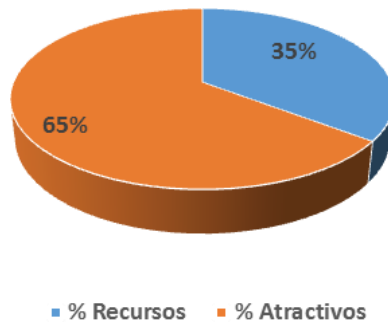
Fuente: Elaboración propia.

La evaluación multicriterio permitió determinar los atractivos y recursos turísticos vinculados a cada una de las 5 rutas especializadas en ciclomontañismo, como se refleja a continuación.

4.2.1.1.1. Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 1

En el diseño de la ruta número 1, se evaluaron 20 atractivos y 14 recursos turísticos ubicados en los municipios de Barichara, Villanueva y Guane, de los cuales se vincularon a la ruta 1 el 50%, específicamente se seleccionaron 11 atractivos y 6 recursos turísticos; es decir, que la ruta 1 está integrada por un 65% de atractivos y un 35% de recursos turísticos como se evidencia en la siguiente ilustración.

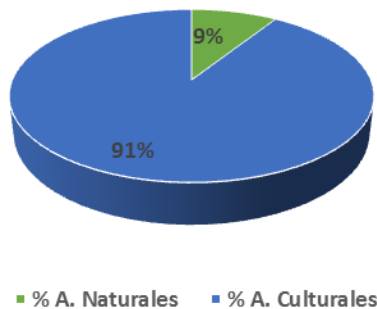
Ilustración 69. Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 1.



Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los 11 atractivos turísticos vinculados, el 91% (10) corresponde a atractivos culturales y el 9% (1) corresponde a atractivos naturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

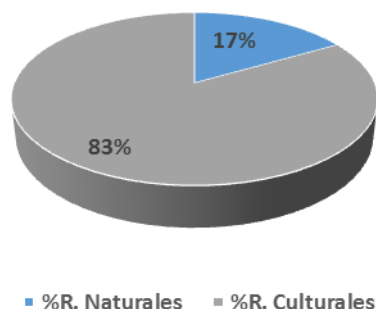
Ilustración 70. Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 1.



Fuente: Elaboración propia.

En términos de recursos vinculados, el 83% (5) fueron catalogados como recursos culturales mientras que el 17% (1) se catalogaron como recursos naturales, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 71. Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 1.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la evaluación multicriterio arrojó como resultado una ruta enfocada en mayor proporción en activos turísticos de tipo cultural. El puntaje ponderado de los atractivos y recursos turísticos vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,15, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos atractivos y recursos seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 93. Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 1.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Parque principal de Guane	Guane	Atractivo cultural	5,00
Parque principal Barichara	Barichara	Recurso cultural	5,00
Camino Real Barichara-Guane	Barichara	Atractivo cultural	4,90
Camino real Guane	Guane	Atractivo cultural	4,90
Monumento a los bueyes	Barichara	Atractivo cultural	4,85
Monumento a los Talladores	Barichara	Atractivo cultural	4,85

Monumento Hormigas Culonas	Barichara	Atractivo cultural	4,85
Salto del Mico	Barichara	Recurso Natural	4,75
Parroquia San Luis Gonzaga de Villanueva	Villanueva	Recurso cultural	4,45
Parque Principal Villanueva	Villanueva	Recurso cultural	4,45
Templo de la inmaculada concepción y San Lorenzo	Barichara	Atractivo cultural	4,40
Museo Paleontológico y Arqueológico	Guane	Atractivo cultural	4,40
Capilla de San Antonio	Barichara	Recurso cultural	4,40
Iglesia Parroquial de Santa Lucia	Guane	Recurso cultural	4,40
Capilla de Jesús Resucitado	Barichara	Atractivo cultural	4,30
Capilla de Santa Bárbara	Barichara	Atractivo cultural	4,30
Bioparque Móncora	Barichara	Atractivo natural	4,15

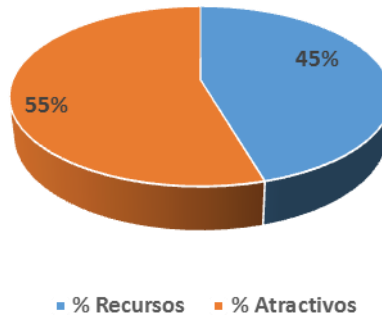
Fuente: Elaboración propia

Cabe resaltar que de los 11 atractivos seleccionados el 73% estaban ubicados en el territorio del municipio de Barichara, seguidos de un 27% en Guane, por ende, ningún atractivo turístico del municipio de Villanueva fue vinculado a esta ruta. En términos de recursos turísticos, de los 6 recursos seleccionados, el 50% pertenece al territorio de Barichara, el 33% al municipio de Villanueva y el 17% al corregimiento de Guane. Lo anterior evidencia que Barichara realiza el mayor aporte de activos turísticos vinculados a la ruta, seguido de Guane y en tercer lugar Villanueva, lo cual es consistente con la caracterización de su sistema turístico expuesto en el análisis de este.

4.2.1.1.2. Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 2:

En el diseño de la ruta número 2, se evaluaron 11 atractivos y 8 recursos turísticos ubicados en los municipios de Zapatoca y Guane, de los cuales se vincularon a la ruta el 58%, específicamente se seleccionaron 6 atractivos y 5 recursos turísticos; es decir, que la ruta 2 está integrada por un 55% de atractivos y un 45% de recursos turísticos como se evidencia en la siguiente ilustración.

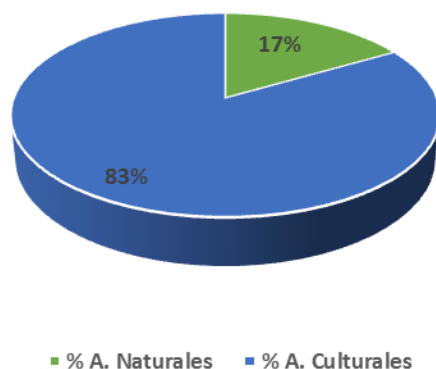
Ilustración 72. Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 2.



Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los 6 atractivos turísticos vinculados, el 83% (5) corresponde a atractivos culturales y el 17% (1) corresponde a atractivos naturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

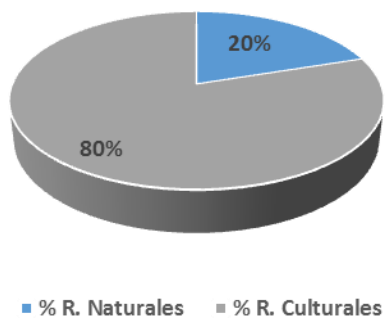
Ilustración 73. Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 2.



Fuente: Elaboración propia.

En términos de recursos vinculados, el 80% (4) fueron catalogados como recursos culturales mientras que el 20% (1) se catalogaron como recursos naturales, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 74. Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 2.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la evaluación multicriterio arrojó como resultado una ruta enfocada en mayor proporción en activos turísticos de tipo cultural. El puntaje ponderado de los atractivos y recursos turísticos vinculados a la ruta fue mayor e igual a 3,95, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos atractivos y recursos seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 94. Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Parque principal de Zapatoca	Zapatoca	Recurso cultural	5,00
Parque principal de Guane	Guane	Atractivo cultural	5,00
Cueva del Nitro	Zapatoca	Atractivo Natural	4,90
Camino real Guane	Guane	Atractivo cultural	4,90
Mirador Guane	Zapatoca	Recurso Natural	4,65
Iglesia San Joaquín	Zapatoca	Atractivo cultural	4,45
Iglesia Parroquial de Santa Lucia	Guane	Recurso cultural	4,40
Capilla Santa Bárbara	Zapatoca	Recurso cultural	4,30
Casa de ejercicios	Zapatoca	Atractivo cultural	4,05
Casa de la Cultura	Zapatoca	Atractivo cultural	4,05
Parque Cementerio	Zapatoca	Recurso cultural	3,95

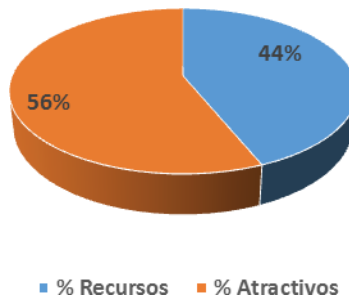
Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 6 atractivos seleccionados el 67% estaban ubicados en el territorio del municipio de Zapatoca y el 33% en Guane. En términos de recursos turísticos, de los 5 recursos seleccionados, el 80% pertenece al territorio de Zapatoca y el 20% al corregimiento de Guane. Lo anterior evidencia que Zapatoca realiza el mayor aporte de activos turísticos vinculados a la ruta, por encima de Guane, lo cual es consistente con la caracterización de su sistema turístico expuesto en el análisis de este.

4.2.1.1.3. Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 3.

En el diseño de la ruta número 3, se evaluaron 19 atractivos y 15 recursos turísticos ubicados en los municipios de San Gil y Barichara, de los cuales se vincularon a la ruta el 47%, específicamente se seleccionaron 9 atractivos y 7 recursos turísticos; es decir, que la ruta 3 está integrada por un 56% de atractivos y un 44% de recursos turísticos como se evidencia en la siguiente ilustración.

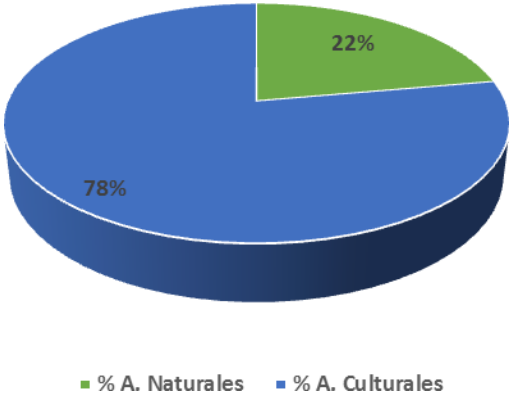
Ilustración 75. Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 3.



Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los 9 atractivos turísticos vinculados, el 78% (7) corresponde a atractivos culturales y el 22% (2) corresponde a atractivos naturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

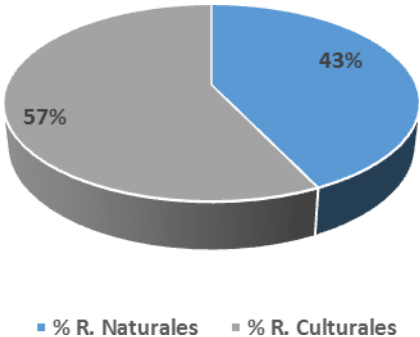
Ilustración 76. Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 3.



Fuente: Elaboración propia.

En términos de recursos vinculados, el 57% (4) fueron catalogados como recursos culturales mientras que el 43% (3) se catalogaron como recursos naturales, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 77. Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 3.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la evaluación multicriterio arrojó como resultado una ruta enfocada en mayor proporción en activos turísticos de tipo cultural. El puntaje ponderado de los atractivos y recursos turísticos vinculados a la ruta fue mayor e igual a 3,85, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos atractivos y recursos seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 95. Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Catedral Principal Parroquia Santa Cruz	San Gil	Atractivo cultural	5,00
Parque Principal San Gil	San Gil	Recurso Natural	5,00
Parque el Gallineral	San Gil	Atractivo natural	5,00
Parque principal Barichara	Barichara	Recurso cultural	5,00
Salto del Mico	Barichara	Recurso natural	4,75
Malecón del río	San Gil	Atractivo cultural	4,70
Rivera del Río Fonce	San Gil	Recurso Natural	4,70
Puente Grande	Barichara	Recurso cultural	4,20
Bioparque Móncora	Barichara	Atractivo natural	4,15
Museo Guane	San Gil	Atractivo cultural	4,10
Parque para las artes Jorge Delgado	Barichara	Atractivo cultural	4,10
Casa de la Cultura Emilio Padilla	Barichara	Atractivo cultural	4,00
Casa museo Aquileo Parra	Barichara	Atractivo cultural	4,00
Cementerio de Barichara	Barichara	Atractivo cultural	4,00
Parque Cristo Resucitado	Barichara	Recurso cultural	3,95
Parque La Libertad	San Gil	Recurso cultural	3,85

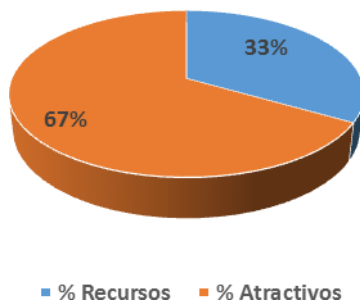
Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 9 atractivos seleccionados el 55% estaban ubicados en el territorio del municipio de Barichara y el 45% en San Gil. En términos de recursos turísticos, de los 7 recursos seleccionados, el 57% pertenece al territorio de Barichara y el 43% al municipio de San Gil. Lo anterior evidencia que Barichara realiza el mayor aporte de activos turísticos vinculados a la ruta, por encima de Guane, lo cual es consistente con la caracterización de su sistema turístico expuesto en el análisis de este.

4.2.1.1.4. Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 4.

En el diseño de la ruta número 4, se evaluaron 8 atractivos y 4 recursos turísticos ubicados en el municipio de Los Santos, de los cuales se vincularon a la ruta el 50%, específicamente se seleccionaron 4 atractivos y 2 recursos turísticos; es decir, que la ruta 4 está integrada por un 67% de atractivos y un 33% de recursos turísticos como se evidencia en la siguiente ilustración.

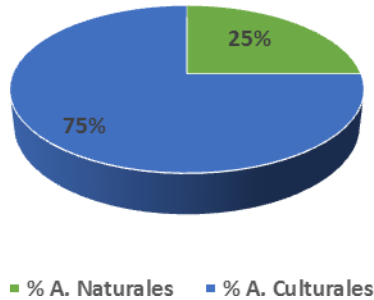
Ilustración 78. Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 4.



Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los 4 atractivos turísticos vinculados, el 75% (3) corresponde a atractivos culturales y el 25% (1) corresponde a atractivos naturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

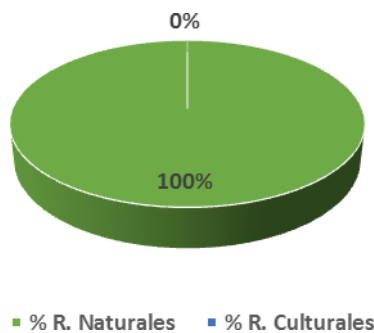
Ilustración 79. Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 4.



Fuente: Elaboración propia.

En términos de recursos vinculados, el 100% (2) fueron catalogados como recursos naturales, lo que evidencia la no selección de recursos culturales para esta ruta, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 80. Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 4.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la evaluación multicriterio arrojó como resultado una ruta enfocada en mayor proporción en activos turísticos de tipo cultural. El puntaje ponderado de los atractivos y recursos turísticos vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,0, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos atractivos y recursos seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 96. Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 4.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Hacienda El Roble	Los Santos	Atractivo cultural	5,00
Estación La Plazuela	Los Santos	Atractivo cultural	4,75
Mirador malecón del Cañón	Los Santos	Recurso natural	4,65
Mirador Salto del Duende	Los Santos	Recurso natural	4,50
Mercado Campesino	Los Santos	Atractivo cultural	4,35
Huerta biológica Santa Rita	Los Santos	Atractivo natural	4,00

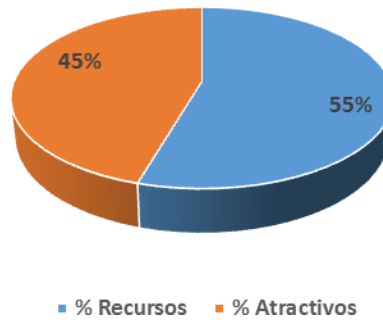
Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que esta ruta es un circuito, por lo tanto, todos los atractivos y recurso vinculados perteneces al municipio de Los Santos.

4.2.1.1.5. Atractivos Y Recursos Turísticos Vinculados A La Ruta 5.

En el diseño de la ruta número 5, se evaluaron 12 atractivos y 6 recursos turísticos ubicados en los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva, de los cuales se vincularon a la ruta el 61%, específicamente se seleccionaron 5 atractivos y 6 recursos turísticos; es decir, que la ruta 3 está integrada por un 45% de atractivos y un 55% de recursos turísticos como se evidencia en la siguiente ilustración.

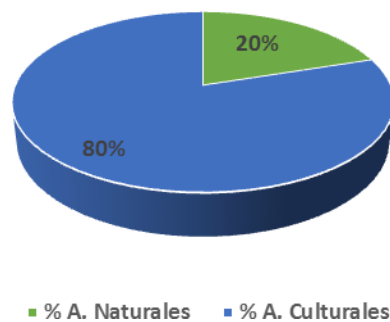
Ilustración 81. Distribución de atractivos y recursos turísticos para la Ruta 5.



Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los 5 atractivos turísticos vinculados, el 80% (4) corresponde a atractivos culturales y el 20% (1) corresponde a atractivos naturales como se evidencia en la siguiente ilustración.

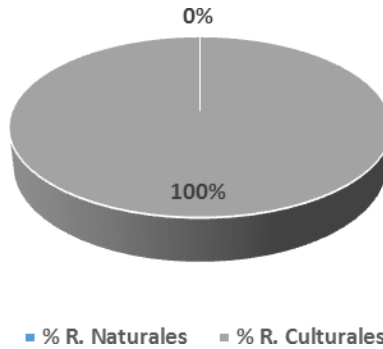
Ilustración 82. Distribución de atractivos culturales y naturales para la Ruta 5.



Fuente: Elaboración propia.

En términos de recursos vinculados, el 100% (6) fueron catalogados como recursos culturales, por ende, no se seleccionaron recursos naturales en esta ruta, como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 83. Distribución de recursos culturales y naturales para la Ruta 5.



Fuente: Elaboración propia.

En este orden de ideas, la evaluación multicriterio arrojó como resultado una ruta enfocada en mayor proporción en activos turísticos de tipo cultural. El puntaje ponderado de los atractivos y recursos turísticos vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,45, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos atractivos y recursos seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 97. Atractivos y Recursos turísticos seleccionados y vinculados a la ruta 5.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Iglesia Los Santos	Los Santos	Atractivo cultural	4,05
Parque Los Santos	Los Santos	Recurso cultural	4,45
Pictograma comunidad Guane	Los Santos	Recurso cultural	4,10
Camino Real Los Santos-Jordán	Los Santos	Atractivo natural	4,35
Iglesia de Jordán	Jordán	Recurso cultural	4,35
Parque principal de Jordán	Jordán	Recurso cultural	4,60
Tamarindo Ecologde	Jordán	Atractivo cultural	4,50
Shangrila hostel	Jordán	Atractivo cultural	4,50
Puente de Jordán	Jordán	Atractivo cultural	4,50
Parroquia San Luis Gonzaga de Villanueva	Villanueva	Recurso cultural	4,45
Parque Principal Villanueva	Villanueva	Recurso cultural	4,45

Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 5 atractivos seleccionados el 60% estaban ubicados en el municipio de Jordán y el 40% en Los Santos. En términos de recursos turísticos, de los 6 recursos seleccionados, el 33,3% pertenece al territorio de Los Santos, el 33,3% al municipio de Jordán y el 33,3% restante al municipio Villanueva. Lo anterior evidencia que Jordán realiza el mayor aporte de activos turísticos vinculados a la ruta, por encima de Los Santos y Villanueva.

4.2.2. Valoración Y Selección De Prestadores De Servicios Turísticos.

La valoración y selección de prestadores turísticos vinculados a las 5 rutas diseñadas fue una etapa esencial en el diseño de este tipo de trazados de conectividad estratégica, debido a que la vinculación adecuada de estos favorece la movilización de turistas en menor o mayor proporción hacia los destinos planteados generando diferentes escalas de beneficios y desarrollo a nivel regional. Es preciso resaltar, que los itinerarios de las rutas de ciclomontañismo se realizaron diseñando rutas que conectaron atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos por medio de ejes viales definidos; ahora bien, los prestadores de servicios turísticos en este tipo de rutas fueron vinculados a ellas como prestadores elegidos para ofertar servicios de alojamiento y hospedaje, alimentación y planes de turismo, de manera que no están incluidos en la secuencia de la ruta, están adjuntos a ella como prestadores sugeridos y elegidos, dado que una ruta turística es el insumo principal para el desarrollo de un producto turístico, más no constituye como tal un producto, por lo tanto los prestadores si están vinculados a cada ruta según criterios estratégicos más no se contemplan en el itinerario deportivo, pero si en el contenido de cada ruta diseñada, generando una integración del sistema turístico de cada zona.

Para la vinculación de prestadores de turismo en el diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, fue fundamental tener en cuenta factores asociados a la ubicación geográfica de los prestadores de turismo seleccionados, así como la accesibilidad y conectividad de los mismos, sus características y atributos físicos, entre otros aspectos específicos definidos para cada uno de los tres tipos de prestadores de servicios vinculados al proyecto (Hospedaje y alojamiento, restaurantes y agencias operadoras de turismo).

La valoración y selección de prestadores de servicios turísticos se llevó a cabo según criterios comunes y específicos que aplican a cada tipo de servicio ofrecido, por medio de una evaluación multicriterio (MEC) discreta por el método de puntuación compensado por Sumatoria Lineal Ponderada, la cual consistió en ponderar los criterios de valoración y selección definidos, con respecto a la validez, pertinencia y significancia de emplear atributos y/o criterios comunes y específicos para cada prestador de servicios definido en la muestra, ponderando los que fueron más relevantes y estratégicos para la consecución de los objetivos del proyecto y el éxito de las cinco rutas diseñadas. En consecuencia, se realizó una suma ponderada con calificación por tipo de prestador de servicios turísticos en un rango de 1 a 5, en donde 1 es nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

En esta investigación se plantean los siguientes tipos de prestadores de servicios turísticos:

1. Establecimientos de hospedaje y alojamiento
2. Restaurantes
3. Agencias operadoras de turismo

Los criterios de selección y valoración comunes que aplican a los establecimientos de hospedaje y alojamiento y a los restaurantes son:

- 1. Ubicación geográfica:** Una ruta turística se caracteriza por conectar destinos, atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos de una o más zonas y/o regiones; por lo tanto, los prestadores de servicios vinculados fueron elegidos y valorados en principio, teniendo en cuenta la favorabilidad que representa su ubicación geográfica dentro del trazado de las rutas diseñadas, lo cual conllevó a tener en cuenta la accesibilidad y conectividad entre los

prestadores de servicios de (alojamiento y hospedaje y restaurantes) y demás elementos del sistema turístico definido para cada ruta diseñada.

El principio de selección y valoración por ubicación geográfica de establecimientos que prestan el servicio de alojamiento y hospedaje y el servicio de alimentación en la categoría de restaurantes, como criterio de vinculación a una ruta turística, se fundamenta en la planificación del espacio turístico, planteada por (Boullón, 1985), quien pondera como factor principal en el establecimiento de una zona turística, extrapolado al diseño de una ruta de turismo, la ubicación geográfica tanto de los atractivos y recursos de turismo como de los prestadores turísticos, debido a que una zona de turismo para ser reconocida como tal debe evidenciar una dinámica de turismo guiada por un mercado turístico que obedece las leyes de oferta y demanda, y para ello es indispensable que en el territorio definido converjan atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos con la capacidad de atraer flujos de visitantes y con ello generar interacciones y transacciones en el marco de un mercado turístico interrelacionado y conectado geográficamente en un espacio físico o territorio claramente definido.

