

PROYECTO DE APLICACIÓN PRÁCTICA
CAMINE SUMERCÉ



RUBIELA GÓMEZ GÓMEZ
TUTORA

PRESENTADO POR:
JORGE MARIO CASTRO OCAMPO
LUCY ESTHER LÓPEZ PANZA
DIANA MARCELA MALAGÓN MARTÍNEZ
KATERIN ORTÍZ MORALES

UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE NUESTRA SEÑORA DEL ROSARIO
ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA Y GESTIÓN CULTURAL
DICIEMBRE DE 2019

Contenido

Lista de figuras.....	3
1. Resumen ejecutivo.....	4
2. Introducción.....	6
3. Justificación.....	8
4. Antecedentes.....	10
5. Planteamiento del problema.....	16
6. OBJETIVOS.....	23
7. Marco teórico.....	23
8. Metodología.....	33
9. Modelo de gestión.....	37
9.1 Descripción del modelo: Etapas, fases y actividades.....	42
10. Marco jurídico e institucional.....	54
11. Talento humano del proyecto.....	68
12. Indicadores.....	69
12.Presupuesto.....	70
13.Fuentes de financiación.....	76
14. Cronograma de implementación.....	79
15. Conclusiones.....	79
16. Referencias.....	81
17. Apéndices.....	85
18. Anexos.....	110
19. Ficha técnica de encuestas.....	114

Lista de figuras.

Figura 1. Principios de los lineamientos para el desarrollo del Turismo Comunitario.....	10
Figura 2. Frailejón de problemas.....	21
Figura 3. Enfoque normativo.....	35
Figura 4. Modelo de gestión.....	38
Figura 5. Gráfico de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	56

Tablas.

Tabla 1.....	16
Tabla 2.....	42
Tabla 3.....	43
Tabla 4.....	44
Tabla 5.....	46
Tabla 6.....	47
Tabla 7.....	49
Tabla 8.....	51
Tabla 9.....	53
Tabla 10.....	59
Tabla 11.....	63
Tabla 12.....	67
Tabla 13.....	68
Tabla 14.....	69
Tabla 15.....	70
Tabla 16.....	71
Tabla 17.....	72
Tabla 18.....	72

Resumen Ejecutivo.

Nombre del proyecto	CAMINE SUMERCÉ
Proponentes	Jorge Mario Castro Ocampo Lucy Esther López Panza Diana Marcela Malagón Martínez Katerin Ortiz Morales
Contexto geográfico	Municipio: Monguí, Boyacá.
Planteamiento del problema	<p>Monguí posee un gran potencial turístico en varios factores como el ecológico, patrimonial y cultural; los cuales, si bien se han explotado, evidencian una carencia en el fortalecimiento de emprendimientos asociados al turismo; el municipio sobrelleva poca conexión entre líderes políticos, comunales, religiosos, culturales y turísticos, que ha generado conflicto entre unos y otros impidiendo la planeación y ejecución de proyectos participativos y en la consecución de metas, fines y objetivos comunes para el bienestar del municipio.</p> <p>También los productos actuales no están agregando suficiente valor a la experiencia turística, se requiere control sobre la cantidad de personas que visita el páramo de Ocetá, mejorar y estandarizar el servicio de guianza, la oferta gastronómica nocturna es limitada, los pequeños prestadores de servicios turísticos necesitan conocimiento sobre mercado, finanzas y gestión de empresas, sus procesos son empíricos y poco sistemáticos, de esta manera la calidad de productos y servicios es débil sin contar con dificultades en acceso a mercados.</p>
Descripción del proyecto	<p><i>Camine Sumercé</i> busca fortalecer emprendimientos asociados al turismo a través del patrimonio natural y cultural como herramienta de pertenencia y como alternativa de desarrollo local. De esta manera, se busca generar una alternativa económica a los pobladores de Monguí, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio natural y cultural, garantizando la sostenibilidad e integrando lo ambiental, cultural, social y lo económico.</p> <p>Para este propósito la propuesta está estructurada en tres fases: la primera fase corresponde a la formación y fortalecimiento de capacidades emprendedoras de los actores del territorio; la segunda fase, proponer junto a los emprendedores del municipio la oferta de turismo natural y cultural a través de la cocreación, la cual se convierte en una</p>

	herramienta metodológica de diseño e implementación de modelos de innovación centrada en la comunidad; finalmente la tercera fase que corresponde al encadenamiento productivo en la que se propone un prototipo o pilotaje asociado al turismo, producto del trabajo en equipo, que integra y completa las fases anteriores.
Objetivo general	Diseñar un modelo de gestión para el fortalecimiento del turismo comunitario en el municipio de Monguí Boyacá.
Objetivos específicos	<ul style="list-style-type: none"> ● Fortalecer las capacidades emprendedoras de los actores del territorio a través de laboratorios de cocreación. ● Proponer de forma articulada con los emprendedores la oferta de turismo natural y cultural del municipio. ● Diseñar un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo.
Beneficiarios	Comunidad local municipio de Monguí, Boyacá
Tiempo de ejecución	8 meses
Costo del proyecto	\$ 122.815.000 ciento veintidós millones ochocientos quince mil pesos

