

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DE GRANDES CIUDADES EN LA
TRANSFORMACIÓN DE SUS ENTORNOS REGIONALES PARA LA PROVISIÓN DE
BIENES Y SERVICIOS. CASO ESPECÍFICO: INFLUENCIA DE BOGOTÁ EN
CUNDINAMARCA PARA LA GENERACIÓN DE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA
(2000-2012)

JENNYFER NAYDU DOMÍNGUEZ CRISTANCHO

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA Y GOBIERNO
BOGOTÁ D.C, 2013

“Análisis de la influencia de grandes ciudades en la transformación de sus entornos regionales para la provisión de bienes y servicios. Caso específico: influencia de Bogotá en Cundinamarca para la generación de infraestructura turística (2000-2012)”

Estudio de Caso

Presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Gestión y Desarrollo Urbanos
En la Facultad de Ciencia Política y Gobierno
Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario

Presentado por:

Jennyfer Naydu Domínguez Cristancho

Dirigido por:

William Alfonso Piña

Semestre I, 2013

Tu bienestar anterior no es nada comparado con lo que tendrás en el futuro. Pregúntales a las generaciones anteriores y aprende todo lo que puedas de tus antepasados. Pues nosotros no somos más que recién llegados y no sabemos nada.

Job 8:7-9

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar debo agradecerle a Dios por permitirme llegar a esta etapa del camino, un punto que se convierte en el escalón forjador de mi futuro y mi vida profesional. Durante este largo recorrido muchas personas han marcado y aportado un granito de arena en mi formación, tanto docentes como familiares y amigos hicieron de mi vida Universitaria un tiempo placentero.

Creo vital reconocer el trabajo, apoyo, dedicación y sobretodo paciencia de mi director de tesis William Alfonso Piña para la realización del presente estudio de caso.

Doy gracias también a todas aquellas personas que me motivaron, guiaron y facilitaron el logro de este documento.

CONTENIDO

| | Pág. |
|---|------|
| INTRODUCCCIÓN | |
| 1.CIUDAD – REGIÓN | 7 |
| 1.1. VISIÓN GENERAL DEL CONCEPTO | 7 |
| 1.2. EL AVANCE DE LA RELACIÓN BOGOTÁ – REGIÓN | 8 |
| 1.3. ALGUNOS ACTORES INVOLUCRADOS | 10 |
| 2. LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA REGIÓN | 12 |
| 2.1. LA REGIÓN DESDE LA GEOGRAFÍA ECONÓMICA | 12 |
| 2.2. VARIACIÓN DEL PIB EN LOS ÚLTIMOS AÑOS | 14 |
| 2.3. EL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMÍA DE LA REGIÓN | 15 |
| 2.4. LA OPORTUNIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO | 16 |
| 2.5. CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA DURANTE 2000-2011 | 18 |

| | |
|---|----|
| 3. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA | 20 |
| 3.1. EL TURISMO | 20 |
| 3.2. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO | 21 |
| 3.2.1. Formas de turismo | 22 |
| 3.2.2. Tipos de turismo | 23 |
| 3.3. FACTORES DETERMINANTES PARA LA VOCACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS TURISTICOS | 25 |
| 3.1.1.La demanda | 25 |
| 3.1.2.La oferta | 26 |
| 3.4.BASES PARA LA CONSOLIDACIÓN DE UN DESTINO TURISTICO | 27 |
| 3.5. LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA | 28 |

| | |
|---|----|
| 3.6. SEGURIDAD DEMOCRATICA | 29 |
| 3.6.1. Seguridad en carreteras – rutas | 30 |
| 3.6.2. Plan Estratégico de seguridad turística | 30 |
| 3.7. IMPORTANCIA DE LA LEY EMILIANNI | 31 |
| 3.3.CASOS INTERNACIONALES DE VALORACIÓN TURÍSTICA | 32 |
| 4.TURISMO EN LA REGIÓN BOGOTÁ –CUNDINAMARCA | 34 |
| 4.1.EL DESBORDAMIENTO DE LA CAPITAL | 34 |
| 4.2. SELECCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS | 35 |
| 4.3.LOS MUNICIPIOS CON VOCACIÓN TURÍSTICA | 36 |
| 4.4. RUTAS Y CIRCUITOS | 37 |
| 4.4.1.Ruta del verano | 37 |

| | |
|---|----|
| 4.4.2.Ruta de la panela | 38 |
| 4.4.3.Ruta de las promesas | 39 |
| 4.4.4. Ruta del termalismo | 40 |
| 4.5. APROVECHAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA EXISTENTE | 41 |
| 4.6. EL TURISMO VISTO DESDE LOS PLANES DE DESARROLLO | 44 |
| 5. RELACIÓN ENTRE DESTINO - RUTAS SEGÚN HECHO Y CIFRAS | 47 |
| 5.1. CONTRASTE ENTRE LOS DESTINOS - RUTAS DESCRITAS Y LA ESTRUCTURA TURÍSTICA DE CUNDINAMARCA | 48 |
| 5.2. CONCESIONES VIALES DE CUNDINAMARCA | 49 |
| 5.2.1. Vehículos en Bogotá | 52 |
| 5.3. PRESENCIA DE CADENAS HOTELERAS Y COMPLEJOS TURÍSTICOS EN LA REGIÓN | 53 |

| | |
|--|----|
| 5.4. LAS TENDENCIAS DE CONSOLIDACIÓN DE CIRCUITOS Y DESTINOS TURÍSTICOS | 54 |
|--|----|

| | |
|----------------|----|
| 6.CONCLUSIONES | 56 |
|----------------|----|

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

LISTA DE GRÁFICOS Y TABLAS

| | |
|---|----|
| Gráfico 1. Clasificación de viajeros según la OMT | 21 |
| Tabla 1. Turismo según duración | 22 |
| Tabla 2. Turismo según volumen e ingresos | 23 |
| Gráfico 2. Tipos de turismo | 24 |
| Tabla 3. Tipos de turismo relevantes en la región | 24 |
| Tabla 4. Inventario turístico de la región | 29 |
| Tabla 5. Delitos de impacto | 31 |
| Gráfico 3. Ruta del verano | 37 |
| Gráfico 4. Ruta panelera y de aventura | 39 |
| Gráfico 5. Ruta de las promesas | 40 |
| Gráfico 6. Ruta del termalismo | 41 |
| Tabla 6. Inversión turística de Cundinamarca 2009 | 46 |

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Mapa. Crecimiento Urbano de Bogotá

Anexo 2. Cuadro. Avances de la región

Anexo 3. Mapa. Concentración de actividades económicas en Cundinamarca

Anexo 4. Gráfico. Participación por ramas de actividad en el PIB de Bogotá y Cundinamarca 2009

Anexo 5. Tabla. Variación del PIB por ramas de actividad

Anexo 6. Tabla. Constitución de sociedades, según actividad económica (Cundinamarca - Bogotá), periodo 2000- 2011

Anexo 7. Gráfico. Formas de turismo

Anexo 8. Gráfico. Conceptual para el análisis de la demanda

Anexo 9. Tabla. Los factores naturales ambientales que caracterizan la oferta

Anexo 10. Cuadro. La infraestructura turística

Anexo 11. Tabla. Casos internacionales de valoración turística

Anexo 12. Mapa. División política de Cundinamarca

Anexo 13. Tabla. Ocupación condominios en zonas suburbanas de La Sabana 2002-2008

Anexo 14. Tabla. Turismo en los planes de desarrollo

Anexo 15. Mapa. Turístico de Cundinamarca

Anexo 16. Mapa. Peajes de Cundinamarca

Anexo 17. Mapa. Plan retorno de Cundinamarca

Anexo 18. Mapa. Consolidado de desarrollo turístico

INTRODUCCIÓN

El crecimiento acelerado de las ciudades ha incidido en la transformación de las condiciones urbanas haciendo de la expansión y conformación de asentamientos más complejos algo inminente, tal es el caso de las metrópolis y las regiones, en donde debido a la globalización los territorios más competitivos han sido aquellos en los que grandes ciudades se integran con sus entornos, es decir, se consolidan como una región en la que intervienen sinérgicamente diferentes dinámicas.¹

Bogotá es un buen ejemplo de una ciudad que ha crecido sobre su región, generando actividades económicas complementarias, que han venido especializando a los diferentes municipios en actividades productivas y de servicios. Una de las mayores demandas en la prestación de bienes y servicios, tiene que ver con el tema de la recreación, específicamente el Turismo. Debido a al aumento en demanda de sitios turísticos de la ciudad región se busca identificar el efecto que se ha generado sobre ciertas zonas y corredores de Cundinamarca, específicamente por la especialización en servicios turísticos, para lo cual se ha generado nueva infraestructura turística.

La investigación busca analizar la dinámica del crecimiento de la gran ciudad (Bogotá) y su incidencia en la ocupación de ciertas áreas en la región de Cundinamarca para la prestación de bienes y servicios turísticos. Para lograr este propósito se parte de la caracterización del fenómeno, haciendo seguimiento a la tendencia de consolidación de destinos y polos turísticos que operan como elemento clave en la integración física, productiva y de complementariedad en la región cundinamarquesa.

El estudio plantea como hipótesis inicial que Bogotá debido a su acelerado crecimiento urbano y poblacional ha extendido sus relaciones productivas con Cundinamarca y que una de las actividades con mayor desarrollo ha sido el turismo, lo cual ha traído consigo un incremento en el desarrollo y habilitación de

¹ Comparar Cámara de comercio de Bogotá - CCB, “Ciudad Región Global, Aportes de experiencias internacionales para Bogotá y Cundinamarca”, 2009. p. 7. Documento electrónico.

infraestructura turística en algunos municipios de la región Cundinamarca entre 2000-2012.

Este proyecto de investigación es relevante para la disciplina de la Gestión y desarrollo urbanos en la medida que, busca realizar un aporte en la caracterización del tema del turismo que ha sido tratado de manera general en documentos institucionales y gubernamentales y no revisa la influencia que ejerce una ciudad como la capital colombiana en la generación de infraestructura turística en municipios cercanos, los cuales han ido conformando destinos y polos que concentran actividades y que modifican la dinámica regional por esta creciente demanda de bienes y servicios.

Mostrar los ejes que más han crecido debido al desarrollo turístico, destacar los municipios que mas infraestructura han generado, destacar los aspectos que más contribuyen a explicar la dinámica del turismo como un fenómeno en aumento que cobra relevancia en la participación productiva y competitiva de la Región Cundinamarquesa. Del mismo modo este estudio puede servir de base para el fortalecimiento de temas centrales de competitividad para la región, siendo un marco referencial para futuros diagnósticos, estudios o investigaciones que requieran conocimiento de las tendencias en materia de localización de bienes y servicios especializados como el turismo.

La propuesta metodológica para la contextualización, hace un seguimiento a unas variables fijas en el periodo de tiempo de (2000-2012).

La obtención de la información sobre la dinámica turística de Bogotá y su región se basó en documentos existentes como los de ciudad – región, la agenda regional para el sector servicios, el plan regional de competitividad, los planes estratégicos del turismo, estadísticas de la Gobernación de Cundinamarca y estudios relacionados que permiten identificar los comportamientos de la demanda turística y el análisis del desarrollo de la economía regional que gira en torno a los centros turísticos, complementada con datos obtenidos de artículos y publicaciones académicas.

El documento de investigación consta de 6 capítulos. El primero expone una visión general de la evolución la Ciudad – Región, los aportes de alcaldías, gobernaciones y sectores interesados, en la consolidación de la actividad turística.

El segundo capítulo ofrece algunos elementos para revisar la importancia del sector turístico para el desarrollo de una sociedad estratégica regional, así mismo se exponen como se ha desarrollado la actividad en la región y la relevancia que el sector ha tenido para la constitución de sociedades y para el desarrollo del servicio turístico como oportunidad de desarrollo económico, como también y algunas características básicas del desarrollo de la geografía económica.

En el tercer capítulo se analiza el turismo como sector específico esté relacionado con la dinámica regional: En este apartado se expone el concepto, clasificación y tipos de turismo, descripciones y características de los mismos, así como también la dinámica de la vocación turística del territorio, enfatizando en los factores que determinan la localización espacial de la infraestructura turística y los condiciones que prevalecen en la selección y decisión del destino por parte del turista; lo cual es base para determinar el posicionamiento de algunos municipios de Cundinamarca como punto atractivo para el ocio y la diversión.

El capítulo igualmente presenta una breve explicación de infraestructura turística y la generalización de la misma en la región, la cual requiere de una política de seguridad para su mantenimiento y logro de objetivos.

De igual forma incluye tres ejemplos internacionales del aprovechamiento turístico en grandes ciudades, como potencializador de las dinámicas y del entorno.

En el cuarto capítulo se realiza una selección e identificación de las rutas y circuitos turísticos que conducen a los municipios donde según los datos la ciudad capital tiene un mayor grado de influencia en cuanto al desarrollo turístico. Se seleccionaron y analizaron aquellos municipios que coinciden con los criterios tenidos en cuenta en esta investigación revisando alguna inversión en el desarrollo de proyectos relacionados con el turismo desde su Plan de Desarrollo.

En el quinto y último capítulo se realiza una comparación de las rutas turísticas seleccionadas con las de mayor flujo de viajes según datos existentes

revelados por la policía y las entidades encargadas como también la influencia de las concesiones y las grandes cadenas hoteleras en el fortalecimiento de las mismas.

Finalmente un capítulo de conclusiones y recomendaciones, donde se plasma los resultados de un proceso de trabajo por parte de las entidades públicas y privadas que ven en la región un gran potencial para el desarrollo turístico a gran escala, donde lo vital es el trabajo en equipo para alcanzar las metas de competitividad planteadas.

Entre los resultados obtenidos en el desarrollo del estudio se encuentran:

La Región Bogotá Cundinamarca es el conglomerado urbana que concentra la mayoría de actividades del país, hecho que ha generado un crecimiento poblacional bastante acelerado lo que trae consigo un incremento de la demanda su suelo y bienes y servicios a su alrededor. “Bogotá y sabana conforman una región metropolitana en proceso de crecimiento, con tendencias actúales y escenarios futuros, posibles y deseables ajustados a las expectativas y demandas”².

La ciudad capital y los municipios del departamento hacen parte integral de un todo complejo y dinámico que esta interrelacionado e integrado con el objeto de alcanzar un fin común: el desarrollo.

De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación DNP, al interior de la región se verifica una recomposición en la ocupación del territorio, siendo inducido por las migraciones de población bogotana el crecimiento poblacional de ocho municipios cundinamarqueses, fenómeno muy notorio en el caso de Soacha, Facatativá y Zipaquirá. En contraste, los municipios del norte y del oriente del departamento, crecen menos.

En este complejo los municipios turísticos cumplen un rol bastante importante como servicio a una amplia población, actividad que contribuye a la competitividad, rentabilidad y expansión económica de la región.

Factores como la presión por el suelo y la demanda de servicios han permitido la Integración a través de las cadenas productivas regionales Bogotá-Cundinamarca, donde se intensifican cada vez más las relaciones económicas entre las actividades

² Ver Alcaldía Mayor de Bogotá (2004). La Construcción compartida de la ciudad-región Bogotá-Cundinamarca. p. 1.

productivas, primero con los municipios más próximos a la capital, seguida de los ejes urbanos en varias direcciones del Departamento donde se encuentran las rutas turísticas establecidas como potencial turístico.

Por parte de la región y los municipios que la conforman, se han venido implementando procesos que ayuden a las dinámicas de complementariedad y la especialización de funciones, a partir de la vocación turística, buscando superar la competencia en el mercado.

Gracias a campañas como “Vive Colombia, Viaja por ella”, implementada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como las caravanas, la reactivación de los viajes por carreteras a nivel nacional permitieron en solo tráfico de vehículos de categoría I por los peajes de Colombia un crecimiento del 43% del 2001 al 2009.³

Así mismo, las cifras revelan la importancia que juega Bogotá para la Cundinamarca, en esta actividad turística y la influencia en las transformaciones territoriales se ha reflejado en la forma de ocupación espacial y en los movimientos masivos de poblaciones. Mientras la ciudad se expande se van moldeando las dinámicas políticas, socioeconómicas y culturales que logran la conformación de centros transformados en polos de atracción que configuran verdaderas unidades operativas de acuerdo a su localización y función del cumplimiento de su papel como desarrolladores del mercado.

Mejorar las condiciones de competitividad de los destinos en Cundinamarca es uno de los mayores retos por superar para los gobiernos, que debe definir una política turística mas allá de los resultados en términos de visitantes, ingresos económicos y capacidad hotelera, lo cual permite un avance hacia un modelo de desarrollo sustentable del turismo, que garantice la expansión de la actividad pero contando con la capacidad de las estructuras y bajo la premisa de mejorar calidad de vida, conservación del medio ambiente y otros ámbitos que son fundamentales para la continuidad del turismo.

³Comparar Nieto, Carolina. “Balance del sector turístico y gastronómico”, 2010. p. 18. Documento electrónico.

Los municipios necesitan a nivel macro, asumir el liderazgo del proceso turístico desde las organizaciones político-administrativas, con la participación de los diferentes actores y la comunidad para que de manera conjunta se creen y concreten políticas y proyectos estratégicos que traigan consigo el logro de una mayor productividad y competitividad, la cual es más fácil de alcanzar si se trabaja en equipo entre Bogotá – Región.

Existen claras deficiencias que necesitan ser corregidas como es la desarticulación en el proceso de planeación entre lo local, lo departamental, lo distrital y lo nacional, manifestada en la falta de coordinación entre los planes de desarrollo nacionales, departamentales y municipales, la armonización del POT y los programas de gobierno, la infraestructura turística se sigue expandiendo y desarrollándose.

Sin lugar a dudas es evidente que el aumento del turismo se da básicamente por iniciativa de los privados que ven en los municipios potencial para explotar, en este punto no se puede negar la gran labor de las concesiones por mantener y mejorar la calidad de la infraestructura vial para que viajeros y turistas logren aprovechar de lugares a cortas distancias.

Así pues los servicios turísticos son y serán una actividad en proceso de crecimiento que logran atraer otras tendencias de localización de servicios complementarios, escenarios futuros, posibles y deseables ajustados a las expectativas y demandas de los residentes de la capital, dicha tendencia creciente seguirá incidiendo en la consolidación de infraestructura turística en los municipios de Cundinamarca.

1. CIUDAD - REGIÓN

1.1. VISIÓN GENERAL DEL CONCEPTO

La ciudad por excelencia es un asentamiento que día a día crece en tamaño y complejidad, proliferando prácticas sociales, económicas y culturales que necesitan estar soportadas en elementos infraestructurales y en un conjunto de servicios básicos y especializados. En ella se generan dinámicas y cambios que contribuyen al incremento de la interacción intrínseca de cada sistema y entorno, donde en vista de la gran demanda de bienes y servicios se crea presión en la región natural de soporte.

Es por ello que con el tiempo la escala de ciudad pasa del ámbito urbano al metropolitano y a medida que crece fomenta las relaciones en red que conforman lo que se conoce como ciudades región. Hablar del concepto Ciudad – Región permite revisar los modelos de planteamiento del entorno urbano en un mundo en constante globalización, el cual define John Friedmann como un “espacio territorial que contiene una serie de subsistemas interrelacionados y direccionados hacia el crecimiento económico y el desarrollo social, el cual se encuentra en un lugar central que articula un sistema de ciudades secundarias y actúa como nodo emisor y receptor de procesos de intercambio”⁴ en donde la articulación económica es uno de los puntos más claros y presentes.

Es posible ver como la ciudad ha dejado de ser un núcleo concentrado para dar lugar a un punto conector de dinámicas regionales que suponen considerarla como un sistema abierto que interactúa con su entorno y donde el flujo de intercambio es el elemento fundamental que da lugar aun *centro de crecimiento*⁵, en el cual es natural que existan dinámicas de agrupación de actividades económicas en diferentes niveles y jerarquías que permiten su funcionamiento.

⁴Ver Friedmann, John y ClydeWeaver. “Territorio y Función”, 1981. p. 154.

⁵ Según Sergio Boisier, un centro de crecimiento se define como un centro urbano que contiene uno o más polos y que tiene la capacidad de captar los efectos de la polarización para el subsistema espacial que se define.

Es normal que existan diferentes posiciones y definiciones en cuanto a ciudad - región pero para el presente análisis se entenderá este concepto como un sistema articulado que va mas allá de lo ocupado y de lo construido, un lugar donde se abarcan y estructuran sistemas de asentamientos humanos de distinta jerarquía y rol, que posibilitan la concentración y se extienden conformando regiones urbanas, es decir creando un sistema que interactúa con su entorno.⁶

En una perspectiva más amplia como la de Boisier, la ciudad sería la expresión máxima y cristalizada del territorio donde claramente se da una relación de naturaleza simbiótica en la articulación ciudad – territorio circundante, es decir, entre la ciudad y su región. Por lo tanto, es posible concebir territorios sin ciudades pero es imposible concebir ciudades sin territorio, ciudades sin su región.⁷

1.2. EL AVANCE DE LA RELACIÓN BOGOTÁ – REGIÓN

A mediados del siglo pasado el crecimiento urbano acelerado hizo del fenómeno migratorio un proceso significativo y sin precedentes que le dio otro rumbo a la capital.⁸ Los cambios físicos y demográficos no se hicieron esperar, la llegada masiva de personas en busca de mejores condiciones de vida, empleo y educación dieron lugar al posicionamiento de la ciudad como un punto importante en el cual el aumento de la demanda de infraestructura, empleo, bienes y servicios, fue la base fundamental para hablar de la relación entre Bogotá y la región. Dados dichos fenómenos demográficos, sociales, culturales y el estrecho vínculo existente se pudo conformar un territorio que reconocido por su histórica y mutua dependencia, en el plano social, económico, ambiental, geográfico y cultural fue ganando nombre y lugar en el ámbito nacional e internacional.

⁶Comparar Jordán, Ricardo y Simioni, Daniela. “Gestión urbana para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe”, CEPAL, Santiago de Chile, 2003. p. 38.

⁷Comparar Arango, Oscar. “Ciudad Región Eje Cafetero hacia un desarrollo urbano sostenible”, Revista Desafíos, Bogotá (Primer semestre de 2005).p.111.

⁸Ver anexo 1. Mapa. Crecimiento Urbano de Bogotá

Para los años noventa se generó una conciencia de trabajo conjunto alrededor de los temas que podrían beneficiar a la región, para ello las instituciones y los agentes económicos regionales crearon una agenda conjunta, la cual para 2001 cobraba relevancia y daba cabida a la posibilidad de trabajar en red dentro del departamento, dicha decisión política permitió lograr acuerdos y formular políticas concentradas en el desarrollo de la región, pero fueron básicamente la Mesa de Planificación Regional Bogotá – Cundinamarca y en 2002 el Consejo Regional de la Competitividad las que permitieron concretar los esfuerzos.

Ahora es posible hablar del fortalecimiento y continuidad en el proceso para consolidar Bogotá- Región, suceso del cual se han visto beneficiados en especial los municipios más próximos al Distrito Capital, pues son quienes reciben con mayor intensidad los efectos de las dinámicas socioeconómicas que allí se crean.

Si bien Bogotá ha logrado aprovechar su posición central dentro de la red urbana nacional, para promover dinámicas socioeconómicas de grandes magnitudes y concentraciones, también ha incidido en el cambio de condiciones de habitabilidad y calidad de vida menos favorables para la ciudad y sus habitantes. Siendo sin lugar a dudas el poder de atracción de la capital, el factor principal del crecimiento desmesurado que genera una gran presión por el escaso suelo urbano disponible, con un alto impacto mas allá de sus límites, comprometiendo a los municipios vecinos que absorben parte de las dinámicas de crecimiento de Bogotá y terminan siendo una parte más, generalmente desarticulada que refleja como “la densidad y el beneficio de las relaciones económicas disminuyen a medida que los municipios de Cundinamarca de alejan de la ciudad central”⁹.