Así las cosas, se seleccionaron y valoraron aquellos establecimientos que prestan el servicio de alojamiento y hospedaje, así como los prestadores del servicio de alimentación catalogados como restaurantes, según la muestra definida para cada municipio, y cuya ubicación geográfica está dentro del trazado de cada ruta, para garantizar un flujo turístico que realmente conecte los elementos y agentes del sistema de turismo que forman parte de cada una de las rutas diseñadas. En otras palabras, el criterio de ubicación geográfica de

hoteles y hospedajes es un eje central que garantiza un flujo de turistas eficiente y continuo, dado que permite optimiza la distancia recorrida entre los diferentes prestadores de estos tipos de servicios y los atractivos y recursos turísticos situados en una zona de turismo definida. Para (Boullón, 1985) este criterio es prioritario en el diseño de proyectos turísticos, especialmente en aquellos que propenden por generar conectividad entre espacios de turismo los cuales se reconocen como tal debido a la ubicación y distribución geográfica de los prestadores, recursos y atractivos turísticos presentes en el territorio.

En este orden de ideas, acorde a los cinco trazados iniciales que se realizaron posterior a las visitas de campo, se valoraron los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento y hospedaje, así como los prestadores del servicio de alimentación catalogados como restaurantes para la muestra definida para cada uno de los municipios que integran las zonas conectadas por las rutas, según su ubicación geográfica con respecto a cada trayecto inicial, es decir, se valoraron en una escala de 1 a 5, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable; en otras palabras, se valoraron los prestadores de los dos servicios turísticos mencionados, calificados en relación a su ubicación dentro del trazado de cada una de las cinco rutas.

La elección del criterio de selección de prestadores de servicios turísticos vinculados a las 5 turísticas diseñadas según su ubicación geográfica, es respaldada en las investigaciones y proyectos desarrollados por autores como: (Boullón, 1985), (Brea, 2006), (Ferrerías, 2009), (Camara, 2014) y (Cerro, 2015).

2. Accesibilidad: Al igual que los atractivos y recursos turísticos, los prestadores de servicios de turismo están situados en diferentes posiciones geográficas algunas de ellas privilegian el flujo turístico, otras imposibilitan desarrollar proyectos de turismo dada la dificultad para acceder a estos. En este orden de ideas, el segundo criterio de selección y valoración común a prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje y a restaurantes vinculados a las 5 rutas turísticas diseñadas fue la accesibilidad a cada uno de ellos. Este criterio hace referencia a la posibilidad de llegar o acceder hasta el lugar en que están ubicadas las instalaciones del prestador, empleando cualquier medio de transporte, específicamente a través de bicicletas de ciclomontañismo. Este criterio es fundamental y significativo, en la vinculación de prestadores turísticos a las rutas diseñadas, debido a que las condiciones de accesibilidad son un factor decisivo a la hora de demandar productos y servicios turísticos, de manera, que, si el acceso es fácil y práctico, se incrementa la probabilidad de captar y atraer un mayor flujo turístico, (Hughes y Allen, 2005).

En esta investigación la accesibilidad a los hoteles y restaurantes definidos en la muestra se valoró en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos prestadores de servicios turísticos de fácil accesibilidad y a los cuales fue posible llegar empleando como medio de transporte bicicleta de ciclomontañismo, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

La elección del criterio de selección de prestadores de servicios turísticos vinculados a las 5 rutas turísticas diseñadas según su accesibilidad, es respaldada por autores como: (Herbet,

2001), (Paz, 2002), (Zambón, 2005), (Ferrerías, 2009), (Mir, Martí y Loyola, 2011), Fas (2015), (Negrete, Hernández y Achondo, 2015) y (Martínez y Timarán, 2016).

- 3. Conectividad:** Uno de los principales objetivos en el diseño de rutas turísticas, es conectar de forma competitiva los diferentes elementos del sistema de turismo de un territorio. El flujo turístico por determinada zona o territorio, es impulsado por la conectividad estratégica entre sus atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos, de tal forma que la posición que ocupa cada hotel y restaurante dentro de cada ruta diseñada fue seleccionada estratégicamente teniendo en cuenta la conectividad que desde allí se generan con otros destinos y prestadores de servicios turísticos aledaños, con el objetivo de garantizar una continuidad en los recorridos de los turistas y reforzar la identidad de la ruta favoreciendo la experiencia de los viajeros. En este orden de ideas, el criterio de conectividad fue seleccionado para valorar y seleccionar los hoteles y restaurantes definidos en la muestra para cada municipio, debido a que este atributo contribuye a la medición de la capacidad que posee cada prestador de servicios turísticos de conectarse de forma viable y efectiva con otros prestadores, atractivos, recursos y destinos turísticos presentes en la misma zona o en zonas aledañas.

Desde una posición complementaria, una ruta de turismo se caracteriza por generar una conexión efectiva entre los diferentes elementos del sistema turístico que definió en cada ruta diseñada, lo cual implica una conectividad que permite optimizar la distancia y el tiempo que hay entre cada prestador y los demás elementos que integran la ruta. En este orden de ideas, se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos

hoteles y restaurante con mayor grado de conectividad, con otros atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en la misma zona y en zonas aledañas, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

La elección del criterio de selección de prestadores de servicios turísticos (Alojamiento, hospedaje y alimentación) vinculados a las 5 turísticas diseñadas según su conectividad, es respaldada en las investigaciones y proyectos desarrollados por autores como: (Zambón, 2005), (Maak, 2009), (Plavša y Ostojić, 2014), (Fas, 2015), (Vujko, Plavša, y Ostojić, 2003), (Melo, 2015) y (Burgos, 2018)

Los diferentes tipos de prestadores de servicios turísticos poseen atributos diferenciados que son definidos según la naturaleza de los servicios prestados y sus condiciones calificadoras y ganadoras. A continuación, se definen los criterios de selección y valoración específicos aplicados a los prestadores de servicio de alojamiento y hospedaje en las zonas definidas:

- 1. Tipo de establecimiento:** La oferta del servicio de hospedaje y alojamiento varía en las diferentes regiones y destinos turísticos, los viajeros generalmente deciden adquirir este tipo de servicios guiados por sus gustos y preferencias. En esta investigación, se seleccionó el tipo de establecimiento como criterio de valoración de prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje debido a que se considera un elemento de éxito en el diseño de las rutas, debido a que estas deben incorporar una oferta de servicios lo suficientemente atractiva como para generar el flujo turístico esperado; esto es sustentado en que la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia(2010),

involucra esta variable dentro de los aspectos calificadores que permiten caracterizar y evaluar a los diferentes establecimientos que prestan el servicio mencionado, clasificándolos en: hotel, hostel, albergue, alojamiento rural, aparta hotel, campamento, centro vacacional, refugio, y vivienda turística. Es pertinente destacar que la relevancia de este criterio en la planificación turística y por lo tanto en el diseño de rutas turísticas como estrategia de desarrollo y planificación turística y territorial, es avalada y respaldada por el MinCIT, CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga.

La diversidad de categorías propuestas por el MinCIT (2010), obedece a que los gustos y preferencias de los turistas demandan infraestructura y servicios diferenciados y diversos y de igual forma a las diferentes propuestas de valor que se generan con el objetivo de incrementar el turismo a nivel regional. Ahora bien, en este trabajo se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos establecimientos definidos por el RNT como, hoteles, en segundo lugar, a la aparta hoteles y en tercer lugar a los hostales, otorgando menor puntuación a los demás tipos de alojamiento, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable. Este criterio de valoración obedece a la afirmación de (FONTUR, 2019), en donde se establece que, para dicho año, el 75% de los turistas que visitaron Colombia prefirió hospedarse en hoteles de 2 y 3 estrellas, así como aparta hoteles y hostales, seguido de un 27% de viajeros que prefirió hospedarse en hoteles de 4 y 5 estrellas.

- 2. Precio promedio por noche:** El precio promedio por noche fue elegido un indicador de selección y valoración de los hoteles definidos en la muestra correspondiente a cada municipio. El valor monetario que pagan los turistas por el hospedaje permite realizar una clasificación del estatus de cada hotel y la porción de gasto destinado a alojamiento y hospedaje sobre la disponibilidad de gasto total de los turistas que visitan Colombia. Según la EGIT llevada a cabo por el DANE (2019), el 25% del gasto realizado por los turistas que visitaron Colombia fue destinado a gasto en alojamiento y hospedaje. Ahora bien, esta investigación tomó como criterio de valoración la desviación del costo promedio por noche en los hoteles seleccionados en la muestra, frente al valor promedio por noche pagado por este tipo de servicios por los extranjeros que visitaron Colombia. (FONTUR, 2019), determinó que los extranjeros que arribaron a Colombia en 2018 se hospedaron en promedio 6 noches y 7 días, gastando un total de 976 USD por persona, es decir, 162,6 USD diarios, lo que multiplicado por el 25% representa un gasto promedio diario por turista en servicios de alojamiento y hospedaje de 40,6 USD por noche, que convertido a una TRM de 3.400 COP/USD, equivale 138.040 COP. En consecuencia, se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos hoteles cuya tarifa por noche promedio fue cercana a la media de gasto promedio ejecutado por turista, destinado a servicios de alojamiento y hospedaje, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.
- 3. Capacidad de alojamiento:** Este criterio es un indicador de capacidad de carga o capacidad física, relevante en las dinámicas de planificación, caracterización y análisis

del sistema turístico, el cual debe ser tenido en cuenta en el diseño de proyectos que propenden por la promoción e impulso del turismo, (Florez y Parra, 2010). Autores como: (Segrado y Arroyo, 2008) y (León, Toribio, Fernández y Lozano, 2013), han realizado evaluaciones multicriterio ponderando este factor como criterio de decisión teniendo en cuenta en la selección de prestadores de servicio de alojamiento y hospedaje.

La capacidad de alojamiento de los prestadores de este tipo de servicio, fue relevante en las cinco rutas diseñadas, debido a que esta investigación valoró dicho criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos hoteles cuya capacidad mínima estuviese entre 3 a 4 personas, contando como mínimo con 4 habitaciones; este rango se argumentada tomando como base a (FONTUR, 2019), institución que afirmó que los viajes realizados por turistas extranjeros a Colombia se hacen en mayor proporción (23%) en grupos de 3,44 personas, a la par que, la familia colombiana promedio está integrada por 3,6 individuos. Por otra parte, se otorgó mayor calificación a los establecimientos con mayor número de habitaciones y capacidad de alojamiento debido a que este se considera un atributo asociado a la escalabilidad que ofrece el prestador para masificar el flujo turístico a atraer en el recorrido de cada una de las cinco rutas diseñadas y a su vez, a la posibilidad de generar una experiencia multicultural más enriquecedora por el supuesto de que un mayor número de huéspedes eleva la probabilidad de compartir alojamiento con personas de diversas regiones de Colombia y el mundo; en la escala de valoración 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

4. Atributos: Los atributos que caracterizan la oferta de los prestadores de servicios de alojamiento son elementos relevantes que permiten satisfacer las expectativas, gustos y preferencias de los diferentes tipos de viajeros que frecuentan una zona turística. En esta investigación acorde a lo planteado por: (López y Serrano, 2001), (Barsky y Nash, 2002), (Hocayen-da-Silva y Teixeira, 2007), (Pérez y Molina, 2007) y (Ochoa, 2011), se seleccionaron como criterios de valoración y vinculación de prestadores del servicio de alojamiento a las 5 rutas diseñadas, 6 atributos los cuales fueron considerados relevantes por los autores en mención al momento de elegir hospedarse en un hotel o alojamiento, los cuales se relacionan a continuación:

- Estado de la planta física o infraestructura
- Limpieza de las instalaciones
- Oferta de zonas libres
- Disponibilidad de información turística al alcance de los huéspedes
- Seguridad del sector en que está ubicado
- Oferta de productos y servicios complementarios

Cada uno de estos atributos definidos, fue calificado para cada prestador del servicio de hospedaje y alojamiento definido en la muestra por municipio, en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos hoteles cuya infraestructura se encontraba en excelentes y buenas condiciones, la limpieza de sus instalaciones visiblemente era favorable, contaban con zonas libres en especial zonas verdes y zonas húmedas, tenían disponible información sobre destinos, recursos, atractivos y planes turísticos, que podía ser consultada fácilmente por los turistas hospedados, cuya ubicación

está en una zona segura y aquellos que cuentan con una oferta de productos y servicios complementarios, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable. Posterior a ello, se ponderó cada atributo obteniendo el valor ponderado del criterio según la relevancia de sus atributos y de igual forma el criterio fue ponderado para obtener la calificación final, esta metodología se aplicó para cada prestador relacionado en la muestra.

Los atributos valorados reflejan el nivel de satisfacción que los establecimientos de alojamiento y hospedaje pueden proporcionar a los clientes, de igual forma cada uno de estos atributos está asociado en gran medida con la calidad que caracteriza el servicio prestado.

La ponderación de cada uno de los 7 criterios que integraron la MCE realizada, se llevó a cabo, según el criterio de los investigadores el cual estuvo guiado por la relevancia expuesta por los diferentes autores consultados, la posición propia fundamentada en la investigación llevada a cabo, determinando con la ponderación otorgada el nivel de relevancia de cada uno de ellos para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Tabla 98. Asignación de ponderación por criterio de selección y valoración de Prestadores del Servicio de Alojamiento y Hospedaje.

Nombre del Criterio	N° del Criterio	% Ponderación
Ubicación Geográfica	Criterio 1	20%
Accesibilidad	Criterio 2	12%
Conectividad	Criterio 3	12%
Tipo de establecimiento	Criterio 4	15%
Precio promedio por noches	Criterio 5	15%
Capacidad	Criterio 6	10%
Atributos	Criterio 7	16%

Fuente: Elaboración propia.

La ponderación de cada uno de los 5 atributos que integraron la MCE realizada para el criterio 7, se llevó a cabo, según el criterio de los investigadores el cual estuvo guiado por la relevancia expuesta por los diferentes autores consultados, la posición propia fundamentada en la investigación llevada a cabo, determinando con la ponderación otorgada el nivel de relevancia de cada uno de ellos para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Tabla 99. Asignación de ponderación por atributo para el criterio 7 de selección y valoración de Prestadores del Servicio de Alojamiento y Hospedaje.

Nombre del Criterio	N° del Criterio	% Ponderación
Estado de infraestructura	Atributo 1	30%
Limpieza de instalaciones	Atributo 2	20%
Zonas libres	Atributo 3	15%
Disponibilidad de información turística	Atributo 4	20%
Seguridad de la zona	Atributo 5	15%

Fuente: Elaboración propia.

La evaluación multicriterio permitió determinar los prestadores del servicio turístico de alojamiento y hospedaje vinculados a cada una de las 5 rutas especializadas en ciclomontañismo, como se refleja a continuación.

Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento y Hospedaje Vinculados A La Ruta 1:

En el diseño de la ruta número 1, se evaluaron 16 prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje ubicados en los municipios de Barichara, Villanueva y Guane, de los cuales se vincularon a la ruta 1 el 31%, específicamente se seleccionaron 3 prestadores del servicio en

mención ubicados en Barichara (60%), 1 ubicado en Villanueva (20%) y 1 uno ubicado en Guane (20%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,50, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 100. Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 1.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Hotel Finca Buenos aires	Villanueva	Hoteles	4,85
Hotel La Loma	Barichara	Hoteles	4,64
Casa Oniri	Barichara	Hoteles	4,39
Serranía del viento	Barichara	Hoteles	4,24
Casa Misia Custodia	Guane	Hoteles	4,50

Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 5 prestadores del servicio en mención que fueron seleccionados, el 100% fueron hoteles.

Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 2:

En el diseño de la ruta número 2, se evaluaron 7 prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje ubicados en los municipios de Zapatoca y Guane, de los cuales se vincularon a la ruta 2 el 57%, específicamente se seleccionaron 3 prestadores del servicio en mención ubicados en Zapatoca (75%) y 1 uno ubicado en Guane (25%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,94,

como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 101. Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Casa del viento	Zapatoca	Hoteles	4,73
Museo Casa de Ejercicios	Zapatoca	Hoteles	4,71
Clementine Hostal	Zapatoca	Hostal	4,33
Casa Misia Custodia	Guane	Hoteles	4,94

Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 5 prestadores del servicio en mención que fueron seleccionados, 4 fueron hoteles (80%) y 1 fue un hostal (20%).

Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 3:

En el diseño de la ruta número 3, se evaluaron 24 prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje ubicados en los municipios de Barichara y San Gil, de los cuales se vincularon a la ruta 3 el 21%, específicamente se seleccionaron 3 prestadores del servicio en mención ubicados en Barichara (60%), y 2 ubicados en San Gil (40%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,52, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 102. Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Hotel Prana	San Gil	Hoteles	4,57
Sam's vip hostel	San Gil	Hostal	4,02
Hotel Terra Barichara	Barichara	Hoteles	4,88
Casa Barichara boutique	Barichara	Hoteles	4,52
Hotel Quédate aquí Barichara	Barichara	Hoteles	4,52

Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 5 prestadores del servicio en mención que fueron seleccionados, 4 (80%) fueron hoteles y 1 fue un hostel (20%).

Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 4:

En el diseño de la ruta número 4, se evaluaron 11 prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje ubicados en el municipio de Los Santos, de los cuales se vincularon a la ruta 4 el 36%. En este orden de ideas, el puntaje ponderado de prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,63, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 103. Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 4.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Club náutico acuarela	Los Santos	Hoteles	4,85
Parador mesa redonda	Los Santos	Hoteles	4,85
Hotel Santa Clara	Los Santos	Hoteles	4,75
Hacienda el roble	Los Santos	Hoteles	4,63

Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 4 prestadores del servicio en mención que fueron seleccionados, el 100% fueron hoteles.

Prestadores Del Servicio Turístico De Alojamiento Y Hospedaje Vinculados A La Ruta 5:

En el diseño de la ruta número 5, se evaluaron 16 prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje ubicados en los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva, de los cuales se vincularon a la ruta 5 el 31%, específicamente se seleccionaron 2 prestadores del servicio en mención ubicados en Jordán (40%), 2 en Los Santos (40%) y 1 uno ubicado en Villanueva (20%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,25, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 104. Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 5.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Hostal Juan Palitos	Los Santos	Hostal	4,58
Refugio la roca	Los Santos	Hostal	4,58
Ecologde Tamarindo	Jordán	Hostal	4,36
Shangrila Refugio de Caminantes	Jordán	Hostal	4,36
Hotel Las Rocas	Villanueva	Hoteles	4,25

Fuente: Elaboración propia.

Cabe resaltar que de los 5 prestadores del servicio en mención que fueron seleccionados, 4 fueron hoteles (80%) y 1 fue un hostel (20%).

4.2.2.1. Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A Las Rutas.

Por otra parte, los criterios de selección y valoración específicos aplicados a los prestadores de servicios de alimentación catalogados en la categoría de restaurantes fueron:

1. **Especialidad gastronómica principal:** La diversidad y oferta gastronómica según autores como: (Oliveira, 2007), (Schlüter, y Ellul, 2008), (Mascarenhas y Gândara, 2010) (López, Guzmán, y Sánchez, 2008) (Pérez, 2014), (Espinosa y Manfugás, 2016) y (Solano y Uzcátegui, 2017) es un criterito altamente valorado cuando se trata de restaurantes integrados a proyectos turísticos, debido a que enriquece la experiencia de los turistas, es un atributo de alta incidencia en a la satisfacción del cliente y se puede llegar a considerar en sí, misma como un atractivo turístico de una región, con la capacidad suficiente de traer flujos turísticos representativos nacionales e internacionales.

En esta investigación, la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010) avalada por el MinCIT, CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, clasificó el tipo de especialidad gastronómica ofrecida en las siguientes categorías: Típica santandereana, típica colombiana, pescados y mariscos, pollo, china, italiana, india, peruana, comida rápida (carnes), mexicana, vegetariana y española. En este orden de ideas, se favorecieron los restaurantes que ofertan como especialidad

gastronómica principal comida santandereana y comida colombiana, esto debido al principal interés de otorgar identidad a cada ruta y que mejor que vivenciando una experiencia gastronómica con comida típica santandereana y comida colombiana, lo que permite generar recuerdos memorables que fidelicen a los turistas y los motiven a repetir su viaje por el departamento.

En consecuencia, se valoró el tipo de gastronomía ofrecida como especialidad principal en una escala de 1 a 5, en donde 5 equivale a muy favorable y fue una calificación otorgada a los restaurantes cuya especialidad principal es la comida típica santandereana, la puntuación de 4, que refiere a favorable, fue otorgada a los restaurantes cuya especialidad principal es la comida típica colombiana y las demás especialidades fueron puntuadas con la calificación, 3 indiferente, 2 poco favorable y 1 nada favorable, atendiendo al criterio de tipo de comida comúnmente consumida por país de residencia de los turistas que arribaron en mayor proporción a Santander en 2019.

2. **Precio promedio por plato:** El precio promedio por plato fue elegido un indicador de selección y valoración de los restaurantes definidos en la muestra correspondiente a cada municipio. El valor monetario que pagan los turistas por cada plato permite realizar una clasificación del estatus de cada restaurante y la porción de gasto destinado a alimentación sobre la disponibilidad de gasto total de los turistas que visitan Colombia. Según la EGIT llevada a cabo por el DANE (2019), el 23% del gasto realizado por los turistas que visitaron Colombia fue destinado a alimentación. Ahora bien, esta investigación seleccionó como criterio de valoración la desviación del costo promedio por plato en los restaurantes

seleccionados en la muestra, frente al valor promedio por plato pagado por este tipo de servicios por los extranjeros que visitaron Colombia.

(FONTUR, 2019), determinó que los extranjeros que arribaron a Colombia en 2018, reportaron una estancia en el país en promedio 7 días, gastando un total de 976 USD por persona, es decir, 139,4 USD diarios, lo que multiplicado por el 23% representa un gasto promedio diario por turista en alimentación de 32 USD por días, esto dividido en tres comidas diarias corresponde a 10,6 USD por ración, que convertido a una TRM de 3.400 COP/USD, equivale 36.227 COP. En consecuencia, se valoró este criterio en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos restaurantes cuya tarifa por promedio por plato fue cercana a la media de gasto promedio ejecutado por turista, destinado a alimentación, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable, de manera que a mayor desviación superior e inferior frente al precio promedio por plato menor la calificación otorgada fue menor.