2. Introducción

El turismo en Colombia, según el Foro Económico Mundial, se encuentra en el puesto 55 de 140 economías, en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo (World Tourism Organization & World Travel and Tourism Council, 2019). Colombia es uno de los países latinoamericanos con mayor dinamismo en el desarrollo turístico y uno de los más destacados en el mundo por el creciente número de llegadas de viajeros durante los últimos años, de acuerdo con publicaciones de la Organización Mundial del Turismo. Con base en las cifras del DANE-Cuenta Satélite de Turismo y GEIH, Colombia recibe hoy 60% más de turistas que hace cinco años, generando un aporte del turismo al 2% del valor agregado a la economía del país.

De esta manera, el país cuenta con una serie de argumentos que dan espacio a nuevas reflexiones de cómo evolucionar, adaptarse a los cambios y las tendencias que trae consigo el turismo como un fenómeno que abarca diferentes dimensiones. Donde el viajero quiere generar el menor impacto negativo en una comunidad, maximizando las ventajas que puede desarrollar, enfocándose en el “vivir experiencias con la comunidad”.

Dentro del turismo, una de las formas como este puede desarrollarse es, a través de viajes vivenciales que promuevan el respeto y las buenas prácticas de los viajeros, tanto nacionales como internacionales, hacia la comunidad receptora, de destinos con identidad.

Encontrando de esta forma una oportunidad para la diversificación y el desarrollo sostenible de los municipios, mediante el turismo comunitario, el cual se define como la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

El turismo comunitario se vislumbra como una estrategia local de producción desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno generando aportes al desarrollo local. También se constituye en una opción innovadora de utilización de los recursos locales de manera sostenible, que permiten generar empleo y nuevas formas de generación de ingresos económicos a las comunidades donde se desarrolla.

En este sentido, el objetivo central de este proyecto de aplicación práctica es proponer un modelo de gestión para aportar al fortalecimiento del turismo comunitario en el municipio de Monguí Boyacá. Para tal fin, la propuesta contiene elementos teóricos y prácticos de gestión cultural, estructurada en tres fases: la primera fase corresponde a la formación y fortalecimiento de capacidades emprendedoras de los actores del territorio; la segunda fase es proponer junto a los emprendedores del municipio la oferta de turismo natural y cultural a través de la cocreación la cual se convierte en una herramienta metodológica de diseño e implementación de modelos de innovación centrada en la comunidad; finalmente la tercera fase que corresponde al encadenamiento productivo en la que se propone un prototipo o pilotaje asociado al turismo, producto del trabajo en equipo, que integra y completa las fases anteriores.

Para este propósito, la función de planificación turística es imprescindible porque enfrenta el reto de generar bienes y servicios diferenciados e innovadores, donde la apuesta por el turismo conduzca a mayores beneficios económicos para la comunidad monguiseña permitiéndoles conservar, transmitir y compartir su cultura, riquezas, costumbres y tradiciones. Cabe resaltar que el municipio de Monguí posee un gran potencial turístico soportado en sus atractivos y recursos naturales y culturales; los cuales, si bien se han explotado, enfrentan problemáticas de orden administrativo, logístico y presupuestal. El reto es potenciar estos factores para que el municipio sea líder en el sector turístico en Colombia y así se genere un desarrollo sostenible en la región y se mejore la calidad de vida de sus habitantes.

3. Justificación

En las últimas décadas, el mundo ha venido experimentando por un lado un incremento considerable de la demanda por servicios turísticos, así como la búsqueda de lugares excepcionales que brinden al turista una experiencia única. Tal es así, que temáticas como la salvaguarda y conservación de los valores y manifestaciones que componen el patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades, hoy son consideradas importantes y además, elementos para el desarrollo económico local.

Hoy se habla de la utilidad social de la cultura para promover nuevos emprendimientos y consolidar una cadena de valor, en torno a las industrias culturales, que contribuya con la disminución de la pobreza; de esta forma se evidencia la oportunidad de entender el turismo como un proceso social, generador de espacios de interacción entre las comunidades locales y los visitantes. Reconociendo que para que se desarrolle turismo en un destino, debe tener aceptación por parte de la comunidad residente.

Según los datos del último reporte del GEM - Global Entrepreneurship Monitor en 2019, principal estudio internacional de emprendimiento, en su capítulo de Colombia, establece que hay un impacto positivo en el país entorno al emprendimiento, siendo uno de los pilares de crecimiento del actual gobierno, en el que la sociedad civil debe apoyar las iniciativas de igualdad de género, para que se recupere a los más equilibrados niveles de emprendimiento. (Global Entrepreneurship Monitor 2018/2019 Global Report)

En el mundo, el turismo ha demostrado ser un importante factor de desarrollo, que genera territorios de paz y equidad cuando se lleva de manera acertada, ya que este es uno de los sectores que genera mayor redistribución de los ingresos, mayor cantidad de empleos con menor capital invertido; educa, en tanto difunde, promueve y comunica historia, valores paisajísticos, estéticos, y propicia el intercambio cultural, a la vez que afianza los valores propios. En ese orden de ideas, el turismo comunitario está llamado a jugar un papel importante en el futuro del municipio de Monguí tanto para su desarrollo económico y social como para la conservación de los valores excepcionales tanto naturales como culturales. Esta forma de realizar turismo con la comunidad, según la OMT (2016), es una industria de unos 16 mil millones de dólares; The World Travel & Tourism Council (WTTC) prevé un crecimiento de un 35% en 2020.