Así, es evidente que el aumento de las dinámicas de la ciudad hacen de Bogotá un lugar que ejerce una fuerte influencia en el territorio Cundinamarqués convirtiéndolo en el principal socio estratégico de la capital; demostrando una

⁹Ver Departamento Nacional de Planeación -DNP. “Documento de Desarrollo Territorial No. 65. Diagnóstico de la Región Bogotá-Cundinamarca”, 2003.p. 9

estrecha relación evidente en el intercambio de materias primas, alimentos así como el movimiento de población diaria.¹⁰

Son entonces un gran número de factores interconectados los cuales han afectado a los municipios que componen el departamento de Cundinamarca, elementos que en gran medida conducen a un cambio de uso del suelo, lo que implica la transformación del paisaje rural a un componente heterogéneo donde las condiciones económicas, sociales y ambientales marcan la pauta de dinámicas y flujos que en el territorio se configuran.

1.3. ALGUNOS ACTORES INVOLUCRADOS

Durante varios años el tema de la integración regional ha estado en la mesa de los gobiernos, los cuales constantemente crean y actualizan leyes, documentos o informes que se convierten en herramienta para planificar de la mejor manera el territorio. Así pues, bajo la aprobación de la ley 388 del 1997 se establecieron los Planes de Ordenamiento Territorial, estos dan muestra de una amplia reflexión sobre la importancia de un modelo organizado y articulado del territorio, en términos más amplios dan puntos técnicos para la organización y ordenamiento.

A su vez es vital para cada municipio fortalecer su vocación, por ello en sus Planes de Desarrollo se introducen acciones que tanto gobernantes como ciudadanos acogen durante un periodo para contribuir al desarrollo territorial, es por ello que se “los lineamientos para el diseño y aprobación de los PD están dados por la Constitución Nacional, la Ley 152 de 1994, y el Departamento Nacional de Planeación, DNP”¹¹.

De igual forma y teniendo en cuenta la importancia para la competitividad y el desarrollo territorial se da lugar a la ampliación del tema bienes y servicios, pues se ve en estos un factor fundamental para el crecimiento y fortalecimiento de diversos

¹⁰Comparar Alcaldía Mayor de Bogotá. “Región capital Bogotá – Cundinamarca”. Bogotá, Agosto 2011. p. 5.

¹¹ Ver Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. “Planes de Desarrollo”. Consulta electrónica.

sectores, por ende se trabaja en mejorar el manejo de las cuestiones turísticas en encuentros tales como la Mesa de Planificación Regional Bogotá – Cundinamarca, el Plan Regional de Competitividad y los planes estratégicos del turismo con lo que cuenta cada municipio.¹²

¹² Anexo 2. Cuadro. Avances de la región.

2. LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA REGIÓN

2.1 LA REGIÓN DESDE LA GEOGRAFÍA ECONÓMICA

Dar cuenta de las diferencias en la distribución espacial de las actividades económicas y del grado de desarrollo de las mismas en relación con su ubicación geográfica requiere de diversos los modelos explicativos tales como “la nueva *geografía económica*”¹³ en ella son vitales los rendimientos crecientes entre la producción y el consumo como lo plantea Paul Krugman:

La heterogeneidad espacial se da en términos de la distribución de recursos móviles y fijos, de las facilidades de transporte y de la ubicación de los lugares de intercambio comercial. Bajo condiciones de competencia perfecta, tal heterogeneidad da origen a ventajas comparativas entre distintas ubicaciones espaciales, lo cual, a su vez, promueve la especialización y el intercambio comercial.¹⁴

Este enfoque postula que el crecimiento regional obedece a una lógica de causación circular, en la que los encadenamientos hacia atrás y hacia delante de las empresas conducen a una aglomeración de actividades que se autoreforzan progresivamente, es decir, los efectos externos positivos generarán una fuerza de atracción hacia el territorio en que tienen lugar, mientras que los efectos negativos actuarán como fuerza de repulsión para los agentes que quisieran instalarse en la aglomeración. Siendo estos dos tipos de fuerzas (centrípetas y centrífugas) las encargadas de moldear la estructura espacial de una economía.¹⁵

De igual forma sostiene que el libre juego de las fuerzas del mercado conduce inevitablemente a una intensificación de las disparidades económicas territoriales, esto es así porque en virtud de las economías de aglomeración, el

¹³Ver Fujita, Masahisa y Krugman P. “La nueva geografía económica: pasado, presente y futuro”, 2004. Documento electrónico.

¹⁴Ver Alcaldía Mayor de Bogotá. “Bogotá ¿es posible un modelo regional desconcentrado?”. Bogotá, 2009. p. 32.

¹⁵ Comparar Peña Antonio. “Teorías explicativas de las disparidades económicas espaciales”. Documento electrónico.

crecimiento tiende a beneficiar acumulativamente a las economías de mayor desarrollo, en detrimento de las más atrasadas.

En las relaciones de capital y actividades productivas la región demuestra una supremacía económica en la nación, según las cifras está representada en 2000-2002 el 25.5% del Producto Interno Bruto del País, en 2009 el PIB paso a 31%, contribución que ha sido pilar de la construcción de redes que promueven el desarrollo competitivo regional.

En segundo lugar se presenta una heterogeneidad en la distribución de las actividades de la región, factores como el clima, la cultura y las bases político-sociales permiten a cada municipio tener su vocación y contribuir a la conformación de *economías red*¹⁶, las cuales sustentan la existencia de un núcleo central urbano en este caso la capital, rodeado por satélites suburbanos donde se evidencia el paso de una jerarquía vertical (estructura monocéntrica) a una horizontal (estructura policéntrica), denominada red de ciudades, en dicha red – plataforma el área metropolitana rige como cerebro, centro de manejo y proceso de información del conocimiento, hecho que posibilita el contacto con otras ciudades, estableciendo relaciones activas que por conectividad benefician a la ciudad central y a las regiones.¹⁷

La región es concebida más allá de suelo, tal vez por sus dinámicas logra verse como un “espacio geográfico en el cual sus fronteras son claramente delimitables a la luz de las características o tendencias que interese analizar”¹⁸; ello válida la definición de la región de acuerdo a la tendencia de especialización, es decir, la manera en la cual en el marco de -Región económica- se da la concentración vs dispersión de las actividades en el territorio definido, haciendo de los procesos

¹⁶Ver BoixDomenech, Rafael y Trullen Thomas, Joan. “Redes de Ciudades y Externalidades”, 2003. Según estos autores, las economías de red, en redes de ciudades, tienen su origen en los efectos externos que generan los agentes de una ciudad sobre los agentes de otra ciudad a través de un canal estable que propicia y facilita la interacción entre las ciudades de la red.

¹⁷ Comparar Pineda H Saúl. “Ciudad - región global: una perspectiva de la gobernanza democrática territorial”. p. 3-4.

¹⁸Ver Pineda H Saúl. “Consejo regional de competitividad de Bogotá-Cundinamarca”. Capitulo 4, Responsabilidad ciudadana y cooperación publico privada: Cohesión social. p. 5.

productivos y de concentración en Cundinamarca un complementariedad de actividades.

En este punto es posible ver como la proximidad de la capital es relevante para la generación de estructura económica, la cual define que aunque los servicios sociales juegan un papel fundamental en el territorio el tema económico es variable y en la región se observan “grandes diferencias en la vocación de los municipios y la capital, siendo los municipios más próximos a Bogotá quienes sustentan sus economías en el desarrollo industrial y los demás presentan una vocación más agropecuaria y de prestación de servicios (financieros y sociales)”¹⁹.

En términos económicos existe una gran complementariedad entre Bogotá y Cundinamarca, la especialización de la capital está encaminada al sector terciario, es decir, especialización de Bogotá en Bancos, Seguros, comercio, servicios personales y gobierno. Mientras que en la región cundinamarquesa los sectores como la agricultura, la industria y los servicios son donde se dan mayores flujos.²⁰

Se evidencia en la Región una participación bastante importante de la actividad servicios, está según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE es la que mayor aporta al PIB²¹, siendo las actividades de esparcimiento, culturales y deportivas un sector en auge.

2.2. VARIACION DEL PIB EN LOS ULTIMOS AÑOS

Cundinamarca se caracteriza por contar con diversidad en los usos de suelo y actividades económicas, siendo la industria manufactura y la agricultura las que realizan una mayor participación sectorial en el Producto Interno Bruto – PIB departamental. Sin embargo cabe resaltar para el presente estudio el aumento significativo en el aporte generado por las actividades: Hoteles y restaurantes, servicios sociales y de salud y Otras actividades de servicios comunitarios, sociales;

¹⁹ Ver Alcaldía Mayor de Bogotá. “Región capital Bogotá – Cundinamarca”. Bogotá, 2011. p.20.

²⁰Ver anexo 3. Mapa. Concentración de actividades económicas en Cundinamarca.

²¹Ver anexo 4. Gráfico. Participación por ramas de actividad en el PIB de Bogotá y Cundinamarca 2009

estas se caracterizaron entre 2000 y 2007 por pasar de 410.438 a 713.592 respectivamente, demostrando un aporte porcentual en constante crecimiento.²²

2.3. EL SECTOR SERVICIOS EN LA ECONOMÍA DE LA REGIÓN

Una de las actividades económicas que más se ha consolidado en la región por la presión de la ciudad capital es el sector de servicios turísticos, el cual para suplir la demanda de Bogotá ha localizado y agrupado con ciertas dinámicas y tendencias la infraestructura necesaria. Para dicho desarrollo y crecimiento en su comienzo fue requisito tener un proceso simple de articulación económico-espacial con los sectores complementarios, como lo plantea la Cámara de Comercio de Bogotá:

Se trata de reintroducir el valor de la proximidad, fomentar la autosuficiencia local, reducir la dependencia y proteger los valores culturales sin renunciar a los valores positivos de la biodiversidad. Sin renunciar, además, al logro de una inserción plena en la globalización para hacer de la ciudad-región un "territorio ganador" en ella.²³

La capital debido a su dinámica de expansión y densificación se ha visto en la necesidad de hacer uso y aprovechamiento de los bienes y servicios que por cercanía o agrupación se prestan en la región de Cundinamarca. Esto se refleja en “el desbordamiento de los límites y los perímetros que en otras épocas intentamos delimitar el crecimiento de Bogotá, suceso que hizo cambiar de carácter a los instrumentos como la zonificación y el perímetro en términos de articulación de la ciudad a la región inmediata de Cundinamarca”²⁴, logrando que el territorio rural ya no fuese ajeno a los procesos urbanos y el desarrollar actividades productivas diera cuenta de las tendencias de transformación rápida de la ciudad.

Son múltiples las circunstancias por las cuales los residentes de los municipios vecinos se desplazan a la capital en su mayoría el motivo de su viaje es el

²² Ver anexo 5. Tabla. Variación del PIB por ramas de actividad.

²³ Ver Cámara de comercio de Bogotá - CCB, “Ciudad Región Global, Aportes de experiencias internacionales para Bogotá y Cundinamarca”, 2009. p. 37. Documento electrónico.

²⁴ Ver Preciado, Jair. “Bogotá Región: Crecimiento Urbano en la consolidación del territorio metropolitano”, 2005. p. 12.

trabajo, caso contrario ocurre con los residentes de Bogotá quienes asocian los motivos de traslado a sus alrededores al turismo²⁵ (recreación, descanso, practica de algún deporte, cumplimiento de una promesa religiosa, gastronomía, cultural, popular, entre otros).²⁶

Lo anterior permite resaltar el crecimiento del sector servicios como factor importante en el desarrollo de los municipios, este se viene fortaleciendo especialmente por el turismo, el cual demuestra en un corto plazo el apoyo como dinamizador social y generador de nuevos roles y desafíos que deben asumir los gobiernos locales.

Los gobierno ven la necesidad de trabajar en el mejor manejo de las relaciones entre Bogotá – Región debido a los factores variables a los que se exponen en cuanto a la coordinación para la articulación y el funcionamiento de la ciudad con los planes propuestos en materia del sector servicios dándole relevancia al desarrollo estratégico del turismo.

2.4. LA OPORTUNIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO

Para el análisis de la localización del turismo, como una oportunidad de desarrollo regional, se deben entender las zonas con vocación turística como “conglomerados urbanos que concentran instalaciones, infraestructuras y equipamientos destinados a articular las expectativas de los turistas y de la comunidad local con los distintos atractivos y actividades del lugar”²⁷, los cuales, articulados con una estrategia de ordenamiento físico regional y un marco regulatorio preciso, que considere el

²⁵Según La Organización Mundial del Turismo El turismo comprende “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos”. Ver Organización de las Naciones Unidas. *Actualización de las Recomendaciones sobre estadísticas del turismo*, 1999. p. 3.

²⁶Comparar Sánchez Clara Inés. “Acuerdo de voluntades políticas como cimiento de la integración turística regional. Caso Bogotá – Cundinamarca”. Universidad Externado de Colombia, 2004. p. 113.

²⁷ Ver Bosch, J y Simonelli, A. “Los centros turísticos como escala del desarrollo local: El rol de los municipios turísticos en un contexto de globalización de la economía”. p. 37. Documento electrónico.

fortalecimiento del capital humano, deben tener como fin último recibir y facilitar las prácticas del ocio de los turistas.

Los municipios como organizaciones influyentes en el tema regional son los que en términos generales logran la competitividad, rentabilidad y expansión económica, ampliando el horizonte que guardando una relación trascendental con el impacto físico – social del escenario planteado. En ellos los centros turísticos en el contexto de la globalización económica son verdaderas unidades operativas que en carácter de su localización forjan virtudes en función del cumplimiento de su papel como desarrolladores del mercado.

Con respecto al turismo en nuestro medio, “Colombia debido a su gran cantidad de recursos que pueden ser aprovechados de manera sostenible cuenta con un gran potencial. Las riquezas naturales, la agricultura y los bienes, ofrecen interesantes posibilidades de desarrollo”²⁸. En gran medida en puntos específicos que logran ubicarse a distancias accesibles de las grandes centralidades, tal es el caso de Bogotá – Cundinamarca, el Eje Cafetero (Caldas, Risaralda y Quindío), entre otros. Esta interconexión es posible por la relación que se da entre dichos centros que reúnen procesos de decisión y los flujos de actividades económicas que se crean en zonas circundantes a las mismas.

Para el análisis de la influencia que tienen las grandes ciudades en las de escala más pequeña es interesante prestar atención a tres aspectos:

En primer lugar, la diferente posición de cada ciudad en la red urbana. En segundo lugar, las formas territoriales nuevas que están emergiendo, muy condicionadas por la restructuración regional. Finalmente, las diferentes estrategias de promoción, recalificación y ordenación urbanas, es decir, los diferentes proyectos de ciudad que asumen los diversos municipios.²⁹

En Bogotá-Región es importante reconocer que en el año 2001 con el fin de centrarse la temática del servicio turístico se convocó a la Primera Jornada de Planeación Estratégica para el Turismo Regional, en esta se destacó la necesidad de mirar la región en su contexto y la importancia de Bogotá para el departamento en

²⁸Ver Ministerio del medio ambiente. “Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes”. p. 10.

²⁹ Ver Ganau, J. y Vilagrassa, J. “Ciudades medias en España: posición en la red urbana y procesos urbanos recientes” p.3. Documento electrónico.

materia de turismo. El acercamiento fue un gran paso en materia de competitividad y productividad, pero los esfuerzos no pararon y con la firma del convenio de cooperación 091 de 2002 entre la Alcaldía Mayor de Bogotá y el departamento de Cundinamarca se inserto el turismo como motor del desarrollo económico y social.³⁰

2.5. CONSTITUCIÓN DE SOCIEDADES, SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA DURANTE 2000-2011

La región de Bogotá - Cundinamarca cuenta con la base empresarial más amplia y diversificada del país con 26% de las empresas de Colombia se ha consolidado como el mejor mercado para la localización de empresas medianas, grandes y multinacionales.

El movimiento de las actividades empresariales en la región ha sido bastante favorable, el aumento en el número de sociedades se muestra constante teniendo en cuenta que el departamento es un punto atractivo, fuerte para la inversión y el desarrollo de las actividades productivas.

En este contexto, se toma como periodo 2000-2011 para llevar a cabo el análisis del comportamiento de las actividades relacionadas con el turismo, como es el caso de: Hoteles y restaurantes, servicios sociales y de salud y otras actividades de servicios comunitarios y sociales, dichas actividades económicas un crecimiento tanto en número de sociedades constituidas como en el capital, cifra variable pero siempre positiva en el transcurso de los años, dando un avance en el porcentaje participativo de las actividades seleccionadas de 1.44% en capital a 4.23% del año 2000 a 2011 respectivamente.

El sector servicios según las estadísticas es el que más aporta a la constitución de sociedades, seguido por el comercio el cual también está estrechamente relacionado con el turismo, según la Cámara de Comercio de Bogotá en 2011 el porcentaje fue de 42,8% y de 26,9% cifra que sumada corresponde al

³⁰Comparar Sánchez Clara Inés. “Acuerdo de voluntades políticas como cimiento de la integración turística regional. Caso Bogotá – Cundinamarca”. Universidad Externado de Colombia, 2004. p. 113.

69,7% del total de las actividades existentes. Hecho que corrobora una fuerte presencia de las actividades vinculadas al turismo en la economía regional.³¹

³¹ Ver anexo 6. Tabla. Constitución de sociedades, según actividad económica (Cundinamarca - Bogotá), periodo 2000- 2011.

3. LA ACTIVIDAD TURÍSTICA

3.1. EL TURISMO

Las definiciones del término que van desde la conceptualización y clasificación del fenómeno hasta la caracterización del mismo.

“Los antecedentes de la palabra ‘turismo’ se remontan al siglo XIX. En The Shorter Oxford English Dictionary se cita y se acepta con fecha de 1811, como la teoría y la práctica de viajar, viajando por placer”³².

En el ámbito turístico son múltiples las relaciones que se dan entre los elementos que lo constituyen, por ello una definición más integral del concepto es la propuesta por el español Oscar de la Torre Padilla, quien sostiene que:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.³³

Dicho enfoque está claramente relacionado con la definición otorgada al término por la Organización Mundial del Turismo que lo establece como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.³⁴

En este plano la persona que ejerce la actividad sería considerada como Turista si su permanencia es al menos de 24 horas en el lugar, o como excursionista si su tiempo de estancia en el destino es inferior, así pues dichos visitantes tendrían en común un viaje por vacaciones, ocio, deporte o placer; estas definiciones son planteadas bajo el parámetro de la demanda turística que contempla el fenómeno

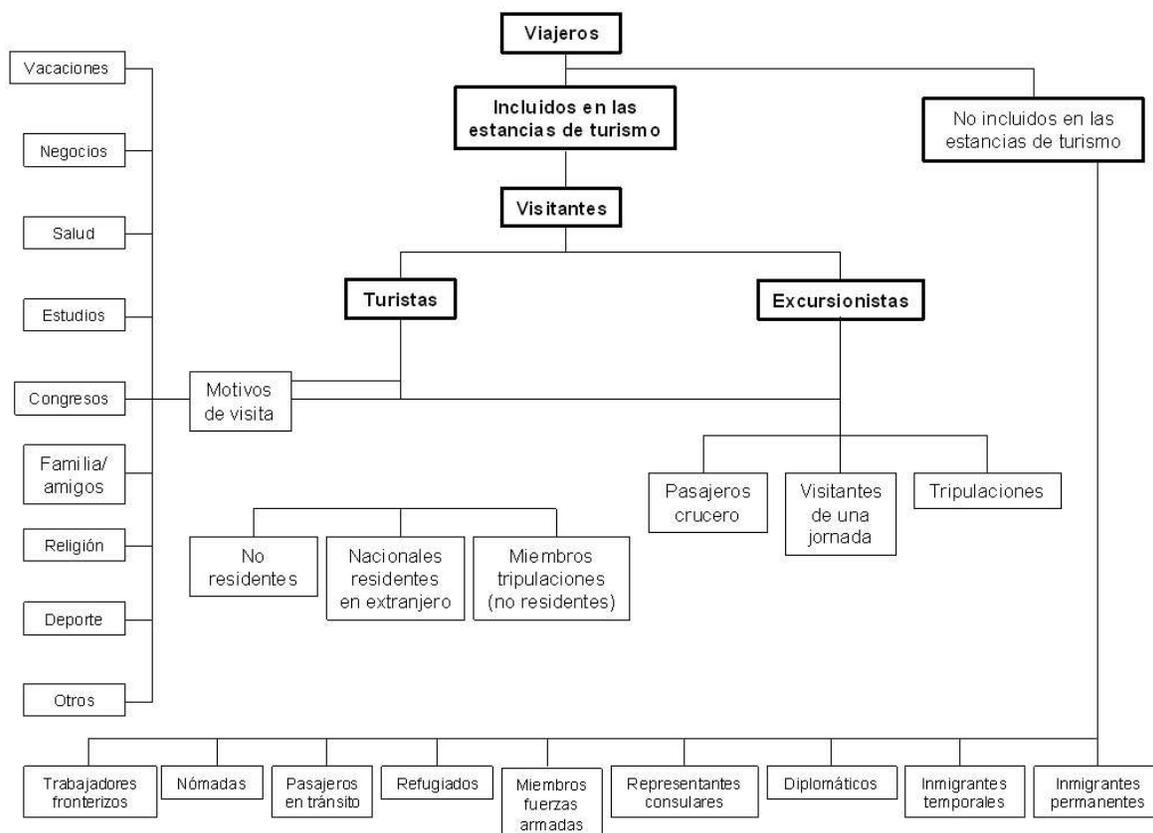
³² Ver “El Turismo”. Revista Nueva Visión Social democrática. No 14 (octubre-diciembre 2008): 3

³³ Ver de la Torre P, Oscar. “El turismo: Fenómeno Social”. p. 19.

³⁴ Comparar Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Perú. “Terminología para las estadísticas del turismo”. Consulta electrónica.

desde el punto del desplazamiento y la pernoctación sin embargo se han propuesto a lo largo de los años distintas formas de interpretar el carácter complejo de la actividad.

Gráfico 1. Clasificación de viajeros según la OMT



Fuente: Mapa conceptual modificado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de la Página Web de la Organización Mundial del Turismo. Recurso electrónico.

3.2. CLASIFICACIÓN DEL TURISMO

El turismo se puede clasificar dependiendo los puntos que se deseen resaltar, por un lado se encuentran los basados en la manera de viajar, es decir el ámbito geográfico en el que se desarrolla ya sea nacional, internacional e intrarregional; en esta categoría se incluyen las edades, duración y tipo de transporte. Por el otro lado están la categorización por las motivaciones, en esta juega un papel fundamental el tipo de

actividad que se desee realizar, siendo la cultura, el deporte, la salud y los negocios puntos determinantes.

3.2.1. Formas de turismo: Es posible analizar el comportamiento del sector³⁵ de acuerdo a la duración, la cual está establece el tiempo de permanencia y uso de los servicios turísticos ofrecidos. De igual forma es posible hacerlo de acuerdo al volumen e ingresos.

En primer lugar está la duración, en este grupo se encuentran los excursionistas quienes pueden ser considerados como visitantes efímeros pues por su estancia inferior a 24 horas no pueden ser conceptualmente turistas, quienes por el contrario se pueden designar por permanencia en el lugar:³⁶

Tabla 1. Turismo según duración

| | | |
|-----------------|-----------------------------|---|
| DURACIÓN | Permanencia breve | Aquellos viajes o visitas cuya prolongación toma entre 24 y 72 horas, es decir implica de 1 a 2 pernотaciones. Esta modalidad es practicada básicamente los fines de semana y en el ámbito nacional. |
| | Permanencia corta | Visitas superiores a los tres días e inferiores a los catorce. Una modalidad de mayor gasto que particularmente se da en temporada de vacaciones. |
| | Permanencia mediana y larga | Viajes cuya duración es superior a dos semanas e inferior a seis meses. Esta tendencia es la de menor utilización de servicios turísticos, pues existe la tendencia a alojarse en pensiones, casas o apartamentos. De igual modo, se emplean servicios de transporte, alimentación más baratos o bien permanecen donde familiares o amigos que les brindan las facilidades para la estadía. |

Fuente: Quesada, Renato. "Clasificación del turismo". pp. 8-9.

Dentro de esta clasificación las variables socioeconómicas, geográficas y los motivos son muy relevantes para determinan la característica del consumidor y las condiciones que brinda el destino.

En segundo lugar se encuentra el volumen y los ingresos, teniendo en cuenta que existe una directa relación entre el nivel de ingresos y los viajes que se realizan, tanto desde una perspectiva cuantitativa como cualitativa. Esto significa igualmente

³⁵ Ver anexo 7. Gráfico. Formas de turismo.