3. **Atributos:** Los atributos que caracterizan la oferta de los prestadores de servicios de alimentación son elementos relevantes que permiten satisfacer las expectativas, gustos y preferencias de los diferentes tipos de viajeros que frecuentan una zona turística. En esta investigación acorde a lo planteado por: (Barroco, 2008), (Azevedo y Neto, 2010), (López y Guzmán, 2011), (López-Guzmán y Cañizares, 2012) y (Clemente, Mogollón, y López-Guzmán, 2014), se seleccionaron como criterios de valoración y vinculación de prestadores del servicio de alimentación a las 5 rutas diseñadas, 5 atributos los cuales fueron

considerados relevantes por los autores en mención al momento de elegir un restaurante, los cuales se relacionan a continuación:

- Estado de la planta física o infraestructura
- Limpieza de las instalaciones
- Horarios de atención
- Seguridad del sector en que está ubicado
- Percepción de calidad en el servicio a la mesa

Cada uno de estos atributos definidos, fue calificado para cada prestador del servicio de alimentación definido en la muestra por municipio, en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellos restaurantes cuya infraestructura se encontraba en excelentes y buenas condiciones, la limpieza de sus instalaciones visiblemente era favorable, contaban con amplios horarios de atención al público, cuya ubicación está en una zona segura y aquellos cuya percepción de calidad de servicio a la mesa fue favorable según el ejercicio de observación llevado a cabo durante el trabajo de campo, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable. Posterior a ellos, se estimó la puntuación promedio para los atributos de cada prestador relacionado.

La ponderación de cada uno de los 7 criterios que integraron la MCE realizada, se llevó a cabo, según el criterio de los investigadores el cual estuvo guiado por la relevancia expuesta por los diferentes autores consultados, la posición propia fundamentada en la investigación llevada a cabo, determinando con la ponderación otorgada el nivel de relevancia de cada uno de ellos para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Tabla 105. Prestadores del servicio de alojamiento y hospedaje seleccionados y vinculados a la ruta 5.

Nombre del Criterio	N° del Criterio	% Ponderación
Ubicación Geográfica	Criterio 1	25%
Accesibilidad	Criterio 2	15%
Conectividad	Criterio 3	15%
Especialidad gastronómica principal	Criterio 4	15%
Precio promedio por plato	Criterio 5	15%
Atributos	Criterio 6	15%

Fuente: Elaboración propia

La ponderación de cada uno de los 5 atributos que integraron la MCE realizada para el criterio 6, se llevó a cabo, según el criterio de los investigadores el cual estuvo guiado por la relevancia expuesta por los diferentes autores consultados, la posición propia fundamentada en la investigación llevada a cabo, determinando con la ponderación otorgada el nivel de relevancia de cada uno de ellos para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Tabla 106. Asignación de ponderación por atributo para el criterio 6 de selección y valoración de Prestadores del Servicio de Alimentación.

Nombre del Criterio	N° del Criterio	% Ponderación
Estado de la planta física	Atributo 1	20%
Limpieza de instalaciones	Atributo 2	20%
Horarios de atención	Atributo 3	15%
Seguridad en el sector	Atributo 4	15%
Percepción de calidad en el servicio	Atributo 5	30%

Fuente: Elaboración propia.

La evaluación multicriterio permitió determinar los prestadores de los servicios de alimentación catalogados en la categoría de restaurantes y vinculados a cada una de las 5 rutas especializadas en ciclomontañismo, como se refleja a continuación.

4.2.2.2. **Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 1.**

En el diseño de la ruta número 1, se evaluaron 23 prestadores del servicio de alimentación ubicados en los municipios de Barichara, Villanueva y Guane, de los cuales se vincularon a la ruta 1 el 17%, específicamente se seleccionaron 2 restaurantes ubicados en Barichara (40%), 1 ubicado en Villanueva (20%) y 1 uno ubicado en Guane (20%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de los restaurantes vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,05, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 107. Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 1.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Restaurante Villa Chala	Villanueva	Restaurantes	4,85
Restaurante Doña Soraya	Guane	Restaurantes	4,56
Filomena	Barichara	Restaurantes	4,27
Restaurante Don Juan	Barichara	Restaurantes	4,05

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.3. **Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 2.**

En el diseño de la ruta número 1, se evaluaron 10 prestadores del servicio de alimentación ubicados en los municipios de Zapatoca y Guane, de los cuales se vincularon a la ruta 2 el 40%, específicamente se seleccionaron 3 restaurantes ubicados en Zapatoca (75%) 1 uno ubicado en Guane (25%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de los restaurantes vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,13, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos

prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 108. Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Ambrozzia Café-arte	Zapatoca	Restaurantes	4,85
Restaurante Guayuni	Guane	Restaurantes	4,58
Circo burger and steak	Zapatoca	Restaurantes	4,50
Abadías de Zapatoca	Zapatoca	Restaurantes	4,13

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.4. Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 3.

En el diseño de la ruta número 3, se evaluaron 22 prestadores del servicio de alimentación ubicados en los municipios de Barichara y San Gil, de los cuales se vincularon a la ruta 3 el 23%, específicamente se seleccionaron 3 restaurantes ubicados en Barichara (60%), y 2 ubicados en San Gil (40%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de los restaurantes vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,44, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 109. Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Restaurante El Compa	Barichara	Restaurantes	4,75
Restaurante José A. Parrilla	Barichara	Restaurantes	4,67
El Mana	San Gil	Restaurantes	4,50
La Piazza café	Barichara	Restaurantes	4,45
La barra 1516	San Gil	Restaurantes	4,44

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.5.

Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 4.

En el diseño de la ruta número 4, se evaluaron 23 prestadores del servicio de alimentación ubicados en los municipios de Los Santos, de los cuales se vincularon a la ruta 4 el 17%, es decir, se seleccionaron 4 restaurantes ubicados en municipio en mención. En este orden de ideas, el puntaje ponderado de los restaurantes vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,30, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 110. Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 4.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Bonanza restaurante	Los Santos	Restaurantes	4,63
El granero	Los Santos	Restaurantes	4,60
Parador mesa redonda	Los Santos	Restaurantes	4,33
Llanera La Victoria	Los Santos	Restaurantes	4,30

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.6.

Prestadores Del Servicio De Alimentación Vinculados A La Ruta 5.

En el diseño de la ruta número 5, se evaluaron 17 prestadores del servicio de alimentación ubicados en los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva, de los cuales se vincularon a la ruta 5 el 35%, específicamente se seleccionaron 3 restaurantes ubicados en Los Santos (50%), 2 en Jordán (33%) y 1 ubicado en Villanueva (17%). En este orden de ideas, el puntaje ponderado de los restaurantes vinculados a la ruta fue mayor e igual a 4,27, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifican dichos prestadores seleccionados, detallando el municipio en el que se encuentran ubicados y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 111. Prestadores del servicio de alimentación seleccionados y vinculados a la ruta 5.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Plenilunio	Villanueva	Restaurantes	4,75
Shangrila	Jordán	Restaurantes	4,72
Restaurante la hormiga	Los Santos	Restaurantes	4,62
Tamarindo	Jordán	Restaurantes	4,45
Restaurante la sazón de mi pueblo	Los Santos	Restaurantes	4,27
Macuto casa santarelli	Los Santos	Restaurantes	4,35

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.7. Prestadores Del Servicio Turístico De Agencias Operadoras Vinculados A Las Rutas.

Por otra parte, los criterios de selección y valoración específicos aplicados a las agencias operadoras de viajes de turismo fueron:

1. **Diversidad del portafolio turístico:** La oferta diferenciada de portafolios de productos y servicios turísticos es un criterio relevante en la operación turística. Autores como (Tovar, Talón y García-Viana, 2007), (Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill, 2007), (Díaz, 2011), (Mariani, Barboza y de Oliveira, 2012), (de Sousa y Dominique-Ferreira, 2012), (Nasimba y Cejas, 2015) y (Ara, 2017), afirman que la diferenciación en los servicios y productos turísticos ofertados, diferencia los destinos turísticos y potencia las transacciones y el flujo de turistas, enriqueciendo el mercado de turismo de un sistema determinado. Los operadores de viajes y turismo estructurados como agencias compiten en un mercado de productos y servicios, en donde son elegidos entre otros factores por la diferenciación en sus planes turísticos, lo cual está ligado a la diversidad de experiencias que ofrecen a los turistas, lo cual está directamente relacionado con la satisfacción de las expectativas de los viajeros.

En este orden de ideas, en esta investigación se valoraron las agencias operadoras de viajes de turismo, teniendo en cuenta el tipo de actividades de turismo deportivo ofertadas, acorde a la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010), avalada por el CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, en la cual se registran 8 tipos de actividades de turismo deportivo ofrecidas (rafting, Espelelismo, rappel en cascadas, parapente, senderismo, escalada en roca, bungee jumping y ciclomontañismo). Por lo tanto, este criterio se valoró en una escala de 1 a 5, favoreciendo con las mayores calificaciones a los prestadores de este tipo de servicios turísticos que ofertaban la mayor cantidad de actividades de turismo deportivo diferentes, lo cual evidenció el grado de diversidad de su portafolio de productos y servicios, así las cosas, se calificó este atributo de selección y vinculación de agencias operadoras de viajes de turismo a las 5 rutas diseñadas, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

- 2. Oferta de planes de ciclomontañismo:** En esta investigación, el ciclomontañismo fue la actividad deportiva vinculada como eje principal de diferenciación de las 5 rutas diseñadas, por lo tanto, la oferta de planes turísticos enfocados en ciclomontañismo fue un criterio muy favorable al momento de vincular una agencia operadora de viajes de turismo a la oferta de servicios turísticos relacionada a las 5 rutas diseñadas. Ofertar planes orientados al ciclomontañismo fue un factor clave de selección y valoración de este tipo de prestadores de servicios turísticos, debido al alto potencial de integración entre el o los planes ofrecidos con énfasis en ciclomontañismo y las 5 rutas diseñadas, en otras palabras, estas agencias

pueden ofertar las rutas diseñadas y recorrerlas incrementando el flujo turístico en los planes enfocados en ciclomontañismo y con ello contribuir al desarrollo de la región.

En este orden de ideas, se valoró en una escala de 1 a 5 cada agencia operadora de turismo que opera sobre cada municipio según la muestra definida, favoreciendo a aquellas que ofrecían dentro de sus planes la práctica deportiva del ciclomontañismo, en segundo lugar, se favorecieron las agencias operadoras que ofertaban mayor número de actividades deportivas propias de la categoría de turismo de aventura, debido a que pueden ser parte de un producto turístico más diverso, completo e integral, ofrecido en conjunto con las rutas diseñadas. Así las cosas, se valoraron este tipo de prestadores de servicios turísticos, calificando el criterio en mención, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

- 3. Cantidad de planes turísticos ofertados:** En esta investigación, el tercer criterio de vinculación de agencias operadores de viajes de turismo fue la cantidad de planes turísticos ofertados, dicha variable está contenida en la Guía de Planificación Turística del MinCIT de Colombia (2010), avalada por el CITUR, SITUR Santander, FONTUR y la Cámara de Comercio de Bucaramanga, debido a que según el MinCIT (2010), aquellos prestadores de servicios turísticos que ofertan una mayor cantidad de planes, servicios y productos, se consideran más atractivos para los turistas. Así mismo, la elección de este criterio es soportada por (FONTUR, 2019) entidad que afirma que los turistas eligen aquellas agencias operadoras de viajes de turismo que les ofrecen mayor cantidad de planes, paquetes, productos y servicios, valorando de forma significativa la diversidad de actividades y

experiencias que pueden vivenciar en los destinos seleccionados a visitar. De igual forma, (FONTUR, 2019) afirma que los paquetes de turismo de mayor demanda por parte de turistas internacionales en Colombia son aquellos que ofertan un conjunto de actividades, productos y servicios en modalidad de todo incluido, con una duración promedio de 5 días y 4 noches, estando dispuestos a pagar aproximadamente entre U\$1200 a U\$1500 por persona.

En consecuencia, este criterio evidenció el grado de diversidad y la capacidad de oferta de servicios y productos turísticos para este tipo de prestadores relacionados y vinculados en las 5 rutas turísticas diseñadas, por lo tanto, este atributo se calificó en una escala de 1 a 5, favoreciendo a aquellas agencias operadores de viajes de turismo que ofertaban el mayor número de planes turísticos, y a medida que la cantidad ofertada se alejó de la media de planes ofertados por el total de agencias encuestadas según la muestra definida, la calificación disminuyó en el rango establecido, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

4. **Visibilidad en la web y/o redes sociales:** En la actualidad la mayor plataforma en términos de alcance y capacidad a nivel mundial para ofertar planes productos y servicios de turismo son las páginas web y las redes sociales; este tipo de canales de promoción y comercialización de destinos, planes, servicios y productos turísticos son fundamentales en el mercado turístico mundial y nacional. Este criterio fue seleccionado para valorar las agencias operadores de viajes turísticos que operaban en los municipios definidos para este proyecto, debido a que según (FONTUR, 2019) alrededor del 60% de los turistas nacionales

e internacionales registrados en Colombia a 2018, buscaron información sobre los destinos turísticos y prestadores de servicios turísticos que operan en dichos destinos, por medio de páginas web y redes sociales. A pesar, de que solo el 14% de planes turísticos comprados por turista extranjeros en el 2018 se realizó vía internet, (FONTUR, 2019) afirmó que si bien el porcentaje no es tan elevado, Colombia tiene un alto potencial en la a la promoción y comercialización de sus destinos y planes turísticos apoyándose en el internet de las cosas, dado que en este país si bien el internet soporta la búsqueda de información, aún no se ha consolidado de manera contundente como un canal de venta de productos y servicios turísticos; no obstante esta entidad reveló que en 2018, el 31% de los turistas internacionales que ingresaron al país conocieron las agencias operadoras de turismo con las cuales contrataron servicios a través de redes sociales y el 25% por medio de páginas web.

Por otra parte, autores como: (Amboage, 2019), (González, 2011), (Sáez, 2012), (Thomaz, Biz, y Gândara, 2013), (Prat Forga, 2013), (Villa y Villa, 2014) y (Huertas, 2015) exaltan la relevancia de este criterio en la selección de operadores de servicios turísticos, en relación a la conveniencia en la promoción y comercialización de servicios y destinos turísticos. Así las cosas, este fue un criterio de valoración, selección y vinculación de agencias operadoras de viajes de turismo a las 5 rutas diseñadas, en donde se evaluó para cada uno de los prestadores de servicios definidos en la muestra tanto la presencia en las redes sociales: Instagram y Facebook, como su página web, en términos de si contaba con ella; la escala empelada fue de 1 a 5, favoreciendo con las mayores calificaciones a aquellas agencias operadoras que tenía presencia en las dos redes sociales en mención y su página web vigente, de manera que a menor presencia en redes sociales e internet menor

calificación obtenida, en donde 1 fue nada favorable, 2 poco favorable, 3 indiferente, 4 favorable y 5 muy favorable.

La ponderación de cada uno de los 4 criterios que integraron la MCE realizada, se llevó a cabo, según el criterio de los investigadores el cual estuvo guiado por la relevancia expuesta por los diferentes autores consultados, la posición propia fundamentada en la investigación llevada a cabo, determinando con la ponderación otorgada el nivel de relevancia de cada uno de ellos para el cumplimiento de los objetivos trazados.

Tabla 112. Asignación de ponderación por criterio de selección y valoración de Agencias Operadoras de Viajes de Turismo.

Nombre del Criterio	N° del Criterio	% Ponderación
Diversidad del portafolio	Criterio 1	30%
Oferta de planes de ciclomontañismo	Criterio 2	35%
Cantidad de planes ofertado	Criterio 3	15%
Visibilidad en la web y redes sociales	Criterio 4	20%

Fuente: Elaboración propia.

La evaluación multicriterio permitió determinar las agencias operadoras de viajes de turismo vinculados a cada una de las 5 rutas especializadas en ciclomontañismo, como se refleja a continuación.

4.2.2.8. Agencias Operadoras De Viajes De Turismo Vinculadas A La Ruta 1.

En el diseño de la ruta número 1, se evaluaron 2 agencias operadoras de viajes de turismo con influencia y operación directa en el municipio de Barichara, seleccionando solo a una de ellas. En este orden de ideas, el puntaje ponderado de la agencia vinculada a la ruta fue igual a 4,55, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifica el municipio en el que opera y el puntaje ponderado que obtuvo.

Tabla 113. Agencias operadoras de viajes de turismo seleccionados y vinculados a la ruta 1.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Regiones Bike	Barichara	Agencias	4,55

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.9. Agencias Operadoras De Viajes De Turismo Vinculadas A La Ruta 2.

En el diseño de la ruta número 2, se evaluó y seleccionó 1 sola agencia operadora de viajes de turismo con influencia y operación directa en el municipio de Zapatoca. En este orden de ideas, el puntaje ponderado de la agencia vinculada a la ruta fue igual a 4,35, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifica el municipio en el que opera y el puntaje ponderado que obtuvo.

Tabla 114. Agencias operadoras de viajes de turismo seleccionados y vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Travesías de mi pueblo	Zapatoca	Agencias	4,35

Fuente: Elaboración propia.

4.2.2.10. **Agencias Operadoras De Viajes De Turismo Vinculadas A La Ruta 3.**

En el diseño de la ruta número 1, se evaluaron 18 agencias operadoras de viajes de turismo con influencia y operación directa en los municipios o de Barichara y San Gil, seleccionando 2 de ellas. En este orden de ideas, el puntaje ponderado de las agencias vinculadas a la ruta fue mayor e igual a 4,50, como se corrobora en la siguiente tabla, en la cual se especifica el municipio en el que operan y el puntaje ponderado que obtuvieron.

Tabla 115. Agencias operadoras de viajes de turismo seleccionados y vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Categoría	Puntaje Ponderado
Aventura Total	San Gil	Agencias	4,40
Regiones Bike	San Gil-Barichara	Agencias	4,70

Fuente: Elaboración propia.

Es relevante mencionar que en los municipios conectados por la ruta 4 y 5, no se registran oficialmente agencias operadoras de viajes de turismo activas, por lo tanto, esta es una oportunidad de mejora para el sistema turístico de cada municipio y de la región en general.

4.3. RESULTADOS OBJETIVO ESPECÍFICO 3.

“Determinar los itinerarios correspondientes a las cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los siete municipios definidos, atendiendo a criterios geográficos y de disponibilidad de atractivos y servicios, integrando representaciones gráficas, georreferenciación y características específicas de las mismas, direccionando la experiencia turística a largo del territorio delimitado”.

El itinerario del eje estructural de una ruta de turismo, dado que orienta al viajero de forma específica acerca del recorrido que realizará, destacando información relevante, precisa y completa que dan cuenta de la lógica del recorrido turístico diseñado. A continuación, se exponen los 5 itinerarios diseñados.

4.3.1. Itinerario Ruta 1.

La Ruta N°1 conecta los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en los municipios de Villanueva, Barichara y Guane, por medio del siguiente itinerario el cual obedece al trazado estratégico diseñado producto de la consecución de los objetivos específicos 1 y 2, el cual se consigna en la siguiente tabla.

Tabla 116. Itinerario de la ruta 1.

Orden	Descripción
1	El recorrido inicia desde el Hotel Finca Buenos Aires, el cual está ubicado a 3 kilómetros entre del desvió El Choro - Villanueva. Este prestador de servicios de alojamiento y hospedaje es un hotel con arquitectura tradicional de la región, destacándose por ser un hotel bike, bird y coffee friendly.
2	La ruta toma la dirección hacia Villanueva hasta llegar al Parque Principal del pueblo donde se encuentra también ubicada la Parroquia San Luis. Este parque se destaca por su ceiba gigante (km 4).
3	Posteriormente la ruta sigue su recorrido por la vía terciara que comunica al municipio de Villanueva con Barichara en un trayecto de aproximadamente 6 kilómetros hasta llegar al Parque Principal de Barichara (km. 9). Posterior al recorrido por dicho parque, se visita el templo de la inmaculada concepción el cual está ubicado en la parte superior izquierda del mismo. Esta catedral hecha de piedra fue construida en el año de 1838 y resalta por su altar mayor, recubierto con láminas de oro, y las diez columnas que soportan los arcos.
4	La ruta continúa con un recorrido dentro del casco urbano de Barichara conduciendo a los turistas a visitar las capillas de Jesús Resucitado, Santa Bárbara y San Antonio. (km 10).
5	Posteriormente, la ruta conecta con los siguientes monumentos construidos en piedra: monumento a los bueyes, a los talladores y a la hormiga culona (km 11).
6	Una vez visitados los monumentos en mención, el recorrido sigue sobre la calle primera de Barichara, la cual conduce al mirador del Salto del Mico (km 12), en el cual se puede apreciar la panorámica del cañón de la olla del río Suarez y desde donde se alcanzan a observar los pueblos de Galán y la Fuente.
7	Continuando por el trazado estratégico, la ruta avanza sobre la calle primera de Barichara, hasta encontrar la entrada al Camino real, Barichara – Guane (km 12), el cual es una histórica senda construida por nativos Guane (pueblo indígena que habitó en el departamento de Santander), empedrada a finales del siglo XIX por el alemán Geo Von Lengerke; declarado Monumento Nacional en el año de 1988, hoy Bien de Interés Cultural (BIC) en la categoría de obras de ingeniería. Este es un camino de aproximadamente 5.6 kilómetros rodeado de un paisaje de bosque tropical seco en donde el contacto con la naturaleza, la historia y la cultura ofrecen una experiencia turística fascinante.

8	Una vez recorrido el camino real, los viajeros continúan la ruta por la vía que conduce a Guane hasta llegar a su parque principal ubicado al frente la Iglesia parroquial Santa Lucia y el Museo Paleontológico y arqueológico de Guane (km 20), en donde se observan fósiles de millones de años, artesanías y cerámicas de la comunidad indígena que habitó en la zona.
9	Después de haber recorrido 21 Kilómetros y visitado 17 atractivos y recursos turísticos la ruta culmina en el parque principal del corregimiento Guane.

Fuente: Elaboración propia.

Imagen 15. Recorrido por taller de piedra de Barichara.



Fuente: Santander Cycling (2019).

4.3.2. Itinerario Ruta 2.

La Ruta N°2 conecta los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en los municipios de Zapatoca y Guane, por medio del siguiente itinerario el cual obedece al trazado estratégico diseñado producto de la consecución de los objetivos específicos 1 y 2, el cual se consigna en la siguiente tabla.

Tabla 117. Itinerario de la ruta 2.

Orden	Descripción
1	La ruta inicia desde el parque principal de Zapatoca donde está ubicado la iglesia San Joaquín (Km. 0)
2	El recorrido sigue por la carrera 9 (Calle Real) para visitar el Parque Cementerio donde reposan los restos fúnebres del alemán Geo Von Lengerke (Km. 1)
3	La ruta continua por la carrera 11 donde están ubicadas la Casa de Ejercicios y la Casa de la Cultura, allí se puede apreciar el museo temático a Don Quijote, y a pocos metros la Capilla Santa Bárbara (Km. 3).
4	Posteriormente, la ruta continua por la vía Barichara – Galán – Zapatoca donde se encuentra muy cerca la Cueva del Nitro (a 2 km.) y el mirador de Guane (a 2.5 km.)
5	La ruta continua estratégicamente por el camino real de Lengerke Guane – Zapatoca en un trayecto de más de 12 kilómetros hasta llegar al pueblo La Fuente (Km. 14)
6	El recorrido fluye sobre la carretera en un descenso hasta llegar a Galán (punto de hidratación recomendado) y luego continuar hasta llegar al puente sobre el rio Suarez (km 18)
7	Siguiendo el trazado diseñado estratégicamente, se inicia un ascenso desde el puente hasta la vía principal de Barichara – Guane (Km. 23).
8	Posterior al ascenso, la ruta toma la carretera Barichara – Guane, hasta llegar al Parque principal de Guane, donde están ubicada la Iglesia Parroquial de Santa Lucía (Km. 26)
9	Después de haber recorrido 26 Kilómetros y visitado 11 atractivos y recursos turísticos la ruta culmina en el parque principal de Guane.