Para esto, la función de planificación turística es imprescindible porque enfrenta el reto de generar bienes y servicios diferenciados e innovadores, en el que la apuesta por el turismo, conduzca a mayores beneficios económicos para la comunidad monguiseña permitiéndole a ellos, al mismo tiempo, conservar, transmitir y compartir su cultura, riquezas, costumbres y tradiciones.

Existe la necesidad de fortalecer el componente social del turismo comprendiéndolo como un pilar de desarrollo de la comunidad, conservación y apropiación del patrimonio quienes como gestores de su propio desarrollo, necesitan adquirir las herramientas necesarias para la prestación de servicios y productos turísticos:

La descentralización del turismo toma en consideración la diversidad de las partes interesadas y de los contextos geográficos. Tiene como objetivo fomentar un uso más eficiente y justo de los recursos y las oportunidades y acerca la gestión del turismo a las autoridades y los residentes locales con el fin de potenciar el turismo local (Vázquez, 2002).

Monguí cuenta con atractivos del patrimonio cultural material e inmaterial, así como el atractivo natural que más sobresale en este destino, el Páramo de Ocetá, si bien se han explotado, enfrentan problemáticas de orden administrativo, logístico y presupuestal. Para este fin, *Camine Sumercé* busca convertirse en un modelo de gestión que fortalezca emprendimientos asociados al turismo comunitario. Se debe tomar conciencia desde la misma comunidad de diversificar la oferta de actividades turísticas, fortalecer la cadena de valor y aprovechar otros atractivos para disminuir la presión sobre el páramo de Ocetá. De esta manera, se busca generar una alternativa económica a la comunidad monguiseña, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio natural y cultural, garantizando la sostenibilidad y armonía de lo cultural y de lo socioeconómico.

De acuerdo con el *Seminario On Harnessing Cultural Tourism Through Innovation and Technology*, relaciona la participación y colaboración de la comunidad local en turismo como el motor esencial de desarrollo, estableciendo un turismo por invitación y no por invasión, encontrando que el turismo es positivo cuando empodera a los locales. Por lo tanto un sector turístico fortalecido donde resalta la importancia económica, social y cultural necesita superar diferentes retos para mejorar la competitividad.

La sostenibilidad en el turismo comunitario, mejora y expande las opciones de interpretación y preservación disponibles para los locales quienes construyen y viven el patrimonio. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) *“ las comunidades locales también resultan cruciales a la hora de garantizar la sostenibilidad del turismo a través de actividades de arraigo local mientras que el turismo sustenta económicamente a la comunidad local”*.

Finalmente el desarrollo del modelo de gestión creado por Camine Sumercé, pretende generar un mayor conciencia de los stakeholders del municipio, llevándolos a comprometerse a proteger y salvaguardar los recursos naturales, culturales y geográficos del destino, generando nuevas alternativas de desarrollo de su economía, creando y fortaleciendo actividades que permitan contribuir al beneficio en general de su comunidad.

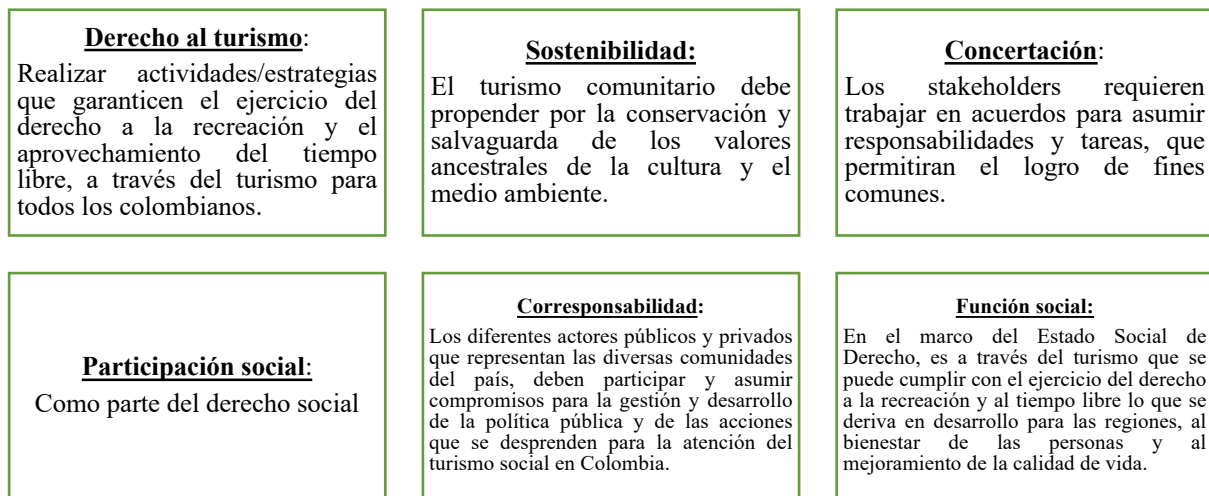
4. Antecedentes.