³⁶ Comparar Quesada, Renato. "Clasificación del turismo". Elementos del turismo, 2007. p. 8.

que las personas utilizaran servicios turísticos acordes con su nivel socioeconómico y del mismo modo, los viajes podrán ser tan prolongados y frecuentes como se los permitan sus ingresos.³⁷ Así la variable podría ser:

Tabla 2. Turismo según volumen e ingresos

| | | |
|-----------------------------------|-------------------|--|
| VOLUMEN E INGRESOS | Turismo social | Es aquel que practican las personas con menores ingresos, principalmente dentro de su territorio. Sus características principales son gastos reducidos, corta permanencia, uso de transporte público, facilidades de pago, etcétera. |
| | Turismo masivo | Recibe su nombre debido al volumen de personas que lo componen, está constituido en su mayoría por personas de clase media. Se caracteriza por vuelos en clase económica / turista, dormir en hoteles con tarifas atractivas, comer en restaurantes de precios moderados y de forma similar realizar los otros gastos. |
| | Turismo selectivo | También conocido por su nivel como turismo de lujo, pues es exclusivo o elitista. En esta modalidad pertenecen las minorías, en este el alto costo de los servicios es lo propio. |

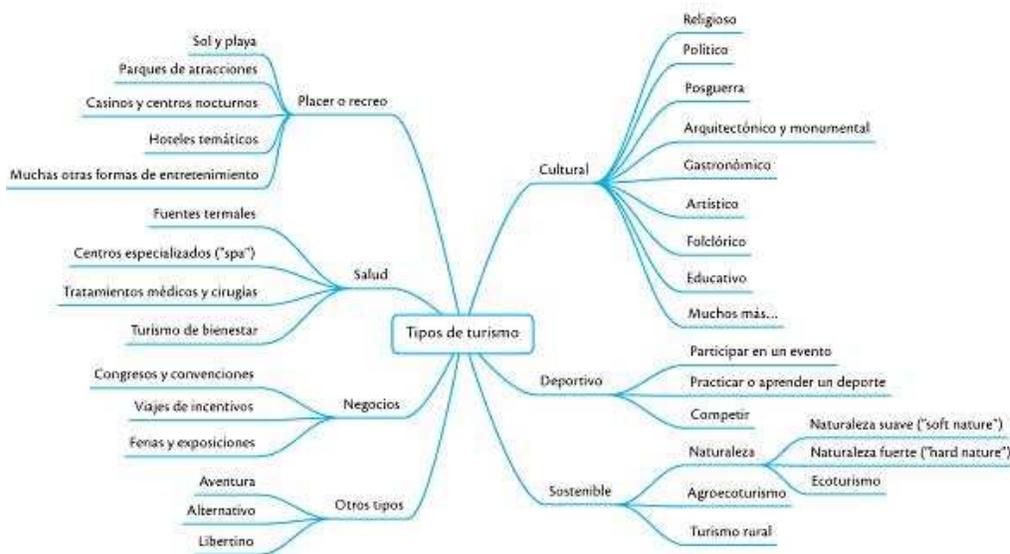
Fuente: Cuadro realizado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de: Quesada. “Clasificación del turismo”. pp. 98-99.

3.2.2. Tipos de turismo: Esta manera de clasificar a los turistas es un instrumento para conocer sus peculiaridades y expectativas de consumo. Con base en ello se da la especialización de los productos y la dirección en cada segmento del mercado. Cada tipo de turismo puede ramificarse en diversidad de modalidades, según las particularidades de los consumidores y la actividad turística en la que participen.³⁸

³⁷ Comparar Quesada. “Clasificación del turismo”. pp. 97-98.

³⁸ Comparar Quesada, Renato. “Los muchos turismos”. Elementos del turismo – Teoría, clasificación y actividad. p. 95.

Gráfico 2. Tipos de turismo



Fuente: Quesada, Renato. “Clasificación del turismo”. p. 10.

Así pues son siete tipos de turismo a los que más se hace referencia: placer o recreo, salud, negocios, cultural, deportivo entre otros; de los cuales en el caso cundinamarqués sobresalen los siguientes:

Tabla3. Tipos de turismo relevantes en la región

| | |
|------------------------------------|--|
| TURISMO CULTURAL | Este tiene el interés de conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados (historia, arqueología, arquitectura, religión, filosofía, política, etnología, folclore) de un pueblo, país o región especial. La posibilidad para la práctica de este es amplia, incluso los tours en cada destino hacen parte del gozo y disfrute particular de cada legado. |
| TURISMO DEPORTIVO | Tiene motivaciones como la asistencia a eventos, el disfrute o aprendizaje de alguna actividad y para los más aficionados la participación en competencias. El turismo por salud es practicado por personas que desean descanso y recuperación o simplemente quienes recibirán un tratamiento médico, en este tipo cada vez en más frecuente encontrar lugares que prestan el servicio de balneario, hotel y centro especializado (spa); motivados por vanidad, necesidad o conveniencia no cabe duda de lo rentables y atractivos que resultan. |
| TURISMO POR PLACER O RECREO | Esta ciertamente conectado a las demás categorías pues integra en sus objetivos el ocio, al cual términos como sol y playa se le sumaron hasta contar hoy con turismo temático, como el caso de Disney World, Estudios Universal y mas lugares que masifican el placer, pues en el afán de divertirse el numero de actividades para ello ha ido en aumento. |

Fuente: Cuadro realizado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de: Quesada, Renato. “Los muchos turismos”. *Elementos del turismo – Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 2010. p. 96.

Entre la gran lista de tipos de turismo se encuentra el **naturalista**, este toma la naturaleza como principal elemento, según el grado de especialización se da su modalidad, la cual se subdivide en tres grupos: naturaleza suave en la que tienen especial predilección las áreas silvestres o que no intervenidas por el ser humano, naturaleza fuerte donde observar y disfrutar de la fauna y flora es el punto focal y *ecoturismo*³⁹.

3.3. FACTORES DETERMINANTES PARA LA VOCACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Entre las explicaciones a la vocación y localización espacial del turismo, se encuentra en primer nivel los recursos con los que cuenta el territorio o el atractivo que generan como fundamental. Sin embargo, la realidad muestra que el desarrollo del turismo va más allá de un simple criterio de lo que es llamativo o no, si bien muchos lugares tienen los mismos potenciales, no son todos los que consiguen posicionarse.

La primacía de la *oferta*⁴⁰ y la *demanda*⁴¹ marcan la pauta para que un producto como el turismo se convierta en un boom en tiempo y espacio, pues son muchos los destinos turísticos en constante competencia.

3.3.1. La demanda. Lo que motiva al ser humano a escoger un lugar u otro depende en gran medida de factores intrínsecos en el desplazamiento, costo y lo que la zona en últimas le ofrezca; en un contexto social más amplio y como lo plantea el documento de la segunda diplomatura en turismo 2008-2009 de la Universidad de

³⁹ Según la Cámara Nacional de Ecoturismo (CANAECO) es aquel segmento especializado del turismo sostenible (turismo responsable), que promueve y apoya la conservación de la naturaleza y los valores culturales de los destinos, los interpreta para el cliente, favorece el mejoramiento socioeconómico de las comunidades locales persigue sensibilizar y satisfacer, de manera ética, a los clientes.

⁴⁰ Para esta investigación se puede entender la oferta como “existencia de infraestructura y equipamientos mínimos” Ver Universidad de Salamanca. *Vocación turística del territorio y factores de localización espacial del turismo*. 2008-2009. p. 3.

⁴¹ En el contexto del presente trabajo la demanda puede definirse como “flujo de personas que ‘quieren’ visitar el lugar Ver Universidad de Salamanca. *Vocación turística del territorio y factores de localización espacial del turismo*. 2008-2009. p. 3.

Salamanca Vocación turística del territorio y factores de localización espacial del turismo. Es fundamental para el individuo hallar en el lugar:

- a) Ciertos atributos que hagan atractivos los lugares
- b) Facilidad de acceso a los lugares: transporte y coste económico
- c) El papel de los operadores turísticos
- d) La existencia de una cierta infraestructura de alojamiento (oferta)
- e) Factores históricos: relación cultural, lingüística, colonial,
- f) Otros: estabilidad política, ausencia conflictos sociales, entre otros.⁴²

En un marco de análisis interpretativo del comportamiento del individuo, es normal que este se vea influenciado a escoger un destino u otro dependiendo lo que este a su alcance, a lo que tenga acceso, a los precios, la calidad tanto de las vías de llegada como del lugar, añadiendo a ello los imaginarios individuales y colectivos, que finalmente y por valor cultural reorientan el flujo turísticos en las regiones, en las cuales siempre primara la llegada de ciudadanos que ven en estos espacios la huida de la cotidianidad.⁴³

Otro factor significativo es la proximidad, esta hace parte importante a la hora de tomar una decisión pues a mayor distancia incrementa el gasto y muchas veces aunque la oferta sea buena el tiempo de descanso con el que se cuenta no es el suficiente, teniendo en cuenta en el turismo la inclusión no solo vacaciones sino también fines de semana.

3.3.2. La oferta. La localización de los servicios turísticos está influenciada por factores económicos y no económicos (valores), son los primeros los que en gran medida pesan más y dominan gran parte de la decisión de la ubicación en el espacio geográfico, estos cuentan con categorías de análisis en las que se destacan dos clases: los factores espaciales y los ambientales.⁴⁴

Los factores ambientales tienen su relación lineal con el suelo, es decir, con las condiciones orográficas, topográficas y geológicas que permiten tener un mejor panorama en cuanto relación superficie – capacidad – rentabilidad, influencia en los

⁴² Ver Universidad de Salamanca. *Vocación turística del territorio y factores de localización espacial del turismo*. 2008-2009. p. 3.

⁴³ Ver anexo 8. Gráfico. Marco conceptual para el análisis de la demanda

⁴⁴ Comparar Gómez, Belén y López F. “Regionalización turística del mundo”.p.24.

costes de construcción de los equipamientos e infraestructuras turísticas y seguridad dando la percepción necesaria para crear los imaginarios escénicos que se buscan en el ámbito de la atracción turística.⁴⁵

Los factores espaciales son los que están más directamente relacionados con la demanda, pues permiten que a medida que aumenta el turismo se vaya dando el desarrollo de la infraestructura necesaria para soportarlo, en este ámbito juega la distancia, la accesibilidad, la concentración de las actividades económicas, el precio del suelo, la competencia con otras actividades, entre otros elementos básicos. Los factores mencionados están directamente relacionados y explican básicamente los determinantes del fenómeno de localización de la actividad turística.⁴⁶

Dichas características contribuyen a la identificación en la región Cundinamarquesa de los polos donde se ha venido presentando incremento en la infraestructura turística, claramente basada en el aumento de la relación con la capital su mayor consumidor.

3.4. BASES PARA LA CONSOLIDACIÓN DE UN DESTINO TURÍSTICO

Son múltiples los factores que atraen a los turistas, elementos que van desde el ámbito cuantitativo al cualitativo, pues, el sistema turístico comprende una interrelación de elementos que busca como fin el desarrollo del mercado. Para este estudio se hace necesario comprender que el potencial del lugar, el factor oferta y el atractivo turístico requiere de otras variables para lograr las condiciones ideales con las que los individuos desearían contar a la hora de tomar una decisión de viaje.

Es posible que las características fundamentales para analizar por qué una persona se decide por un destino o no se deba al ideal del encuentro armónico entre:

- Infraestructuras y servicios generales: accesibilidad, tráfico, transporte público, abastecimiento de agua, limpieza y recogida de basuras, alumbrado público, asistencia sanitaria, seguridad ciudadana, etc.
- Aspectos relacionados con el medio ambiente: saturación del destino, conservación medioambiental del entorno, contaminación acústica, etc.

⁴⁵Ver Anexo 9. Tabla. Los factores naturales ambientales que caracterizan la oferta.

⁴⁶ Comparar Gómez, Belén y López F. “Regionalización turística del mundo”.p.24.

- Equipamiento recreativo, cultural y de servicios turísticos, áreas recreativas, oferta comercial, oferta cultural, y de ocio, profesionalidad de los trabajadores del sector turístico y gestión turística.⁴⁷

3.5. LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

“El concepto de infraestructura hace referencia al conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera”⁴⁸; su nombre a través del prefijo infra, denota el conjunto de estructura inferior es decir que el caso turístico sería la planta turística (estructura productiva) y la superestructura (organización del quehacer turístico).⁴⁹

La importancia del acondicionamiento para el desarrollo turístico se basa en la existencia de vías de acceso, infraestructura básica, formación de recursos humanos, acondicionamiento de recursos turísticos e infraestructura turística, a en esta última hace parte toda construcción, instalación o servicio para la práctica del turismo, es decir, alojamiento, alimentación, transporte turístico, información y esparcimiento requerido para el óptimo aprovechamiento de la actividad, en la que el contar con una base para ofertar a los turistas/viajeros.⁵⁰⁵¹

En el caso Cundinamarqués según el inventario del Plan de Seguridad turística la región posee

⁴⁷ Ver Benítez, Marisol. “Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura”. Documento electrónico.

⁴⁸ Ver Quesada. “La infraestructura: una base indispensable para el desarrollo”. Elementos del turismo, 2007. p. 180.

⁴⁹ Comparar Quesada. “La infraestructura: una base indispensable para el desarrollo”. Elementos del turismo, 2007. p. 180.

⁵⁰ Comparar Carcelén, Roberto. “La infraestructura turística: una posibilidad de desarrollo económico”, 2010. Documento electrónico.

⁵¹ Anexo 10. Cuadro. La infraestructura turística

Tabla 4. Inventario turístico de la región

| DEPARTAMENTO SEGÚN CLUSTER | TOTAL | % TOTAL | CATEGORIA 3 | % | CATEGORIA 4 | % | %TOTAL NAL 3 | % TOTAL NAL 4 |
|-----------------------------------|-------|---------|----------------|--------|----------------|--------|-----------------|------------------|
| CUNDINAMARCA | 52 | 3.46% | 40 | 76.92% | 12 | 23.08% | 4.46% | 2.17% |
| BOGOTÁ | 68 | 4.52% | 33 | 48.53% | 35 | 51.47% | 3.68% | 6.34% |
| SUBTOTAL BOGOTÁ ALREDEDORES | 120 | 7.97% | 73 | 60.83% | 47 | 39.17% | 8.14% | 8.51% |

Fuente: Cuadro realizado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. Documento electrónico.

Siendo los atractivos turísticos clasificados para efectos del Inventario Turístico en cinco categorías, sitios naturales, bienes culturales, etnografía, realizaciones contemporáneas y acontecimientos programados. Cada una de las categorías está conformada por tipos y subtipos, donde se ubican específicamente los diferentes atractivos turísticos; para una clara jerarquización se asignó a cada uno de estos una calificación entre 1 y 4, siendo 4 la mejor, resultante de una evaluación que considera tres criterios básicos: calidad (valor intrínseco y extrínseco, entorno y estado de conservación), apoyo (acceso, servicios y complementariedad con otros atractivos), significado (local, regional, nacional e internacional).⁵²

3.6. SEGURIDAD DEMOCRÁTICA

La política gubernamental del ex - presidente Álvaro Uribe tenía como objetivo “reforzar y garantizar el Estado de Derecho en todo el territorio, mediante el fortalecimiento de la autoridad democrática”,⁵³ esta permitió que los colombianos pudieran volver a transitar por las carreteras del país sin el alto riesgo de otras épocas,

⁵² Comparar Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. p. 70. Documento electrónico.

⁵³ Ver Presidencia de la República – Ministerio de Defensa Nacional. “Política de defensa y seguridad democrática”, 2003. p. 12. Documento electrónico.

cuando en cualquier paraje había retenes de la subversión que determinaban en secuestros múltiples que, incluso, fueron bautizados como las ‘pescas milagrosas’.⁵⁴

Dicha Política ha tenido una gran influencia en el ámbito turístico pues los hechos demuestran el interés por Colombia en el exterior y el incremento de la inversión extranjera en turismo.

3.6.1. Seguridad en carreteras – rutas. A finales del año 2002 el Gobierno Nacional con el liderazgo del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y con el apoyo de los ministerios de Transporte y Defensa, el Ejército Nacional, La Policía de carreteras y la Armada Nacional diseño y llevo a cabo el programa “Caravanas turísticas vive Colombia” de la campaña “Vive Colombia viaja por ella”, este busco y busca incentivar el turismo doméstico a través de siete productos: sol y playa, agroturismo, deportes y aventura, historia y cultura, ecoturismo, ciudades capitales y ferias y fiestas.⁵⁵

El programa ha buscado incentivar el turismo doméstico motivando a visitar diferentes destinos de interés turístico, incrementando así los viajes dentro del país durante las temporadas de vacaciones y puentes festivos. Así como también rescatar las vías que por razones de orden público dejaron de ser transitadas.⁵⁶

3.6.2. Plan Estratégico de seguridad turística. La seguridad es un elemento fundamental para la competitividad en la región, en la cual garantizar dicha condición mínima se convierte en indispensable para el desarrollo de la actividad turística. Por ello el Gobierno Nacional formulo el plan el cual involucra a la policía de turismo y a los diferentes actores público y privado de la actividad turística, con los cuales se garantiza la seguridad física de los turistas y se propende por el mejoramiento de la imagen y de la calidad de los destinos turísticos.⁵⁷

⁵⁴ Comparar Presidencia de la República. “La seguridad democrática de Uribe”,2009. Documento electrónico.

⁵⁵ Comparar Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. p. 94. Documento electrónico.

⁵⁶ Comparar Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. p. 95. Documento electrónico.

⁵⁷ Comparar Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. p. 9. Documento electrónico.

Las cifras demostraron que en el periodo comparativo 2007-2008 los delitos de impacto disminuyeron drásticamente

Tabla 5. Delitos de impacto

| DELITOS DE IMPACTO | 2007 | 2008 |
|---|--------------|--------------|
| Homicidio común | 1.550 | 1.233 |
| Secuestro | 56 | 19 |
| Extorsión | 96 | 28 |
| Terrorismo | 34 | 33 |
| Acciones subversivas | 7 | 6 |
| TOTAL DELITOS QUE AFECTAN LA SEGURIDAD DEMOCRÁTICA | 2.044 | 1.622 |

Fuente: Cuadro realizado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. Documento electrónico.

Es decir, en caso de homicidio común hubo una disminución de 317 homicidios, equivalente al 20%, en secuestros una disminución en total de 37 actos de secuestro, lo que significa que la acción de secuestro en el país disminuyó en un 66%, en extorsión se cometieron 48 acciones menos de un año a otro, en terrorismo la disminución fue de 3%, en acciones subversivas la disminución fue de 14% dando una reducción total de 21% en delitos que afectan la Seguridad Democrática.

Dentro del plan se encuentran estrategias y programas para el fortalecimiento del turismo, las cuales trabajadas de manera articulada han cambiando la perspectiva a la hora de salir de la ciudad.

3.7. IMPORTANCIA DE LA LEY EMILIANI

Los días festivos en el país están definidos por la Ley 51 de diciembre 22 de 1983, la cual fue propuesta por el Senador Raimundo Emiliani Román, esta traslada el

descanso remunerado de algunos días festivos” y decreta que cuando las festividades caigan en domingo el descanso remunerado igualmente se trasladará al lunes, a si mismo menciona que todo trabajador esta en derecho de descanso remunerado para las fiestas dispuestas de carácter civil o religioso, tales como: primero de enero, seis de enero, ocho de diciembre y veinticinco de diciembre, además de los días Jueves y Viernes Santos, entre otros.

Estos días benefician en gran medida al sector del servicio turístico, pues son fechas en las cuales la mayor parte de los colombianos aprovecha para salir de la rutina y tomar un descanso.

3.8. CASOS INTERNACIONALES DE APROVECHAMIENTO TURÍSTICO

Los municipios turísticos más allá de ser lugares de ocio, son organizaciones político-administrativas, cuya principal responsabilidad es promover el progreso de la comunidad. Todas las relaciones establecidas en el marco del turismo son parte fundamental tanto para el desarrollo local como para la aproximación a el contexto de la globalización económica. En lugares del mundo tales como Argentina, España, Estados Unidos, México, El Salvador, entre otros, el turismo ha sido motor para el aprovechamiento de los recursos en las ciudades o regiones, donde el valor de los procesos colectivos es indispensable para precisar el presente y futuro de los centros turísticos.⁵⁸

En el anexo se resaltan tres de los casos más exitosos en los cuales el mejoramiento de la infraestructura, la reconfiguración de los usos y el trabajo entre los ciudadanos y el gobierno han permitido que hoy dichos lugares sean puntos fuertes de jalonamiento turístico. En Cundinamarca el proyecto Gestión de residuos sólidos hacia la construcción de una nueva cultura ambiental realizado en Viotá demostró en 2011 ser una gran propuesta departamental y por ello fue premiado con \$20 millones como mejor proyecto ciudadano de educación ambiental; cabe resaltar

⁵⁸ Anexo 11. Tabla. Casos internacionales de valoración turística

que lo mejor del mismo fue participación activa de la comunidad organizada en los municipios que con el mejoramiento de las condiciones ambientales pretenden incentivar el turismo en cada uno de ellos.

Otro ejemplo de la importancia de las transformaciones urbanísticas es la Ruta del Sol, un proyecto de progreso en infraestructura para Colombia que a pocos años de inicio ya demostraba su éxito con ambulancias, grúas, carros taller y vehículos de inspección vial, lo que con el pasar de los años ha contribuido notablemente al aumento de flujo de turistas que encuentran en la ruta el confort de un viaje seguro y los mejores servicios.

De igual forma la conformación de nodos turísticos privilegiados de la región Cundinamarquesa ha sido todo un proceso de trabajo entre la comunidad de los municipios con dicha vocación y las entidades territoriales, resaltando de sobre manera el trabajo de la parte privada que con intervenciones independientes han fomentada el aumento del turismo.

4. TURISMO EN LA REGIÓN BOGOTÁ - CUNDINAMARCA

El departamento de Cundinamarca, corazón de Colombia, cuenta con una superficie de 24.210 km², es decir el 2.1% de la nación. Está dividido en 15 provincias de las cuales hacen parte 116 municipios y Bogotá Distrito Capital.⁵⁹ En dicha extensión territorial cada municipio cuenta con elementos claves que le permite tener una vocación característica, hecho que claramente se ve influenciado por las dinámicas de su entorno, en este caso por lo que ocurra en la capital, la cual al contener una “población de 7.363.782 habitantes, es decir, una densidad de 4146 habitantes/km²”,⁶⁰ tiene como efecto el desbordamiento de sus sectores y el establecimiento de los mismos a sus alrededores.

4.1. EL DESBORDAMIENTO URBANO DE LA CAPITAL

Los resultados de los procesos de crecimiento de Bogotá se han reflejado ciertamente en su borde, creando con ello un uso residencial suburbano que por proximidad afecta en principal medida a los municipios del primer anillo, es decir a algunos de los que se encuentran en Sabana Centro y Sabana Occidente, lugares donde predominan las agrupaciones de condominios propias de la migración de familias de altos ingresos hacia los municipios del norte y occidente, situación que ha multiplicado en la última década las tasas poblacionales de los mismos. El caso más significativo es Chía, cuyas áreas ocupadas por condominios pasaron de 472,3 hectáreas en 2002 a 788,2 hectáreas en 2008.⁶¹

Al occidente de Bogotá la historia se repite en Mosquera, Madrid, Facatativá, Bojacá y Funza, municipios que basan su dinámica en el mercado del suelo a lo que le suman la concentración industrial que les es inherente. El caso no es diferente en Soacha, municipio que por su conexión con el sur de la capital mantiene

⁵⁹ Ver anexo 12. Mapa. División política de Cundinamarca

⁶⁰ Ver Departamento Administrativo Nacional de Estadística. “Censo 2005”. Documento electrónico.

⁶¹ Comparar Alcaldía Mayor de Bogotá. “Documento Técnico de Soporte Modificación al Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá. 2001. Documento electrónico.

en incremento el desarrollo de vivienda y la situación de Zipaquirá ya que siendo la puerta de entrada a la sabana desde el norte se le facilita poseer un carácter agroindustrial.⁶²

Se cuenta con registros de 1.076 establecimientos industriales que se ubican principalmente en los municipios más cercanos a la capital de la República. La mayor parte de ellos se localizan en el altiplano cundinamarqués,

Productos lácteos en Sopó, Zipaquirá, Ubaté y Facatativá; vidrio en Nemocón; cueros y curtiembres en Villapinzón, Chocontá, Mosquera y Cogua; industria química en Soacha, Sibaté, Tocancipá, Zipaquirá, Madrid y Facatativá; textiles en Cajicá, Facatativá, Tocancipá, Cota, Madrid y Soacha; papel y madera en Soacha y Cajicá; oro y esmeraldas en Gachala.⁶³

Estos hechos evidencian la fuerte influencia de la capital en este territorio pero para el uso inmobiliario del suelo, lo que descartaría la vocación turística que se quiere identificar.