Fuente: Elaboración propia.

Imagen 16. Panorámica del puente Gómez Ortiz sobre el Rio Sogamoso



Fuente: Santander Cycling, 2019.

4.3.3. Itinerario Ruta 3.

La Ruta N°3 conecta los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en los municipios de San Gil y Barichara, por medio del siguiente itinerario el cual obedece al trazado estratégico diseñado producto de la consecución de los objetivos específicos 1 y 2, el cual se consigna en la siguiente tabla.

Tabla 118. Itinerario de la ruta 3.

Orden	Descripción
1	El recorrido inicia desde el parque principal de San Gil, donde se encuentra ubicada la Catedral Parroquia Santa Cruz (Km. 0)
2	La ruta toma el curso por el casco urbano del municipio de San Gil, para conducir a los turistas a visitar el Parque la Libertad y el Museo Guane (km 2)
3	El recorrido continúa por la vía principal para visitar el Parque Gallineral y el Malecón del Río, un lugar natural reconocido por sus árboles y donde se puede apreciar el río Fonce a un costado (Km. 4)
4	La ruta continúa por la vía principal de San Gil a Barichara, en un ascenso de aproximadamente. 9 kilómetros hasta llegar al Choro. Luego inicia un descenso de 8 kilómetros hasta llegar al parque principal de Barichara (Km. 19)
5	Posteriormente, la ruta conecta con los siguientes puntos turísticos dentro de Barichara: Puente Grande, Casa de la cultura Emilio Padilla, parque de las artes Jorge Delgado y la casa museo Aquileo Parra (km 20).
6	Una vez visitados los atractivos en mención, el recorrido sigue sobre la carrera quinta de Barichara, la cual conduce al parque cementerio y al parque Cristo Resucitado (km 21)
7	Continuando con el recorrido, se sigue por la calle primera para visitar el mirador conocido como el Salto del Mico, en el cual se puede apreciar la panorámica del cañón de la olla del río Suarez y desde donde se alcanzan a observar los pueblos de Galán y la Fuente (Km 22)
8	Después de haber recorrido 22 Kilómetros y visitado 16 atractivos y recursos turísticos la ruta culmina en el Bioparque Moncora, donde el visitante podrá hacer un recorrido por los senderos guiados y poder ver más de 22 esculturas realizados por artistas del país y del exterior.

Fuente: Elaboración propia

Imagen 17. Panorámica de la Catedral principal de Barichara.



Fuente: Santander Cycling, 2019.

4.3.4. Itinerario Ruta 4.

La Ruta N°4 conecta los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en el municipio de Los Santos, por medio del siguiente itinerario el cual obedece al trazado estratégico diseñado producto de la consecución de los objetivos específicos 1 y 2, el cual se consigna en la siguiente tabla.

Tabla 119. Itinerario de la ruta 4.

Orden	Descripción
1	La ruta inicia desde el mercado campesino, un punto estratégicamente ubicado para iniciar y finalizar el recorrido, ya que permite tener una actividad complementaria después de haber culminado la ruta y conocer este atractivo (Km. 0).
2	La ruta inicia recorriendo la vía al teleférico en un segmento pavimentado de aproximadamente 8 kilómetros hasta llegar a la estación la plazuela del Parque Nacional del Chicamocha. (km 11).
3	Se recomienda entrar al parque y dar un recorrido a pie sobre la estación, cruzar el cañón del Chicamocha en teleférico hasta la estación principal.
4	Después de que los turistas hayan realizado la actividad anterior, se continúa el recorrido regresando por la misma vía hasta el mirador malecón del Cañón para hacer una breve parada y observar la vista del cañón (Km. 13).
5	La ruta continúa por un camino destapado pasando alrededor del lago del club Casa de Campo e ingresando a través de plantaciones de café a la Hacienda El Roble (Km. 17). Aquí se recomienda ingresar a la hacienda, conocer sus instalaciones y degustar de una taza de café de uno de los mejores cafés del mundo.
6	EL recorrido continúa por la vía hacia el Salto del Duende, en un tramo de aproximadamente 5 kilómetros de carretera sin pavimentar pasando por fincas ganaderas, avícolas y praderas verdes.
7	La ruta llega al atractivo natural del mirador del Salto del Duende, una caída de agua de aproximadamente 150 metros. Allí se recomienda hacer una parada de 10 minutos para descansar y tomar hidratación (Km. 24)
8	Después de esa parada, el recorrido se direcciona hasta llegar a la vía principal para retornar hacia el mercado campesino en un tramo de aproximadamente 5 kilómetros mas
9	Finalmente, después de 32 kilómetros se regresa al mercado campesino para terminar la ruta en el centro del mercado y degustar alguna comida típica de la región

Fuente: Elaboración propia

Imagen 18. Ciclista saliendo del mercado campesino, Mesa de Los Santos.



Fuente: Santander Cycling, 2019.

4.3.5. Itinerario Ruta 5.

La Ruta N°5 conecta los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva por medio del siguiente itinerario el cual obedece al trazado estratégico diseñado producto de la consecución de los objetivos específicos 1 y 2, el cual se consigna en la siguiente tabla.

Tabla 120. Itinerario de la ruta 5.

Orden	Descripción
1	El recorrido inicia desde el parque principal de Los Santos, donde se encuentra ubicada en la parte superior la iglesia principal del pueblo (Km. 0).
2	La ruta contempla un recorrido por el casco urbano del municipio de Los Santos, para que los visitantes puedan observar la arquitectura colonial que aún se conserva en sus fachadas (Km. 1)
3	Posteriormente la ruta pasa alrededor de los pictogramas de la comunidad Guane, los cuales son pinturas que fueron encontradas en algunas piedras, cuevas, grutas y hendiduras de grandes rocas en lo alto del majestuoso Cañón del Chicamocha que representan creencias y tradiciones de la comunidad Guane que habito en esta región (Km 3).
4	El recorrido continúa por la vía Camino real Los Santos – Guane. Un camino de herradura hecho en piedra de una distancia aproximada de 5.5 kilómetros hasta llegar al Puente colgante que conecta con Jordán. Este fue uno de los primeros puentes colgantes y el primer peaje comercial del país (Km 10).
5	El trazado conlleva a realizar un breve descanso en el parque principal de Jordán para tomar hidratación y visitar la iglesia principal que está al frente del parque.
6	Después del descanso, la ruta toma la dirección por la vía Jordán – Villanueva, pasando por el hostel Tamarindo y Shangrila, donde se encuentran piscinas naturales para que los visitantes puedan tomar un baño y refrescarse (Km 12).
7	La ruta continua sobre la vía sin pavimentar, en un ascenso de aproximadamente 8 kilómetros hasta llegar al municipio de Villanueva. Durante este segmento, se hacen se pueden observar algunos miradores que permiten contemplar el hermoso paisaje del cañón del rio Chicamocha.
8	La ruta hace un recorrido por el casco urbano de Villanueva, visitando el parque principal y la parroquia San Luis de Gonzaga (Km 20).
9	Finalmente, la ruta termina después de aproximadamente 21 kilómetros en el parque principal de Villanueva.

Fuente: Elaboración propia.

Imagen 19. Ciclista paseando sobre plantaciones de café, Mesa de Los Santos.



Fuente: Santander Cycling, 2019.

4.4. RESULTADOS OBJETIVO GENERAL

“Diseñar cinco rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para los municipios de Zapatoca, Los Santos, Barichara, Guane, San Gil, Villa Nueva y Jordán (Santander – Colombia), articulando los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el territorio, contribuyendo al desarrollo de la región y al posicionamiento del cañón del Chicamocha como destino turístico de interés nacional e internacional.”.

Diseñar rutas turísticas como contribución al desarrollo regional permitió la caracterización e integración del sistema turístico del Cañón del Chicamocha y de cada uno de los 7 municipios definidos en esta investigación. Si bien, una ruta de se caracteriza por ser un trazado estratégico guiado por un trayecto geográfico diseñado, un ruta turística es más que la unión de dos o más puntos en un mapa, es de hecho, la sumatoria del análisis del sistema turístico de una región, comprende la valoración y vinculación tanto de atractivos como de recursos y prestadores de servicios turísticos, trascendiendo la geografía e interconectando culturas, riquezas naturales, sociales, históricas, humanas y riquezas patrimoniales compartidas, una ruta turística cuenta con identidad y forma parte de la identidad de una región. A continuación, se consolidan las 5 rutas diseñadas.

4.4.1. Ruta 1. Travesía Por El Tesoro De La Piedra.

La ruta **Travesía por el tesoro de la piedra** resalta el valor histórico, patrimonial y cultural presente en los 3 municipios por donde pasa el recorrido en bicicleta: Villanueva, Barichara y Guane, los cuales, hacen parte de la zona 1 según la zonificación definida en el proyecto. Durante el recorrido de esta ruta se destacan los talleres de piedra de Barichara, así como los monumentos construidos en homenaje a los talladores de este material; a los bueyes como símbolos de trabajo en la agricultura y el progreso de la región; y a la hormiga culona, símbolo soberano del departamento de Santander.

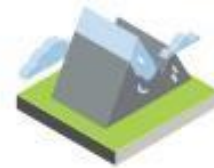
La ruta **Travesía por el tesoro de la piedra** evidencia el gran valor cultural e histórico de las tradiciones que de generación a generación han mantenido la población local en el trabajo de la piedra de Barichara. La visita a los talleres de este material es uno de los momentos más destacados durante esta ruta. El paso por los parques principales de los municipios permite apreciar la vivencia de la población local; visitar las parroquias, iglesias y capillas que poseen un gran valor histórico dará al visitante una comprensión de la tradición religiosa de la población local. Finalmente, la visita al museo de Guane dará a esta ruta un alto valor al visitante de la historia paleontológica y arqueológica de la zona donde se encuentra ubicado, logrando observar allí, fósiles de especies que tienen millones de años; así como cerámicas, collares y objetos de los indígenas Guane.

La ruta **Travesía por el tesoro de la piedra** permite conocer y admirar 17 atractivos y recursos turísticos, de los cuales 11 son atractivos turísticos (65%) y 6 son recursos turísticos (35%). De los atractivos que son contemplados a lo largo del recorrido, 10 son de carácter cultural, es decir, el 91%; mientras que solo 1 es catalogado como atractivo natural (9%). De los 6 recursos turísticos que son visitados al recorrer la ruta, 5 son recursos culturales (83%) y tan solo 1 es un recurso natural (17%). De manera que esta ruta, resalta la riqueza de la cultura santandereana y permite recorrer parajes naturales inolvidables, que transportan al viajero a través de las ruedas de su bicicleta por los más bellos paisajes del Cañón del Chicamocha, en una experiencia vívida de calor humano, de cultura naturaleza, aventura y deporte. En la siguiente ilustración se expone el mapa geográfico y el perfil detallado de la ruta.

Ilustración 84. Mapa geográfico y perfil de la ruta 1.

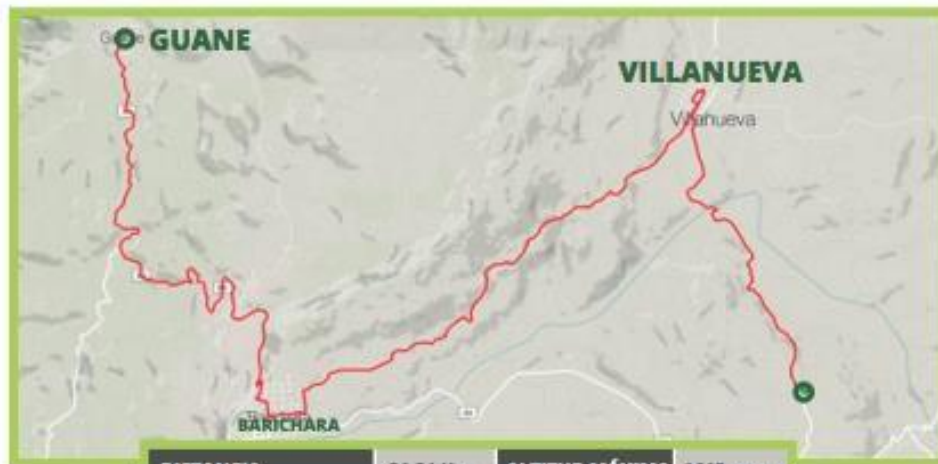
RUTA 01

TRAVESIA POR EL TESORO DE LA PIEDRA



VILLANUEVA - BARICHARA - GUANE

La ruta "TRAVESIA POR EL TESORO DE LA PIEDRA" conecta los municipios de Villanueva, Barichara y Guane, permitiendo hacer un recorrido que exalta los famosos talleres de piedra, monumentos, esculturas y arquitectura colonial aun conservada en estos municipios.



DISTANCIA	21.31 Km	ALTITUD MÁXIMA	1615 msnm
TIEMPO APROX.	75 min.	ALTITUD MÍNIMA	1097 msnm
NIVEL DE DIFICULTAD	Básico	ALTITUD GANADA	301 mts
TEMPERATURA	26° Grados	MODALIDAD	MTB



Fuente. Elaboración propia.

El nivel de dificultad o exigencia física de esta ruta es de carácter básico, permitiendo a los visitantes y practicantes de ciclomontañismo tener una agradable experiencia mientras recorren los 21.3 kilómetros que la integran, los cuales pueden ser recorridos en un tiempo aproximado de 75 minutos sin detenerse, no obstante, el propósito es recorrer el trazado diseñado sin límite de

tiempo, dado que es una experiencia turística inolvidable practicar ciclomontañismo por cada kilómetro recorrido en donde se aprecian recursos y atractivos turísticos que reafirman la riqueza territorial, arquitectónica, cultural, natural y social de los municipios interconectados.

El perfil de altitud de la ruta muestra en su mayoría segmentos planos, con descensos leves en algunos momentos y un descenso de 6 kilómetros por el camino real en la mitad del recorrido, finalizando con unos repechos hasta llegar al parque principal de Guane. Alcanzando una altitud mínima de 1.097 msnm y una altitud máxima de 1.615 msnm. El desnivel de altura acumulado de la ruta es de tan solo 305 metros, permitiendo experimentar una temperatura promedio de 26 grados centígrados. El itinerario específico de la ruta se evidenció en los resultados del objetivo específico 3, no obstante, en la siguiente ilustración se ilustra de forma sintética el recorrido de la ruta entorno a los atractivos y recursos turísticos seleccionados y vinculados a la misma con los respectivos municipios en donde se encuentran ubicados.

Ilustración 85. Itinerario ruta turística 1.

RUTA 01
TRAVESIA POR EL TESORO DE LA PIEDRA

VILLANUEVA - BARICHARA - GUANE

La ruta Travesía por el tesoro de la piedra resalta el valor histórico, patrimonial y cultural presente en los 3 municipios por donde pasa el recorrido en bicicleta: Villanueva, Barichara y Guane, los cuales, hacen parte de la zona 1 según la zonificación definida en el proyecto. Durante el recorrido de esta ruta se destacan los talleres de piedra de Barichara, así como los monumentos construidos en homenaje a los talladores de este material; a los bueyes como símbolos de trabajo en la agricultura y el progreso de la región; y a la hormiga culona, símbolo soberano del departamento de Santander.

La ruta Travesía por el tesoro de la piedra, evidencia el gran valor cultural e histórico de las tradiciones que de generación a generación han mantenido la población local en el trabajo de la piedra de Barichara. La visita a los talleres de este material es uno de los momentos más destacados durante esta ruta. El paso por los parques principales de los municipios, permite apreciar la vivencia de la población local; visitar las parroquias, iglesias y capillas que poseen un gran valor histórico darán al visitante una comprensión de la tradición religiosa de la población local. Finalmente, la visita al museo de Guane, dará a esta ruta un alto valor al visitante de la historia paleontológica y arqueológica de la zona donde se encuentra ubicado, logrando observar allí, fósiles de especies que tienen millones de años; así como cerámicas, collares y objetos de los indígenas Guane.

- 1 Parroquia San Luis
VILLANUEVA / Recurso cultural
- 2 Parque Principal
VILLANUEVA / Recurso cultural 
- 3 Parque Principal
BARICHARA / Recurso cultural
- 4 Templo de la Inmaculada concepción
BARICHARA / Atractivo cultural 
- 5 Capillas de Jesús Resucitado
BARICHARA / Atractivo cultural
- 6 Capilla de Santa Bárbara
BARICHARA / Atractivo cultural
- 7 Capilla de San Antonio
BARICHARA / Atractivo cultural
- 8 Monumento a los Bueys
BARICHARA / Atractivo cultural 
- 9 Monumentos a los Talladores
BARICHARA / Atractivo cultural
- 10 Monumento Hormigas Culonas
BARICHARA / Atractivo cultural
- 11 Salto del Mico
BARICHARA / Atractivo cultural
- 12 Camino real Barichara-Guane
BARICHARA / Atractivo cultural
- 13 Camino real Guane
GUANE / Atractivo cultural
- 14 Parque Principal de Guane
GUANE / Atractivo cultural 
- 15 Iglesia Parroquial Santa Lucía
GUANE / Atractivo cultural
- 16 Museo Paleontológico y arqueológico
GUANE / Atractivo cultural

Fuente: Elaboración propia.

La ruta **Travesía por el tesoro de la piedra** vinculó la oferta de servicios turísticos proporcionada por 3 tipos de prestadores (alojamiento y hospedaje, alimentación y agencias operadoras de viajes de turismo), los cuales se seleccionaron a partir del análisis multi criterio expuesto en los resultados del objetivo específico 2 de la presente investigación. Los prestadores

de servicios turísticos seleccionados y vinculados a la ruta como oferta sugerida de servicios turísticos se exponen en las siguientes tablas.

Tabla 121. Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 1.

Nombre	Municipio	Descripción
Hotel Finca Buenos Aires	Villanueva	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el km 0.
Hotel La Loma	Barichara	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el km 12.
Hotel Casa Oniri	Barichara	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el km 14
Hotel Serranía del Viento	Barichara	Ubicado a 4 km del parque principal de Barichara
Hotel Casa Custodio	Villanueva	Ubicado sobre el trazado de la ruta, a 0.7 km. del parque principal de Villanueva

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 122. Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta .

Nombre	Municipio	Descripción
Restaurante Villa Chala	Villanueva	Ubicado sobre el trazado de la ruta (km 5.3)
Restaurante Filomena	Barichara	Ubicado dentro del casco urbano de Barichara, a 0.6 km. del parque principal de Barichara y la catedral de la Inmaculada Concepción
Restaurante Don Juan	Barichara	Ubicado a 0.3 km del parque principal de Barichara
Restaurante Doña Soraya	Barichara	Ubicado sobre el trazado de la ruta Km 19

Fuente: Elaboración propia

Tabla 123. Agencias operadoras de turismo vinculados a la ruta 1.

Nombre	Municipio	Descripción
Regiones bike	San Gil y Barichara	Ubicada en San Gil y Barichara, cuenta con oferta de actividades y alquiler de bicicletas de ciclomontañismo para esta zona, entre otros planes y servicios turísticos.

Fuente: Elaboración propia

Recorrer la ruta **Travesía por el tesoro de la piedra** es un privilegio que otorga a los turista la oportunidad de viajar a través de Villanueva, Barichara y Guane, impregnándose de una cultura enriquecida por el trabajo arduo, por las enseñanzas del pueblo indígena milenario de los Guane, recorriendo caminos legendarios y visitando destinos mágicos, en donde la historia, la talla de piedra, la belleza natural y riqueza cultural encantan a través de una ruta de turismo especializada en ciclomontañismo que conecta competitivamente los tres municipios en mención, exaltando su riqueza turística y orientando la aventura por un hilo conductor que trasciende el espacio físico y geográfico y llega hasta las fibras de la humanidad vivenciando un experiencia de turismo de aventura inolvidable, por uno de los pueblos patrimonio de Colombia y a través del cálido e inigualable Cañón del Chicamocha.

4.4.2. Ruta 2. Siguiendo Los Pasos De Lengerke.

La **ruta Siguiendo los pasos de Lengerke**, resalta el valor histórico y cultural de las expediciones realizadas por el ingeniero, aventurero y colonizador alemán Geo Von Lengerke, quien habitó en esta región durante los años de 1880. A mediados del siglo XIX, Lengerke ordenó la construcción de varios kilómetros de caminos de herradura entre varios municipios de Santander, Cundinamarca y Boyacá; que sirvieron como primeras vías de conexión para el transporte de mercancía a través de caballos o mulas, e hizo que se dinamizara la actividad comercial, financiera e industrial entre los municipios por donde el ingeniero trazó los caminos de piedra. El epicentro para el desarrollo económico de esta época fue el municipio de Zapatoca, donde allí permanecen sus restos fúnebres en el cementerio principal como homenaje a este personaje ilustre. Esta ruta conecta a los municipios de Zapatoca y Guane, ubicados en las zonas 3 y zona 2 respectivamente.

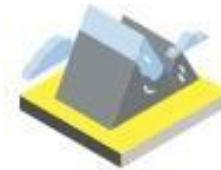
El valor cultural de la ruta **Siguiendo los pasos de Lengerke**, es destacable al igual que la belleza de los destinos naturales vinculados a ella, siendo la Cueva del Nitro uno de los atractivos más relevantes gracias a su belleza y capacidad para atraer flujos de turistas. El paso por el casco urbano de Zapatoca permite visitar el parque principal donde está ubicada la iglesia San Joaquín y los museos de la Casa de don Quijote y la casa cultural. El paso por el parque cementerio permitirá visitar el lugar especial donde reposan los restos fúnebres del alemán Geo Von Lengerke, persona ilustre de este municipio. A la salida del cementerio, se continúa por la carretera destapada para apreciar la vista desde el mirador, donde se observará la inmensidad del cañón que rodea esta región.

La ruta **Siguiendo los pasos de Lengerke** hará su recorrido por pueblos intermedios, como Galán y La Fuente, donde se encuentran puntos de hidratación e interés turístico para los visitantes. Finalmente, el recorrido llegará a Guane, un pueblo lleno de historia y cultura donde el turista podrá degustar de la bebida típica de la región: la chicha. La chicha es una bebida artesanal derivada de la fermentación no destilada del maíz y otros cereales presentes en la región. Esta ruta permite conocer y apreciar 11 atractivos y recursos turísticos. De los cuales 6 son atractivos turísticos (55%) y 5 son recursos turísticos (45%). De los 6 los atractivos presentes en el territorio, 5 son de carácter cultural, es decir, el 83%; mientras que solo 1 es atractivo natural (17%). De los 5 recursos turísticos vinculados a la ruta, 4 son recursos culturales (80%) y tan solo 1 es un recurso natural (20%). En la siguiente ilustración se expone el mapa geográfico y el perfil detallado de la ruta.

Ilustración 86. Mapa geográfico y perfil de la ruta 2.