A continuación, se relaciona y describe la gestión de turismo comunitario en Colombia, así como proyectos, iniciativas o investigaciones que tienen como objetivo narrar y evidenciar las formas en que se han generado procesos de desarrollo local a través del turismo comunitario.

Colombia viene ejecutando políticas de fomento del turismo comunitario desde el año 2012, cuando se desarrollaron los *“Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario”* con pertinencia del *“Plan nacional de desarrollo 2014-2018”* Según estos lineamientos, se entiende como turismo comunitario *la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad.*

Los lineamientos para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia están enfocados en generar procesos de emprendimiento participativos, que contribuyan a la generación de empleo e ingresos, valorando las características ambientales, culturales y sociales, para así consolidar los destinos a través de productos turísticos diferenciados, competitivos y sostenibles. Además, cuenta con un potenciador turismo comunitario, como estrategia de marca para dar a conocer los procesos que se desarrollan en el país en turismo comunitario. En el gráfico a continuación se resume los componentes de los lineamientos:

Figura 1. Lineamientos de la política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia



Fuente: Elaboración propia.

El fortalecimiento de las ventajas competitivas del país se hacen cada vez más necesarias dado el crecimiento del sector turismo en el país, según cifras del MinCIT, el año 2018 fue el mejor de la industria turística colombiana, con un total 4.276.146 de visitantes no residentes que llegaron a Colombia y un 55,46% promedio de ocupación hotelera. Lo que exige una creación de valor agregado en los productos, servicios y estructuras de los destinos turísticos que contribuyan al desarrollo de ventajas competitivas para el sector turístico en general.

El Foro Económico Mundial, detalla una serie de indicadores relevantes para la medición de la competitividad turística de los países, los cuales se resumen en cuatro subíndices: ambiente habilitante; políticas de viajes y turismo y condiciones; infraestructura; Recursos Culturales y Naturales. Colombia subió siete puestos en el Índice de Competitividad en Viajes y Turismo (Travel & Tourism Competitiveness Index – TTCI) del Foro Económico Mundial, en relación con la calificación de 2017, actualmente ocupa la posición 55 entre 140 economías. Está en la posición 19 en el pilar de recursos naturales y en la 25 en recursos culturales, a nivel mundial. Lo que se constituye como una alternativa para la dinamización de la economía, generación de empleo y la herramienta para mejorar las condiciones de vida de la población.

La Red de Turismo Comunitario del MINCIT actualmente cuenta con cincuenta y dos iniciativas¹, las cuales contemplan diferentes colectivos, comunidades y actores, quienes

¹ *Apéndice A.* Listado completo de las iniciativas que conforman la Red de Turismo Comunitario del MINCIT.

consideran al turismo como una de las principales actividades económicas y que también contribuirán al desarrollo social y cultural del destino.

A nivel regional, diferentes han sido las estrategias que realizadas para el fortalecimiento del turismo comunitario en Colombia, tanto la Gobernación de Boyacá como la Alcaldía de Monguí a lo largo de diferentes años, vienen adelantando un trabajo importante de manera articulada con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Otros proyectos/estrategias/eventos realizados con base en Turismo Comunitario se encuentran:

Becas a proyectos comunitarios en turismo cultural- como parte de las 16 becas que se brindaron en el portafolio del Programa Nacional de Estímulos del Ministerio de Cultura en el año 2019, donde 4 iniciativas de turismo comunitario ganaron una beca de \$50.000.000, entre los que se encuentran: Fundación Cultural La Jagua (Proyecto de Turismo musical: viaje por la diversidad musical del Cauca), Asociación Intercomunitaria PAINU (Turismo cultural Tikuna, kokama y yagua. Nuestro espíritu y conocimiento de la naturaleza de la selva inundable. Leticia, Amazonas), Territorios Creativos (cocinas divinas, comidas profanas), Casa de la Memoria (museo abierto a cielo minca), Corporación regional para el fomento del desarrollo económico y social, la cultura y los entornos comunitarios sostenibles (Fortalecimiento y promoción ruta turística “San Jacinto cultura & tradición de los Montes de María)

Agroturismo y ecoturismo en reservas naturales y fincas agroecológicas localizada en el municipio de Sibundoy en el Putumayo que opera desde 2012, hace parte del Movimiento OVOP en Colombia (movimiento OVOP:”One Village, One Product”) con el apoyo de diferentes entidades del Estado. Es un encadenamiento productivo en el que se mezclan la conservación y la producción sostenible en Reservas Naturales de la Sociedad Civil presentes en el Valle del Sibundoy. También vincula la cultura, al campesinado y convoca a los jóvenes a involucrarse con su tierra; al tiempo, se plantea como una oportunidad para mejorar los ingresos.