4.2. SELECCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

De 116 municipios que componen el departamento existen solo unos pocos que realmente reflejan el ocio, descanso y la diversión. Son lugares que están presentes en los imaginarios colectivos, pues con cada una de sus características particulares han logrado dejar huella en sus turistas.

La atracción que cada paraje crea, evidencia el fortalecimiento de los aspectos que lo componen, es decir, la calidad de todos y cada uno de sus ámbitos políticos, ambientales, culturales, sociales y sobre todo de servicios. Elegir uno u otro municipio no es tarea fácil pues muchos tienen algo que los caracteriza pero solo unos pocos tienen el potencial de hacer dicho elemento un todo.

Por ello para analizar la influencia de la capital en la generación de infraestructura de soporte para la prestación de servicios turísticos es indispensable partir de las rutas por las cuales se desplazan con mayor frecuencia las personas de la

⁶²Ver anexo 13. Tabla. Ocupación condominios en zonas suburbanas de La Sabana 2002-2008.

⁶³Ver Gobernación de Cundinamarca. “Guía turística de Cundinamarca”. p.11. Documento electrónico.

capital, estas básicamente están concentradas en los circuitos turísticos y aunque sería posible determinar los lugares de acuerdo a su atractivo, climas u otros elementos el hecho de que el territorio sea tan extenso requiere de una delimitación más clara y concreta.

4.3. LOS MUNICIPIOS CON VOCACION TURISTICA

Las características orográficas, del clima y suelo hacen de Cundinamarca un departamento con una clara diversidad, ofrece piso térmico cálido de 24 grados centígrados o superiores, frío predominante entre 18 y 12 grados centígrados y Paramo donde la temperatura es igual o menor a 12 grados centígrados. Este determinismo geográfico es el factor más importante para que se den diversas de culturas, etnias, creencias, valores, gastronomía y mitos que le permiten a la Región mostrar en el turismo los recursos y atributos con los que cuenta.

Hablar de las diferentes tipologías turísticas que se dan en el territorio es bastante amplio pues por las condiciones mencionadas la variedad propicia: ecoturismo, termalismo, aventura, turismo religioso, agroturismo entre muchos otros. Son las condiciones físicas, sociales y culturales las que finalmente determinan la vocación de cada municipio, el cual, mediante la práctica lo demuestra.

Son muchas las fiestas, artesanías, eventos y tradiciones las que marcan la pauta para que se dé un desarrollo turístico, en el cual se forjan virtudes en función del cumplimiento de su papel como modeladores del mercado. Por ello, es vital un continuo avance en el mejoramiento de lo que se ofrece, pues el ideal de los destinos turísticos es plasmar en la memoria de cada visitante el deseo de un pronto regreso. Cundinamarca tiene una gran ventaja comparativa con los demás departamentos del país, en esta zona se cuenta con una amplia red que se conecta con todo el país, lo que favorece a la capital y le permite ser el punto céntrico con la mejor malla vial de Colombia con buenas autopistas en cada extremo de la ciudad que le brinda la oportunidad a los residentes, visitantes y personas de elegir entre una amplia gama de

opciones de desplazamiento en el momento que quieran salir, ya sea por turismo, negocios u otras actividades.

4.4. RUTAS Y CIRCUITOS

4.4.1. Ruta del verano. Es la ruta preferida por los residentes de Bogotá, en ella predominan los centros recreativos para disfrutar del sol y pasar unas buenas vacaciones o un fin de semana. Su salida es por la autopista sur, es famosa porque en el camino en el municipio de Granada, alto de San Raimundo exactamente carretera Silvania Km 31,5 se encuentra La vaca que ríe y La arepa que ríe, punto de encuentro donde se pueden degustar las delicias de la región, una variedad de productos lácteos y un restaurante de muy buena calidad. Siguiendo por la vía se encuentra Chinauta, un lugar donde con los años se ha incrementado la oferta de centros vacacionales.

Gráfico 3. Ruta del verano



Fuente: Mapa modificado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada del: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fondo de Promoción turística. Guía turística Cundinamarca Colombia. Documento electrónico.

Luego de pasar por una parte del Tolima se vuelve a llegar al departamento de Cundinamarca, específicamente a Nilo, donde se encuentra el famoso Parque Recreativo de Piscilago Colsubsidio, en el kilómetro 105. Más adelante se encuentra Ricaurte conocido por su buena gastronomía en la que se destaca el pescado y su gran infraestructura hotelera con capacidad para 10.000 turistas, en el kilómetro 134 se llega a Girardot, famoso por el Reinado Nacional del Turismo, el trencito turístico y el plato típico del viudo de capaz, “una zona que brinda hoy al interior del país todas las comodidades con la ventaja de tradición, localización y clima, lo que le permite que sea visitado de manera frecuente y no se convierta en zona de turismo ocasional”⁶⁴.

Por el mismo circuito se puede regresar a la capital, el turista toma desde Girardot la vía La Mesa y si lo desea puede hacer una parada de relajación en Tocaima, municipio conocido por sus aguas minerales y su lodoterapia; siguiendo la ruta llega a Anapoima popular por sus fincas de descanso y finalmente en cuanto a turismo se llega al municipio de La Mesa, en esta priman los miradores y los lugares de recreo. De lo anterior es posible resaltar que Soacha y Mosquera hacen parte de la ruta pero estas poseen una vocación en la que sobresale el uso del suelo residencial.

4.4.2. Ruta de la panela. Partiendo de la calle 80 ubicada al occidente de la capital, en el kilómetro 19 es posible encontrar en el alto del vino el parador de los ciclistas famoso por sus delicias propias de la región, este es solo un paso temporal pues es hasta llegar a La Vega que se puede contemplar la oferta y demanda turística en mayor proporción, situada a 54 kilómetros de Bogotá posee una amplia cobertura de servicios turísticos y hoteleros donde cada año se recibe a los asistentes e invitados de festivales como el de la banda y el de las tunas. Si no se tiene problema en desplazarse un poco más, en el kilómetro 91 se encuentra Villeta también conocida por llevar a cabo el Reinado Nacional de la Panela.

Si el turista lo desea puede regresar a la ciudad por el lado de Sasaima donde los lagos de Pilacá y la pesca deportiva son lo propio de la población. Rápidamente se

⁶⁴ Ver Alcaldía municipal de Girardot. “Plan de desarrollo municipal 2008-2012”. p. 51. Documento electrónico.

llega a Albán distinguido por sus fresas con crema, así se terminaría la ruta dulce pues el retorno conduce a la sabana donde aunque existen los espacios para la recreación lo que prevalece al igual que en el caso anterior es la vivienda.

Gráfico 4. Ruta panelera y de aventura



Fuente: Mapa modificado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada del: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fondo de Promoción turística. Guía turística Cundinamarca Colombia. Documento electrónico.

4.4.3. Ruta de las promesas. Saliendo de Bogotá por la calle 13 y a 40 kilómetros se encuentra Bojacá, lugar donde lo religioso es preponderante y las visitas al Santuario de Nuestra Señora de la salud son la base del turismo municipal, frecuentemente las personas asisten al lugar buscando ayuda para la salud o para bendecir el carro, hecho que también es frecuente para los transportadores, quienes también son fieles al lugar.

seguir la ruta es necesario pasar por Cajicá y La Caro donde se toma la vía que conduce a Chocontá y Macheta centros que se suman a la oferta de aguas termales, donde algunos de los establecimientos ofrecen alojamiento y otros servicios como sauna, jacuzzi, masajes y una vista a un bosque nativo.

Como el nombre de la ruta lo indica esta se caracteriza por sus aguas termales y su ambiente ecológico, primando en sus recorridos la bella vegetación y el ambiente de relajación y descanso.

Gráfico 6. Ruta del termalismo



Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Fondo de Promoción turística. Guía turística Cundinamarca Colombia. Documento electrónico.

4.5. APROVECHAMIENTO DE INFRAESTRUCTURA EXISTENTE

Tomando como base las rutas anteriormente descritas, se evidencia mayor relevancia en la Ruta del verano, por ser la más tradicional para los capitalinos cuenta con la infraestructura turística de soporte para atender la demanda que se presenta no solo en

época de vacaciones sino también en fines de semana y puentes. Esta ha sabido aprovechar el constante crecimiento de la población y el elevado número de visitantes para explotar el potencial por medio del desarrollo de infraestructura con excelente localización, accesibilidad y servicios.

Son claro ejemplo de creación o ampliación de infraestructura: La Vaca que ríe, la dulce estación se estableció en 1972 tres años después de la inauguración de la carretera Bogotá – Fusagasugá, era un simple industria casera que con el paso de los años creció y en vista de su popularidad decidió establecer a comienzos del siglo XXI La arepa que ríe, la cual fue situada al otro lado de la vía con el fin de no arriesgar la vida de sus clientes; en los dos lugares el turista tiene la posibilidad de disfrutar de ricos lácteos, arepa con chorizo y fabulosos postres tanto de salida como de ingreso a Bogotá, lo que para muchos se convierte en la mejor manera de regresar a casa.

En el mismo camino y a la altura de Chinauta en el kilómetro 73 aproximadamente se encuentra el Hotel de aventura y Centro de Convenciones Madaura, este lugar permite una experiencia diferente pues más allá de ser un hotel ofrece espacios para la adrenalina y la destreza, ya que, cuenta con parque de aventura y aventura extrema, en ellos se podrán encontrar retos y actividades que ponen a prueba el equilibrio, la fuerza, la resistencia, el trabajo individual y en equipo. Lo que hace del hotel un lugar que se deja envolver por el paisaje y construye una interacción con la naturaleza.

Ecoparque Chinauta inicio hace más de una década su actividad comercial como restaurante y hospedaje denominado en ese entonces “Casona Campestre”, el cual era una propuesta dirigida más hacia los viajeros provenientes de Bogotá, Fusagasugá y residentes del sector de Chinauta, quienes constituían el soporte económico del negocio. Fueron pasando los años y el lugar identifico las necesidades existentes de sitios de esparcimiento y descanso, por eso dio un giro comercial, pasando de ser un restaurante campestre, a ser un conjunto de servicios ecoturísticos, encaminados a satisfacer todos los requerimientos del visitante.

Fue para el año 2004, que tomo la iniciativa de diseñar programas con contenidos pedagógicos y recreativos, para colegios, grupos familiares y

empresariales, adecuando espacios y construcciones de interacción con especies domésticas y tecnologías ambientalmente sostenibles. En la actualidad es un centro turístico, pedagógico y recreativo que actúa como eje para las experiencias de la sostenibilidad ecológica y el sano esparcimiento, donde cualquier tipo de visitante encontrara todo lo que necesita para vivir una experiencia inolvidable aprendiendo y descansando en un entorno natural.⁶⁵

No a muchos kilómetros de distancia se encuentra Paraíso Hotel Estudios primer hotel escenográfico del país inaugurado en 2011 e inspirado en el cine, cuenta con instalaciones únicas pues son solo 42 habitaciones y 10 suites que construidas en un área de 120.000 metros cuadrados hacen que este lugar el hotel con más espacio por huésped en Colombia.⁶⁶

Un gran eje de atracción turística en la ruta de la panela es La Vega, en este municipio la oferta de centros vacacionales es bastante amplia, sus 1.230 metros sobre el nivel del mar permiten un agradable clima cercano a la capital, conocida como el barrio caliente de Bogotá ha permitido que en la última década una rápida consolidación del sector de servicios turísticos; donde sitios como el Centro Vacacional Loma Verde han logrado entre paisajes andinos posicionarse como uno de los mejores centros de verdadero descanso a 45 minutos de la capital del país.

Es posible encontrar también un potencial muy fuerte en la ruta de las promesas en ella están presentes infraestructuras que son referentes de ocio y recreación para los capitalinos. Por un lado se encuentra en Sopo La cabaña de Alpina, uno de los lugares de escape de los capitalinos, esta fue construida en 1952 pero solo fue hasta hace pocos años que el furor y la demanda se tomó sus instalaciones haciéndola mejorar sus condiciones para convertirse en el sitio ideal para pasar una tarde disfrutando de un postre como la cuajada con melao o mora, las fresas con crema o alguno de los productos que por su tradición y experiencia caracterizan a Alpina.

⁶⁵ Comparar Ecoparque Chinauta – Turismo por naturaleza. Reseña histórica. Documento electrónico.

⁶⁶ Comparar Sitio Web paraíso hotel estudios. Consulta electrónica.

En la misma ruta se encuentra Zipaquirá un municipio que ha sabido complementar su vocación industrial con una fuerte presencia de turismo que debe a la existencia de lugares clásicos tales como la catedral de sal o modernos como el parque temático Panaca Sabana el cual abrió sus puertas en agosto de 2006, está localizado a tan solo 40 minutos de la ciudad de Bogotá y es propicio para entretenerse en un ambiente tranquilo de interactividad entre el hombre y las naturaleza, cuenta con 7 estaciones temáticas, 4 maravillosas exhibiciones y una colección zoológica de más de 2.400 animales, 20 restaurantes y un trapiche para la muestra de fabricación de panela y melcocha, es todo esto lo que hace del recorrido una magnífica experiencia para los visitantes que en su mayoría son personas de la capital, colegios o universidades que aprovechan del lugar para aprender y divertirse.

4.6. EL TURISMO VISTO DESDE LOS PLANES DE DESARROLLO

Dentro de la región Cundinamarquesa la vocación de cada municipio se ve muy arraigada a las condiciones ambientales, económicas, culturales y sociales existentes, de los 119 municipios que la componen se destaca la importancia del turismo en 9 de ellos, en los cuales, se establecen en sus planes de desarrollo ciertos programas, subprogramas, objetivos, estrategias y metas para el logro de los mismos.

Analizando el Plan de Desarrollo de los municipios Anapoima, Girardot, La Mesa, La Vega, Ricaurte, Sasaima, Suesca, Villeta y Zipaquirá fue posible evidenciar que en cada uno de ellos el tema turístico es un factor relevante para el desarrollo, pues parte de la vocación de estos está altamente influenciada por el aprovechamiento de los recursos físicos con los que cuentan. Coinciden en el deseo de posicionarse como destino turístico fomentando la formación del mismo por medio del trabajo entre la comunidad y los entes territoriales, teniendo clara la necesidad de ampliar y mejorar la infraestructura turística existente.⁶⁷

Las inversiones turísticas en la región con los años han ido aumentando, según Miguel Oswaldo Fajardo, gerente del Hotel Tocarema, ubicado en la ciudad de

⁶⁷ Anexo 14. Tabla. Turismo en los Planes de Desarrollo.

Girardot, en Cundinamarca, las ciudades intermedias son y serán puntos clave para la inversión, por ello cada cadena se preocupa por mejorar lo que tiene y, por enfocarse en reforzar los convenios comerciales con el fin de atraer más inversión.

Para un activo crecimiento de la actividad se ha visto como ideal consolidar el turismo familiar los fines de semana, que según las cifras mejoro de un año a otro, puesto que para febrero de 2011 se tenía un índice de ocupación del 26 por ciento, mientras que para el mismo mes del periodo 2012 fue de 55 por ciento. De igual manera potencializar el uso de los hoteles entre semana, destinado al mercado empresarial, lo que significa realizar eventos como conferencias, foros, seminarios, convenciones entre otros.⁶⁸

Dentro de la inversión turística departamental que se genero durante el periodo 2000.2012, se puede resaltar en el 2009 que dentro de los programas existentes según el instituto departamental de cultura y turismo a dicha vigencia del presupuesto asignado \$569.000.000 fueron ejecutados \$558.000.000 millones de pesos.

⁶⁸ Comparar Rodríguez, Johana. “Ciudades intermedias serán destino de inversión turística”. *Portafolio* (9 de abril de 2012). Consulta electrónica.

Tabla 6. Inversión turística de Cundinamarca 2009.

| PROGRAMA | SUBPROGRAMA | PROYECTO | ACTIVIDADES |
|---|-------------------------|---|---|
| Cundinamarca, productiva y moderna: Posicionar a Cundinamarca como un excelente destino turístico nacional que redunde en la generación de empleo y calidad de vida para los cundinamarqueses. | Destinos que apasionan. | promoción y mercadeo turístico del departamento de Cundinamarca | 1. guía turística. presupuesto ejecutado: \$5.000.000.00 2. material impreso. \$23.000.000.00 3. audiovisuales. \$11.000.000.00 4. ruedas de negocios. \$44.000.000.00 5. apoyo a municipios. \$74.000.000.00 6. apoyo a reinados. \$88.000.000.00 |
| Eventos especiales en el departamento de Cundinamarca | | | 1. Ferias y fiestas. 2. Festivales gastronómicos. 3. Aniversarios. 4. Reinados municipales. Población atendida: 30 municipios. Total inversión: \$114.000.000.00 |
| Instalación y mejoramiento de la señalización turística en el departamento de Cundinamarca | | | 1. Levantamiento de inventarios de atractivos turísticos, en 23 municipios. \$48.000.000.00 2. Levantamiento de inventarios turísticos en 22 municipios. \$50.200.000.00 Población atendida: 45 municipios. Total inversión: \$98.200.000.00 |
| Formación de empresa y capacitación a los operadores turísticos en el departamento de Cundinamarca. | | | 1. Modulo en cocina básica. 2. Modulo en mesa y bar, atención al cliente. Población atendida: 10 municipios. Total inversión: \$50.000.000.00 |

Fuente: Cuadro creado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de la: Secretaria de planeación de Cundinamarca. Rendición de cuentas 2009, subgerencia de turismo. Documento electrónico.

Según los datos las inversiones han ido aumentando pues se continúa viendo al sector servicios como gran contribuidor al desarrollo económico de la región.

5. RELACIÓN ENTRE DESTINO - RUTAS SEGÚN HECHO Y CIFRAS

Luego de un largo recorrido por los municipios más representativos para el turismo y en los cuales la oferta de infraestructura ha ido en constante crecimiento en la última década, se puede reconocer que tanto la oferta como la demanda juegan un papel muy importante a la hora de decidir donde pasar las vacaciones y donde se deben establecer los centros o lugares de encuentro recreativos.

Es usual que los lugares que ya se encuentran posicionados en la oferta consigan atraer un gran número de turistas de la capital, quienes en busca de un lugar de descanso ven en el territorio próximo una amplia gama de posibilidades para el descanso o la diversión, demanda que saben aprovechar muy bien los prestadores de servicios que ven en ellos una oportunidad muy alta para el mejoramiento de su economía.

Por ello municipios como La Vega demuestran en sus cifras la fuerte influencia del turismo como motor del desarrollo del sector servicios que según el censo del DANE en 2005 logro un 70.8% de establecimientos respectivamente, haciendo que dichas actividades concentren la mayor atracción y fuerza de empleo.⁶⁹

Situación similar ocurre en la provincia del Alto Magdalena donde el sector terciario comercio, servicio y turismo aportan el 76% al producto interno bruto – PIB, siendo Girardot el que más contribuye con 69.7% del PIB regional, el cual se basa fuertemente en el turismo su actividad económica principal, la cual alberga una gran infraestructura de alojamientos y recreación, destacándose los hoteles, los condominios vacacionales, centros recreacionales de gran capacidad, restaurantes, clubes nocturnos e instituciones ecoturísticas; en el mismo orden de ideas continua Tocaima con un aporte al PIB del 9.11%, Ricaurte el 7.74% y los demás municipios el 13.45%.⁷⁰ Esto es posible por el número permanente de visitantes a la provincia, la cual, oscila entre 65.000 personas en fines de semana corrientes, 140.000 en puentes

⁶⁹ Comparar Sitio oficial de La Vega Cundinamarca. Nuestro municipio, información general. Consulta electrónica.

⁷⁰ Comparar Alcaldía municipal de Girardot. “Plan de desarrollo municipal 2008-2012”. pp.42-50. Documento electrónico.

festivos y hasta 300.000 en temporada vacacional. En cualquiera de los casos, es en un solo fin de semana corriente Girardot recibiría una población flotante equivalente a la mitad de la población permanente.

Sumado esto en materia de infraestructura turística y hotelera la el Alto Magdalena cuenta con una rotación importante de turistas debido a la presencia de dos cajas de compensación familiar: Colsubsidio y Compensar, ellos son los encargados de promover el mayor flujo de visitas.

Es por lo anterior, que la base de la visión futura de dichos municipio está claramente direccionada hacia el fortalecimiento de este sector, el cual se ha visto favorecido con la “elaboración del Plan Estratégico de Turismo” que realizó la Gobernación de Cundinamarca pues les permite a cada uno de ellos analizar en detalle los 11 productos: 1).paseos de fin de semana, 2) balnearios y estancias de veraneo, 3) congresos y convenciones, 4) turismo rural- agroturismo, 5) turismo cultural y religioso, 6) ecoturismo, 7) parques temáticos, 8) termalismo y eventos de salud, 9),eventos y fiestas, 10) turismo de aventura y deportes asociados, 11) caminos reales y turismo ferroviario.⁷¹

5.1. CONTRASTE ENTRE LOS DESTINOS - RUTAS DESCRITAS Y LA ESTRUCTURA TURÍSTICA DE CUNDINAMARCA

Según el análisis establecido hasta el momento se puede evidenciar una clara conexión entre las rutas o circuitos turísticos expuestos y el mapa turístico de Cundinamarca, en estos los datos coinciden al momento de seleccionar las rutas que desde la capital tienen mayor acogida, siendo 4 circuitos los que predominan, en primer lugar se encuentra el del sur el cual indica la Vía a Ibagué, en este recorrido se resalta la importancia de visitar Silvania, Girardot, Tocaima, Apulo, Anapoima y La Mesa, lo cual coincide en algunos puntos tanto en la investigación como en los datos existentes, pues aunque la ruta elige estos parajes para el presente estudio se

⁷¹ Comparar Sitio oficial de La Vega Cundinamarca. Nuestro municipio, turismo y comercio. Consulta electrónica.

descartan Tocaima y Apulo, pues aunque son lugares turísticos en ellos no es tan fuerte el predominio de la infraestructura turística basada en la influencia de la capital.

Por otro lado pero no menos importante esta el circuito turístico Norte-Occidente, en este se resaltan puntos como Siberia, El Rosal, La Vega, Villeta, Guaduas y Honda, de esta lista según las cifras solo La Vega y Villeta harían parte pues son los municipios con sobresaliente infraestructura para soportar la demanda turística de la capital y el resto del país.

En cuanto al corredor Nororiente solo se rescataría Sopo como lugar de paso para los residentes de Bogotá, pues cuenta con lindos lugares pero no relevantes para el presente estudio de caso. Según el mapa turístico La Caro, Briceño y La Calera harían parte pero dado el proceso de expansión urbana o la vocación de cada uno de ellos es claro que no posee una concentración de turismo importante para el departamento. Lo mismo ocurre en circuito norte del que solo Zipaquirá jugaría un gran papel en materia de infraestructura.

En el mapa turístico se destacan otras rutas como el occidente Madrid-Facatativá – Mosquera, pero teniendo en cuenta la explicación dada en el anterior capítulo esta se descarta.⁷²

5.2. CONCESIONES VIALES DE CUNDINAMARCA

Un punto turístico debe ser fácilmente accesible, para permitir su visita así pues cuando mejores sean las vías de acceso mayores serán las posibilidades de desarrollo pues la comunicación permitirá las corrientes de visitantes, en el caso Cundinamarqués las carreteras, los servicios para los vehículos y sus ocupantes, la señalización y el transporte público son fundamentales para que el desplazamiento origen destino sea el adecuado.