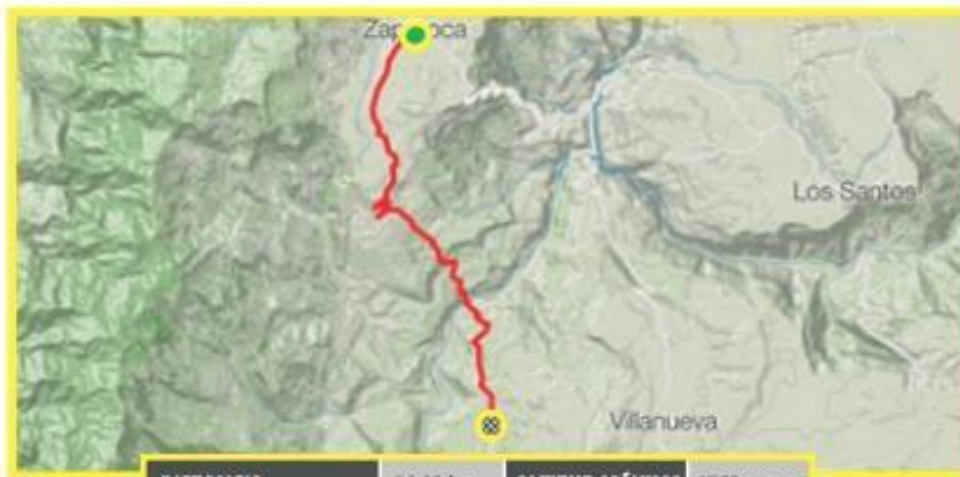
RUTA 02

"SIGUIENDO LOS PASOS DE LENGERKE"



ZAPATOCA - GUANE

La ruta "SIGUIENDO LOS PASOS DE LENGERKE" conecta los municipios de Zapatoca y Guane en un recorrido que repasa los caminos por donde el alemán Geo Von Lengerke realizo sus primeras rutas de comercio en la región hasta llegar al municipio donde se desarrolló una de las comunidades más históricas del departamento, el corregimiento de Guane.



DISTANCIA	26.08 km	ALTITUD MÁXIMA	1768 msnm
TIEMPO APROX.	75 min.	ALTITUD MÍNIMA	388 msnm
NIVEL DE DIFICULTAD	Avanzado	ALTITUD GANADA	749 mts
TEMPERATURA	28° Grados	MODALIDAD	MTB



Fuente: Elaboración propia.

El nivel de dificultad o exigencia física de esta ruta es de carácter avanzado, lo cual imprime un reto de gran envergadura por las condiciones del terreno, especialmente por la altitud acumulada que se presenta durante el recorrido (desnivel acumulado de 709 metros), una altitud mínima de 388 msnm y una altitud máxima de 1.768 msnm. En este orden de ideas, esta ruta exige un nivel de desempeño físico elevado, permitiendo a los amantes del ciclomontañismo liberar adrenalina vivenciando una experiencia en donde podrán disfrutar de una temperatura promedio de 28 grados centígrados, a lo largo de un recorrido de 26.08 kilómetros con un tiempo en movimiento aproximado es de 75 minutos. El itinerario específico de la ruta se evidenció en los resultados del objetivo específico 3, no obstante, en la siguiente ilustración se ilustra de forma sintética el recorrido de la ruta entorno a los atractivos y recursos turísticos seleccionados y vinculados a la misma con los respectivos municipios en donde se encuentran ubicados.

Ilustración 87. Itinerario ruta turística 2.

RUTA 02
"SIGUIENDO LOS PASOS DE LENGERKE"

GUANE

ZAPATOCA - GUANE

La ruta Siguiendo los pasos de Lengerke, resalta el valor histórico y cultural de las expediciones realizadas por el ingeniero, aventurero y colonizador alemán Geo Von Lengerke, quien habitó en esta región durante los años de 1880. A mediados del siglo XIX, Lengerke ordenó la construcción de varios kilómetros de caminos de herradura entre varios municipios de Santander, Cundinamarca y Boyacá; que sirvieron como primeras vías de conexión para el transporte de mercancía a través de caballos o mulas, e hizo que se dinamizara la actividad comercial, financiera e industrial entre los municipios por donde el ingeniero trazó los caminos de piedra. El epicentro para el desarrollo económico de esta época, fue el municipio de Zapatoca, donde allí permanecen sus restos fúnebres en el cementerio principal como homenaje a este personaje ilustre. Esta ruta conecta a los municipios de Zapatoca y Guane, ubicados en las zonas 3 y zona 2 respectivamente.

<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 1 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Parque principal ZAPATOCA / Recurso cultural</p> </div> </div>	<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">SERVICIOS DE ALOJAMIENTO VINCULADOS</div> <p style="margin: 0;">HOTEL CASA DEL VIENTO / ZAPATOCA</p> <p style="margin: 0;">HOTEL MUSEO CASA DE EJERCICIOS / ZAPATOCA</p> <p style="margin: 0;">HOTEL CLEMENTINE / ZAPATOCA / HOTEL</p> <p style="margin: 0;">HOTEL CASA CUSTODIO / GUANE / HOTEL</p>
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 2 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Iglesia San Joaquín ZAPATOCA / Atractivo cultural</p> </div> </div>	<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">RESTAURANTES VINCULADOS</div> <p style="margin: 0;">REST. CIRCO BURGUER AND STEAK / ZAPATOCA</p> <p style="margin: 0;">REST. AMBROZZIA CAFÉ-ARTE / ZAPATOCA</p> <p style="margin: 0;">REST. ABADIAS DE ZAPATOCA / ZAPATOCA</p> <p style="margin: 0;">REST. RESTAURANTE GUAYUNI / GUANE</p>
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 3 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Parque cementerio ZAPATOCA / Recurso cultural</p> </div> </div>	<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO VINCULADAS</div> <p style="margin: 0;">AGENCIA TRAVESÍAS DE MI PUEBLO / ZAPATOCA</p>
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 4 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Casa de ejercicios ZAPATOCA / Atractivo cultural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 5 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Casa de la cultura ZAPATOCA / Atractivo cultural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 6 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Capilla Santa Bárbara ZAPATOCA / Recurso cultural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 7 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Cueva del Nitro ZAPATOCA / Atractivo cultural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 8 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Mirador Guane GUANE / Atractivo natural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 9 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Camino real Guane GUANE / Atractivo natural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 10 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Parque principal GUANE / Atractivo natural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 11 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Iglesia Parroquial de Santa Lucía ZAPATOCA / Atractivo natural</p> </div> </div>	
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px; border-radius: 10px; margin-bottom: 5px; display: flex; align-items: center;"> 12 <div style="flex-grow: 1;"> <p style="margin: 0;">Parque principal de Guane ZAPATOCA / Atractivo cultural</p> </div> </div>	

Fuente: Elaboración propia.

La ruta turística **Siguiendo los pasos de Lengerke** vinculó la oferta de servicios turísticos de 3 tipos de prestadores (alojamiento y hospedaje, alimentación y agencias operadoras de viajes de turismo), los cuales se seleccionaron a partir del análisis multi criterio expuesto en los resultados del objetivo 2 de la presente investigación. Los prestadores de servicios turísticos seleccionados y vinculados a la ruta como oferta sugerida de servicio turístico se exponen en las siguientes tablas

Tabla 124. Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Descripción
Hotel Casa del Viento	Zapatoca	Ubicado a 4 km del inicio del recorrido
Hotel Casa de ejercicios	Zapatoca	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el Km 4.5
Hostal Clementine	Zapatoca	Ubicado a 0.7 km del parque principal de Zapatoca
Hotel Casa Custodio	Guane	Ubicado a 0.5 km del parque principal de Guane

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 125. Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Descripción
Circo burger Y Steak	Zapatoca	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el km 2
Ambrozzia Restaurante	Zapatoca	Ubicado a 0.3 km del parque principal de Zapatoca
Abadías de Zapatoca	Zapatoca	Ubicado sobre el trazado de la ruta km 3.5
Restaurante Guayuni	Guane	Ubicado a 0.4 km del parque principal de Guane

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 126. Agencias operadoras de turismo vinculados a la ruta 2.

Nombre	Municipio	Descripción
Travesías de mi pueblo	Zapatoca	Ubicada en el parque principal, tiene actividades y alquiler de bicicletas de ciclomontañismo

Fuente: Elaboración propia.

. La ruta **Siguiendo los pasos de Lengerke**, resalta la riqueza cultural que posee la región elegida, comunicando dos municipios unidos por una y mil historias que se forjaron con los miles de pasos que cada caminante ha dado para recorrer el sendero que enseña la belleza santandereana y la imponencia del Cañón del Chicamocha. Este trazado turístico es un reto deportivo y una experiencia turística enriquecedora, dado que el diseño de esta ruta es una invitación a la integración cultural que Santander ofrecer al mundo y una profundización en sus raíces, en su tierra, en la pujanza de su gente, en el pueblo que repite “Santandereanos un paso adelante, ni un paso atrás”, inspirada a su vez, en el legado de un alemán que bien entendió que “Quién pisa tierra santandereana es santandereano”. El recorrido de esta ruta es una aventura deportiva especial, que orienta el viaje de los turistas por parajes y paisajes fascinantes, que entregan y reflejan la esencia de la región, configurando una imagen que no es fácil de olvidar y que se siente como propia, que se siente como recorrer el camino a casa.

4.4.3. Ruta 3. Travesía Del Fonce.

La **ruta Travesía del Fonce**, resalta la importancia que tiene el río Fonce en el posicionamiento turístico de San Gil, como destino de aventura en el departamento de Santander y capital turística de Colombia. En este río, la oferta de actividades deportivas como rafting o canotaje, al igual que la visita al parque El Gallineral y al Malecón del Río Fonce son algunas de las principales actividades para realizar en este municipio. Esta ruta comunica al municipio de San Gil con el municipio de Barichara.

La ruta **Travesía del Fonce** evidencia el valor cultural y la gran riqueza natural de la región, siendo un homenaje a San Gil y Barichara, como dos de los destinos turísticos de Santander más relevantes y de mayor posicionamiento a nivel nacional, dada su notable capacidad para atraer flujos turísticos nacionales y extranjeros en todas las épocas del año, exaltándola profundidad y diversidad de su oferta turística. Por un lado, San Gil es un municipio en donde el turismo lidera el desarrollo y crecimiento económico, especialmente en la categoría de turismo de aventura. San Gil es líder a nivel nacional; y Barichara, es un claro ejemplo del posicionamiento de un destino turístico que ha sabido aprovechar las virtudes naturales, arquitectónicas, su identidad cultural y el reconocimiento de su valor patrimonial, para ser punto de interés para turistas extranjeros, principalmente.

Conectar estos dos municipios ubicados en la zona 1 definida por este proyecto a través de una ruta turística, logró resaltar la magnitud de la riqueza natural, cultural y social con que cuentan estas dos potencias del turismo en Santander, permitiendo direccionar flujos turísticos alrededor de los atractivo, recursos y prestadores de servicios turísticos más representativos de la zona. Así

las cosas, la ruta Travesía por el Fonce, es arrolladora como las aguas de su cauce; esta es una ruta diseñada con una identidad que exalta la santandereanidad, recorriendo las riveras del río Fonce y las bravas tierras de Santander engalanadas por la historia colonial y la belleza de las calles y arquitectura del municipio de Barichara. La experiencia que ofrece esta ruta dirige a los turistas a las raíces de Santander, dado que permite recorrer sus dos municipios bandera en turismo y con ellos garantizar un viaje inolvidable lleno de aventura y adrenalina empleando las ruedas del equipo de ciclomontañismo, en donde cada pedaleada empuja a los viajeros hacia un destino cada vez más hermoso e inolvidable. San Gil y Barichara ofrecen también un contacto multicultural de gran valor, debido a la confluencia de turistas residentes en Colombia y en diferentes países del mundo, lo cual enriquece los eventos vivenciados.

La **ruta Travesía del Fonce** refleja un alto enfoque cultural, dado que se visitan los museos Guane, Casa de la cultura Emilio Padilla y la casa Aquileo Parra, donde está expuesto al exterior de la casona, una placa de bronce que reza que allí se meció la cuna del expresidente Don Aquileo Parra. La ruta también pasa por lugares de gran interés cultural como el Bioparque Moncora, el cementerio de Barichara, el histórico Puente Grande que es una construcción colonial con un cierto parecido al Puente de Boyacá, en donde aún en sus alrededores se conservan los vestigios de los caminos de herradura construidos por el alemán Geo Von Lengerke en la década de 1870; y luego el parque principal donde está ubicada la catedral de la inmaculada concepción. Otro de los puntos de referencia de la ruta en mención, es la visita al parque de las artes Jorge Delgado en el municipio de Barichara. Este lugar es un museo al aire libre donde se logra tener una vista de las montañas y el cañón del Río Suarez. Este lugar se abrió al público en el año 1988, y allí se puede hacer un

recorrido por un sendero donde se observan veintidós esculturas talladas por artistas de la región y de once países.

La **ruta Travesía del Fonce**, permite conocer y apreciar 16 atractivos y recursos turísticos, de los cuales 9 son atractivos turísticos (56%) y 7 son recursos turísticos (44%). De los 9 atractivos vinculados a la ruta, 7 son de carácter cultural, es decir, el 78%; mientras que 2 son atractivos naturales (22%). De los 7 recursos vinculados, 4 son recursos culturales (57%) y 3 son recursos naturales (43%). En la siguiente ilustración se expone el mapa geográfico y el perfil detallado de la ruta.

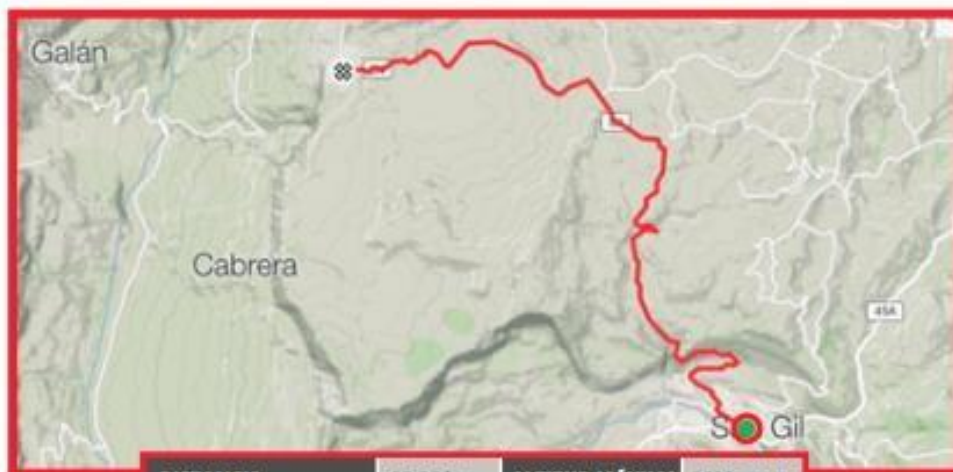
Ilustración 88. Mapa geográfico y perfil de la ruta 3.

RUTA 03
"TRAVESÍA DEL FONCE"



SAN GIL - BARICHARA

Iniciamos este recorrido desde el parque principal de San Gil, capital de la aventura. San Gil es conocido a nivel nacional e internacional por su gran oferta en actividades de aventura, principalmente que se hacen en el Río Fonce, terminando el recorrido pasando por el Puente Grande y el Parque Cristo Resucitado, para volver al parque principal y degustar un café al lado de la catedral.



DISTANCIA	22.36 km	ALTITUD MÁXIMA	1609 msnm
TIEMPO APROX.	65 min.	ALTITUD MÍNIMA	1117 msnm
NIVEL DE DIFICULTAD	Medio	ALTITUD GANADA	588 mts
TEMPERATURA	28° Grados	MODALIDAD	MTB



Fuente: Elaboración propia.

La ruta tiene un nivel de dificultad de carácter medio, dado que el inicio del recorrido es de manera ascendente hasta el kilómetro 13 donde se llega al punto más alto (1609 msnm) para luego iniciar el descenso hasta el municipio de Barichara. La extensión del recorrido es de 22.36 kilómetros, alcanzando un desnivel acumulado de 588 metros y una altitud mínima de 1.117 msnm.

El tiempo aproximado en movimiento es de 65 minutos y una temperatura promedio de 26 grados centígrados. El itinerario específico de la ruta se evidenció en los resultados del objetivo específico 3, no obstante, en la siguiente ilustración se ilustra de forma sintética el recorrido de la ruta entorno a los atractivos y recursos turísticos seleccionados y vinculados a la misma con los respectivos municipios en donde se encuentran ubicados.

Ilustración 89. Itinerario ruta turística 3.

1 Parque principal SAN GIL / Recurso cultural	SERVICIOS DE ALOJAMIENTO VINCULADOS	
2 Catedral principal Parroquia Santa Cruz SAN GIL / Recurso cultural 		HOTEL TERRA BARICHARA / BARICHARA
3 Parque La Libertad SAN GIL / Recurso cultural		CASA BARICHARA BOUTIQUE / BARICHARA
4 Museo Guane SAN GIL / Recurso cultural		HOTEL QUÉDATE AQUÍ BARICHARA / BARICHARA
5 Malecón del río SAN GIL / Atractivo Cultural 	SAM'S VIP HOSTEL / SAN GIL	
6 Parque el Gallineral SAN GIL / Atractivo Cultural 	HOTEL PRANA / SAN GIL	
7 Río Fonce SAN GIL / Atractivo Cultural 	RESTAURANTES VINCULADOS	
8 Parque Principal BARICHARA / Recurso Cultural		RESTAURANTE JOSE A. PARRILLA / BARICHARA
9 Puente Grande SAN GIL / Recurso Cultural 	RESTAURANTE EL COMPA / BARICHARA	
10 Casa de la cultura Emilio Pradilla BARICHARA / Atractivo Cultural	LA PIAZZA CAFÉ / BARICHARA	
11 Parque de las Artes Jorge Delgado SAN GIL / Recurso Cultural 	LA BARRA 1516 / SAN GIL	
12 Casa Museo Aquileo Parra BARICHARA / Atractivo Cultural	EL MANA / SAN GIL	
13 Cementerio de Barichara BARICHARA / Atractivo Cultural	AGENCIAS OPERADORAS DE TURISMO VINCULADAS	
14 Parque Cristo Resucitado BARICHARA / Atractivo Cultural		AVENTURA TOTAL / SAN GIL
15 Salto del Mico BARICHARA / Recurso Cultural 	REGIONES BIKE / SAN GIL	

Fuente: Elaboración propia.

La ruta **Travesía del Fonce** vinculó la oferta de servicios turísticos de 3 tipos de prestadores (alojamiento y hospedaje, alimentación y agencias operadoras de viajes de turismo), los cuales se seleccionaron a partir del análisis multi criterio expuesto en los resultados del objetivo 2 de la presente investigación. Los prestadores de servicios turísticos seleccionados y vinculados a la ruta como oferta sugerida de servicios turísticos se exponen en las siguientes tablas:

Tabla 127. Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Descripción
Sam´s Vip Hostel	San Gil	Ubicado a 0.5 km del parque principal de San Gil
Hotel Prana	San Gil	Ubicado a 4 km del malecón del río
Hotel Terra	Barichara	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el kilómetro 16
Casa Barichara Boutique	Barichara	Ubicado a 0.5 km del parque principal de Barichara
Hotel Quédate aquí	Barichara	Ubicado a 0.3 km del mirador Salto del mico

Fuente: Elaboración propia

Tabla 128. Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Descripción
El Mana	San Gil	Ubicado a 0.3 del parque principal de San Gil
La barra 1516	San Gil	Ubicado a 0.5 km del parque el Gallineral
La Piazza	Barichara	Ubicado a 0.2 km del parque principal de Barichara
Restaurante El Compa	Barichara	Ubicado a 0.4 km del parque principal de Barichara
Restaurante José A. Parrilla	Barichara	Ubicado a 0.6 km del parque principal de Barichara

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 129. Agencias operadoras de turismo vinculados a la ruta 3.

Nombre	Municipio	Descripción
Aventura total	San Gil	Ubicado a 0.1 km del parque el Gallineral

Fuente: Elaboración propia.

Esta ruta exaltó los atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos más representativos de los municipios de San Gil y Barichara; su diseño permite estructurar el viaje de los turistas por dos municipios con innumerables tesoros turísticos por visitar. La experiencia que otorga la ruta **Travesía del Fonce**, permite a los viajeros a entrar en contacto directo con la naturaleza, con sus leyes y pruebas en el marco de una región aventurera llena de cultura colonial y arquitectura fascinante.

4.4.4. Ruta 4. Del Cañón Al Aroma Del Café.

La ruta **Del Cañón al aroma del café** resalta dos de los aspectos más importantes que diferencian y exaltan al departamento de Santander: el Cañón del Chicamocha y el café. Esta ruta se diseñó como un circuito integrador de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos para el municipio de Los Santos. Por un lado, el circuito trazado en la Mesa de Los Santos pasa por un costado del mirador del Río Chicamocha otorgando la posibilidad de contemplar una vista privilegiada del segundo cañón más profundo del mundo. Por otro lado, la ruta direcciona el recorrido por una de las haciendas más reconocidas a nivel nacional e internacional por la calidad de sus tazas de café, siendo este un producto insignia de Colombia en el mundo; el café de este destino ha logrado reconocimientos nacionales e internacionales por sus excelentes atributos y características; se trata de la Hacienda El Roble, en donde se produce el Café Mesa de Los Santos y uno de los mejores cafés del mundo.

Esta ruta **Del Cañón al aroma del café** se destaca por su gran valor paisajístico y cultural y aprovecha las ventajas de ubicación y cercanía con Bucaramanga y la conectividad vía teleférico con el Parque Nacional del Chicamocha-Panachi. La ruta inicia desde el reconocido Mercado Campesino, el cual es un sitio ubicado sobre la vía principal que conecta al municipio de Los Santos con la ciudad de Bucaramanga. El Mercado Campesino situado en la vereda de La Mesa de Los Santos, es un destino turístico con alto flujo de viajeros, en donde los campesinos de la zona venden sus productos agrícolas, y hay una gran oferta de pequeños locales de comida típica para encantar a propios y visitantes. Posteriormente, la ruta orienta su curso hacia la estación de teleférico del Parque Nacional del Chicamocha y luego toma una variante para pasar por el mirador del cañón permitiendo apreciar una de las vistas más impactantes que ofrece Colombia, la

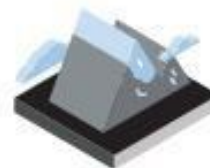
contemplación del imponente y majestuoso Cañón del Chicamocha. Una vez vivido este mágico momento que evoca la inmensidad y majestuosidad de la naturaleza santandereana, la ruta continúa hacia la hacienda cafetera El Roble, atravesando cultivos de café en donde se puede realizar avistamientos de aves exóticas y diversas especies de fauna y flora autóctonas.