Esta iniciativa fomenta el agroturismo y el ecoturismo como una fuente alternativa de ingresos económicos, teniendo en cuenta la belleza paisajística que hay en cada predio dedicado al

proceso comunitario de conservación y producción sostenible, en donde se pueden apreciar senderos, huertos ecológicos, paisajes, bosques, observación de aves, entre otros atractivos.

Turismo cultural en Villavicencio, lo sustenta Giraldo & Otero (2015) en, quien toma el joropo y la gastronomía de Villavicencio y los estructura como productos turísticos. Allí, los relaciona con el desarrollo humano sostenible y la preservación y fomento del patrimonio cultural del municipio. También resalta la importancia de caracterización del destino desde la oferta y la demanda porque mostraría una ruta sobre el diseño de productos segmentados que cumplan las expectativas de los turistas y a la vez contribuyan en la generación de empleo y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad receptora.

Además, esto le permitirá claridad sobre las expectativas y necesidades reales de los turistas; podrían adaptar su oferta para satisfacerlas, fortaleciendo los hábitos de consumo y de esta forma incrementar los hábitos de compra del segmento poblacional al que se quiere llegar.

La Ruta Turística del Sombrero Vueltiao impulsada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, incluye e integra los municipios de Montería, San Pelayo, Loricá, San Andrés de Sotavento, Sampués, Sincelejo y Coveñas. Esta iniciativa articula turismo de playa con experiencias turísticas que permiten recorrer ríos y ciénagas, vivir de cerca el legado de la comunidad Zenú y su inmenso conocimiento en materia artesanal en la elaboración del emblemático Sombrero Vueltiao. La propuesta es gestionada por las comunidades que hacen parte del proyecto y esta estructura en unidades productivas y en la capacidad instalada desde su saber hacer tradicional y las formaciones e intercambio de experiencias.

Primer Encuentro Latinoamericano de Turismo Comunitario (Gachantivá, Boyacá 2017), cuyo objetivo fue avivar el intercambio de experiencias y construcción colectiva sobre turismo comunitario, involucrando temas como desarrollo local, innovación social, emprendimiento y productividad. En este evento según los organizadores (Travolution, Red de Turismo Comunitario) se reunieron cerca de 400 personas de países como: Ecuador, Brasil, Perú, Argentina, Estados Unidos, Alemania y varias regiones de Colombia. Evidenciando las experiencias y actividades asociadas a turismo comunitario. Dentro de estas se encuentran: Rutas turísticas comunitarias en Boyacá, 45 organizaciones vinculadas, 8 rutas turísticas comunitarias, 13 senderos interpretativos, una promotora de turismo rural comunitario, 120 actores acompañados formados en turismo comunitario.

Internacionalmente existen diferentes organizaciones, corporaciones, empresarios enfocados en fortalecer las comunidades a partir del desarrollo del turismo:

Redes de turismo:

- RATURC, Red Argentina de Turismo Rural Comunitario
- TUSOCO, Red Boliviana de Turismo Solidario y Comunitario
- La RedTur Comunitario del Perú.
- FEPTCE, La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador

Plataformas de conexión:

- Adventure Travel and Trade Association (ATTA) Salta, Argentina
- Educational Travel Consortium (ETC) Bermuda
- The International Ecotourism Society (TIES) Corea del Sur
- Tourism Cares (Organizando una red de agencias de turismo comunitario)
- Sustainable Travel International (Programa 'TravelBetter')

Canales de comunicación para la oferta de productos y servicios de turismo comunitario como:

- Lokal travel: www.lokaltravel.com (eytan@lokaltravel.com): Fundado en 2016, con sede principal en Los Ángeles, EEUU, se encuentra presente en 15 países en América Latina y Asia, trabaja con cooperativas, asociaciones y agencias de viajes que requieren apoyo con el mercadeo y venta de turismo comunitario, a su vez está creando una audiencia global interesada en turismo comunitario. Los productos turísticos que involucran en su portafolio deben contar con componentes de cultura, aventura e impacto.

- Visit.org: www.visit.org Es una empresa de profesionales internacionales que ayudan a las empresas a descubrir y reservar cientos de experiencias de equipo de impacto social, beneficiando a organizaciones locales sin fines de lucro y empresas sociales

- Keteka: www.keteka.com "Es una plataforma digital enfocada en construir conexiones y fomentar el empoderamiento a través de experiencias de viaje impactantes. Keteka es un

mercado donde los viajeros pueden encontrar, planificar y reservar experiencias de viaje genuinas con guías locales validados, fue fundada por dos voluntarios del Cuerpo de Paz centrados en ayudar a las comunidades rurales e indígenas en Panamá a beneficiarse realmente del turismo, reconocieron que había miles de guías locales y comunidades que necesitaban, pero carecían, de acceso directo a los viajeros”

Agencias tradicionales que representan turismo comunitario:

- Sumak Travel
- Ventura Travel
- Puraventura

Los anteriores trabajos tienen como propósito contribuir a este proyecto porque se percibe el turismo comunitario como un turismo diferenciado y como una actividad que va más allá del factor económico; contribuye al fortalecimiento de desarrollo local, comprende lo ambiental, las comunidades, la cultura, la innovación y empodera a las personas con su territorio y su identidad, además de visibilizar el turismo como un sistema de integración social, como mecanismo de fortalecimiento de valores comunitarios, solidarios, participativos y ambientalmente sostenibles.