Para dar respuesta a ello se originaron en Colombia las concesiones a principios de 1997, como respuesta a la carencia de recursos estatales para la

⁷² Ver anexo 15. Mapa turístico de Cundinamarca.

inversión en la Red Vial Nacional. Estas se dedican a la construcción de carreteras, mantenimiento, recaudo y operación de las obras de infraestructura vial.⁷³

Con el fin de facilitar la estructura y administración de proyectos de infraestructura de transporte que se desarrollen mediante capital privado se creó en Junio del año 2003 el Instituto Nacional de Concesiones INCO, la institución centralizó los procesos que antes eran manejados por el Instituto Nacional de Vías (INVIAS), la Empresa Colombiana de Vías Férreas (Ferrovías) y la Dirección General de Transporte Marítimo y Puertos del Ministerio de Transporte, los cuales por su independencia creaban dificultad en la aplicación de las mejores prácticas; de dichas concesiones hoy se encuentran vigentes 21 contratos.⁷⁴

En el departamento de Cundinamarca se puede resaltar la presencia de:

1. Concesión autopista Bogotá – Girardot S.A.: la cual cuenta con el gran “proyecto Bosa - Granada - Girardot forma parte del corredor Vial Bogotá – Buenaventura, uno de los ejes viales más importantes del país que comunica el centro, occidente y sur de Colombia, incentivando su desarrollo económico”⁷⁵. Para la capital esta es una vía de gran afluencia puesto que es una zona de alta afluencia turística.

2. Concesiones CCFC S.A.: sociedad anónima constituida el 17 de junio de 1995, encargada de la vía Bogotá (Fontibón) - Facatativá - Los Alpes con 2 puntos de peajes El Corzo y Rio Bogotá. En el tiempo que llevan a cargo se han visto trabajos como la variante de Madrid y la puesta en marcha de la doble calzada en la misma, el enlace Mosquera – La Mesa, entre otros.

3. Unión Temporal Devinorte: su cobertura se extiende a Chía, Cajicá, Zipaquirá, Sopó y Tocancipá, son una compañía conformada por varias empresas colombianas aliadas estratégicamente para llevar a cabo el proyecto "DESARROLLO VIAL DEL NORTE DE BOGOTA", se entregaron en 1994 57Kms de vía en

⁷³ Comparar Muñoz P, Wilman. “Concesiones viales en Colombia. Historia y desarrollo”. Revista Tecnura, Bogotá (Primer semestre de 2002). p. 18.

⁷⁴ Comparar Agencia Nacional de la Infraestructura. Concesiones actuales - carretero. Consulta electrónica.

⁷⁵ Ver Concesión autopista Bogotá – Girardot. Descripción proyecto. Consulta electrónica.

Concesión para realizar los estudios, diseños, construcción, rehabilitación, operación y mantenimiento y otras obras de infraestructura como intercambiadores y puentes peatonales.⁷⁶ Entre sus trabajos más importantes se resalta “15 puentes vehiculares, 15 puentes peatonales, 2 pasos deprimidos, 80 paraderos de buses y una ciclorruta de 16 km”⁷⁷, así mismo la restauración arquitectónica del El Puente El Común ubicado en el sector denominado La Caro, para realizar dichas intervenciones cuenta como gran recurso con 3 peajes Andes, Fusca y Teletón.

Los trabajos han contribuido para que en la zona de influencia y alrededores se hayan desarrollado, las industrias, zonas residenciales, universidades, centros comerciales, restaurantes y sitios de esparcimiento, convirtiéndose en corredor agroindustrial de la Sabana de Bogotá.⁷⁸

4. Sabana De Occidente S.A.: opera el tramo de la vía correspondiente a Bogotá – Villeta, ruta 50 en el Departamento de Cundinamarca; ellos se encargan de la construcción de de la Autopista Bogotá Villeta, la cual tiene un 75% ejecutado en doble vía hasta el día de hoy.

La especial ubicación de la Autopista Bogotá-Villeta, hacen que en el corredor de la Concesión se hayan instalado importantes empresas y Centros Industriales y Comerciales con lo que se ha jalonado el desarrollo hacia las poblaciones cercanas. La creación de importantes Zonas Francas en la zona, por ello la concesión es y se prevé que será soporte valioso para las operaciones de logística, transporte y comercio internacional.⁷⁹

Estas hacen parte de las concesiones más importantes de la región manejadas con INCO, En cuanto al manejo de los demás corredores estos están a cargo del Instituto Nacional de Vías (INVIAS), como lo son uno de los más importantes Los Patios - La Calera - Guasca y Salitre - Sopó – Briceño que estuvo por 14 años y hasta el 9 de julio de 2008 a cargo del Consorcio La Calera.

⁷⁶ Comparar Devinorte Rumbo Verde. Nosotros. Consulta electrónica.

⁷⁷ Ver Devinorte Rumbo Verde. Estado del proyecto. Consulta electrónica.

⁷⁸ Comparar Devinorte Rumbo Verde. Estado del proyecto. Consulta electrónica.

⁷⁹ Comparar Concesión Sabana de Occidente S.A. Información. Consulta electrónica.

Se puede resaltar que las concesiones contribuyen al mejoramiento de vial y de las zonas donde tengan influencia, bajo esta modalidad se presta el servicio de manera más oportuna generando beneficios para a integración economía de las regiones, ello demuestra que el manejo por parte del estado en muchas ocasiones no es el adecuado, tal es el caso de la ruta Los Patios - La Calera - Guasca y Salitre - Sopó – Briceño, la cual según la CCI - Cámara Colombiana de la Infraestructura actualmente se presentan dificultades en el mejoramiento y desarrollo de la infraestructura vial, por ello se hace necesario que la operación de este importante corredor vial, vital dentro de la llamada Región Capital, sea entregado nuevamente a un particular, a través de un proceso de licitación pública.⁸⁰

En total en la región se encuentran habilitados 17 peajes de los cuales 13 son manejados por las concesiones de INCO y 4 por INVIA⁸¹

Dentro del listado de Concesiones también se resalta la Concesión Panamericana la cual se encarga del proyecto corredor vial del centro occidente de Cundinamarca y se conforma por dos tramos viales importantes Los Alpes – Villeta y Chuguacal – Cambao, dentro de su correspondencia tiene a cargo 2 peajes Jalisco y Guayabal, según un análisis histórico de este último en el que se calculo el trafico y pasajeros transportados de 2001 a 2005 se evidencio la movilización de 881,763 vehículos, dando como crecimiento anual un 28.3%, un total de pasajeros de 881,763 y un crecimiento anual de pasajeros de 30.9%.⁸²

5.2.1. Vehículos en Bogotá: Así como durante los últimos años se ha evidenciado un incremento poblacional, así mismo ha ocurrido en automotores particulares, estos según las cifras de 2007 a 2012 aumentaron de 839.251 a 1.289.495, es decir una diferencia de 450.244 es 6 años; siendo esta dato solo de los vehículos registrados en la capital.⁸³ Dicho crecimiento histórico es sin lugar a dudas es un problema para la ciudad que no cuenta con la malla vial para suplir la necesidad

⁸⁰ Comparar Cámara Colombiana de la Infraestructura. Infraestructura vial. Consulta electrónica.

⁸¹ Ver anexo 16. Peajes de Cundinamarca

⁸² Comparar Gobernación de Cundinamarca. Análisis histórico con peaje guayabal. Consulta electrónica.

⁸³ Comparar Observatorio Ambiental de Bogotá. Número de Vehículos Particulares – NVP. Consulta electrónica.

y se ve en la necesidad de implementar sistemas como el pico y placa para contrarrestar un poco de los efectos, caso contrario ocurre en efectos de turismo pues el incremento posibilita la salida de la población a los municipios aledaños para el ocio y disfrute.

Bogotá reúne el 46% de ventas de vehículos en todo el país, en 2011 por ejemplo se vendieron más de 87.000 vehículos de los cuales 50.273 eran automóviles, 14.376 utilitarios y 8.424 pick up. Según el Comité de la Industria Automotriz Colombiana y Econometría S.A. un incremento aproximado de 28.4%, para el sector automotor se espera que el país siga manteniendo su promedio de más de 26 mil vehículos vendidos mensualmente.⁸⁴

5.3. PRESENCIA DE CADENAS HOTELERAS Y COMPLEJOS TURISTICOS EN LA REGIÓN

Luego de encontrar ciertos municipios que se destacan por su vocación turística es relevante mencionar la existencia de grandes cadenas de hoteles y complejos turísticos de cajas de compensación en algunos de ellos.

A 2 Km de Girardot se encuentra GHL Hotel Club el Puente el cual pertenece a la cadena GHL Hoteles, la cual tiene presencia en países como Colombia, Chile, Ecuador, Perú, Panamá y Argentina. En el país cuenta con hoteles de alta gama tales como el Sheraton Bogotá, Sonesta Hotel Bogotá – Barranquilla – Cartagena – Valledupar, así mismo el Four Points by Sheraton Medellín y Cali, entre otros. Lo anterior “le permite al grupo proyectar un cierre del 2013 con un total de 60 hoteles en operación para completar aproximadamente 7.000 habitaciones en la región, incluida Colombia”⁸⁵.

Otro caso de éxito en el departamento es el de la caja de compensación familiar Compensar, la cual hace presencia en Girardot con los complejos turísticos Lagomar El Peñon el cual abrió las puertas para sus afiliados en 1999 y cuenta con

⁸⁴ Comparar. Carro Ya. Bogotá, la ciudad que más vehículos vende en Colombia. Consulta electrónica.

⁸⁵ Ver Central Turística de Reservas. GHL Hoteles. Consulta electrónica.

capacidad para atender a 648 personas, igualmente se encuentra Lagosol con 22 hectáreas para atender a 2.500 personas máximo; sin embargo la entidad cuenta con convenios hoteleros para la prestación de servicios turísticos en varios puntos de la región; así pues, la tarea de la caja no ha perdido la fuerza y con el fin de satisfacer las necesidades de sus afiliados ha mejorado notablemente en el mejoramiento de los servicios, esfuerzo que se vio reflejado en 2012 cuando obtuvo Sello Ambiental colombiano y Certificado de calidad turística para sus centros Lagomar el Peñón y Lagosol, lo que demuestra el compromiso con la “implementando uso sostenible de recursos naturales y minimizando el uso de materias primas nocivas para el medio ambiente”⁸⁶.

También cabe resaltar el caso del Hotel Bosques de Athán perteneciente al grupo Colsubsidio este se constituye como uno de los mejores lugares de hospedaje y recreación en Girardot, perteneciente a una Caja de Compensación. El grupo tiene su administración desde hace 8 años y según el Gerente del Hotel Leonardo Ruiz la ocupación promedio al año es de 55 por ciento; pero en las temporadas vacacionales es del 100 por ciento, siendo un 93% de sus ocupantes afiliados a Colsubsidio, pues ellos tienen prioridad en las reservas.⁸⁷

El establecimiento de dichas cadenas ha fortalecido el turismo en los municipios que se ubican, puesto que la infraestructura de las mismas promueve la llegada de población que va en busca de ocio, descanso y diversión.

5.4. LAS TENDENCIAS DE CONSOLIDACIÓN DE NUEVOS CIRCUITOS Y DESTINOS TURISTICOS

La descripción realizada en los ítems anteriores se puede corroborar mediante la comparación de los circuitos seleccionados con las vías establecidas en el plan retorno. Por medio de este instrumento la Dirección de Tránsito y Transporte de la Policía Nacional de Colombia en colaboración de la Secretaria de Transporte y

⁸⁶ Ver Caja de compensación familiar Compensar. Turismo. Consulta electrónica.

⁸⁷ Comparar “Bosques de Athán, esparcimiento para grandes y chicos”. Consulta electrónica.

Movilidad del departamento, establecen en temporada de puentes o vacaciones ciertas vías exclusivas a un solo sentido para mejorar la movilidad y el ingreso a la capital. Con este sistema se logra un mejor manejo del alto flujo vehicular especialmente los Lunes Festivos.

Las rutas de desplazamiento en un solo sentido se establecen en mayor cantidad entre Fusagasugá y Soacha, Anapoima y Mosquera y La Vega al El Rosal. Esto varía dependiendo el número de vehículos en tránsito, haciendo que en ocasiones se extienda a más kilómetros de Bogotá.⁸⁸

La prensa ha mencionada durante los últimos años la importancia del plan éxodo y retorno para mitigar el traumatismo en la movilidad de la ciudad que para puentes festivos es fundamental poner en marcha en las principales vías de ingreso.

La población de viajeros que visitan destinos diferentes a su entorno habitual no presenta un patrón específico, si bien los viajes pueden realizarse ocasionalmente o con mayor frecuencia. Según las cifras reveladas por los peajes ubicados a la salida de la ciudad, en 2010 los residentes se desplazan en mayor proporción por el peaje Andes mostrando un total de viajeros de 9'050.650, seguido del peaje Chuzaca 6'278.377, Rio Bogotá y Siberia con 4'584.061 y 2'758.617 respectivamente;⁸⁹ estas cifras demuestran la preferencia de los residentes de la capital por las rutas y los municipios con el alto impacto turístico, hecho que por demanda ha llevado a empresarios y habitantes del departamento a crear la infraestructura de soporte.

Otro dato que comprueba la preferencia de los residentes de Bogotá se basa en la investigación de viajeros 2010 realizada por el Instituto Distrital de Turismo, la cual revela dentro de origen – destino una preferencia por visitar los departamentos de la región central, ubicándose Cundinamarca con un 68% de popularidad, seguido de Tolima con el 10%, Meta 6% y Boyacá 5%. Característica que logra acaparar para Cundinamarca 21'838.090 de 32'216.307 de residentes de la capital, siendo recreación y vacaciones los principales motivos de visita.

⁸⁸ Ver anexo 17. Mapa plan retorno de Cundinamarca

⁸⁹ Comparar Instituto Distrital de Turismo. “Investigación de viajeros en Bogotá 2010”, 2011. p. 59. Documento electrónico.

CONCLUSIONES

La ciudad capital y los municipios del departamento hacen parte integral de un todo complejo y dinámico que está interrelacionado e integrado con el objeto de alcanzar un fin común: el desarrollo. En este complejo los municipios turísticos cumplen un rol bastante importante como servicio a una amplia población, actividad que contribuye a la competitividad, rentabilidad y expansión económica de la región.

Bogotá – Región es sin lugar a dudas el área urbana que concentra la mayoría de actividades del país, en las últimas décadas se ha caracterizado por ser el escenario de la intensificación de las relaciones económicas entre las actividades productivas, hecho que ha generado un crecimiento poblacional bastante acelerado lo que trae consigo un incremento de la demanda su suelo y bienes y servicios a su alrededor. De acuerdo con el Departamento Nacional de Planeación DNP, al interior de la región se verifica una recomposición en la ocupación del territorio, siendo inducido por las migraciones de población bogotana el crecimiento poblacional de ocho municipios cundinamarqueses, fenómeno muy notorio en el caso de Soacha, Facatativá y Zipaquirá. En contraste, los municipios del norte y del oriente del departamento, crecen menos.

Factores como la presión por el suelo y la demanda de servicios han permitido la Integración a través de las cadenas productivas regionales Bogotá-Cundinamarca, donde se intensifican cada vez más las relaciones económicas entre las actividades productivas, primero con los municipios más próximos a la capital, seguida de los ejes urbanos en varias direcciones del Departamento donde se encuentran las rutas turísticas establecidas como potencial turístico. De modo que, es posible comprender porque hoy “Bogotá y sabana conforman una región metropolitana en proceso de crecimiento y como la región continua creciendo y creando tendencia actuales y escenarios futuros, posible y deseables ajustados a las expectativas y demandas”⁹⁰.

⁹⁰Ver Alcaldía Mayor de Bogotá (2004). La Construcción compartida de la ciudad-región Bogotá-Cundinamarca. p. 1.

No ha sido tarea fácil ni para los gobiernos ni para los municipios establecer dinámicas de complementariedad y especialización, así como consolidar la especialización de funciones, a partir de la vocación turística, lo que le hace más arduo el trabajo de mantenerse en posición frente a la competencia en el mercado.

Gracias a campañas como Vive Colombia, Viaja por ella, implementada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, así como las caravanas, la reactivación de los viajes por carreteras a nivel nacional permitieron en solo tráfico de vehículos de categoría I por los peajes de Colombia un crecimiento del 43% del 2001 al 2009.⁹¹

Así mismo, las cifras revelan la importancia que juega Bogotá para la Cundinamarca, en esta actividad turística y la influencia en las transformaciones territoriales se ha reflejado en la forma de ocupación espacial y en los movimientos masivos de poblaciones. Mientras la ciudad se expande se van moldeando las dinámicas políticas, socioeconómicas y culturales que logran la conformación de centros transformados en polos de atracción que configuran verdaderas unidades operativas de acuerdo a su localización y función del cumplimiento de su papel como desarrolladores del mercado.

Luego del análisis realizado se evidencio en los planes de Desarrollo municipales la existencia de iniciativas que en su mayoría quedan solo en el texto, lo que se refleja en el actuar del sector que no tuvo durante este periodo el apoyo suficiente por lo que se dio la ubicación ilegal de algunos prestadores de servicios, reflejado en el uso inapropiado del suelo, contaminación, inconvenientes ambientales, entre otros hechos que son manifiesto de la ampliación de la oferta en términos no adecuados.

Dado que el territorio Cundinamarqués no es extenso y se recorre en pocas horas antes de encontrarse en otro departamento permite entender por qué el crecimiento en materia hotelera no se ha dado de igual forma en todo el departamento, demostrando que entre más cerca de la capital es menor la

⁹¹Comparar Nieto, Carolina. “Balance del sector turístico y gastronómico”, 2010. p. 18. Documento electrónico.

pernoctación por ello la necesidad de crear proyectos que estimulen la estancia en plan fin de semana o que induzcan a paradas de consumo como tendencia de no alto costo.

Mejorar las condiciones de competitividad de los destinos en Cundinamarca es uno de los mayores retos por superar para los gobiernos, que debe definir una política turística más allá de los resultados en términos de visitantes, ingresos económicos y capacidad hotelera, lo cual permite un avance hacia un modelo de desarrollo sustentable del turismo, que garantice la expansión de la actividad pero contando con la capacidad de las estructuras y bajo la premisa de mejorar calidad de vida, conservación del medio ambiente y otros ámbitos que son fundamentales para la continuidad del turismo.

Los municipios necesitan a nivel macro, asumir el liderazgo del proceso turístico desde las organizaciones político-administrativas, con la participación de los diferentes actores y la comunidad para que de manera conjunta se creen y concreten políticas y proyectos estratégicos que traigan consigo el logro de una mayor productividad y competitividad, la cual es más fácil de alcanzar si se trabaja en equipo entre Bogotá – Región.

Las deficiencias existentes necesitan ser corregidas, tal es el caso de la desarticulación en el proceso de planeación entre lo local, lo departamental, lo distrital y lo nacional, manifestada en la falta de coordinación entre los planes de desarrollo nacionales, departamentales y municipales, la armonización del POT y los programas de gobierno, la infraestructura turística se sigue expandiendo y desarrollándose.

Es indispensable mejorar la coordinación e integración entre Bogotá, Cundinamarca y la Nación, pues por ejemplo el Plan de Ordenamiento Territorial – POT del distrito se centra básicamente en Bogotá-Sabana dejando a un lado el resto del territorio que lo soporta.

Es necesario tener en cuenta el ingreso de las personas como variable fundamental en la demanda pues las cifras afirman que el 37% percibe un ingreso que va de \$550.000 a \$1.100.000, un 32% recibe ingresos menores a \$550.000, mientras

que el 22.1% tiene ingresos en un rango de \$1.100.001 y \$2.000.000, entretanto que solo el 8.9% afirma generar entradas económicas por un valor superior a los \$2.000.000, hecho que correlaciona de forma directa el ingreso con las limitación de nivel de consumo.⁹² Los individuos de más bajos recursos deben ser vistos como sujetos de desarrollo no beneficiarios del mismo, eso significa disponer de una demanda potencial de servicios donde los precios sean asequibles a la capacidad de pago.

Se debe crear una red de ciudades para lograr una vision donde los interes de todos tengan cabida, lo que permitiría una disminicion en la presión ambiental y de actividades economicas.

Se requiere el mejoramiento de la iluminación en carreteras y ingreso a municipios como de señalizacion tursitica vial y peatonal.

Es prioritaria la vigilancia y control de prestadores de servicio turistico para evitar la proliferacion de establecimientos ilegales como sitios de lenocinio y bares, los cuales en su mayoría cuentan con venta de droga.

Establecer alianzas estrategicas entre los medios de comunicación y los prestadores de servicios turisticos con el fin de lograr un mejor posicionamiento de la region , llevando a cabo actividades de diversa indole que permitan fomentar el turismo sostenible y el manenimiento del patrimonio.

Es vital un correcto asesoriamiento a los establecimientos publicos en cuanto a la aplicación de la normatividad turística, ello permitiría efectivos protocolos de manejo de seguridad por parte del personal vinculado al sector como el mejoramiento de la comunicación entre la red turistica.

Las anteriores son algunas recomendaciones para el mejoramiento de la productividad y la competitividad de la región, teniendo en cuenta que en el marco del desarrollo el turismo es una verdadera unidad operativa forjadora de mercado, que ve en la actividad turistica el poder de preparar a los municipios para sus practicas, abriendo la posibilidad de producir mas y de mejor calidad bienes al alcance de la

⁹² Comparar Fondo de Promoción turística de Colombia. “Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca”, 2012. Documento electrónico.

mayoría, Sin lugar a dudas es evidente que el aumento del turismo se en primer lugar por iniciativa de los privados que ven en los municipios potencial para explotar, en este punto no se puede negar la gran labor de las concesiones por mantener y mejorar la calidad de la infraestructura vial para que viajeros y turistas logren aprovechar de lugares a cortas distancias.

Así pues los servicios turísticos son y serán una actividad en proceso de crecimiento que logran atraer otras tendencias de localización de servicios complementarios, escenarios futuros, posibles y deseables ajustados a las expectativas y demandas de los residentes de la capital, dicha tendencia creciente seguirá incidiendo en la consolidación de infraestructura turística en los municipios de Cundinamarca.⁹³

⁹³ Anexo 18. Mapa. Consolidado de desarrollo turístico.

BIBLIOGRAFÍA

Friedmann, John y Weaver, Clyde. *Territorio y Función: La evolución de la planificación regional*. Colección NuevoUrbanismo No 33. Madrid: Instituto de Estudios de Administración Local, 1981.

Utria, Rubén. *La metropolización de Bogotá y la sabana*. Sociedad Geográfica de Colombia. Bogotá: Academia de ciencias geográficas, 2000.

Capítulos de Libros

Boisier, Sergio. “Industrialización, Polarización, Urbanización: hacia un enfoque unificado”. *El Trimestre Económico* 40. En Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México, México, 1973. 19-61.

_____. “¿Y si el desarrollo fuese una emergencia sistémica?”. *Ciudad y Territorio*. Estudios Territoriales, vol. XXXV, # 138, MINFOM, Madrid, España. También el mismo artículo en Fabio Giraldo (ed.), 2003. pp. 565-588.

Boix, Rafael y Trullen, Joan. “Repensando las economías de aglomeración urbanas: De las economías de concentración a las economías red”. *Redes de Ciudades y Externalidades Tesis doctoral*. Departamento de Economía Aplicada. Universidad Autónoma de Barcelona, 2003. 31-79.

De la Torre P, Oscar. “El turismo: Fenómeno Social”. 7ª reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México, 1992. 11-33.

Gómez, Belén y López F. “Turismo conceptos y elementos”. *Regionalización turística del mundo* [Versión electrónica]. Universidad de Barcelona, 2002. p. 9-49.

Jordán, Ricardo y Simioni Daniela. “Ciudad y desarrollo en América Latina y el Caribe – Ricardo Jordan”. *Gestión urbana para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe*. CEPAL. Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas, 2003. Capítulos 43-68.

_____. “La nueva gestión urbana – Marcello Balbo”. *Gestión urbana para el desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe*. CEPAL, Santiago de Chile: Publicación de las Naciones Unidas, 2003. 71-90.

Polèse, Mario. “Economía urbana y regional introducción a la relación entre territorio y desarrollo”. *Libro Universitario Regional*, 2004. 29-104

Quesada, Renato. “Clasificación del turismo”. *Elementos del turismo*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 2007. Capítulo 4.

_____. “Los muchos turismos”. *Elementos del turismo – Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: Editorial Universidad Estatal a Distancia, 2010. 46-201.

Rincón, Patricia. “Bogotá Región Central. Transformaciones recientes en las dinámicas de ocupación del territorio -Colombia 2011”. *Ciudad y región globalizada: ¿Una nueva trilogía?* Bogotá: Unibiblos Universidad Nacional De Colombia, 2000. 50-120.