La **ruta Del cañón al aroma del café** permite visitar el atractivo natural el Salto del Duende, en donde en épocas de invierno, se observa una caída de agua de más de 150 metros de altura y una panorámica espectacular. Este circuito de ciclomontañismo profundiza en la diversidad y riqueza turística del municipio de Los Santos, impulsando un mayor flujo turístico orientado por un recorrido que exalta los destinos y atractivos más memorables presentes en el territorio y permite disfrutar de los servicios de calidad ofrecidos por los prestadores seleccionados y vinculados a la ruta. La ruta en mención permite conocer y apreciar 6 atractivos y recursos turísticos, donde 4 de ellos son atractivos turísticos (67%) y 2 son recursos turísticos (33%). De los 4 atractivos vinculados, 3 son de carácter cultural, es decir, el 75%; mientras que solo 1 es atractivo natural (25%); mientras que los dos recursos turísticos vinculados son naturales. En la siguiente ilustración se expone el mapa geográfico y el perfil detallado de la ruta.

Ilustración 90. Mapa geográfico y perfil de la ruta 4.

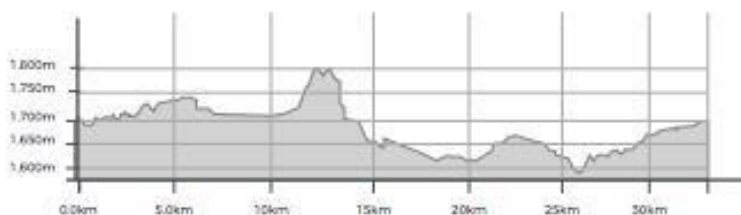
RUTA 04

"DEL CAÑÓN AL AROMA DEL CAFÉ"



CIRCUITO MESA DE LOS SANTOS

Esta ruta se basa en un circuito de ciclomontañismo en la Mesa de Los Santos. Dada las características topográficas, su clima, la presencia de atractivos turísticos de gran interés y la accesibilidad para realizar ciclomontañismo para cualquier nivel, esta es una ruta fantástica para conocer lo mejor de este lugar.



Fuente: Elaboración propia.

La ruta **Del Cañón al aroma del café** tiene un nivel de dificultad física básica, ya que, en la mayoría de trayecto, el cual es de 32.42 kilómetros, los segmentos son llanos o en descenso, con repechos cortos antes de llegar al mirador del cañón; la ruta alcanza una altitud máxima de 1.799 msnm y una altitud mínima de 1.591 msnm, con un desnivel acumulado de 591 metros y una temperatura promedio de 18 grados. El tiempo promedio en movimiento estimado para esta ruta es de 92 minutos. El itinerario específico de la ruta se evidenció en los resultados del objetivo específico 3, no obstante, en la siguiente ilustración se ilustra de forma sintética el recorrido de la ruta entorno a los atractivos y recursos turísticos seleccionados y vinculados a la misma con los respectivos municipios en donde se encuentran ubicados.

Ilustración 91. Itinerario ruta turística 4.

RUTA 04

"DEL CAÑÓN AL AROMA DEL CAFÉ"

CIRCUITO MESA DE LOS SANTOS

La ruta Del Cañón al aroma del café, resalta dos de los aspectos más importantes que diferencian y exaltan al departamento de Santander: el Cañón del Chicamocha y el café. Esta ruta se diseñó como un circuito integrador de atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos para el municipio de Los Santos.



Por un lado, el circuito trazado en la Mesa de Los Santos pasa por un costado del mirador del Rio Chicamocha otorgando la posibilidad de contemplar una vista privilegiada del segundo cañón más profundo del mundo. Por otro lado, la ruta direcciona el recorrido por una de las haciendas más reconocidas a nivel nacional e internacional por la calidad de sus tazas de café, siendo este un producto insignia de Colombia en el mundo; el café de este destino ha logrado reconocimientos nacionales e internacionales por sus excelentes atributos y características; se trata de la Hacienda El Roble, en donde se produce el Café Mesa de Los Santos y uno de los mejores cafés del mundo.

Esta ruta Del Cañón al aroma del café se destaca por su gran valor paisajístico y cultural y aprovecha las ventajas de ubicación y cercanía con Bucaramanga y la conectividad vía teleférico con el Parque Nacional del Chicamocha-Panchí. La ruta inicia desde el reconocido Mercado Campesino, el cual es un sitio ubicado sobre la vía principal que conecta al municipio de Los Santos con la ciudad de Bucaramanga.

El Mercado Campesino situado en la vereda de La Mesa de Los Santos, es un destino turístico con alto flujo de viajeros, en donde los campesinos de la zona venden sus productos agrícolas, y hay una gran oferta de pequeños locales de comida típica para encantar a propios y visitantes. Posteriormente, la ruta orienta su curso hacia la estación de teleférico del Parque Nacional del Chicamocha y luego toma una variante para pasar por el mirador del cañón permitiendo apreciar una de las vistas más impactantes que ofrece Colombia, la contemplación del imponente y majestuoso Cañón del Chicamocha. Una vez vivido este mágico momento que evoca la inmensidad y majestuosidad de la naturaleza santandereana, la ruta continúa hacia la hacienda cafetera El Roble, atravesando cultivos de café en donde se puede realizar avistamientos de aves exóticas y diversas

1 Mercado campesino
SAN GIL / Atractivo Cultural

2 Estación la plazuela
SAN GIL / Recurso cultural

3 Mirador malecón del Cañón
SAN GIL / Atractivo cultural



4 Hacienda el Roble
SAN GIL / Atractivo cultural

5 Iglesia Los Santos
LOS SANTOS / Atractivo cultural



6 Huerta biológica Santa Rita
LOS SANTOS / Atractivo cultural

7 Mirador Salto del Duende
LOS SANTOS / Recurso Natural



Fuente: Elaboración propia.

La ruta turística **Del cañón al aroma del café** vinculó la oferta de servicios turísticos de 3 tipos de prestadores (alojamiento y hospedaje, alimentación y agencias operadoras de viajes de turismo), los cuales se seleccionaron a partir del análisis multi criterio expuesto en los resultados del objetivo 2 de la presente investigación. Los prestadores de servicios turísticos seleccionados y vinculados a la ruta como oferta sugerida de servicios turísticos se exponen en las siguientes tablas

Tabla 130. Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 4.

Nombre	Municipio	Descripción
Club náutico Acuarela	Los Santos	Ubicado a 1 km del mercado campesino
Parador Mesa de Los Santos	Los Santos	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el km. 5
Hotel Hacienda Santa Clara	Los Santos	Ubicado a 4 km. Del mirador malecón del cañón
Hotel Hacienda El Roble	Los Santos	Ubicado sobre el trazado de la ruta en la hacienda cafetera km 18

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 131. Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 4.

Nombre	Municipio	Descripción
Llanera La Victoria	Los Santos	Ubicado cerca al trazado de la ruta. A 2 kilómetros del desvió para ir al mirador del Salto del Duende
Parador Mesa Redonda	Los Santos	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el km 5
Café El Granero	Los Santos	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el Km 18
Bonanza Restaurante	Los Santos	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el Km 20

Fuente: Elaboración propia.

Es relevante recalcar que no se encontraron agencias operadoras de turismo con planes de ciclismo y/o ciclomontañismo en el municipio de Los Santos. En esta ruta tipo circuito de ciclomontañismo, los turistas pueden apreciar dos íconos mundialmente reconocidos de Santander (Cañón del Chicamocha y las plantaciones y haciendas de café). La ruta exalta sin duda los atractivos y recursos turísticos del municipio de los Santos, permitiendo un contacto directo con la naturaleza, la cultura, población y gastronomía local. Un factor relevante de este trazado estratégico es que conduce a los turistas hasta el casco urbano del municipio de Los Santos y no solo hasta la vereda de la Mesa de Los Santos, la cual es la más popular y concurrida por los viajeros; de manera que la ruta, lleva al viajero hasta el corazón del pueblo en donde puede apreciar las costumbres, arquitectura y forma de relacionamiento diario, tanto en el caso urbano como en el sector rural.

4.4.5. Ruta 5. Siguiendo Los Pasos Reales.

La ruta **Siguiendo los pasos reales**, se diseñó con el fin de resaltar el valor turístico que representan los caminos reales construidos entre Los Santos y Jordán, los cuales son unos caminos de herradura construidos en la época real y reforzados por el ingeniero alemán Geo Von Lengerke a finales del siglo XIX. Esta ruta tiene un alto valor cultural, al igual que las anteriores, al incluir dentro del recorrido la visita a atractivos turísticos como el parque principal y la iglesia de Los Santos. Después de realizar el descenso por el camino real hasta llegar al municipio de Jordán, se atraviesa el río Chicamocha, mediante el paso por un puente colgante construido en el año 1864, que es reconocido por el ser primer peaje y uno de los primeros puentes colgantes del país. Este trazado estratégico comunica entonces a los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva, los cuales están ubicados en la zona 2 y zona 1 respectivamente.

La ruta **Siguiendo los pasos reales**, permite conocer y visitar atractivos turísticos presentes en los 3 municipios que conecta (Los Santos, Jordán y Villanueva). La ruta se diseñó de tal manera, que, en los primeros kilómetros del recorrido por el casco urbano del municipio de Los Santos, los visitantes puedan observar su arquitectura y visitar varios sitios de interés, como el parque principal y su iglesia, entre otros. Al llegar a Jordán, un pueblo en la mitad del cañón del Chicamocha, histórico por su importancia para la economía de la región a finales del siglo XIX, sumado a su gran riqueza natural y paisajística, la arquitectura de sus casas coloniales y su centro histórico alrededor, donde se encuentran los atractivos: Shangrila – Paraíso perdido, el refugio de caminantes y las piscinas naturales del hostel Ecologde el Tamarindo. Después de pasar por el pueblo de Jordán, la ruta continúa atravesando un costado del cañón del río Chicamocha en un

largo ascenso pasando por diferentes miradores hasta llegar al municipio de Villanueva, donde se finaliza el recorrido por el casco urbano hasta llegar al parque principal y a su iglesia central.

La ruta **Siguiendo los pasos reales**, vinculó 11 atractivos y recursos turísticos. De los cuales 5 son atractivos turísticos (45%) y 6 son recursos turísticos (55%). De los 5 atractivos vinculados, 4 son de carácter cultural, es decir, el 80%; mientras que solo 1 es atractivo natural (20%). De los 6 recursos vinculados, los 6 recursos son culturales (100%). En la siguiente ilustración se expone el mapa geográfico y el perfil detallado de la ruta.

Ilustración 92. Mapa geográfico y perfil de la ruta 5.

RUTA 05

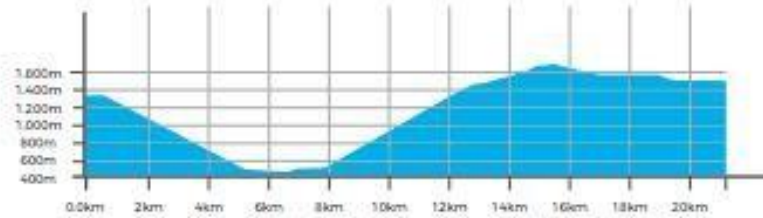
"SIGUIENDO LOS PASOS REALES"

LOS SANTOS - JORDÁN - VILLANUEVA

Iniciamos nuestro recorrido desde el pueblo de Los Santos. Allí haremos un breve paso por los atractivos cercanos al parque principal como la iglesia Los Santos. Luego tomaremos una variante para dirigirnos hacia el pueblo de Jordán a través del camino real. Este camino fue construido por el alemán Geo Von Lengerke, y fue uno de las "autopistas" de la región por las que los comerciantes transportaban sus mercancías a lomo de mula entre el interior del país y Santander, en el siglo XIX.



DISTANCIA	20.7 km	ALTITUD MÁXIMA	1651 msnm
TIEMPO APROX.	65 min.	ALTITUD MÍNIMA	436 msnm
NIVEL DE DIFICULTAD	Avanzado	ALTITUD GANADA	1248 mts
TEMPERATURA	30° Grados	MODALIDAD	MTB



Fuente: Elaboración propia.

La ruta **Siguiendo los pasos reales** tiene un nivel de dificultad avanzado, principalmente por el nivel técnico del descenso por el camino real y el desnivel acumulado es el más alto de todas las rutas diseñadas, alcanzando los 1248 metros de desnivel. La ruta tiene una extensión de 20.7 kilómetros y logra alcanzar una altitud mínima de 436 msnm y una altitud máxima de 1.651 msnm. El tiempo aproximado en movimiento es superior a una hora y la temperatura promedio es de 30 grados centígrados, lo cual requiere de un mayor técnica y resistencia física. Esta ruta permite la apreciación de paisajes naturales de gran belleza, a la par que orienta la experiencia de los turistas recorriendo los pasos reales en un trazado que evoca la historia colonial de la región rodeando el trayecto con la majestuosidad del Cañón del Chicamocha. El itinerario específico de la ruta se evidenció en los resultados del objetivo específico 3, no obstante, en la siguiente ilustración se ilustra de forma sintética el recorrido de la ruta entorno a los atractivos y recursos turísticos seleccionados y vinculados a la misma con los respectivos municipios en donde se encuentran ubicados.

Ilustración 93. Itinerario ruta turística 5.

RUTA 05
"SIGUIENDO LOS PASOS REALES"

LOS SANTOS – JORDÁN – VILLANUEVA

La ruta Siguiendo los pasos reales, se diseñó con el fin de resaltar el valor turístico que representan los caminos reales construidos entre Los Santos y Jordán, los cuales son unos caminos de herradura construidos en la época real y reforzados por el ingeniero alemán Geo Von Lengerke a finales del siglo XIX. Esta ruta tiene un alto valor cultural, al igual que las anteriores, al incluir dentro del recorrido la visita a atractivos turísticos como el parque principal y la iglesia de Los Santos. Después de realizar el descenso por el camino real hasta llegar al municipio de Jordán, se atraviesa el río Chicamocha, mediante el paso por un puente colgante construido en el año 1864, que es reconocido por el ser primer peaje y uno de los primeros puentes colgantes del país. Este trazado estratégico comunica entonces a los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva, los cuales están ubicados en la zona 2 y zona 1 respectivamente.

La ruta Siguiendo los pasos reales, permite conocer y visitar atractivos turísticos presentes en los 3 municipios que conecta (Los Santos, Jordán y Villanueva). La ruta se diseñó de tal manera, que, en los primeros kilómetros del recorrido por el casco urbano del municipio de Los Santos, los visitantes puedan observar su arquitectura y visitar varios sitios de interés

- 1

Parque Los Santos
LOS SANTOS / Recurso cultural
- 2

Iglesia Los Santos
LOS SANTOS / Atractivo cultural
- 3

Pictograma comunidad Guane
LOS SANTOS / Recurso cultural
- 4

Camino real Los Santos - Jordán
LOS SANTOS / Atractivo cultural
- 5

Puente de Jordán
JORDÁN / Atractivo cultural
- 6

Parque Principal de Jordán
JORDÁN / Recurso cultural
- 7

Iglesia de Jordán
JORDÁN / Recurso cultural
- 8

Tamarindo ecolodge
JORDÁN / Atractivo cultural
- 9

Shangrila hostel
JORDÁN / Atractivo cultural
- 10

Parroquia San Luis de Gonzaga
JORDÁN / Recurso cultural
- 11

Parque principal
JORDÁN / Recurso cultural

Fuente: Elaboración propia.

La ruta **Siguiendo los pasos reales** vinculó la oferta de servicios turísticos de 3 tipos de prestadores (alojamiento y hospedaje, alimentación y agencias operadoras de viajes de turismo), los cuales se seleccionaron a partir del análisis multi criterio expuesto en los resultados del objetivo 2 de la presente investigación. Los prestadores de servicios turísticos seleccionados y vinculados a la ruta como oferta sugerida de servicios turísticos se exponen en las siguientes tablas.

Tabla 132. Prestadores de servicios de alojamiento y hospedaje vinculados a la ruta 5.

Nombre	Municipio	Descripción
Hostal Juan Palito	Los Santos	Ubicado a 4 kilómetros del parque principal de Los Santos.
Refugio La Roca	Los Santos	Ubicado a 4 kilómetros del parque principal de Los Santos.
Ecologde El Tamarindo	Jordán	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el kilómetro 12
Hostal Shangrila	Jordán	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el kilómetro 12.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 133. Prestadores de servicios de alimentación/restaurantes vinculados a la ruta 5.

Nombre	Municipio	Descripción
Restaurante la sazón de mi pueblo	Los Santos	Ubicado en el parque principal de Los Santos Km 0
Restaurante La Hormiga	Los Santos	Ubicado en el parque principal de Los Santos km 0
Macuto Casa Santarelli	Los Santos	Ubicado en el parque principal de Los Santos km 0
Tamarindo Ecologde	Jordán	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el Km. 12
Shangrila	Jordán	Ubicado sobre el trazado de la ruta en el Km. 12
Plenilunio	Villanueva	Ubicado en el parque principal de Villanueva

Fuente: Elaboración propia.

Es relevante recalcar que no se encontraron agencias operadoras de turismo con planes de ciclismo y/o ciclomontañismo en los municipios de Los Santos, Jordán y Villanueva.

En el capítulo 4, se consolidaron los resultados alcanzados como consecuencia del logro de los 3 objetivos específicos y el objetivo general planteado. El diseño de rutas de ciclomontañismo especializadas en turismo en la región definida, permitió caracterizar el sistema turístico del territorio, así como la zonificación turística asociada al proceso de planificación de turismo, lo cual por medio de una evaluación multicriterio a partir de atributos y criterios de éxito en el diseño de este tipo de trazados, se tradujo en la valoración, selección y vinculación de

atractivos, recursos y prestadores de servicios de turismo a las 5 rutas diseñadas, las cuales fueron creadas con una identidad, evidenciando que su trazado y articulación contribuye a la integración de los prestadores, atractivos y recursos turísticos regionales, zonales y municipales, en beneficio del departamento, dado que se diseñaron con el objetivo de capitalizar la riqueza turística del Cañón del Chicamocha y con ello contribuir a la generación de desarrollo local.

En el anexo 12 se consolidó en un folleto en formato digital, un mapa satelital con las 5 rutas especializadas en ciclomontañismo, con la caracterización técnica de las rutas y un itinerario detallado de las visitas recomendadas a los atractivos y recursos turísticos naturales y culturales. Además, este folleto brinda al lector información valiosa sobre los municipios a visitar, una descripción de la región del Cañón del Chicamocha y el departamento de Santander.

Finalmente, en el anexo 13 se evidencia la elaboración en impresión láser para simular el perfil de las 5 rutas de ciclomontañismo en 3D para dar un valor de percepción al visitante sobre el nivel de exigencia, desnivel acumulado de altura y trazado real de las rutas diseñadas.

5. CAPITULO

En el presente capítulo se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación, exaltando la relevancia e impacto de desarrollar proyectos enfocados en el turismo como fuente de ingresos, crecimiento y desarrollo regional, así como una oportunidad de posicionar al departamento de Santander como epicentro turístico de Colombia a nivel nacional e internacional. Es destacable mencionar las recomendaciones como oportunidades de mejora valiosas en la presente investigación, para el sector turismo a nivel departamental y para futuras investigaciones y desarrollo de proyectos y productos turísticos aplicados en Santander y en toda Colombia.

5.2 CONCLUSIONES

El sistema turístico (ST) que integra la región del Cañón del Chicamocha se caracteriza por estar situado en un territorio con amplia riqueza cultural, natural e histórica; rodeado de factores que aceleran el desarrollo turístico regional, así como de retos y desafíos que deben ser gestionados en materia de infraestructura, superestructura, comunidad, oferta y demanda turística, para lograr posicionar al turismo como uno de los sectores líderes de la dinámica social, cultural y económica de la región y del departamentos de Santander y al Cañón del Chicamocha como destino turístico mundialmente reconocido.

El ST del Cañón del Chicamocha está integrado por los recursos, atractivos, territorio, comunidad, infraestructura, superestructura, oferta, demanda y prestadores de servicios turísticos presentes en la región delimitada. Esta región cuenta con factores que aceleran el desarrollo e integración del sistema turístico seleccionado y caracterizado, dentro de ellos prima la ubicación geográfica estratégica del Cañón del Chicamocha y los 7 municipios vinculados a la investigación, debido a: la conectividad y acceso entre ellos y a la cercanía con Bucaramanga y Área metropolitana, siendo esta ciudad epicentro del flujo turístico en Santander y ente otros, la presencia territorial de 2 íconos turísticos nacionales: el Parque Nacional del Chicamocha-Panachi y el pueblo de Barichara clasificado dentro de la red de pueblos patrimonio de Colombia.

El ST seleccionada se dividió en 3 zonas (Zona 1: Barichara, Guane, Villanueva y San Gil; zona 2: Los Santos y Jordán y zona 3: Zapatoca). Esta investigación permite afirmar que dichas zonas se caracterizan por un elevado nivel de seguridad urbana y rural, favoreciendo el desarrollo

de proyectos y actividades de turismo, en un entorno que facilita la conectividad y accesibilidad entre municipios por terrenos montañosos, escarpados y con un sinfín de características topográficas y paisajísticas que propician la práctica del ciclomontañismo, de hecho, la variabilidad del terreno imprime diferentes niveles de dificultad a los trayectos que pueden ser recorridos, generando experiencias y retos en los viajeros de aventura.

La región del Cañón del Chicamocha es sin duda un epicentro de turismo para el departamento de Santander. Su posición geográfica le otorga una riqueza natural y paisajística altamente valorada por los turistas nacionales y extranjeros, que, sumado a las características topográficas y territoriales, favorecieron el diseño de rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo, las cuales propiciaron una conectividad competitiva entre los diferentes municipios que integran la región delimitada potenciando el turismo de aventura, como actividad de generación de ingresos y desarrollo regional. De forma complementaria, el sistema turístico regional, cuenta con un elevado potencial para la dinamización, crecimiento, desarrollo y mayor posicionamiento a nivel nacional e internacional de sus atractivos y mercado de turismo; debido al potencial de desarrollo, diversificación, profundización, promoción y posicionamiento tanto de sus atractivos (56), productos y servicios turísticos actuales, como de los 47 activos de turismo que a la fecha se configuran como recursos, dado que no han sido explotados, adaptados ni posicionados como atractivos. En este orden de ideas, el sistema de turismo de la región seleccionada tiene un sinfín de posibilidades para consolidarse como epicentro de turismo de aventura y turismo cultural a nivel departamental y nacional, aumentando su mercado y flujo de turismo de viajeros residentes en Santander, en otros departamentos de Colombia y en el exterior.

El Cañón del Chicamocha cuenta con condiciones topográficas, territoriales y culturales óptimas para la práctica de actividades relacionadas con el turismo ecológico y turismo de aventura, no obstante, la riqueza cultural e histórica con que cuenta la región es el atributo turístico más relevante que guía el viaje de los diferentes tipos de visitantes, siendo esta riqueza colectiva un complemento necesario y significativo en el diseño de rutas turísticas, dado que para la región seleccionada este tipo de estrategia, trasciende la unión geográfica de atractivos y recursos naturales e involucra la oferta cultural de los municipios vinculados al proyecto, generando una clara identidad local a los diferentes recorridos, lo cual favorece la integración de la comunidad, de las instituciones públicas y privadas y de los prestadores de servicios turísticos en pro de impulsar el desarrollo del turismo y con ello aprovechar de forma responsable y sostenible la riqueza cultural y turística común a los residentes de la región, generando valor y desarrollo compartido.