Finalmente concluimos a partir de los trabajos revisados que para que el turismo comunitario se constituya una modalidad exitosa de desarrollo social, se debe partir de la base del respeto de la comunidad receptora, de la valoración de sus estructuras comunales y de la visión de mundo de sus habitantes. También se requieren entre otros aspectos la participación de entidades gubernamentales y las prestadoras de servicios, que por un lado, logren afianzar un sentido de pertenencia y motivación y por otro lado una participación colectiva del gobierno para hacer sinergia, donde al final son estos actores los que estarán interactuando para llevar a cabo el proyecto.

5. Planteamiento del problema

En 1980 Monguí fue calificado como el pueblo más lindo de Boyacá por la Gobernación del departamento; en el año 2005 obtuvo la declaratoria de Bien de Interés Cultural por parte del Ministerio de Cultura; en 2010 fue incluido en la Red de Pueblos Patrimonio de Colombia programa del Gobierno Nacional que lidera el Ministerio Comercio, Industria y Turismo.

A partir de la vinculación de Monguí a la Red de Pueblos patrimonios se empieza a visibilizar como destino turístico a nivel nacional e internacional, esta iniciativa que busca potenciar el patrimonio cultural colombiano, material e inmaterial (usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas transmitidas de generación en generación), para su valoración y proyección mediante el turismo y generar más oportunidades de desarrollo y sostenibilidad en sus comunidades. Por último, Monguí hace parte del Corredor Central, uno de los doce corredores turísticos con los que se busca llevar a millones de turistas nacionales y extranjeros a sitios que nunca antes habían recorrido, integrando de esta manera 311 municipios de los 32 departamentos del país.

Monguí posee un gran potencial turístico en varios factores como el ecológico, patrimonial y cultural; los cuales, si bien se han explotado, se evidencia una carencia en el fortalecimiento de emprendimientos asociados al turismo; el municipio sobrelleva poca conexión entre líderes políticos, comunales, religiosos, culturales y turísticos, que ha generado conflicto entre unos y otros impidiendo la planeación y ejecución de proyectos participativos y en la consecución de metas, fines y objetivos comunes para el bienestar del municipio.

También los productos actuales no están agregando suficiente valor a la experiencia turística, se requiere control sobre la cantidad de personas que visita el páramo de Ocetá, mejorar y estandarizar el servicio de guianza, la oferta gastronómica nocturna es limitada, los pequeños prestadores de servicios turísticos necesitan conocimiento sobre mercado, finanzas y gestión de empresas, sus procesos son empíricos y poco sistemáticos, de esta manera la calidad de productos y servicios es débil sin contar con dificultades en acceso a mercados.

5.1 Diagnóstico

Monguí tiene una extensión territorial de 81 km² distribuidos en 40 km² del área urbana y 41.63 km² del área rural, se localiza a 93 km de Tunja, capital del departamento de Boyacá y a 23 km de Sogamoso. Está ubicado al Oriente del departamento de Boyacá, en la Provincia de Sugamuxi.² Este municipio limita por el norte con el municipio de Tópaga, por el este con el municipio de Mongua y por el sur y por el oriente con la ciudad de Sogamoso.

Fue habitado por la tribu de los Sanohas; conserva el encanto de la vida buena y tranquila, donde el tiempo pasa en calma. El municipio está organizado político y administrativamente en seis barrios en el área urbana (Monserrate, San Antonio, Divina Misericordia, El Prado, Los Cedros, Sanoha) y diez Veredas (Docuazua, Duzgua, Pericos, Hato viejo, Vallado, Santa Ana, Tebgua, San Antonio, San Isidro, Reginaldo y Centro).

Según el Plan de Desarrollo Territorial de Monguí (2016-2019), el 48.3 % de la población está conformada por hombres y el 51,7 % por mujeres. Dentro del total de su población, no cuenta con representación de población indígena, ROM o Raizal. El Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas Municipal (que identifica carencias críticas en una población y, de esta forma, caracterizar la pobreza, DANE) está por debajo del promedio departamental.

Tabla 1. Necesidades básicas insatisfechas

Nombre Municipio	Necesidades Basicas Insatisfechas por Categorías %						
	Prop de Personas en NBI (%)	Prop de Personas en miseria	Componente vivienda	Componente Servicios	Componente Hac inamiento	Componente Inasistencia	Componente dependencia económica
MONGUÍ	11,66	1,18	1,72	0,41	4,83	2,18	3,70

Fuente: DANE, 2018.