Velasco González, María. “Conceptos esenciales de la política turística”. *La política turística gobierno y administración turística en España (1952-2004)*, 2004. Capítulo 3.

_____. “El impacto de los factores externos de la política turística”. *La política turística gobierno y administración turística en España (1952-2004)*, 2004. Capítulo 5.

Artículos en publicaciones periódicas académicas

Arango, Oscar. “Ciudad Región Eje Cafetero hacia un desarrollo urbano sostenible”. *Revista Desafíos*, Universidad del Rosario. No 12. (Primer semestre de 2005): 109-130.

Benites Marisol. “Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura”. [Versión electrónica], capítulo I: Marco teórico conceptual. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011f/1115/indice.htm>

Bosch, J y Simonelli, A. “Los centros turísticos como escala del desarrollo local: El rol de los municipios turísticos en un contexto de globalización de la economía [Versión electrónica]”. *Aportes y Transferencias*, año 7, Vol. II. Universidad Nacional de Mar del Plata Mar del Plata – Argentina. (2002): 31-42. Consulta realizada en marzo de 2012. Disponible en la Web: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27670203>

Fujita, Masahisa y Krugman P. “La nueva geografía económica: pasado, presente y futuro” [Versión electrónica]. Investigaciones regionales, primavera, numero 04. Asociación española de Ciencia Regional. Alcalá de Henares, España. (2004): 177-206. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/289/28900409.pdf>

Ganau, Joan y Vilagrasa, Joan. “Ciudades medias en España: posición en la red urbana y procesos urbanos recientes” [Versión electrónica]. *Colección Mediterráneo Económico: Ciudades, arquitectura y espacio urbano*. No3 (2003): 37-73. Consulta realizada en agosto de 2012. Disponible en la Web: <http://www.fundacioncajamar.es/mediterraneo/revista/me0304.pdf>

Pineda H Saúl. “Ciudad - región global: una perspectiva de la gobernanza democrática territorial” [Versión electrónica], Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas – CEPEC, Universidad del Rosario, Bogotá – Colombia. Consulta realizada en mayo de 2012. Disponible en la página Web: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/8a/8a18e124-d8ac-4703-b790-7187280865f5.pdf

Sánchez Clara Inés. “Acuerdo de voluntades políticas como cimiento de la integración turística regional. Caso Bogotá – Cundinamarca”. Universidad Externado de Colombia. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/2230>

“El Turismo”. Revista Nueva Visión Social democrática. No 14 (octubre-diciembre 2008): 13-25. . Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>

Muñoz P, Wilman. “Concesiones viales en Colombia. Historia y desarrollo”. *Revista Tecnura*, Universidad Francisco José de Caldas. No 10. (Primer semestre de 2002). 18-26.

Artículos en publicaciones periódicas no académicas

“Así será el plan retorno hacia Bogotá”. *El Tiempo* (07 de Enero de 2012). Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.eltiempo.com/colombia/bogota/ARTICULO-WEB-NEW_NOTA_INTERIOR-10939779.html

“Bogotá, la ciudad que más vehículos vende en Colombia”. *Carro Ya*. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la Web: http://www.carroya.com/contenido/clasificar/lan_res_veh/Nue_mot/septiembrede2011/ARTICULO-WEB-PTL_NOTA-10513719.html

“Bosques de Athán, esparcimiento para grandes y chicos”. *La Barra*. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la Web: <http://www.revistalabarra.com.co/ediciones/ediciones-2010/edicion-39/hoteles-19/bosques-de-athan-esparcimiento-para-grandes-y-chicos.htm>

“El efecto Bilbao”. *Bilbao.im*. (06 de febrero de 2011). Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la Web: <http://www.bilbao.im/b/el-efecto-bilbao/>

“Los colombianos prefieren viajar por tierra”. *El Universal*. Colprensa Bogotá. (20 de enero de 2013). Consulta realizada en enero de 2013. Disponible en la Web: <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/economica/los-colombianos-prefieren-viajar-por-tierra-105531>

Nieto, Carolina. “Balance del sector turístico y gastronómico”. Fenalco Bogotá – Área de investigaciones económicas, junio 2010. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.revistalabarra.com.co/proyecciones/pdf/memorias/CarolinaNieto-FenalcoEnProyecciones.pdf>

“Número de vehículos en Bogotá creció un 91% y malla vial 2,7%”. *El Espectador*. Movilidad en Bogotá. (21 de noviembre de 2011). Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.elespectador.com/noticias/bogota/articulo-312471-numero-de-vehiculos-bogota-crecio-un-91-y-malla-vial-27>

“Plan retorno: Cerca de 10.560 carros ingresaron por hora a Bogotá”. *Revista Semana*. (10 de enero de 2011). Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: <http://www.semana.com/nacion/articulo/plan-retorno-cerca-10560-carros-ingresaron-hora-bogota/233905-3>

Rodríguez, Johana. “Ciudades intermedias serán destino de inversión turística”. *Portafolio* (9 de abril de 2012). Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la Web: <http://www.portafolio.co/economia/ciudades-intermedias-seran-destinos-inversion-turistica>

Otros Documentos

Alcaldía Mayor de Bogotá. “Documento Técnico de Soporte Modificación al Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá 2001”. Consulta realizada en octubre de 2012. Disponible en la Web: <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/POT/QueEs/DTS.pdf>

_____. *Bogotá ¿es posible un modelo regional desconcentrado?* Bogotá, 2009. Consulta realizada en febrero de 2012. Disponible en la Web: <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/SeguimientoPoliticapoliticaIntegracionRegional>

_____. “La capital se prepara para ingreso de los Bogotanos en el plan retorno”. Consulta realizada en octubre de 2012. Disponible en la Web: http://portel.bogota.gov.co/portel/libreria/php/x_frame_detalle_portal.php?id=44181&patron=01.27

_____. “Región capital Bogotá – Cundinamarca”. Bogotá, agosto 2011. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/SeguimientoPoliticapoliticaIntegracionRegional/BancodeDocumentosdeIntegracionRegional/bancoDocumentos/dirni_diagnosticoregioncapital.pdf

Alcaldía municipal de Girardot. Plan de desarrollo municipal 2008-2012.41-91. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.semgirardot.gov.co/documentos/pdf/pdm.pdf>

Agencia Nacional de la Infraestructura. Concesiones actuales – carretero. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: http://siinco.inco.gov.co/siincomapas/FormsWeb/WF_ConcesionCarreInf.aspx

Caja de compensación familiar Compensar. Turismo. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.compensar.com/turismo/>

Cámara Colombiana de la Infraestructura. Infraestructura vial. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: http://www.infraestructura.org.co/noticiasprincipales.php?np_id=168

Cámara de comercio de Bogotá. “Ciudad Región Global, Aportes de experiencias internacionales para Bogotá y Cundinamarca”, 2009.

Central Turística de Reservas. GHL Hoteles. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.ctrcolombia.com/index.php/ghl-hoteles>

Centro vacacional Loma Verde. Nosotros. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: <http://www.centrovacacionallomaverde.com/inicio/inicio.html>

Comisión regional de competitividad Bogotá – Cundinamarca. “Plan Regional de Competitividad Bogotá – Cundinamarca 2010-2019”. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: [“http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=553&catID=1](http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/contenido/contenido.aspx?conID=553&catID=1)

Concesión autopista Bogotá – Girardot. Descripción proyecto. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la Web: <http://www.bogotagirardot.com/descripcion.html>

Concesión Sabana de Occidente S.A. Información. Consulta realizada en abril de 2013.
Disponibile en la Web: <http://www.concesionsabana.com/informacion.html>

Ecoparque Chinauta – Turismo por naturaleza. Reseña histórica. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: http://ecoparquechinauta.com/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=104&Itemid=54

Giussani S, Luengo M, Poujol G. “Impacto del turismo sobre el metabolismo urbano y la sostenibilidad de las ciudades intermedias mediterráneas [Versión electrónica]”, *Memoria de la SB10mad Sustainable building Conference*. Edificación sostenible, Revitalización y Rehabilitación de barrios. Área D. Ciudad, edificación y turismo: un reto mediterráneo, 2010. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la Web: <http://www.sb10mad.com/ponencias/index.htm>

Gobernación de Cundinamarca. “Guía turística de Cundinamarca”. Consulta realizada en enero de 2013. Disponible en la Web: <http://www.cundinamarca.gov.co/guiaturistica/index.asp?paginaActual=11>

_____. Mapa del Departamento. Consulta realizada en enero de 2013. Disponible en la Web: <http://www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/Departamento/Municipios/tabid/76/language/es-ES/Default.aspx>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística. “Censo 2005”. Consulta realizada en octubre de 2012. Disponible en la Web: http://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/11000T7T000.PDF

Departamento Nacional de Planeación (DNP). *Documento de Desarrollo Territorial No. 65. Diagnóstico de la Región Bogotá-Cundinamarca*, 2003. Consulta realizada en

noviembre de 2012. Disponible en la Web:https://www.dnp.gov.co/Portals/0/archivos/documentos/DDTS/Ordenamiento_Desarrollo_Territorial/3d01DT65.pdf

_____ . “Informe de coyuntura economía regional - ICER. Departamento de Bogotá y Cundinamarca 2008”. 2009

Devinorte Rumbo Verde. Nosotros. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la Web: <http://www.devinorte.com/nosotros.php>

Fondo de Promoción turística de Colombia. “Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca”, 2012. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la Web: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo>

Instituto Distrital de Turismo. “Investigación de viajeros en Bogotá 2010”, 2011. Consulta realizada en agosto de 2012. Disponible en la Web: http://www.bogotaturismo.gov.co/sites/default/files/observatorio/Viajeros_2010/archivos/Documento_viajero.pdf

Instituto Nacional de Vías. Red vial nacional. Consulta realizada en febrero de 2013. Disponible en la Web: <http://www.invias.gov.co/index.php/red-vial-nacional>

Melara, G. “Valorización del turismo como una estrategia para iniciar o desarrollar a nivel local procesos de desarrollo regional y competitividad territorial” [Versión electrónica], *Memorias del simposio Desarrollo local y turismo, El Salvador*, 2007. Consulta realizada en febrero de 2012. Disponible en la Web:<http://eumed.net/eve/resum/07-07/gm.htm>

Mesa regional de Planificación. “Mesa regional de planificación regional Bogotá Cundinamarca: un espacio para unir voluntades”, 2003.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de Perú. “Terminología para las estadísticas del turismo”. Consulta electrónica. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.mincetur.gob.pe/turismo/estadistica/terminologia.htm>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. “Seguridad turística reto competitivo de Colombia: Plan estratégico. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Dirección calidad y desarrollo sostenible. “Asistencia técnica en planeación del turismo”. Consulta realizada en abril de 2012. Disponible en la página Web: <https://www.mincomercio.gov.co/minturismo/descargar.php?id=72>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - Fondo de Promoción turística. “Guía turística de Cundinamarca”. Consulta realizada en enero de 2013. Disponible en la Web: http://www.colombia.travel/es/descargas/guias_turisticas/GUIA_CUNDINAMARCA-web.pdf

Ministerio de Educación Nacional. “Premiados mejores proyectos ciudadanos de educación ambiental”. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.mineducacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-289841.html>

Ministerio del medio ambiente. “Plan Estratégico Nacional de Mercados Verdes”. Bogotá, 2002. Consulta realizada en abril de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.dnp.gov.co/Programas/Ambiente/MedioAmbiente/PlanesNacionalesAmbientales.aspx>

Observatorio Ambiental de Bogotá. “Numero de vehículos particulares NVP”. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://oab.ambientebogota.gov.co/index.shtml?s=1&id=272>

Organización de las Naciones Unidas. “Actualización de las Recomendaciones sobre estadísticas del turismo”, 1999. Consulta realizada en julio de 2012. Disponible en la página Web: <http://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>

Peña, Antonio. “Teorías explicativas de las disparidades económicas espaciales”. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/arps/1v.htm>

Pineda H, Saúl. “Consejo regional de competitividad de Bogotá-Cundinamarca. Capítulo 4, Responsabilidad ciudadana y cooperación público privada: Cohesión social. Consulta realizada en mayo de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.bogotacundinamarcacompite.org.co/portal/default.aspx>

_____. “Síntesis Balance del proceso de integración regional Bogotá-Cundinamarca”. Universidad del Rosario. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/55/5561e9ef-13e9-4615-9df4-35216a09b22c.pdf

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD. “Planes de Desarrollo”. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la página Web: http://odm.pnudcolombia.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=18&Itemid=27

Policía Nacional de Colombia. “Mapa plan retorno de Cundinamarca”. Consulta realizada en enero de 2013. Disponible en la página Web: http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/UNIDADES_POLICIALES/Direcciones_tipo_Operativas/Direccion_Seguridad_Ciudadana/Servicios_programas/Estado_Vias

Preciado, Jair. “Bogotá Región: Crecimiento Urbano en la consolidación del territorio metropolitano”. Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2005. Consulta realizada en mayo de 2012. Disponible en la página Web: <http://gemini.udistrital.edu.co/comunidad/dependencias/facultades/medioambiente/Documentos/Eventos/Seminario-Internacional/Ponencias-Centrales/bogotaregioncrecimientourbano.pdf>

Presidencia de la República. “La seguridad democrática de Uribe”. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://web.presidencia.gov.co/columnas/columnas269.html>

Presidencia de la República – Ministerio de Defensa Nacional. “Política de defensa y seguridad democrática”. Consulta realizada en mayo de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.oas.org/csh/spanish/documentos/Colombia.pdf>

Proexport Colombia. “Turismo rural en la región de Bogotá y Cundinamarca”. Consulta realizada en enero de 2013. Disponible en la página Web: <http://www.colombia.travel/es/turista-internacional/actividad/naturaleza/turismo-rural/turismo-rural-en-bogota-y-cundinamarca>

Secretaria Distrital de Movilidad. “Secretaría Distrital de Movilidad activa medidas para el plan éxodo y retorno”. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la Web: <http://www.movilidadbogota.gov.co/?pag=449>

Secretaria de planeación de Cundinamarca. Análisis histórico con peaje guayabal. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la Web: http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/an%C3%A1lisis%20sociecon%C3%B3mico%20peaje%20guayabal_2006_demanda%20tr%C3%A1nsito.pdf

_____ . “Planes de desarrollo municipales 2008-2011”. Consulta realizada en abril de 2013. Disponible en la Web: http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoConocimiento/D/dc-planes_de_desarrollo_municipales_2004_2015a-c/dc-planes_de_desarrollo_municipales_2004_2015a-c.asp

_____ .Rendición de cuentas 2009, subgerencia de turismo”. Consulta realizada en Junio de 2013. Disponible en la Web: http://www.planeacion.cundinamarca.gov.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pdd_2008_2012%20Rendici%C3%B3n%20de%20cuentas_2009%20Idct%20Subgerencia%20turismo.pdf

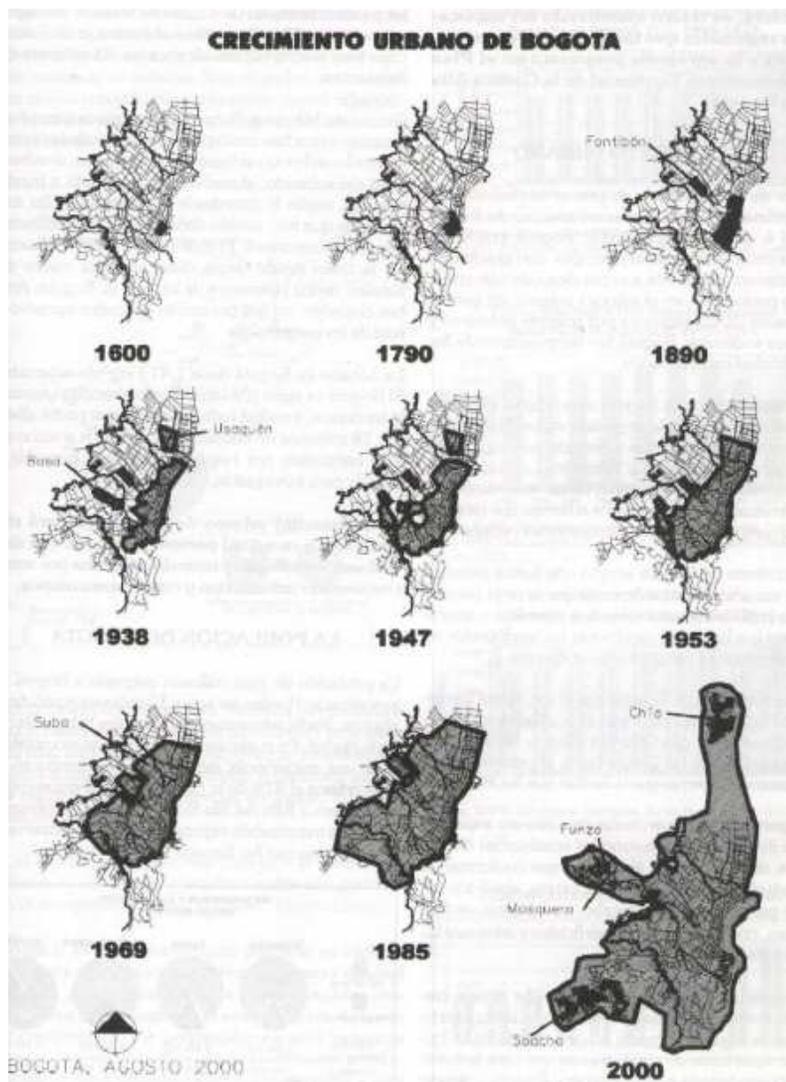
Sitio oficial de La Vega - Cundinamarca. Nuestro municipio, información general. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://lavega-cundinamarca.gov.co/sitio.shtml?apc=mTxx-1-&m=f>

Sitio Web Paraíso Hotel Estudios. “Paraíso Hotel Estudios Girardot”. Consulta realizada en diciembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.paraisohotelestudios.com/>

Sociedad Geográfica de Colombia. “Plan de ordenamiento territorial – Cuenca alta del río Bogotá”. Capítulo 7. Consulta realizada en noviembre de 2012. Disponible en la página Web: <http://www.sogeocol.edu.co/documentos/cuencap7.pdf>

Universidad de Salamanca. “Vocación turística del territorio y factores de localización espacial del turismo” [Versión electrónica], Recursos Territoriales Turísticos. Segunda diplomatura en turismo. 2008-2009. Consulta realizada en mayo de 2012. Disponible en la página Web: http://web.usal.es/~a13004/RecursosTerritoriales08_09/tema4/ppttema4vocacionturisticaterritorio.pdf

Anexo 1. Mapa. Crecimiento urbano de Bogotá



Fuente: Preciado, Jair. "Bogotá Región: Crecimiento Urbano en la consolidación del territorio metropolitano". Universidad Distrital Francisco José de Caldas, 2005. Documento electrónico.

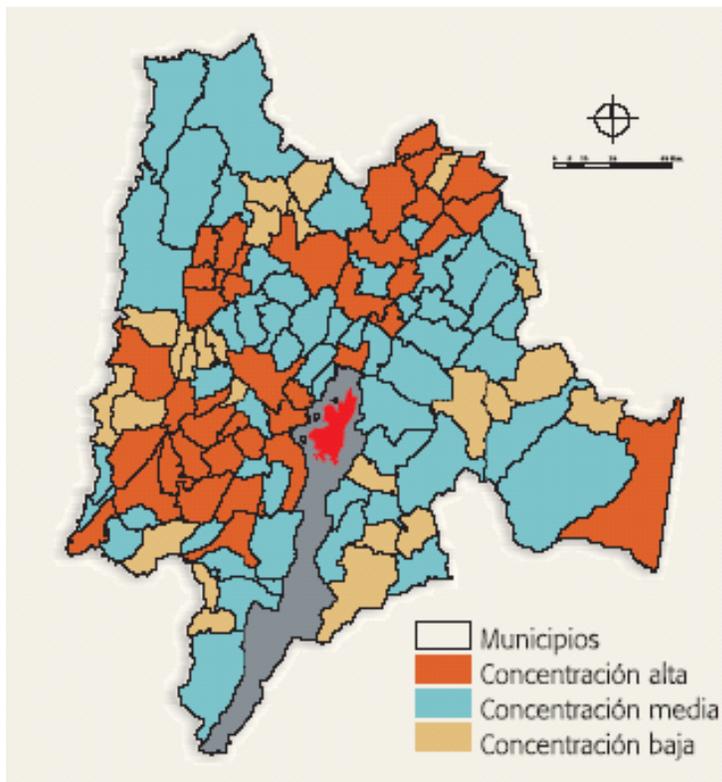
Anexo 2. Cuadro. Avances de la región

| | CARACTERISTICAS DEL PLAN |
|---|--|
| <p style="text-align: center;">Mesa de Planificación Regional Bogotá – Cundinamarca – MPRBC.</p> | <p>Viendo la posibilidad de integración se da la primera experiencia de cooperación en 2001, en esta bajo un acuerdo de voluntades firmada por el Alcalde de la capital Antanas Mockus, la Corporación Autónoma Regional (CAR) y la Gobernación de Cundinamarca se establecieron los mecanismos para el aprovechamiento de las oportunidades con las que cuenta la región, buscando como objetivo promover el desarrollo social y económico del Departamento.</p> <p style="padding-left: 40px;">La mesa planteo sus actividades de manera que coincidieran con los periodos de gobierno, con el fin concertar bases para la mejor ejecución de los proyectos en el marco del ordenamiento y la planeación regional.</p> <p style="padding-left: 40px;">Con la creación de la MPRBC se buscaba avanzar en acciones y proyectos vinculados fuertemente a resolver problemas y amenazas de carácter socioeconómico, ambiental, violencia y servicios sociales básicos donde se presentan amplias diferencias entre sectores en el ámbito urbano/rurales o municipal.</p> <p style="padding-left: 40px;">Por medio de la gestión en cooperación es posible enfrentar las situaciones que perjudican a la región dando lugar para los aportes estratégicos que fortalezcan la capacidad de manejo y articulación entre los niveles de gobierno, los sectores público-privados, las administraciones y la sociedad civil.</p> |
| <p style="text-align: center;">Mesa de Planificación Regional Bogotá – Cundinamarca – MPRBC.</p> | <p>Viendo la posibilidad de integración se da la primera experiencia de cooperación en 2001, en esta bajo un acuerdo de voluntades firmada por el Alcalde de la capital Antanas Mockus, la Corporación Autónoma Regional (CAR) y la Gobernación de Cundinamarca se establecieron los mecanismos para el aprovechamiento de las oportunidades con las que cuenta la región, buscando como objetivo promover el desarrollo social y económico del Departamento.</p> <p style="padding-left: 40px;">La mesa planteo sus actividades de manera que coincidieran con los periodos de gobierno, con el fin concertar bases para la mejor ejecución de los proyectos en el marco del ordenamiento y la planeación regional.</p> <p style="padding-left: 40px;">Con la creación de la MPRBC se buscaba avanzar en acciones y proyectos vinculados fuertemente a resolver problemas y amenazas de carácter socioeconómico, ambiental, violencia y servicios sociales básicos donde se presentan amplias diferencias entre sectores en el ámbito urbano/rurales o municipal.</p> |

| | |
|--|--|
| | Por medio de la gestión en cooperación es posible enfrentar las situaciones que perjudican a la región dando lugar para los aportes estratégicos que fortalezcan la capacidad de manejo y articulación entre los niveles de gobierno, los sectores público-privados, las administraciones y la sociedad civil. |
|--|--|

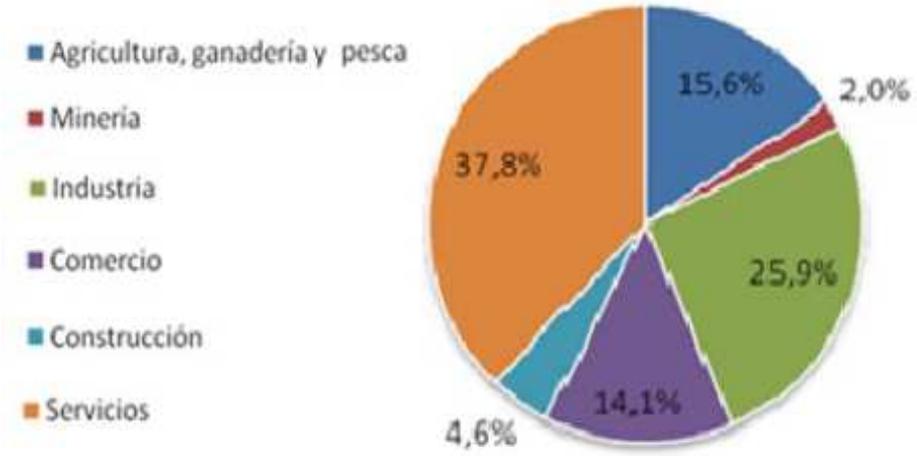
Fuente: Autora, con base en Pineda H Saúl. “Síntesis Balance del proceso de integración regional Bogotá-Cundinamarca”. Documento electrónico y Comisión regional de competitividad Bogotá – Cundinamarca. “Información institucional”. Consulta electrónica.