Es innegable que el Cañón del Chicamocha y la región que lo integra es mundialmente reconocido por la belleza natural que posee, dada su diversidad de fauna, flora, paisajes, ecosistemas y tipografía, lo que se configura como un atributo esencial para constituir rutas de turismo especializadas en ciclomontañismo, un deporte que garantiza una experiencia de contacto directo con la naturaleza y con la comunidad local y sus costumbre y cultura; así las cosas, el sistema de turismo que caracteriza la región delimitada cuenta con 56 atractivos, de los cuales el 75% (42) corresponden a atractivos culturales, mientras que el 25% son naturales, así mismo, de los 47 recursos turísticos presentes en el territorio, el 57% (27) son culturales mientras que el 43% (20) son naturales. En congruencia con lo anterior, la mayoría de los activos turísticos con que cuenta el sistema de turismo posicionan a los municipios definidos y las zonas y región que

integran como destinos turísticos culturales de la nación, con una amplia diversidad y riqueza de atractivos y recursos naturales inherentes a una maravilla natural con valor turístico inigualable (El Cañón del Chicamocha).

Las estrategias de desarrollo regional enfocadas al turismo son visibles en cada uno de los siete municipios que integran el territorio seleccionado, no obstante, para lograr consolidar proyectos que contribuyan a un mayor posicionamiento a nivel nacional e internacional de dicho sector económico en el departamento de Santander y generen desarrollo regional, se hace necesario establecer un sistema de gobernanza en turismo para el Cañón del Chicamocha, el cual sea garante de la sostenibilidad del turismo en la región, consolide estadísticas y cifras oficiales que permitan la caracterización y análisis del perfil del turista en aras de diseñar productos, servicios y estrategias de turismo orientadas a satisfacer las expectativas y necesidades reales de los visitantes nacionales y extranjeros; de igual forma debe liderar, fomentar, ejecutar y controlar procesos de planificación turística para los municipios que conforman el territorio, estructurar un esquema de señalización turística integrado y funcional, ampliar la presencia de la policía de turismo y policía ambiental en los municipios, consolidar la red de turismo del Cañón y velar por la integración del sector público y privado en el desarrollo de las diferentes categorías de turismo como sector líder en la generación de ingresos, crecimiento y desarrollo económico y social para la región.

Esta investigación permite ratificar que la integración institucional pública y privada en materia de desarrollo del sector turismo en la región, está orientada por un claro liderazgo de las Alcaldías Municipales, las cuales, por medio de la inclusión de objetivos estratégicos, planes, metas y acciones enfocadas en el turismo como estrategia de desarrollo territorial y social, en los

Planes de Desarrollo Municipales, y dado el apoyo y consolidación de las secretarías y consejos municipales de turismo. De manera que el sector público soporta e impulsa el desarrollo turístico regional y departamental. Por lo tanto en la región delimitada, si bien, se han realizado esfuerzos en el sector del turismo por la integración del sector público y la empresa privada, se evidencia la necesidad de fortalecer la participación y vinculación directa de la ciudadanía en los proyectos de desarrollo turísticos, con el ánimo de descentralizar la dependencia económica a las fuentes de ingreso tradicionales y explotar de forma sostenible la riqueza natural, social, cultural, arquitectónica, paleontológica e histórica que caracteriza el sistema turístico regional.

Las oportunidades más destacables para potencializar el sistema turístico analizado hacen referencia al elevado porcentaje de población residente en zonas rurales, lo cual favorece la integración de dicha porción de la comunidad local en proyectos de turismo de aventura y turismo ecológico como lo es, el diseño de rutas de ciclomontañismo. De igual forma, la región tiene la posibilidad de elevar el nivel de integración entre la comunidad y los prestadores de servicios turísticos y con ello fomentar un mayor nivel de participación en el diseño mancomunado de planes de desarrollo territorial y de turismo. Este sistema turístico tiene como otros retos u oportunidades: mejorar la calidad y condiciones de conectividad y mantenimiento de las vías de acceso a los municipios y a sus atractivos turísticos, así como consolidar un clúster de turismo regional, establecer formalmente un sistema y organismo de gobernanza del Cañón del Chicamocha, definir un Plan de Desarrollo Turístico regional, en el cual se consolide un inventario turístico de la región, a la par que, se propenda por la creación de una red de turismo regional del Cañón del Chicamocha y la generación de una red regional de servicios complementarios al turismo, la creación de una red de promoción turística regional y el diseño de rutas de turismo que agreguen valor a los

servicios turísticos ofrecidos en la región, entre otros. Todo lo anterior eleva la integralidad de la región del Cañón del Chicamocha como destino turístico de clase mundial y contribuye a orientar una experiencia turística satisfactoria a lo largo del territorio, articulando los actores, atractivos y servicios turísticos presentes en el mismo de forma ordenada, regulada y eficiente.

El sistema turístico del Cañón del Chicamocha, si bien, ha logrado avanzar en materia de planificación en turismo, no cuenta con una señalización adecuada ni suficiente; la página web oficial de cada municipio no registra información pertinente y relevante para potenciar el desarrollo turístico municipal; por otra parte, la desactualización de los EOT's y los retos en mejora continua y mantenimiento de la malla vial en tramos secundarios así como el mejoramiento de la infraestructura aérea, deben ser priorizados para no retrasar el progreso turístico. En consecuencia, la conectividad de la región es un factor de desarrollo turístico con oportunidades de mejora, pero en términos generales, altamente favorable, debido a que tener como eje vial principal la vía 45 A permite un flujo turístico desde todas las regiones del país. Así mismo, los altos niveles de seguridad urbana y rural son condiciones favorables para el desarrollo de rutas de turismo especializadas en ciclomontañismo y para el crecimiento de la actividad turística en general, pues los turistas tienen confianza y valoran de forma positiva la posibilidad de moverse libremente por la región sin temor a ser víctimas de delitos leves o mayores, lo cual deriva en un aumento de su disponibilidad de viaje, estadía promedio, frecuencias de retorno al destino y disponibilidad de gasto.

Por otra parte, en la región seleccionada se ratifica una elevada dependencia económica de la comunidad en general (residentes en zona urbana y rural) a las fuentes tradicionales de ingresos

(agricultura, ganadería y manufactura), así como una marcada asimetría en el nivel de vida, cobertura de servicios públicos, salud y educación de la población residente en las zonas rurales frente a los habitantes de los cascos urbanos. El ST refleja a su vez, un deterioro de las vías secundarias, una mínima capacidad instalada de infraestructura aérea y una marcada ausencia de señalización turística en puntos estratégicos, lo cual retrasa el desarrollo turístico regional. En términos de superestructura, se evidencia un nivel medio-bajo de integración de actores de la cadena de valor del turismo entre las 3 zonas definidas, si bien, hay zonas como la 1 y la 3 en donde el nivel de integración y planificación turística es mayor, la conectividad e integración turística regional del territorio en general, es baja; de igual forma se concluye que la región adolece de estructuración, diseño e implementación de planes de desarrollo turísticos comunes y una débil conectividad turística entre los municipios que integran el Cañón del Chicamocha y municipios aledaños.

Un reto clave de la región objeto de estudio de esta investigación es solventar ausencia de cifras y estadísticas oficiales históricas que permitan la caracterización de los flujos turísticos, de manera que, la ausencia de ellas dificulta la oferta de productos, servicios y experiencias de turismo personalizadas y altamente diferenciadas; de igual forma, se evidencia un desaprovechamiento de oportunidades de empleo formal en dicho sector económico, a causa de la falta de capacitación a la población local que los empodere como agentes y líderes de desarrollo turístico. Desde otra perspectiva el ST cuenta con una deficiencia en la cobertura del servicio de internet banda ancha y un elevado riesgo de desabastecimiento de agua potable, siendo estos dos factores, retos a solucionar para acelerar el desarrollo turístico regional.

El proceso de caracterización de los turistas que visitan Santander, permitió concretar aspectos relevantes sobre el perfil de estos viajeros, los cuales se caracterizan por tener una edad promedio de 32 años, en un rango de mayor prevalencia etaria entre los 26 y 35 años; su estadía promedio favorece la consolidación de las 5 rutas turísticas diseñadas, pues permite recorrerlas todas, una a una o decidir un grupo de ellas, dado que la estadía promedio identificada corresponde a un rango entre 3 y 5 días seguido de un rango entre 6 y 10 días. De igual forma la mayor porción de turistas que recorren los destinos turísticos del departamento y de la región del Cañón del Chicamocha, corresponden a residentes del departamento de Santander, seguido de residentes de otros departamentos de Colombia, en tercer lugar, a extranjeros, principalmente estadounidenses. Los turistas que recorren el departamento, en su mayoría lo hacen por vacaciones, recreación y ocio, en compañía de 2 o 3 personas, con una disponibilidad media de gasto en alojamiento diario de 162,6 USD y en alimentación diaria de 32 USD.

Las 5 rutas diseñadas (**Travesía por el tesoro de la piedra, Siguiendo los pasos de Lengerke, Travesía del Fonce, Del Cañón al aroma del café y Siguiendo los pasos reales**) integraron 35 atractivos turísticos, de los cuales el 83% (29) fueron culturales y el 17% (6) naturales, así como 26 recursos turísticos de los cuales el 73% (19) fueron culturales y el 13% (7) naturales. En términos de prestadores de servicios de turismo, las rutas vincularon 22 hoteles, 23 restaurantes y 3 agencias operadoras de viajes de turismo, alrededor de una población de 83.456 habitantes, en una extensión de 1.182 kilómetros cuadrados. Lo cual ratifica la diversidad y potencial de oferta de productos y servicios turísticos en la región, así como el impacto a escala que genera la consolidación de este proyecto, sobre el desarrollo de la población local. Esta investigación permite concluir que los factores clave para el diseño de una ruta de turismo especializada en ciclomontañismo exitosa, trascienden la ubicación geográfica de los atractivos y

recursos a conectar, involucrando directamente, el diseño de un trazado estratégico de fácil accesibilidad y conectividad asertiva entre municipios, atractivos, recursos y prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio regional, sumado a la diversidad de la oferta de productos y servicios turísticos y complementarios, un elevado nivel de seguridad urbana y rural en el territorio, la adecuada señalización primaria y turística y la diferenciación de la ruta diseñada como consecuencia de una identidad única otorgada, la cual debe encontrar su arraigo en la cultura de la región, proporcionando un hilo conductor y un sentido cultural, histórico, humano y natural al recorrido, para que de esta forma se eleve la actividad deportiva del ciclomontañismo, a una experiencia de turismo natural y de aventura, inolvidable y multicultural.

Las 5 rutas de turismo especializadas en ciclomontañismo diseñadas, cumplen con el propósito de orientar el viaje de turistas nacionales y extranjeros por el territorio definido, exaltando los atractivos y recursos turísticos naturales y culturales con que cuenta la región así como los prestadores de servicios turísticos vigentes y certificados por el MinCIT; de igual forma, este trazado estratégico, contribuye a la integración entre el sector público, el sector privado y la comunidad dado que se requieren procesos de diagnóstico, planificación, promoción, posicionamiento, ejecución y control de turismo, llevados a cabo en mesas de trabajo tripartitas para garantizar el desarrollo de proyecto, rutas, productos y servicios en turismo que generan valor compartido y sean legítimos para las comunidades. Generar una guía para recorrer de forma competitiva y eficiente un territorio por medio de rutas de ciclomontañismo permite potencializar el sentido de pertenencia y el arraigo de la identidad de la comunidad residente. En este orden de ideas, cada una de las rutas diseñadas, refleja la identidad del pueblo residente en la región, configurándose como trazados turísticos con retos deportivos que proporcionan una experiencia

turística enriquecedora, que permite apreciar la belleza natural y riqueza cultural de la región, conectando competitivamente los municipios que integran las 3 zonas a nivel intermunicipal, zonal y regional.

Este proyecto otorga a través de las 5 rutas diseñadas una experiencia de turismo de aventura inolvidable, dado que fomenta la integración cultural que Santander ofrece al mundo como destino multicultural, exaltando las raíces de la comunidad, la pujanza de su gente, de ese pueblo que repite “Santandereanos un paso adelante, ni un paso atrás”, y de una tierra que grita “Quién pisa tierra santandereana es santandereano”.

5.2 RECOMENDACIONES

Esta investigación es el insumo principal para la consolidación de un producto turístico, dado que permite la generación de empleo formal y directo así como un mayor dinamismo en el comercio y en el sector de servicios turísticos y complementarios al turismo, descentralizando la elevada dependencia a las fuentes de ingresos tradicionales de la región (agricultura y la ganadería), y potencializando la prestación de servicios de turismo en donde la apropiación cultural, histórica y territorial genera dinámicas de bienestar económico, social y ambiental. Por lo tanto, las 5 rutas diseñadas deben ser convertidas en productos turísticos individuales o en un producto turístico regional, aprovechando la estructura, contenido, diseño y estructuración realizada para cada una. De igual forma, esta investigación debe ponerse en práctica como insumo para la formulación y consolidación de modelos de negocio de agencias operadoras de turismo, agencias de viajes de turismo, hoteles, restaurantes, prestadores de servicios turísticos, Alcaldías Municipales, Gobernación, MinCIT y afines, las cuales puedan explotar positivamente cada trazado estratégico para elevar el posicionamiento de la región a nivel nacional e internacional y contribuir de igual forma al desarrollo regional.

Se recomienda que este proyecto sea replicado en otras regiones de Santander y en todos departamentos de Colombia, dado que destaca la riqueza territorial, histórica, cultural, social, paisajística, natural y turística con que cuenta el Cañón del Chicamocha y el departamento, fortaleciendo la identidad local, lo cual extrapolado a la gran diversidad y riqueza turística de los demás rincones de Santander y departamentos de Colombia, generaría un impulso significativo en la consolidación del turismo como uno de los sectores líderes en generación de crecimiento

económico y desarrollo para el país y sus diferentes economías locales y regionales, aumentado la visibilidad de Colombia y sus destinos turísticos a nivel mundial.

El diseño de las 5 rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para la región del Cañón del Chicamocha, es abordado en este proyecto como una investigación y no como el diseño de un producto de turismo el cual posee elementos asociados a un plan de negocios dado que su objetivo es la prestación de servicios de turismo como herramienta para operar comercialmente y monetizar iniciativas turísticas; en este orden de ideas, dada la coyuntura internacional ocasionada por la propagación de la infección respiratoria aguda por Coronavirus o Covid-19, recomendamos a los diferentes actores y eslabones de la cadena de valor del turismo regional y departamental, tanto públicos como privados y específicamente a los prestadores de los servicios turísticos y oferentes de dichos servicios como lo son los servicios de alojamiento, de suministro de alimentos y operadores de turismo, implementar y adoptar todas las recomendaciones, directrices y protocolos de prevención, manejo y control de esta enfermedad, los cuales son oficializados por el Gobierno Nacional, el Gobierno de Departamental y los diferentes ministerios como el MinCIT. Del cumplimiento a cabalidad de los reglamentos y protocolos de seguridad sanitaria decretados por el Gobierno Nacional, el Ministerio de Salud y las exigencias establecidas por el Ministerio de Industria y Comercio una vez se reestablezcan las actividades comerciales a que haya lugar en el país y departamento de Santander para la prestación de servicios turísticos dependerá el renacer y éxito de este sector de la economía como fuente de desarrollo regional, departamental y nacional.

Finalmente, la integración de los proyectos turísticos de Santander como la declaratoria del Cañón del Chicamocha como patrimonio de la UNESCO, el proyecto “De los Alpes a los Andes”

y la presente investigación, entre otros, es fundamental para fortalecer el turismo regional, generando sinergias y conocimiento que permitan el desarrollo de un ecosistema turístico y red de relaciones proactiva en beneficio del sector y de su posicionamiento a nivel nacional e internacional, bajo un marco de innovación y liderazgo santandereano que exalte la riqueza patrimonial y territorial con que cuenta el Cañón del Chicamocha y el departamento en sí mismo.

ANEXOS.

1. Archivo Excel. Evaluación multicriterio Prestadores de servicios operadores y agencias de turismo
2. Archivo Excel. Evaluación multicriterio Prestadores de servicios de restaurantes
3. Archivo Excel. Evaluación multicriterio Prestadores de servicios de alojamiento
4. Archivo Excel. Evaluación multicriterio recursos y atractivos turísticos
5. Fichas diagnóstico trabajo de campo: Elaboración de inventarios turísticos
6. Ficha: encuesta: Características del Visitante
7. Ficha encuesta: Agencias operadoras de turismo– MinCIT, SiturSantander, Fontur, Cámara de Comercio de Bucaramanga
8. Ficha encuesta: Alojamientos – MinCIT, SiturSantander, Fontur, Cámara de Comercio de Bucaramanga
9. Ficha encuesta: Provisión de alimentos – MinCIT, SiturSantander, Fontur, Cámara de Comercio de Bucaramanga
10. Base de datos encuestas características del visitante
11. Base de datos encuestas agencias operadoras de turismo, restaurantes y alojamientos
12. Folleto de las 5 Rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo para Santander
13. Diseño 3D de las 5 rutas turísticas especializadas en ciclomontañismo

BIBLIOGRAFIA.

- (Brandenburg, Matzarakis, y Arnberger. (2007). Weather and cycling – a first approach to the effects of weather conditions on cycling. *Meteorological Applications*, 61–67.
- ABAD, R. (2003). El turismo rural en Galicia. *Revista Galega de Economía*, 12(2).
- Abellán, C. (2013). *La función del paisaje como recurso territorial turístico en zonas de interior*.
- Acebes, M. S. (2011). Estudio comparativo de empresas de turismo de aventura de la provincia de Valencia. Gran Tour. *Revista de investigaciones turísticas*, (3), p. 51-68.
- AGUERRI, A. (2002). Promoción y comercialización de la actividad turística en la Montaña Palentina. *La Geografía y la gestión del turismo. Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*, 67-74.
- Al Mamun y Mitra. (2012). A methodology for assessing tourism potential: case study Murshidabad District, West Bengal, India. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(9), 1-8.
- Al Mamun, A. y. (2012). A methodology for assessing tourism potential: case study Murshidabad District, West Bengal. *India. International Journal of Scientific and Research Publications*, 2(9), 1-8.
- Amangandi. (2014). Producción audiovisual y la difusión turística del centro histórico de la ciudad de Guaranda, provincia Bolívar, periodo 2013-2014. (*Bachelor's thesis, Universidad Estatal de Bolívar. Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática. Escuela de Gestión Empresarial. Carrera de Comunicación Social*).
- Ara. (2017). *UF0084-Comercialización de productos y servicios turísticos locales*. Ediciones Paraninfo.
- Aragoneses, M. (2001). *Ciclo turismo base en la provincia de Segovia: itinerarios sencillos y familiares*. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces, S.A. p. 10.
- Araya, S. y. (2018). Ciclo turismo como alternativa estratégica para la promoción del turismo sustentable de localidades rurales del Valle de Elqui, Chile. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(2), p. 170-187.
- Arnaiz, F. C. (2016). Capitalismo, sociedad y turismo. Opción. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (13), p. 319-338.
- ATTA. (19 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.adventuretravel.biz/>
- Ávila, R. y. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. Cuadernos de Turismo No. 15, enero-junio, 2005, Pág. 27-43*. Murcia, España: Universidad de Murcia.
- Azevedo y Neto. (2010). Turismo, Imagem Territorial e Gastronomia: o valor simbólico da culinária na atratividade de destinos turísticos brasileiros. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 5(2), 03-05.
- Balaguer y Cantavella, J. M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied economics*, 34(7), p. 877-884.
- BARREDO. (1996). *Sistemas de Información Geográfica y Evaluación Multicriterio en la ordenación del territorio*. Madrid: Ra-Ma.
- Barrera y Bringas. (2008). Las rutas alimentarias: una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos. *Scienze Gastronomiche*, 3, 2-11.
- Barroco, L. M. (2008). A importância da gastronomia como patrimônio cultural, no turismo baiano. *investigación em turismo y desarrollo local Turydes*, 1(2).

- Bartolomé y Barabas. (1998). Recursos culturales y autonomía étnica. La democracia participativa de los kuna de Panamá. *Alteridades*, 8(16), 159-174.
- Bernal, P. Y. (2016). *Turismo de naturaleza y cultura en el Departamento de Boyacá (Colombia). Marco normativo y estratégico para la innovación turística en el territorio.* Universidad de Salamanca.
- Bien. (2007). *Una guía simple para la certificación del turismo sostenible y el ecoturismo.* Inter-American Development Bank.
- Boullón. (1985). *Planificación del espacio turístico* Editorial Trillas.
- Brea, J. A. (2006). Evaluación de la relación existente entre la calidad de servicio, la satisfacción y las intenciones de comportamiento en el ámbito del turismo termal. *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 15(3), 171-184.
- Brida, J. M.-A. (2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento económico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turísticos de Colombia. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 291-303.
- Briedenhann y Wickens. (2004). Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas—vibrant hope or impossible dream? *Tourism management*, 25(1), 71-79.
- Bringas R., N. y. (2004). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California. *Economía, Sociedad y Territorio*, IV , 551-590.
- Bringas Rábago, N. L. (2000). *El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?* *Economía, sociedad y territorio*, 2(7).
- Buesa, Heijs, Martínez, y Baumert. (2004). Configuración estructural y capacidad de producción de conocimiento en los sistemas regionales de innovación: un estudio del caso español. *documento de trabajo*, 45.
- Burgos, E. J. (2018). Ruta cicloturística Tulcán-El Ángel como producto turístico. *SATHIRI*, 12(2), 94-106.
- Calvi. (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo.* Arco Libros.
- Cámara de Comercio de Bucaramanga. (19 de 06 de 2020). Obtenido de <https://www.camaradirecta.com/>
- Camara, C. J. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, 35(1), 48-67.
- Canto. (2013). La cadena de valor como herramienta de gestión para una empresa de servicios. *Industrial Data*, 16(1), 17-28.
- CAPÓ, RIERA, y ROSSELLÓ. (2007A). *Dutch Disease in Tourism Economies: Evidence from the Balearic and the Canary Islands* *Journal of Sustainable Tourism*, 15(6): 615-627.
- CAPÓ, RIERA, y ROSSELLÓ. (2007B). *Tourism and Long-Term Growth. A Spanish Perspective* *Annals of Tourism Research*, vol. 34(3): 709-726.
- Carrión, D. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México). PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(5).
- Casal, Z. (2002). Turismo alternativo: servicios turísticos diferenciados. *Trillas turismo.*
- Centro de Pensamiento Turístico de Colombia. (2018). Obtenido de <https://cptur.org/>
- Cerro. (2015). Los recursos turísticos en un proceso de planificación: inventario y evaluación. *Papers de turisme*, (7), 7-23.