El Plan Especial de Manejo y Protección Para el Centro Histórico de Monguí, Boyacá y su zona de influencia del Ministerio de Cultura afirma:

Actualmente Monguí se proyecta como un municipio con un área urbana relativamente pequeña en comparación con los municipios vecinos, influenciado directamente por la presión económica que ejerce la cercanía con Sogamoso, el cambio de paradigma en las actividades productivas y devocionales tradicionales originado a partir de la construcción de Acerías Paz de Río y la conformación del Corredor Industrial en los

² La provincia de Sugamuxi es una de las 15 provincias del departamento de Boyacá. Es una de las de mayor tamaño, tiene 6 provincias limítrofes y en su jurisdicción se encuentra la Laguna de Tota; la provincia está dividida en 13 municipios, del cual Monguí hace parte, en las estribaciones de la Cordillera Oriental.

años 50's y la llegada de un turismo no planificado producto del proceso de declaratorias de los años 70's, donde se empezó a ver el patrimonio cultural y natural como un activo económico apalancado a través del turismo. La producción agrícola de alverja y papa y en menor medida la industria balonera, junto con las dinámicas de ecoturismo y turismo religioso, las dinámicas que giran en torno a la devoción a la figura de Nuestra Señora de Monguí y el Festival Nacional del Balón, son la base de la economía municipal.

Por otra parte, este municipio cuenta con destacados escenarios histórico-culturales, religiosos y naturales. El centro urbano fue declarado Bien de Interés Cultural por su arquitectura colonial en el año 2005. Es el pueblo de los balones hechos a mano con cuero, tradición boyacense que tiene su origen en la guerra con Perú, en los años treinta, cuando uno de los soldados del ejército colombiano, Florián Ladino, oriundo de Monguí, encuentra en la frontera con Brasil un balón que trae a Colombia. Así se dio inicio a la primera empresa de balones de fútbol, convirtiéndose hoy en día en una de las principales actividades económicas de los habitantes de este lugar.

La arquitectura de este destino se caracteriza por sus edificaciones de carácter colonial, el calicanto y el blanco de sus fachadas, sin embargo una sobresale de las demás, la Basílica de Nuestra Señora de Monguí, una edificación de diversos estilos, que son los que le dan esa majestuosidad y particularidad arquitectónica. Se nota la influencia barroca en la fachada y mudéjar en las cúpulas. Fue hecha en su mayoría en sillares de piedra (Bloques), es decir que ha sido labrada y moldeada.

Así mismo, cuenta con un entorno natural con atractivos turísticos como: el Páramo de Ocetá, que se encuentra a 20 kilómetros de Monguí, donde se divisan frailejones de diversas especies: blancos, plateados, dorados y amarillos, así como venados de cola blanca, que lo convierten como dicen sus pobladores, en el páramo más lindo del planeta. Como este lugar en Monguí se puede disfrutar de otros parajes como la Peña de Oti, la Laguna Negra, la Caja del Rey (una roca monolítica con dicha forma, en la que, según dice la leyenda, se guardan tesoros de un rey que gobernaba la ciudad perdida), entre otros.

Pese a lo anterior, Monguí se enfrenta a diversos retos para fortalecer su crecimiento socio-económico, dentro de estos, los vinculados al turismo, que son el centro de esta propuesta. Desde las entidades gubernamentales del territorio, se evidencia la fuerte falencia de procesos

de promoción y publicidad de los atractivos turísticos del municipio, a esto sumamos que su plan de desarrollo 2016 a 2019, afirma que:

“(…) No tenemos la capacidad de atender al turista y permitir que se quede, para hacer de Monguí un gran proyecto productivo, que brinde mayores ingresos desde el desarrollo del turismo para cada uno de los sectores que comprenden el aspecto cultural autóctono, cultural religioso. Y turístico en sí mismo”. (Alcaldía de Monguí, 2016).

Los pobladores del municipio³ también tienen una concepción similar sobre el tema, no obstante ellos perciben al turismo como una oportunidad generadora de empleo, fortaleciendo así el crecimiento socio económico. En una encuesta realizada a habitantes de Monguí, un 41% de los participantes afirmó que la industria turística podría aportar al desarrollo del municipio; no obstante al contrastar esta información con testimonios de emprendedores turísticos el panorama muestra una serie de falencias en el desarrollo de la actividad, dentro de estas se destaca la falta de asociación entre los dueños de negocios de la región; en charla con una de las emprendedoras gastronómicas de la región, ella cuenta que:

“(…) la gente aquí cree que tu vienes aquí a quitarles, al contrario vengo a darle a Monguí. Yo recorro para ver que hay, aquí encuentras: helados artesanales, pan de habas, almidón de yuca, que si yo no lo sé, como lo dijo el profesor de turismo que vino la vez pasada “Si tú no te apropias es porque no te importa”, yo me doy la vuelta a ver qué hay, voy al restaurante de allí no por copiarlo porque yo no vendo lo mismo, sino por el tema colaborativo, porque aquí la gente viene y pregunta. Por ejemplo: quieren un desayuno, yo ofrezco huevos, con mogolla artesanal y bebida, pero el cliente quiere caldo, a bueno caldo al frente” (Moreno, 2019).