Anexo 3. Mapa. Concentración de actividades económicas en Cundinamarca



Fuente: Naciones Unidas, 2005, "De las ciudades a las Regiones", vol.1.

Anexo 4. Gráfico. Participación por ramas de actividad en el PIB de Bogotá y Cundinamarca 2009



Fuente: Cuentas económicas del DANE. Documento electrónico.

Anexo 5. Tabla. Variación del PIB por ramas de actividad

Producto Interno Bruto Departamental

| | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Cundinamarca | 10.160.432 | 11.198.844 | 10.958.857 | 12.351.567 | 12.326.924 | 12.937.204 | 13.734.890 | 15.011.734 |

PIB - POR RAMAS DE ACTIVIDAD

| Concepto | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| H. Hoteles y restaurantes | 144.019 | 153.707 | 174.707 | 180.061 | 177.974 | 178.714 | 183.213 | 202.906 |
| N. Servicios sociales y de salud | 105.255 | 146.040 | 112.478 | 152.060 | 136.476 | 164.118 | 182.069 | 201.639 |
| O. Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales | 161.164 | 180.842 | 201.158 | 217.304 | 237.542 | 259.536 | 279.052 | 309.047 |
| APORTE Producto Interno Bruto | 410.438 | 480.589 | 488.343 | 549.425 | 551.992 | 602.368 | 644.334 | 713.592 |
| % Aporte de las actividades seleccionadas | 4,04 | 4,29 | 4,46 | 4,45 | 4,48 | 4,66 | 4,69 | 4,75 |

Fuente: Tabla elaborada por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de la Secretaría de Planeación de Cundinamarca. "PIB Cundinamarca 2000 - 2007". Documento electrónico.

**Anexo 6. Tabla. Constitución de sociedades, según actividad económica
(Cundinamarca - Bogotá), periodo 2000- 2011**

Millones de pesos

| ACTIVIDAD | 2000 | | 2001 | | 2002 | | 2003 | | 2004 | |
|---|--------|-----------|--------|-----------|--------|---------|--------|-----------|--------|-----------|
| | Numero | Capital | Numero | Capital | Numero | Capital | Numero | Capital | Numero | Capital |
| Total General | 8.410 | 4.222.453 | 12.600 | 5.236.100 | 13.439 | 702.093 | 14.371 | 6.067.164 | 15.692 | 1.180.277 |
| Hoteles y restaurantes | 160 | 2.687 | 150 | 8.800 | 226 | 4.306 | 259 | 6.384 | 334 | 15.196 |
| Servicios Sociales y de Salud | 370 | 21.563 | 470 | 5.020 | 425 | 5.270 | 320 | 17.712 | 341 | 6.396 |
| Otras actividades de serv comunitarios y sociales | 340 | 36.458 | 340 | 36.460 | 418 | 8.234 | 440 | 15.693 | 538 | 24.753 |
| Total actividades seleccionadas | 870 | 60.708 | 960 | 50.280 | 1069 | 17.810 | 1019 | 39.789 | 1213 | 46.345 |
| % representativo de actividades seleccionadas | 10,34 | 1,44 | 7,62 | 0,96 | 7,95 | 2,54 | 7,09 | 0,66 | 7,73 | 3,93 |

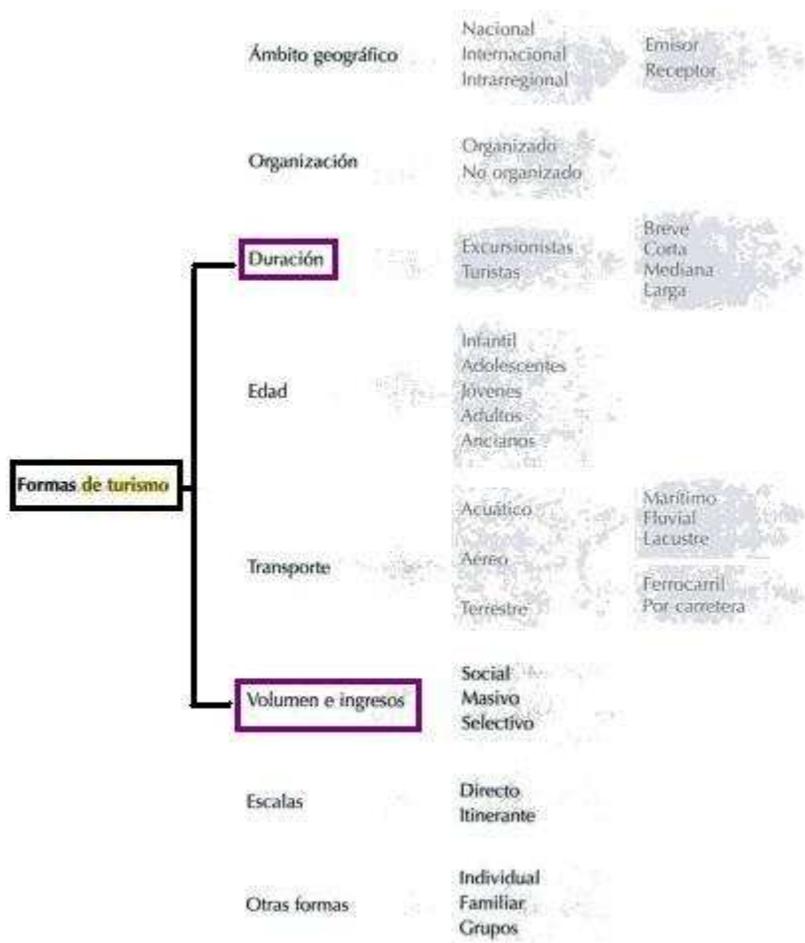
| ACTIVIDAD | 2005 | | 2006 | | 2007 | | 2008 | | 2009 | |
|---|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|--------|-----------|
| | Numero | Capital |
| Total General | 14.755 | 1.160.200 | 15.574 | 1.159.689 | 16.912 | 1.961.933 | 18.015 | 2.960.541 | 17.933 | 1.951.194 |
| Hoteles y restaurantes | 309 | 9.393 | 329 | 22.865 | 350 | 44.937 | 329 | 13.357 | 372 | 24.458 |
| Servicios Sociales y de Salud | 312 | 6.771 | 406 | 12.837 | 494 | 17.627 | 435 | 16.625 | 375 | 57.293 |
| Otras actividades de serv comunitarios y sociales | 485 | 19.033 | 534 | 23.157 | 12 | 2.251 | 25 | 659 | 304 | 43.456 |
| Total actividades seleccionadas | 1106 | 35.197 | 1269 | 58.859 | 856 | 64.815 | 789 | 30.641 | 1.051 | 125.207 |
| % representativo de actividades seleccionadas | 7,50 | 3,03 | 8,15 | 5,08 | 5,06 | 3,30 | 4,38 | 1,03 | 5,86 | 6,42 |

| ACTIVIDAD | 2010 | | 2011 | |
|---|--------|-----------|--------|-----------|
| | Numero | Capital | Numero | Capital |
| Total General | 21.818 | 2.634.536 | 26.980 | 2.506.073 |
| Hoteles y restaurantes | 523 | 30.234 | 579 | 28.105 |
| Servicios Sociales y de Salud | 425 | 24.802 | 508 | 30.462 |
| Otras actividades de serv comunitarios y sociales | 395 | 30.984 | 480 | 47.425 |
| Total actividades seleccionadas | 1343 | 86.020 | 1567 | 105.992 |
| % representativo de actividades seleccionadas | 6,16 | 3,27 | 5,81 | 4,23 |

| TOTAL 2000-2011 | | |
|--------------------|---------|------------|
| Actividad | Numero | Capital |
| General | 196.499 | 31.742.253 |
| Act. Seleccionadas | 13.112 | 721.663 |
| % represent | 6,67 | 2,27 |

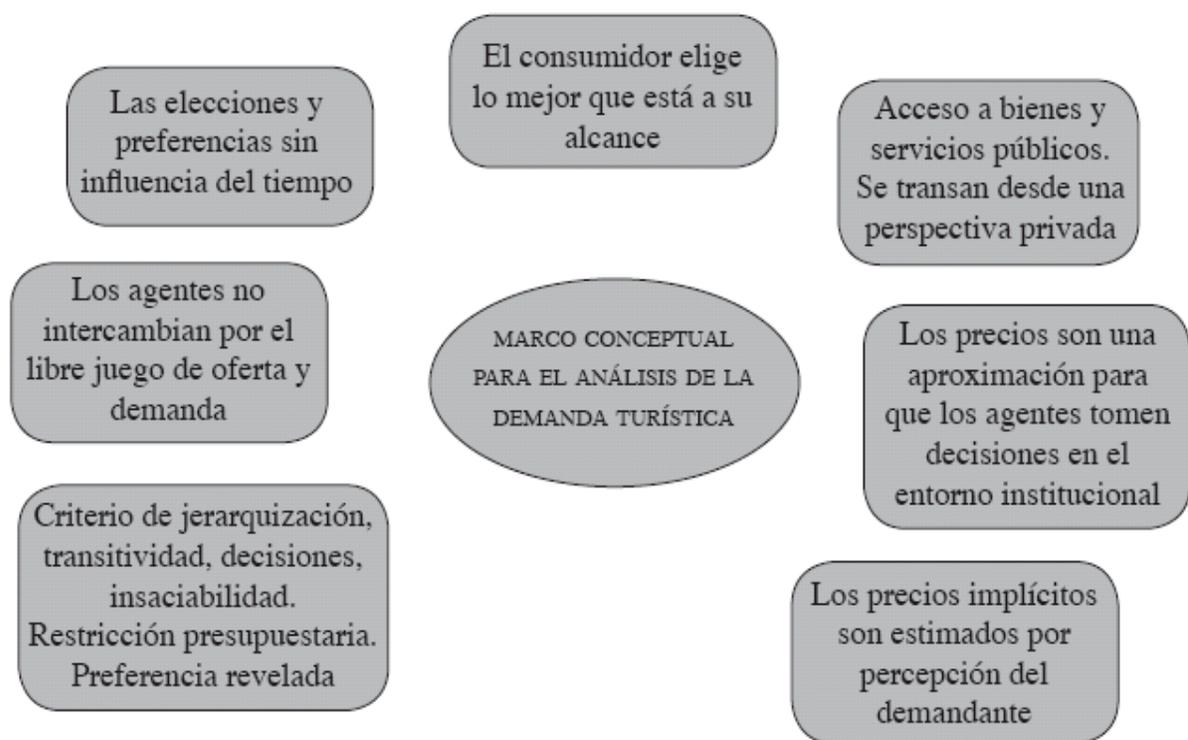
Fuente: Tabla elaborada por el autor del estudio de caso con base en la información tomada del Banco de la República y el Departamento Administrativo Nacional de Estadística- " Informes de Coyuntura Económica Regional - ICER". Periodos 2000-2011.

Anexo 7. Gráfico. Formas de turismo



Fuente: Gráfico modificado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de: Quesada, Renato. Elementos del turismo. Costa Rica: Editorial EUNED, 2007.

Anexo 8. Gráfico. Marco conceptual para el análisis de la demanda



Fuente: Universidad Externado de Colombia, facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras. Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana en Colombia. Documento electrónico.

Anexo 9. Cuadro. Los factores naturales ambientales que caracterizan la oferta.

| CONDICIONES GEOLÓGICAS, LITOLÓGICAS Y TOPOGRÁFICAS | |
|---|--|
| CARACTERÍSTICAS A TENER EN CUENTA | RAZONES PRINCIPALES POR LAS QUE PUEDE ACTUAR COMO FACTOR DE LOCALIZACIÓN TURÍSTICA |
| <ol style="list-style-type: none">1. Orografía, características topográficas (extensión, altitud, desnivel, pendiente, orientación, formas).2. Geología, litología (permeabilidad, dureza, estabilidad, resistencia a la erosión, edad del suelo, etc.). | <ol style="list-style-type: none">1. Influencia en la relación superficie - capacidad - rentabilidad.2. Influencia en la construcción de los equipamientos e infraestructuras turísticas (costes: adecuación / accesibilidad).3. Influencia en la seguridad con respecto a los riesgos naturales.4. Influencia en la percepción de los valores escénicos. |

Fuente: Gómez, Belén y López F. "Regionalización turística del mundo". Universidad de Barcelona, 2002. Documento electrónico.

Anexo 10. Gráfico. La infraestructura turística



Fuente: Carcelén, Roberto. "La infraestructura turística: una posibilidad de desarrollo económico", 2010. Documento electrónico.

Anexo 11. Tabla. Casos internacionales de valoración turística

| EJEMPLO | CARACTERISTICAS DEL PROYECTO | RASGOS DESTACABLES | ASPECTOS SIMILARES EN CUNDINAMARCA |
|--|--|--|--|
| <p>Manhattan - High Line Park</p> | <p>En la ciudad de Nueva York al oeste de Manhattan se creó en 2009 un parque urbano elevado, propuesta original de aprovechamiento de lo existente para potencializar una zona que se encontraba en abandono desde 1980, época en la que la plataforma del ferrocarril dejó de utilizarse. El intento por salvar el espacio tuvo su primer paso en 2003 con un proyecto que tiene más de 2 kilómetros de longitud, tierra que es considerada por los habitantes como tesoro, haciendo de su suelo una alfombra verde con accesorios urbanos que no solo permitió la recuperación del lugar sino que le dio valor a un entorno que estaba en decadencia.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ciudadanos los gestores del proyecto. • Acceso gratuito • Importante proceso de materialización, reutilización y valorización de elementos en desuso • Equipado con bancos para sentarse, importante a la hora de tomar el sol. • De forma gratuita se realizan regularmente Clases de Pilates, visitas guiadas e incluso clases de astronomía. | <p>En la región son varios los municipios que le apuntan a la participación de la ciudadanía para el mejoramiento de la calidad de vida. Proyecto como la Gestión de residuos sólidos hacia la construcción de una nueva cultura ambiental alrededor de la preservación del recurso hídrico, creado en Viotá es claro ejemplo; de igual forma la propuesta de renovación urbana realizada por Taller 301 para el municipio de Villeta que pretende el posicionamiento turístico, el aprovechamiento de un potencial oculto y la creación de rutas más amables para los peatones.</p> |
| <p>Bilbao - Efecto Bilbao</p> | <p>En los años 90 Bilbao vivía una gran crisis debido al fin de un ciclo de desarrollo industrial, el abandono de las fabricas y los conflictos no auguraban un buen futuro, fue entonces cuando desde las Administraciones distritales se apostó fuertemente por hacer de Bilbao una “ciudad de servicios” y dotarla de importantes infraestructuras. Se dedicaron amplios esfuerzos a convertir todo el paisaje post-industrial en un nuevo decorado, lo cual tuvo como gran resultado una transformación urbanística que logro el paso de una ciudad post-industrial y sin mayor relevancia internacional a ser, en menos de 10 años, un visitado destino turístico y un importante centro de negocios y servicios.</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Transformación urbanística de gran envergadura. • Apuesta fuerte de las Administraciones públicas por hacer de Bilbao una ciudad de servicios y dotarla de importantes infraestructuras. • Paso de ciudad post-industrial y sin apenas repercusión internacional a ser, en menos de 10 años, un visitado destino turístico y un importante centro de negocios y servicios. | <p>La transformación urbanística que ha tenido la región cundinamarquesa debido a las doble calzada con la ruta del sol, dicha intervención ofrece a los usuarios prestación y calidad en los servicios, de igual forma contribuye al mejoramiento de las condiciones físicas y de la zona que afecta, dando una mayor participación y beneficio a las comunidades vinculadas al trayecto.</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| <p>Costa del Mediterráneo - Conformación de red turística</p> | <p>“Red de ciudades intermedias que se han ido conformando sobre la franja costera representan un escenario con potencial para la generación de estrategias de desarrollo sostenible en el cual integrar el turismo”, sumado a ello, el hecho de contar en la región con la infraestructura necesaria para el acceso al lugar hace más atractivo el punto para desarrollo, de esta manera se ha consolidado el turismo como actividad generadora de ingresos se convierte en polo de atracción para complejos hoteleros, seguido de residencias, servicios que consolidan conjuntos urbanos, haciendo de el turismo un elemento transformador por sus características económicas</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Las segundas residencias, con anterioridad viviendas unifamiliares o conjuntos aislados progresivamente han ido constituyendo espacios con identidad urbana en los que se han ido incorporando servicios formando sistemas urbanos más complejos pero ineficientes. • Fuerte presión sobre los recursos naturales y los ecosistemas debido a la gran concentración de actividades en áreas reducidas, • Marco de políticas y estrategias para el medio ambiente. | <p>Las ciudades intermedias de la costa del mediterráneo se muestran como “puntos que establecen relaciones de infraestructura que conectan redes locales, construyendo puntos nodales privilegiados”, ello ocurre en Girardot, La Vega, La Mesa, entre otros lugares que se convierten en centros turísticos receptores de crecimiento rápido e incontrolable urbanización, con grandes fenómenos de especulación e impactos paisajísticos y ambientales donde la segunda vivienda se encuentra en pleno apogeo.</p> |
|--|--|--|---|

Fuente: autor: con base en Giussani S, Luengo M, Poujol G. Impacto del turismo sobre el metabolismo urbano y la sostenibilidad de las ciudades intermedias mediterráneas. p. 1.-8

Anexo 12. Mapa. División política de Cundinamarca



Fuente: Gobernación de Cundinamarca. Mapa del Departamento. Consulta electrónica.

Anexo 13. Tabla. Ocupación condominios en zonas suburbanas de La Sabana 2002-2008

| Municipios | 2002 | | 2008 | |
|--------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
| | has. | Participación % | has. | Participación % |
| Bojacá | 77,9 | 6,44 | 77,5 | 3,92 |
| Cajicá | 61,6 | 5,09 | 185,8 | 9,39 |
| Chía | 472,3 | 39,02 | 788,2 | 39,85 |
| Cota | 5,7 | 0,47 | 24,2 | 1,22 |
| Funza | 3,2 | 0,26 | 77,4 | 3,91 |
| La Calera | 276,3 | 22,83 | 365,2 | 18,47 |
| Madrid | 6,4 | 0,53 | 6,4 | 0,32 |
| Mosquera | 33,4 | 2,76 | 33,4 | 1,69 |
| Sopó | 156,9 | 12,96 | 255,4 | 12,91 |
| Tabio | 19,4 | 1,60 | 19,4 | 0,98 |
| Tenjo | 94,6 | 7,82 | 97,1 | 4,91 |
| Tocancipá | 2,5 | 0,21 | 45,5 | 2,30 |
| Zipaquirá | 0,1 | 0,01 | 2,2 | 0,11 |
| TOTAL | 1210,3 | 100 | 1977,7 | 100 |

Fuente: Alcaldía Mayor de Bogotá. “Documento Técnico de Soporte Modificación al Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá. 2001. Documento electrónico.

Anexo 14. Tabla. Turismo en los planes de desarrollo

| MUNICIPIO | VOCACION DEL MUNICIPIO | OBJETIVO DEL PLAN | PROGRAMA | SUBPROGRAMA | OBJETIVO | ESTRATEGIAS | METAS |
|----------------------------------|--|--|---|---|--|---|-------|
| ANAPOIMA “Todos por Anapoima” | Vocación turística con fortalecimiento del sector agropecuario | Lograr posicionar al municipio de Anapoima como uno de los destinos culturales, turísticos y de desarrollo agrícola y urbanístico más importantes del centro del país. | 1. Fomento y formación del sector turístico | 1. Promoción y desarrollo turístico 1.2. Mejoramiento de la infraestructura turística. | Mejorar la infraestructura turística, adecuar la oferta, organizar y promocionar el sector, para lograr que el turismo se convierta en factor dinamizador de la economía y el empleo | <ul style="list-style-type: none"> * Crear en los habitantes una cultura turística. * <i>Diseñar una campaña promocional y publicitaria dirigida a captar el mercado de Bogotá</i> * Realizar la señalización turística. * Coordinar acciones de seguridad con los organismos del Estado. | — |

| | | | | | | | |
|---|--|--|--|----------|--|--|--|
| <p>GIRARDOT</p> <p>“Progreso con equidad social”</p> | <p>Vocación e identidad cultural facilitadora de turismo</p> | <p>Lograr un desarrollo económico integrado sostenible y un turismo que contribuya a aumentar la competitividad y el comercio.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Fortalecer el sector turístico como alternativa de desarrollo económico. 2. Plan estratégico para el turismo de Girardot. 3. Mejoramiento de la infraestructura turística | <p>—</p> | <p>Estructurar y consolidar un plan estratégico municipal para el turismo, que contribuya a aumentar la competitividad y la promoción de Girardot como uno de los principales destinos turísticos, generando empleo para fortalecer la economía.</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Potencializar el sector turístico de Girardot, gracias al ingreso de recursos provenientes de la nueva Ley del Turismo, destinados a mejorar la competitividad, el mercadeo y la promoción de Girardot como destino turístico tanto a nivel local, nacional e internacional. 2. Estructurar y consolidar un Plan Estratégico Municipal para el turismo. 3. Ampliar y Mejorar la infraestructura turística municipal, optimizando la | <ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar apoyo al 100% de las iniciativas y eventos que fortalezcan el sector turístico. 2. Elaborar el plan estratégico del turismo municipal. 3. Ampliar y mejorar en un 50% la infraestructura turística municipal. |
|---|--|--|--|----------|--|--|--|

| | | | | | | | |
|---|-------------------------------------|--|---|--|---|---|---|
| | | | | | | existente incentivando la construcción de piscinas en el sector urbano y rural, para promover el desarrollo turístico del municipio como alternativa de desarrollo. | |
| LA MESA “Con orden y liderazgo” | Vocación hortofrutícola y turística | Consolidarse como cabecera de provincia mediante la estrategia, programas y proyectos de carácter regional, buscando fortalecer el turismo de la región del Tequendama, promoviendo el ecoturismo. | Aprovechamiento del potencial turístico del municipio | <ol style="list-style-type: none"> 1. Calidad y ampliación de servicios turísticos. 2. Infraestructura turística. 3. Capacitación para el turismo | Fortalecer el liderazgo regional del municipio, privilegiando el turismo como opción de desarrollo sustentable. | — | <ol style="list-style-type: none"> 1. Fomentar 2 nuevos registros 2. Realizar la señalización turística en 50 sitios. <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Hacer el mantenimiento al 100% de los actuales miradores turísticos. 3. Realizar 5 jornadas de promoción del potencial |