- Chacón. (2006). *La experiencia de la ruta del café*. En Barrera, Ernesto (2006). *Turismo rural. Nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Editado por CINTERFOR. Organización Internacional del Trabajo. En prensa.
- Chen, C.-F. y. (2016). Sustainability SI: Exploring Heterogeneity in Cycle Tourists' Preferences for an Integrated Bike-Rail Transport Service. *En Networks and Spatial Economics*, Vol (1), p. 83-97.
- Clemente, Mogollón, y López-Guzmán. (2014). La gastronomía como patrimonio cultural y motor del desarrollo turístico. Un análisis DAFO para Extremadura. *Tejuelo: Didáctica de la Lengua y la Literatura. Educación*, (9), 817-833.
- Cook, Heidenreich, y Braczyk. (2004). *Regional Innovation Systems. The role of governance in a globalized world*.
- Cooper, Fletcher, Fyall, Gilbert y Wanhill. (2007). *El turismo. Teoría y Práctica*. Síntesis, 3.
- de Oliveira. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: El Turismo Gastronómico en Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 20(3), 738-752.
- de Sousa y Dominique-Ferreira. (2012). La innovación de los procesos. Diferenciación en los servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(4), 963-976.
- Delgado, A. y. (2016). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la "Ruta del Oro". *Revista Colombiana de Geografía*, Vol. 25, núm. 1, enero-junio, 2016, Pág. 233-253 Universidad Nacional de Colombia Bogotá, Colombia .
- Denstadli y Jacobsen. (2011). The long and winding roads: Perceived quality of scenic tourism routes. *Tourism management*, 32(4), 780-789.
- Di Croce Garay y Ferretty. (2011). Cicloturismo: un abordaje desde el concepto estrategia de viaje. *9º Congreso Argentino y 4º Latinoamericano de Educación Física y Ciencias*.
- Díaz. (2011). *Diseño de productos turísticos*. Síntesis.
- Díaz Carrión. (2012). Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jalcomulco (México). Vol. 10 N° 5 p. 531-542. 2012 <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2012.10.068>.
- DNP. (2010). Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Sinergia/Documentos/Balance_de_Resultados_PND_2010_final.pdf
- Downward, P. y. (2000). The demand for day-visits: an analysis of visitor spending. *Tourism Economics* 6(3), 251–261.
- Dritsakis. (2004). Tourism as a long-run economic growth factor: an empirical investigation for Greece using causality analysis. *Tourism Economics*, 10(3) p.305.
- Dupuy y Burmeister. (2003). *Entreprises et territoires; les nouveaux enjeux de la proximité*.
- Dupuy y Gilly . (1996). Collective learning and territorial dynamics: a new approach to the relations between industrial groups and territories. *Environment and Planning*, 28(9), 1603-1616.
- Durberry. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 389–401.
- Durberry. (2004). Tourism and economic growth: The case of Mauritius. *Tourism Economics*, 10, 389–401.
- DWYER y KIM. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 369-414.
- Espinosa y Manfugás. (2016). EL MENÚ DE UN RESTAURANTE. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 3(1).

- EVANS, CAMPBELL y STONEHOUSE. (2003). *Strategic management for travel and tourism Butterworth Heinemann*.
- FA, S. M. (2015). *Diseño de una ruta en bicicleta por la Sierra de Talayuelas*. Cuenca - España: Doctoral dissertation.
- Fanlo, L. y. (2014). *El ciclo turismo como producto turístico innovador en la provincia de Huesca (Doctoral dissertation, Tesis (Grado en Administración y Dirección de Empresas)*. Zaragoza: Universidad Zaragoza. Facultad de Empresa y Gestión Pública).
- fernández y Guzmán. (2005). Desarrollo regional, turismo y rutas culturales. *evista del Foro CEIDIR*, R, (6).
- Fernández, L. (2015). Flujos turísticos, capital territorial y uso de la bicicleta. Andalucía como modelo de destino emergente en cicloturismo. *Revista de Estudios Andaluces*, 32, 76-107.
- Ferreras, A. (2009). *Un modelo integral para evaluar la competitividad de destinos turísticos basado en la identificación e integración de factores críticos de éxito*. (Doctoral dissertation).
- Florez y Parra. (2010). Indicadores de capacidad de carga del turismo. TURyDES. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*, 3(8).
- Font y Andreu. (2000). *Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo*. Esic editorial.
- FONTUR. (2019). Obtenido de https://fontur.com.co/aym_document/aym_informe_anual/2019/INFORME_ANUAL_FONTUR_2019.pdf
- Freyer. (2011). *Tourismus Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (10ª ed.)*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH p.169.
- Gambarota. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346-359.
- Gañan y Nieto. (2018). *Construcción de la marca turística para el resguardo indígena de Puracé, ubicado en el departamento de Cauca, Colombia*. Trabajo de grado, Especialización en branding y comunicación estratégica. Universidad Católica de Manizales.
- Gil, A. M. (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de turismo*, (12), 131-150.
- Gobernación de Santander. (14 de Junio de 2018). *Gobernación de Santander*. Recuperado el 28 de 1 de 2019, de <http://www.santander.gov.co/index.php/actualidad/item/460-santander-el-departamento-con-mayor-crecimiento-turistico-del-pais>
- Gran Encuesta Integrada de Hogares. (18 de 06 de 2018). Obtenido de <http://microdatos.dane.gov.co/index.php/catalog/547/study-description>
- Grängsjö, V. F. (2003). Destination networking: Co-opetition in peripheral surroundings. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 33(5): 427-448.
- Gutiérrez, M. J.-V. (2014). Métodos para el análisis del potencial turístico del territorio rural. *Revista mexicana de ciencias agrícolas*, 5(SPE9), 1729-1740.
- Guzmán y Cañizares. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(2), 159-171.
- Hansen, D. R. (1996). *Administración de costos: contabilidad y control*. International Thomson.
- Heras, P. d. (2004). *Manual del turismo sostenible: cómo conseguir un turismo social, económico y ambientalmente responsable*.

- Herbert. (2001). Literary places, tourism and the heritage experience. *Annals of tourism research*, 28(2), 312-333.
- Hernández. (2011). Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 9, No. 2, abril, 2011, Pág. 225-236, Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España .
- Hernández. (2005). Patrimonio Cultural y Turismo Sostenible en el espacio Iberoamericano: retos y oportunidades del presente. *Diálogos-Revista do Departamento de História e do Programa de Pós-Graduação em História*, 9(1), 11-21.
- Hildebrand. (2011). Wiederbelebung der via regia als fahrradtouristische Route. *eipzig: VIA REGIA plus.*, p. 19.
- Honda, M. d. (2014). *Diseño del producto turístico del Municipio de Honda, Fondo Nacional de Turismo*. tolima.
- Huertas, A. S.-P.-G. (2015). *Comunicación de destinos turísticos a través de los medios sociales*. El profesional de la información 24(1).
- Hughes y Allen. (2005). Cultural tourism in Central and Eastern Europe: the views of ‘induced image formation agents’. *Tourism Management*, 26(2), 173-183.
- Khin, Daengbuppha, y Nonsiri. (2014). Destination competitiveness: a structural model for measuring attributes competitiveness of Bagan, Myanmar. *International journal of business, economics and law*, 4(2), 51-59.
- Kim, H. J. (2006). Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan. *Tourism Management*, 925-933.
- Kormosne-Koch. (2013). Bicycle tourism in Hungary, *Applied Studies in Agribusiness and Commerce*. Volume 07, Number 1, 2013. .
- Kroshus. (2003). La comercialización cultural. El turismo y la identidad maya. *Annals of Tourism Research en Español*, 5(1), 86-103. .
- Lanuza. (2014). Funcionalidad Turística de los bienes inmuebles catalogados de la ciudad de Guanajuato. *In Turismo y territorio: innovación, renovación y desafíos*, (pp. 239-249).
- LASH y URRY. (1994). *conomies of sign and space*. London.
- LEA. (1998). *Tourism and Development in the Third World*. London and New York: Routledge.
- Lee. (2011). Attributes of destination attractiveness in Taiwanese bicycle tourism: The perspective of active experienced bicycle tourists. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, Vol 15, Nº 3, p. 275-297.
- Lee, C. F. (2014). Attributes of destination attractiveness in Taiwanese bicycle tourism: The perspective of active experienced bicycle tourists. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, Vol 15, Nº 3, p. 275-297.
- Lee, Chen, y Huang. (2014). *Attributes of destination attractiveness in Taiwanese bicycle tourism: The perspective of active experienced bicycle tourists*. En *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*: Vol 15, Nº 3, p. 275-297.
- León, Toribio, Fernández y Lozano. (2013). Selección multicriterio de nuevos productos turísticos en Pinar del Río. *Cuba. Investigación Operacional*, 29(2), 98-107.
- Ley 300. (1996). Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>
- Loaiza, D. (2018). *Propuesta de una ruta de ciclo turismo en la Laguna de Colta provincia de Chimborazo para incrementar el flujo de visitantes*. Bachelor's thesis.
- López, Guzmán, y Sánchez. (2008). La creación de productos turísticos utilizando rutas enológicas. *Pasos. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6.2es.

- LÓPEZ, O. Y. (1998). *La ordenación y planificación integrada de los recursos territoriales turísticos*. Castellon: Universidad Jaume.
- López-Guzmán y Cañizares. (2012). La gastronomía como motivación para viajar. Un estudio sobre el turismo culinario en Córdoba. *PASOS. Revista de turismo y patrimonio cultural*, 10(5), 575-584.
- Loreto y Szmulewicz. (2003). Modelo genérico de gerente de Spencer y Spencer. *Una aplicación a la hotelería*.
- Ivarez y Vargas-Hernández. (2012). La sustentabilidad como modelo de desarrollo responsable y competitivo. *Ingeniería de Recursos Naturales y del Ambiente*, (11), 97-107.
- Maak. (2009). El Camino de Santiago como posible motor turístico en zonas rurales de escasos recursos: el caso de Brandeburgo. *Cuadernos de Turismo*, (23), 149-172.
- Machado y Hernández. (2007). La aplicación del marketing en la industria turística. *Monografías. com*.
- Malczewski. (2000). On the Use of Weighted Linear Combination Method in GIS: Common and best practice approaches. *Transactions in GIS*. 5-22.
- Mantero. (1997). Turismo: la opción incluyente. *Aportes y transferencias*, . 1(2), 119-136.
- Mariani, Barboza y de Oliveira . (2012). Elementos determinantes de la satisfacción del consumidor de servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 21(5), 1244-1261.
- Martínez y Timarán. (2016). Valoración del paisaje en una propuesta de turismo sostenible: la “Ruta del Oro”, Nariño (Colombia). *Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía*, 233-253.
- Mascarenhas y Gândara. (2010). Producción y transformación territorial. La gastronomía como atractivo turístico. *Estudios y perspectivas en turismo*, 19(5), 776-791.
- Mathieson y Wall. (1986). *Turismo: Repercusiones económicas físicas y sociales*. México.: Trillas.
- Melo, E. (2015). *Diseño de una cicloruta ecoturística en la isla San Cristóbal Galápagos*. Quito: Bachelor's thesis.
- Méndez y Martínez. (2002). El papel del cooperativismo en el turismo rural de la Comunidad Valenciana. CIRIEC-España. *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (41), 183-212.
- Meyer. (2004). *Economía turística en América Latina y el Caribe*. Bogotá. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.
- Michael, P. O. (1985). ompetitive advantage: creating and sustaining superior performance. *Competitive Strategy: The Core Concepts, Chapter 2: The Value Chain and Competitive Advantage and Chapter 5 Technology and Competitive Advantage the USA*.
- Migración Colombia-Cálculos OEE-MINCIT. (2019-06). Obtenido de http://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/num_viajeros/2?t=1
- MinCIT. (2018). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/el-turismo-obtuvo-resultados-historicos-en-2018>
- Mir, Martí y Loyola. (2011). Evaluación en materia de Diseño del Programa de Ecoturismo y Turismo Rural. *COCOA Consulting and Couching. Gobierno Federal. Secretaría de Turismo*, 115 páginas.
- Mireno y Rodríguez, P. F. (2009). *Desarrollo turístico y dinámica relacional: metodología de análisis para la gestión activa de destinos turísticos*. Obtenido de Cuadernos de Turismo, 23, 173-193: <http://goo.gl/arjXrn>

- Mitchell y Reid. (2001). Integración comunitaria.: Turismo insular en Perú. *Annals of Tourism Research en Español*, 3(1), 144-172.
- Mizón. (2001). *Claudio Gay y la formación de la identidad cultural chilena*. Editorial Universitaria.
- Moral-Moral. (2016). *El desarrollo del Cicloturismo como una modalidad turística sostenible. Turismo y Desarrollo Local*, (21).
- Mototsugu, N. y. (2007). Impacts of tourism and fiscal expenditure to remote islands: the case of the Amami islands in Japan. *Applied Economics Letter*, 14, p. 661-666.
- Mrnjavac, E. K. (2014). *The logistic product of bicycle destinations Tourism and Hospitality Management*, Vol 20 N° 2, p.171-184.
- Mrnjavac, E. K. (2014). *The logistic product of bicycle destinations Tourism and Hospitality Management*, Vol 20 N° 2, p.171-184.
- Municipio de Honda, Tolima. (2014). *Fondo Nacional de Turismo*. Municipio de Honda. Obtenido de FONTUR.
- Muñoz. (2000). El corredor turístico Loreto-Nopoló-Puerto Escondido, Baja California Sur, en el contexto de los centros integralmente planeados. *Cuadernos de Turismo*, (5), 53-68.
- Nasimba y Cejas. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39.
- Navarro. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización. *clasificación y valoración. Cuadernos de turismo*, (35), 335-357.
- Negrete, Hernández y Achondo. (2015). Valoración de los agentes turísticos estratégicos del destino: el branding y marca en Hermosillo. *Sonora. El Periplo Sustentable*, (28), 6-30.
- Noriko y Mototsugu. (2007). Impacts of tourism and fiscal expenditure to remote islands: the case of the Amami islands in Japan. *Applied Economics Letter*, 661-666.
- Oddone y Padilla. (2017). *Fortalecimiento de cadenas de valor rurales*.
- Oliveira. (2007). La importancia de la gastronomía en el turismo. Un ejemplo de Mealhada-Portugal. *Estudios y perspectivas en turismo*, 16(3), 261-280.
- Oliveira Neves y Esperança. (2011). "Bike usage and cycle tourism: the pattern of portuguese associated bike riders". *En Tourism & Management Studies. N° 1 Extra (Proceedings International Conference Tourism & Management Studies)*, p. 191-200.
- OMT. (2002). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>
- OMT. (2005). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413478>
- OMT. (2008). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/methodology>
- OMT. (2010). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284413867>
- Oviedo-Chavez. (2015). Criterios de valoración para la declaratoria del Cañón del Chicamocha como Patrimonio Mundial. *Revista Santander*, 48-59.
- Paz. (2001). Turismo Industrial y Patrimonio Cultural en Olavarría. El pasado de la industria minera como potencial turístico. *Proyecto de Turismo Industrial. Grupo de Investigación en Antropología y Arqueología Industrial (GIAAI). NURES. Facultad de Ciencias Sociales de Olavarría. Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires*.
- Peeters y Eijgelaar. (2014). Tourism's climate mitigation dilemma: Flying between rich and poor countries. *Tourism Management*, 15-26.
- Pereiro y De León. (2007). *Los impactos del turismo en Kuna Yala. Turismo y cultura entre los kuna de Panamá*. Madrid: Ramón Areces.
- Pérez. (2014). *Patrimonio cultural y turismo alternativo en el Socorro (Colombia)*. .

- Plan de Desarrollo Departamental. (2016-2019). Obtenido de <http://www.santander.gov.co/index.php/gobernacion/documentacion>
- Plan de Desarrollo Municipal . (2016-2019). Obtenido de <http://www.villanueva-casanare.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-20162019-vamos-palante-villanueva-483782>
- Plan de Desarrollo Municipal. (2016-2019). Obtenido de <http://www.barichara-santander.gov.co/planes/barichara-siempre-con-la-gente-20162019>
- Plan de Desarrollo Municipal. (2016-2019). Obtenido de <http://www.jordan-santander.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-2016--2019>
- Plan de Desarrollo Municipal Zapatoca. (2016-2019). Obtenido de <http://www.zapatoca-santander.gov.co/planes/plan-de-desarrollo>
- Plan de Desarrollo Nacional. (2018-2022). Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Resumen-PND2018-2022-final.pdf>
- Plan Regional de Competitividad de Santander. (2018-2032). Obtenido de <http://santandercompetitivo.org/plan-regional-de-competitividad/>
- Plan Sectorial de Turismo de Colombia. (2018-2022). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- Porter. (1980). “*Competitive strategy*”. *Free Press, New York* Porter, M. .
- Prat Forga, J. M. (2013).
- Procolombia. (2019). *¿Cómo ser parte de marca país? Recuperado el 01 de octubre de 2019.* Obtenido de <https://www.colombia.co/marca-colombia/quienes-somos/que-es-la-marca-paiscolombia/>
- Quesada y Navarrete. (2000). Presentando el pasado. *Arqueología y turismo cultural. Trabajos de prehistoria*, 57(2), 5-8. .
- Quintana, R. C. (2005). *Efectos y futuro del turismo en la economía cubana.* (No. 338.479 1 EFE).
- Ramírez. (2005). Departamento del Quindío: retrospectiva de un modelo de desarrollo turístico exitoso en un destino rural. *eminario Internacional de Turismo Rural, Armenia, Quindío, Colombia* 27.
- Ramírez, P. (2018). *Propuesta para la creación de la ruta cicloturística Bogotá-Villa de Leyva, que incluya buenas prácticas en sostenibilidad bajo el enfoque de cadena de valor.*
- Rebollo, J. F. (1994). Agotamiento de modelos turísticos clásicos. Una estrategia territorial para la cualificación: La experiencia para la Comunidad Valenciana. *Estudios Turísticos*, 17-46.
- Rodríguez y Ibáñez. (2007). Tipologías y antecedentes de la actividad turística: turismo tradicional y turismo alternativo.
- Roig. (2008). El turismo ornitológico en el marco del postfordismo, una aproximación teórico-conceptual. *Cuadernos de turismo*, (21), 85-111.
- Ruiz, E. H. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Pasos. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418.
- Sáez, C. A. (2012). Las tecnologías de la información y comunicación en el sector turístico: una aproximación al uso de las redes sociales. Editorial Universitaria Ramón Areces. *MARKETING TURÍSTICO ONLINE. TURyDES*, 4(9).
- Saltos, S. (2017). *iclo Ruta Turística que integra las Parroquias San Antonio y Yamana del Cantón Paltas de la Provincia de Loja.* Bachelor's thesis, Loja, 18 de enero.

- Sánchez, P. (2016). *Diseño de una ruta de ciclismo de montaña en el corredor Salcedo-Baños*. Bachelor's thesis, Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Extensión Latacunga. Carrera de Ingeniería en Administración Turística y Hotelera.
- Sansbelló y Flores. (2003). Ecoturismo itinerante en el Trapecio amazónico colombiano. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 48-62.
- Santana. (1997). *ANTROPOLOGIA Y TURISMO: ¡ NUEVAS HORDAS, VIEJAS CULTURAS* í.
- Schlüter, y Ellul. (2008). Gastronomía y turismo en Argentina polo gastronómico Tomás Jofré. *Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(2), 249-268.
- Scholz. (2015). *Concepto del ciclo turismo en Friedrichshafen*. Alemania y Segovia: Tesis de grado en Turismo. Universidad de Valladolid, España.
- SECTUR. (2004). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/136475705/turismoalternativo-sectur-2004>
- Segrado y Arroyo. (2008). Medición de la capacidad de carga turística de Cozumel. *El Periplo Sustentable*, (13), 33-61.
- SIEL. (2014). Obtenido de http://www.siel.gov.co/siel/documentos/documentacion/Demanda/proyeccion_demanda_ee_Mar_2014.pdf
- SITUR. (2019). Obtenido de <http://www.citur.gov.co/#gsc.tab=0>
- SITUR Santander. (2019). *Estadísticas del Sistema de información turístico de Santander*. Obtenido de <http://www.sitursantander.co/estadisticas.html>
- Solano y Uzcátegui. (2017). Validez y confiabilidad de una escala de medida para la calidad del servicio de los restaurantes ubicados en la zona turística de Puerto Bolívar. *Revista Universidad y Sociedad*, 52-59.
- SWARBROOKE. (1998). *Sustainable tourism management*. CAB International Publishing. Oxford, U.K.
- Thomaz, Biz, y Gândara. (2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales: Un estudio comparativo entre destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 102-119.
- Timón. (2004). El concepto de destino turístico. Una aproximación geográfico-territorial. *Estudios turísticos*, 45-68.
- Torre, D. L. (2010). Turismo comunitario, ¿otro sueño inalcanzable? *Polémika*, 2(5).
- Tovar, Talón y García-Viana. (2007). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Editorial Síntesis.
- Tucker. (2001). Turistas y trogloditas.: Negociando la sostenibilidad. *Annals of tourism research en español*, 3(2), 313-339.
- Valpreda. (2004). Sistema de Información Geográfica (SIG) - Teledetección y Evaluación Multicriterio (EMC) en un Estudio de Evaluación de Impacto Ambiental (EIA). *Instituto de Cartografía, Investigación y Formación para el Ordenamiento Territorial (CIFOT), Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Cuyo* .
- Van der Duim, V. R. (2003). *El Desarrollo del Turismo Sostenible; Los Casos de Manuel Antonio y Texel*.
- Vanegas et. Al., R. J. (2017). Evaluación multicriterio e inventario de atractivos turísticos: Estudio de caso. *ESPACIOS*, Vol. 38 (No. 23) Año 2017. Pág. 25.
- Varó, E. A. (2000). *Diccionario de Terminos de Turismo Y de Occio*. Editorial Ariel SA.

- Vázquez Martínez, G. A. (2017). *Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí*. Mexico: Investigaciones geográficas.
- Villar. (2009). *Políticas públicas en turismo*. Villar, A. y Wallingre, N., *El Desarrollo de los Destinos Turísticos*. Editorial, Buenos Aires, 51-74.
- Vujko, Plavša, y Ostojić. (2003). Impact of the “Danube cycling route” on the development of cycling tourism in Serbia. *Polish Journal of Sport and Tourism*, 20(3), 227-233.
- Wadud, Z. (2014). Cycling in a changed climate. *Journal of Transport Geography*, 12-20.
- Wallingre y Noemi. (2010). *Diccionario de turismo, hotelería y transportes*. Ediciones Universidad del Salvador.
- Weng y Wang. (2014). Scale and scope economies of international tourist hotels in Taiwan. *Tourism Management*, 25(6), 761-769.
- Weston, R. D. (2012). The European Cycle Route Network EuroVelo. Disponible en: <http://www.europarl.europa.eu/studies> Consultado: 09/11/16.
- Zambón, G. y. (2005). PATRIMONIO INDUSTRIAL Y RUTAS TURÍSTICAS CULTURALES: ALGUNAS PROPUESTAS PARA ARGENTINA . *Cuadernos de Turismo* 15, p. 97-112.
- Zhang, Madsen y Jensen-Butler. (2007). Regional economic impacts of tourism: The case of Denmark. *Regional Studies*, 41(6), 839-854.
- Zhang, Madsen, y Jensen-Butler. (2007). Regional economic impacts of tourism: The case of Denmark. *Regional Studies*, 41(6), 839-854.
- Zhao, Cao y Liu. (2009). The reconfiguration of tourism value chain based on E-commerce. *In 2009 International Conference on Management of e-Commerce and e-Government*, (pp. 522-525).
- Zovko. (2013). *The Value of Cycle Tourism. Opportunities for the Scottish economy. Transform Scotland*.