| | | | | | | | |
|--|---|---|--|-------------------------------------|--|--|--|
| | | | | | | | <p>turístico. 3.1. Capacitar 100 personas en servicios turísticos de calidad.</p> |
| <p>LA VEGA “Por un futuro mejor”</p> | <p>El municipio tiene una vocación rural, fácilmente adaptable al fomento del turismo en sus diferentes frentes</p> | <p>Fortalecer la actividad turística para el incremento del desarrollo, económico, social y cultural del municipio.</p> | <p>Consolidación del sector turístico de La Vega</p> | <p>La Vega turística y natural.</p> | <p>Organizar a los prestadores de servicios turísticos públicos y privados del Municipio. Mejorando la calidad de servicio turístico prestado, tanto por los empresarios, como por parte de la comunidad del municipio</p> | <p>* Gestionar con los entes correspondientes Capacitación para empleados de sectores relacionados con el turismo, como tenderos, policía, droguerías, y otros en atención al cliente</p> <p>* Elaboración del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio y Portafolio de servicios turísticos.</p> <p>* Incentivar y promocionar la práctica de</p> | <p>* Adecuación y mantenimiento parque ecológico el Tabacal durante el cuatrienio.</p> <p>* Realización de 2 talleres de capacitación en explotación turística a propietarios de hoteles y sitios turísticos del municipio, anualmente.</p> <p>* Fortalecimiento de la oficina de cultura y turismo para</p> |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|--|
| | | | | | | <p>deportes ecológicos y de aventura</p> <ul style="list-style-type: none"> * Promover las caravanas turísticas. * Coordinar con autoridades locales, fuerza pública, Cruz Roja, Cuerpo de Bomberos, Defensa Civil, etc. la seguridad y el orden de los eventos. | <p>convertirla en un ente divulgador, anualmente.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Diseño de una estrategia de promoción y divulgación turística del municipio. * Realizar 12 caminatas ecológicas anualmente a los sitios de mayor interés turístico del municipio (Cerro Bululú, Laguna Tabacal, el parque milagrosa, Cascadas del Chupal, parque Jerico etc). |
|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|---|---|--|--|
| <p>RICAUURTE</p> <p>“Respeto, trabajo y progreso”</p> | | | <p>1. Fortalecer el sector turístico como alternativa de desarrollo económico.</p> | <p>1. Desarrollo turístico provincial</p> <p>1.2. Festivales turísticos</p> <p>1.3. Promoción e identidad turística</p> <p>1.4. Infraestructura turística</p> | <p>Beneficiar a la comunidad a través de la promoción y difusión de los diferentes escenarios naturales, culturales e históricos presentes en el municipio con el objeto de aprovechar las cualidades competitivas que se poseen dentro de la región del Alto Magdalena</p> | <p>* Capacitación a cada uno de los prestadores de Servicios Turísticos a fin de ofrecer una calidad en el servicio ofertado.</p> <p>* Aprovechamiento de la demanda actual del sector turístico y hotelero de la región, a fin de crear una identidad turística del Municipio ante el Departamento.</p> <p>* Creación y fortalecimiento del amoblamiento urbano turístico, en referencia a señalización e información de los principales escenarios naturales e</p> | <p>1. Formulación del plan de desarrollo turístico.</p> <p>1.2. Realizar 4 festivales Ricaurteños. Realizar 4 festivales turísticos departamentales.</p> <p>1.3. Formación y capacitación de 30 promotores y guías turísticas. Realizar y promocionar 12 encuentros turísticos.</p> <p>1.4. Creación de 4 Stand turísticos (zona urbana, isla del sol, vereda san Martin, vereda</p> |
|--|--|--|--|---|---|--|--|

| | | | | | | | |
|--|--|---|-----------------------------|--------------------------------------|---|---|---|
| | | | | | | históricos. * Proyectar a cada una de las veredas como centros ecoturísticos de recreación y esparcimiento dando un impulso económico y cultural para la recuperación de los hábitos y sanas costumbres de la población. | Casablanca) |
| SASAIMA “La voluntad de un pueblo” | Énfasis en turismo rural, aprovechado su vocación agropecuaria | Potenciar a través de planes y programas el turismo como alternativa de desarrollo económico, social y ambiental. | 1. Fomento al turismo rural | 1. Sasaima y los destinos turísticos | 1. Posesionar a Sasaima como Destino Turístico en tres modalidades : Turismo Rural, Ecoturismo y Turismo de | 1. Programar y desarrollar el Cable Turístico (Canopy) con particulares o la empresa privada con la asesoría de la Gobernación de Cundinamarca. | 1. Formalizar convenios con la Gobernación de Cundinamarca para implantar paradores turísticos en la Vía Sasaima (Troncal del Café) y Panamericana. Institucionalizac |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|--|--|
| | | | | | <p>Aventura, mediante alianzas estratégicas entre la Nación, el Departamento, el Municipio, el Distrito Capital, el Sector.</p> | | <p>ión de un concurso de fotografía.</p> |
| | | | | 1.2. Turismo como empresa | 1.2. Formar y capacitar para la asociación, la productividad y la competitividad Turística. | 1.2. Diseño de centro de acopio y espacios para desarrollar ferias artesanales y mercados interveredales | 1.2. Desarrollar 16 (cuatrenio) actividades de producción, mercadeo de productos derivados de diferentes sectores. |
| | | | | 1.3. Turismo en la zona urbana y rural | 1.3. Diseñar, formalizar y estructurar la guía turística, ambiental y comercial. Diseñar rutas | 1.3. Creación del banco de fotografías y de información turística sobre los atractivos y sitios de interés municipal, con el | 1.3. Un banco con 1000 registros fotográficos. |

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|---|---|---|
| | | | | <p>1.4. Turismo con sello verde en Gualiva</p> | <p>estratégicas turísticas en las vías y sitios urbanos del municipio.</p> <p>1.4. Conformar la red de Gestores Culturales del Gualiva, como medio de promover estrategias que integren la región y coayuden al fortalecimiento del desarrollo cultural de los pueblos.</p> | <p>ánimo de conformar y organizar el plegable, almanaque cultural e histórico, video institucional y de retroalimentar la pagina web.</p> <p>1.4. Levantar un inventario y plan de manejo al patrimonio cultural, histórico y artístico, con su respectiva estrategia de implementación y registro en la casa de la cultura, con apoyo del Instituto Colombiano de Antropología e Historia, la Academia de la Historia y la Secretaria de Cultura y Turismo del Departamento.</p> | <p>1000 plegables de difusión.</p> <p>Registro textual y fotográfico para el almanaque turístico de Cundinamarca.</p> <p>1.4. Conformación de grupos formados para integrar semilleros de orientación turística y cultural.</p> |
|--|--|--|--|--|---|---|---|

| | | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--|----------|
| <p>SUESCA</p> <p>“Suesca Somos Todos”</p> | <p>—</p> | <p>—</p> | <p>—</p> | <p>—</p> | <p>—</p> | <p>Generar iniciativas de desarrollo turístico privilegiando aquellos que apuntan a la iniciativa privada.</p> <p>Integrar la oferta turística nacional al turismo regional y extra regional, mediante la participación activa en las mesas de negociación de integración turística regional.</p> <p>Mejorar la capacidad institucional de apoyo; promoviendo las industrias turísticas.</p> <p>Implementar el ente rector Mundial de Turismo.</p> <p>Posicionar a Suesca como destino alternativo para el</p> | <p>—</p> |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|--|----------|

| | | | | | | | |
|---|--|--|--------------------------------|--|---|--|---|
| | | | | | | <p>ecoturismo y agroturismo.</p> <p>Promover la competitividad de la oferta turística.</p> <p>Promover el turismo interno y receptivo seguro en todo el territorio.</p> <p>Fomentar la participación e iniciativa privada en el desarrollo y administración del turismo.</p> | |
| <p>VILLETA</p> <p>“Villeta En el corazón de todos”</p> | | <p>Impulsar y promover el turismo como un potencial productivo y competitivo</p> | <p>1. Identidad Villetana.</p> | <p>1. Campaña de sensibilización “Villeta ciudad dulce y turística de Colombia.</p> <p>1. 1. Actualización y socialización del diagnóstico turístico del municipio de Villeta.</p> | <p>1. Fomentar y promover campañas que motiven la identidad y sentido de pertenencia como ciudad turística.</p> | <p>—</p> | <p>1. Ejecución de 3 seminarios talleres a la población en edad escolar media, básica secundaria, técnica y profesional, mediante entes locales y regionales.</p> |

| | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|--|---|
| | | | <p>2. Villeta opción para invertir.</p> <p>3. Villeta ciudad dulce y ecoturística de Colombia</p> | <p>1.2. Recuperación de la identidad Villetana</p> <p>2. Incentivos tributarios a empresas turísticas generadoras de empleo en el municipio.</p> <p>2.1. Infraestructura y equipamiento de los principales centros turísticos del Municipio.</p> <p>2.2. Campaña institucional a través de medios masivos de comunicación para la promoción turística de Villeta.</p> <p>3. Mantenimiento y recuperación de sitios turísticos del municipio</p> | <p>2. Promover incentivos tributarios para aquellas empresas que inviertan en pro del crecimiento económico y turístico del municipio, generando mayores opciones de empleo.</p> | | <p>1.1. Realizar 1 socialización del diagnóstico elaborado en el 2006, el cual debe ser actualizado entre los principales gremios del municipio.</p> <p>1.2. Ejecución de 1 campaña educativa-recreativa, cultural que incentive y fomente la identidad Villetana.</p> <p>2. Lograr que el 37% de la población de Villeta, se beneficie de las nuevas inversiones a</p> |
|--|--|--|---|---|--|--|---|

| | | | | | | | |
|--|--|--|--|--|--|--|---|
| | | | | <p>(cascadas de los micos, bocatoma bagazal, monumento paso de bolívar y centro cultural Hugo Garzón Suárez).</p> <p>3.1. Guía y mapa turístico de Villeta. Capacitación en servicio al cliente.</p> <p>3.2. * Divulgación por medios masivos de comunicación, la realización de los eventos más importantes del municipio. * Promoción de fincas paneleras con alternativas agro - turísticas, senderos ecológicos y caminatas.</p> | | | <p>nivel turístico en el municipio.</p> <p>2.1. Elaboración de proyecto de acuerdo municipal sobre incentivos tributarios para actuales o nuevas empresas o gremios que generen empleo a la población Villetana.</p> <p>3. Presentar 1 proyecto de infraestructura, señalización, manejo ambiental y senderos turísticos.</p> <p>3.1. Realizar 3 campañas de promoción turística (prensa, radio y</p> |
|--|--|--|--|--|--|--|---|

| | | | | | | | |
|--|--|--|---|---|---|--|--|
| | | | <p>4. Fomento cultural y artístico.</p> | <p>4. * Festival turístico reinado nacional de la panela y muestra folklórica colombiana. * Festival departamental de bandas musicales municipales * Festival autóctono de la panela. * Feria exposición equina y ferias y fiestas. Celebración de fiestas patrias. * Encuentro de bandas músico marciales. * Realización de conciertos. * Cumpleaños de Villeta</p> | <p>4. Planificar, organizar, dirigir controlar y evaluar cada uno de los diferentes eventos realizados en el municipio.</p> | | <p>televisión) de nuestra infraestructura, gastronomía y riqueza natural.</p> <p>3.2. Ejecución de 5 Subprogramas donde se involucren los medios de comunicación para la realización de eventos y promoción de fincas agroturísticas, con participación de la población.</p> <p>4. Ejecución y celebración de 32 subprogramas, involucrando a la población villeta y un alto</p> |
|--|--|--|---|---|---|--|--|

| | | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|---|---|
| | | | | | | | nivel de turistas. |
| ZIPAQUIRA “Zipaquirá una gran ciudad” | — | Fortalecer el sector turístico como fuente de desarrollo económico en Zipaquirá y la región, mediante la formulación e implementación de una política pública que integre los diferentes actores públicos y privados, del orden nacional e internacional, haciéndolo competitivo, sostenible y rentable para todos los | Turismo fuente de desarrollo económico para una gran ciudad | — | Consolidar la cadena productiva del sector, logrando convertir a la ciudad en uno de los principales destinos turísticos en el ámbito local, departamental e internacional, para la generación de nuevas y mejores oportunidades de ingresos económicos para nuestra Ciudad y sus gentes | Formulación de una política pública para el TURISMO. Toda vez que este sector de la economía, como primera instancia, está definido como una de las vocaciones del municipio y segundo, aplicando una política pública, clara y responsable, garantizara la reactivación económica a corto plazo. | * Creación de (1) dependencia de la Administración Central responsable del turismo de Zipaquirá. * capacitar a 300 personas vinculadas o por vincular a las empresas prestadoras de servicios turísticos. * Implementar un (1) sistema de información turística como parte del sistema integral de información municipal. |

| | | | | | | | |
|--|--|------------------------------------|--|--|--|--|---|
| | | participes de la cadena turística. | | | | | <ul style="list-style-type: none"> * Incrementar en 100.000 el número de turistas de Zipaquirá en los próximos años. * Desarrollar cinco (5) paquetes turísticos. * Implementar en cuatro (4) Instituciones Educativas el programa “Escuelas Amigas del Turismo”. * Implementar un (1) Plan Local de Sensibilización. |
|--|--|------------------------------------|--|--|--|--|---|

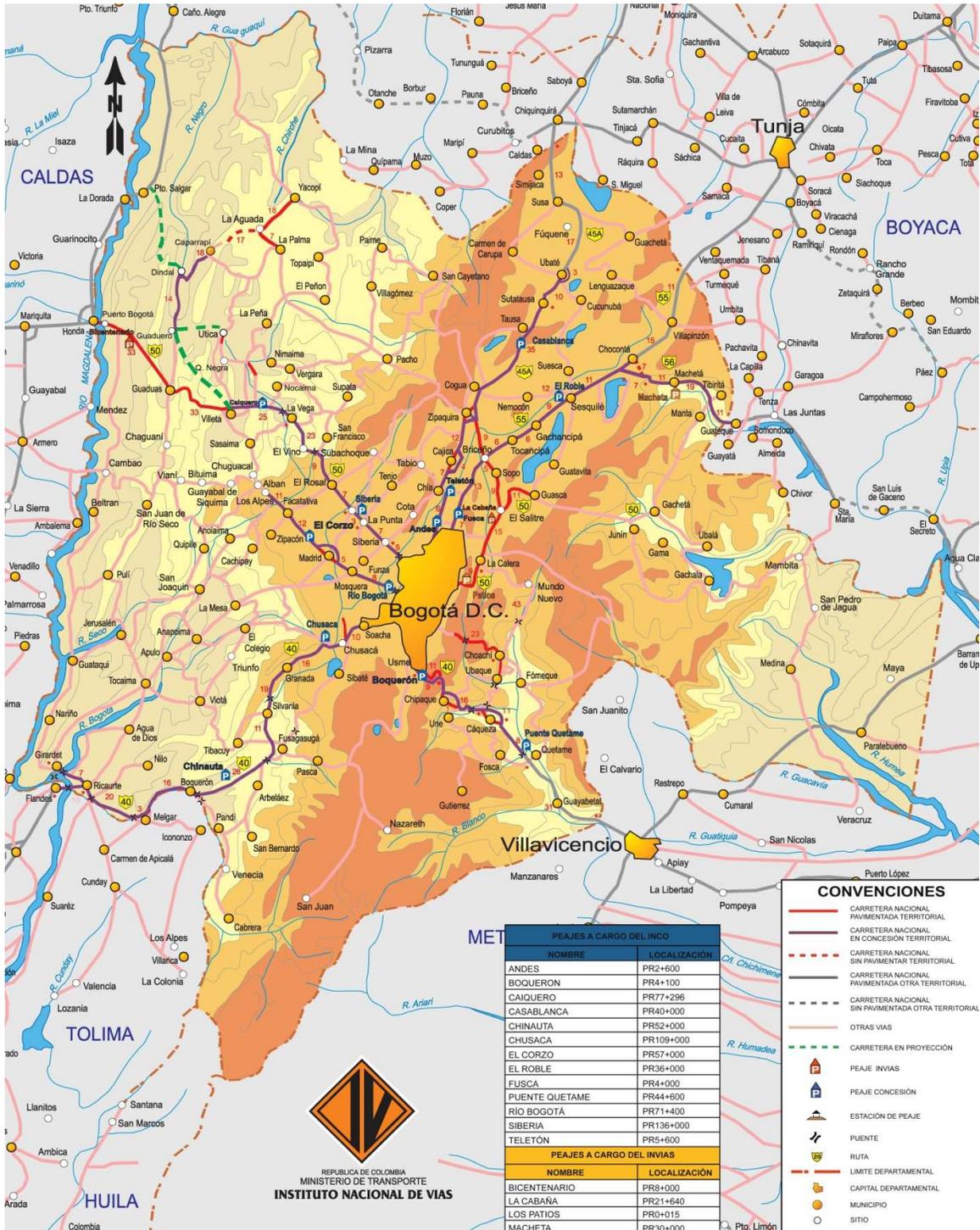
Fuente: Elaborado por el autor con base en los Planes de Desarrollo municipales. Documento electrónico

Anexo 15. Mapa. Turístico de Cundinamarca



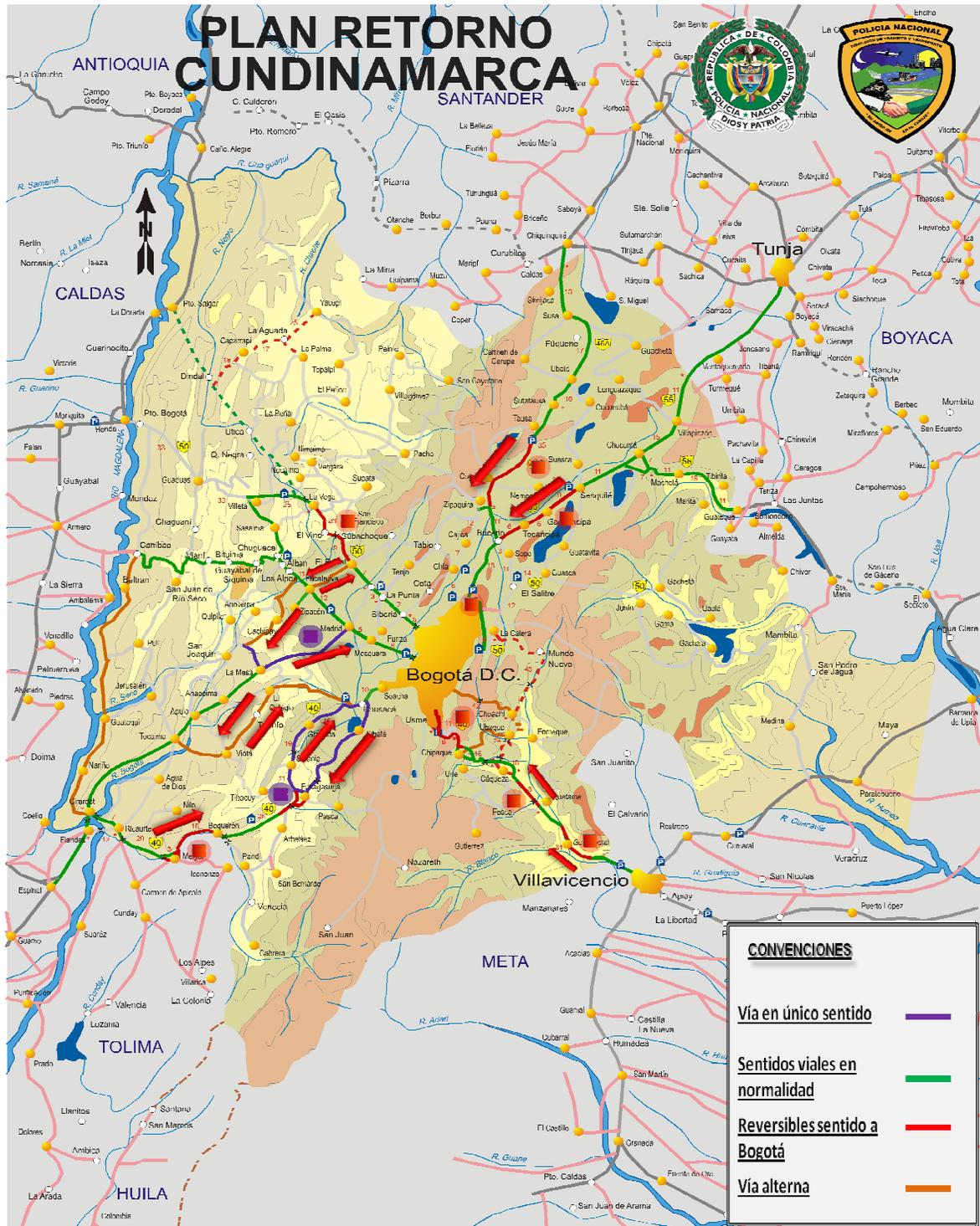
Fuente: Mapa modificado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de la: Cámara de comercio de Bogotá. “Guía turística de Bogotá”. Documento electrónico.

Anexo 16. Peajes de Cundinamarca



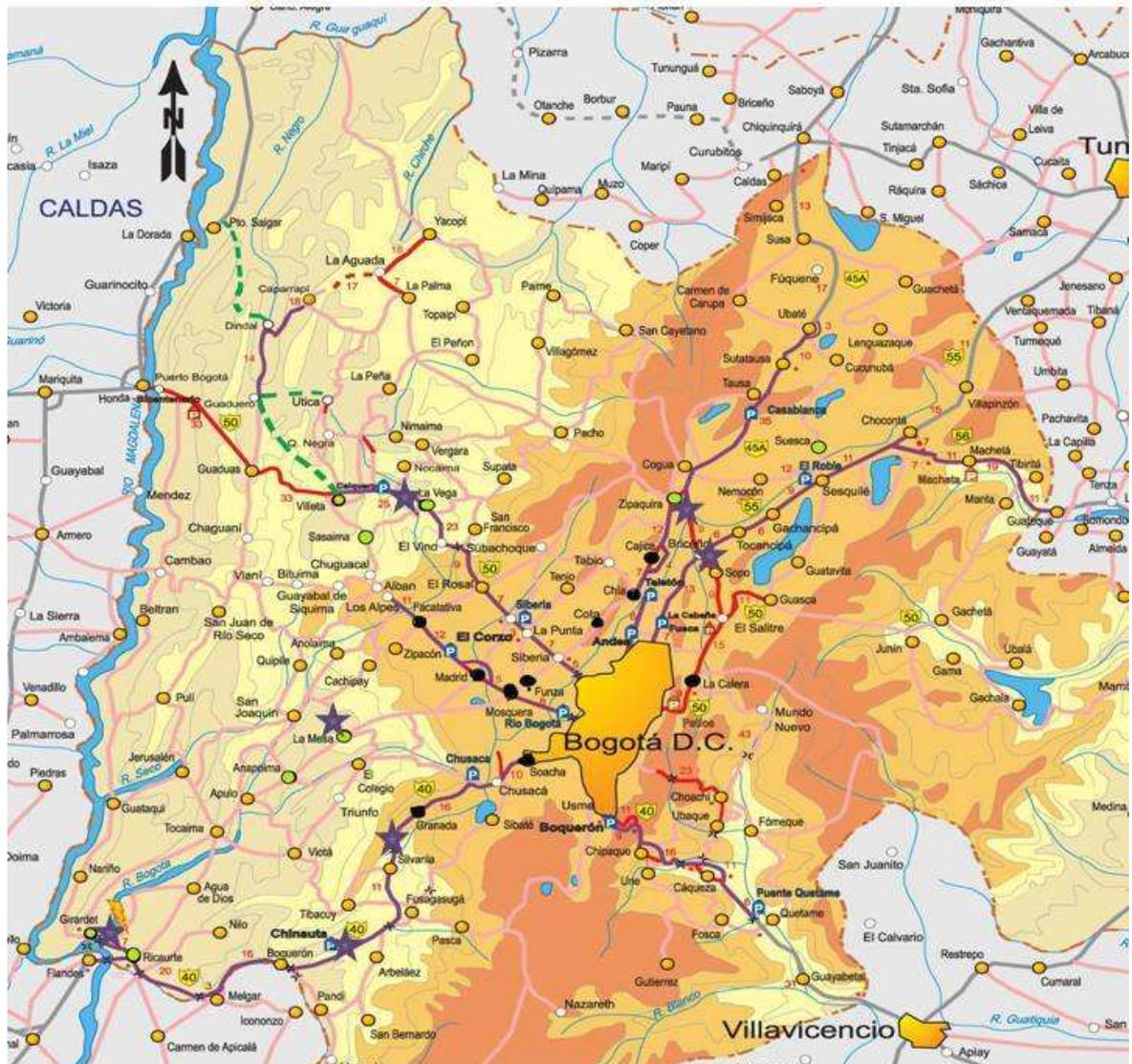
Fuente: Instituto Nacional de Vías. Red vial nacional. Consulta electrónica.

Anexo 17. Mapa. Plan retorno de Cundinamarca



Fuente: Policía Nacional de Colombia. Plan retorno Cundinamarca. Documento electrónico.

Anexo 18. Mapa. Consolidado de desarrollo turístico



- Municipios con vocación turística
- Municipios con otra vocación (desbordamiento de la capital)
- ★ Infraestructura turística que se destaca
- Cadenas hoteleras y complejos turísticos

Fuente: Mapa modificado por el autor del estudio de caso con base en la información tomada de: Instituto Nacional de Vías. Red vial nacional.