Estas observaciones expuestas por Eliana Moreno una bogotana, propietaria de uno de los restaurantes ubicados en la plaza central del municipio, y que atiende una gran afluencia de turistas, están soportadas además en el deseo de los habitantes, especialmente de los emprendedores por encontrar herramientas que permitan romper las barreras que les impiden asociarse de mejor manera y encontrar puntos de cohesión que aporten a su generación de ingresos. Dentro de las actividades que pueden mejorar las oportunidades económicas de los habitantes del municipio, la comunidad encuestada manifestó su deseo de mejorar la asociatividad de los sectores turísticos con el resto de los pobladores; por ejemplo, la encuesta #22 del estudio de percepción hecho para este primer diagnóstico, la persona encuestada contempla el deseo de ver a Monguí como: *“Un destino turístico comunitario, donde incluyan*

³ Para efectos de este trabajo se realizaron encuestas semiestructuradas y entrevistas que se incluyen como anexos en este documento.

todos los sectores y el desarrollo lo haga la misma población. Además, se sigan haciendo las demás actividades como el balón y el agro” (Camine Sumercé, 2019).

Los pobladores no desconocen que sus sectores económicos más fuertes han sido la industria balonera y la actividades agropecuarias, pese a los cambios políticos en lo que se han visto afectadas algunas de estas labores, la población entiende y valora la importancia de estas dos vertientes económicas, sin embargo ve al turismo con una tercera puerta de ingreso con un alto poder de asociación con las anteriores. *“La promoción de Monguí en ferias y escenarios nacionales e internacionales ha permitido que el turismo internacional que llega al municipio crezca exponencialmente”* (Salamanca, 2018), como lo afirma el diario económico Portafolio en su artículo: Monguí, el destino turístico que nació cosiendo balones.

El turismo puede ofrecer una alternativa económica a la comunidad de Monguí, no obstante los desafíos que debe afrontar, para obtener un aprovechamiento responsable y sostenible, inician con el conocimiento de su potencial patrimonial, la asociación de sus actores y una formación integral en el sector turístico. Es su historia, su tradición y su capacidad innovadora la que puede atrapar a los turistas y ofrecerles experiencias inigualables. Si bien este territorio ha sido punto de peregrinaje religioso, estas tradiciones como la industria balonera se ha venido reformando y los nuevos turistas llegan a Monguí con sed de aventura y conocimiento por las tradiciones que encierran sus calles en piedra, sus sabores inigualables y su paz.

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo y la Asociación de Viajes de Aventura y Comercio, se espera que el turismo comunitario crezca 35% en América Latina, el 70% de viajeros globales están buscando turismo cultural e inmersivo según Evenbrite y PGAV Destinations (plataformas de turismo). Siendo el turismo comunitario una industria global de aproximadamente USD 16 mil millones de dólares.

En el análisis que se realiza a través de Procolombia, los turistas que buscan más el turismo comunitario a nivel internacional son provenientes de Alemania, Holanda y Francia (que coincide con la información suministrada por la Alcaldía de Monguí son junto con los Estadounidenses los que más visitan el municipio). Existiendo una segmentación entre estos turistas entre: cultural, aventurero y consumidor consciente, y una demanda de mochileros y de parejas de 50 a 60 años.

De acuerdo con la Secretaría de Turismo, mediante una entrevista realizada como ejercicio del proyecto, manifiestan que, dentro de su programa de Plan de Desarrollo “Boyacá un Destino Diverso”, y Subprograma “Turismo Comunitario para la Paz” el departamento de Boyacá, ha

venido, a lo largo de estos 4 años fortaleciendo y consolidando la Red de Turismo Comunitario del Departamento, estrategia que tomó relevancia después de realizar el Encuentro Latinoamericano de Turismo Comunitario, en Gachantivá, Boyacá.

En el año 2018 se realizó en el Municipio de Monguí, durante los días 21, 22 y 23 de noviembre el Primer Encuentro Departamental de Turismo Comunitario, evento que tuvo como objetivo propiciar un espacio que permitiera articular las iniciativas de negocios o emprendimientos existentes en los territorios para mejorar la actividad turística en pro del desarrollo socio-económico y ambiental, tanto a nivel local como regional. Se cumplió en articulación con Sena, Corporaciones Autónomas Regionales, Cámara de Comercio, Dirección de Medio Ambiente, Agencias de Desarrollo Local y la participación del Viceministerio de turismo.

En la actualidad desde la Gobernación se continúa con el proceso de construcción de la Red Departamental de Turismo Comunitario, con el fin de agremiar y organizar a todos los integrantes del sector turismo como: asociaciones comunitarias e iniciativas de turismo social o interesados en hacer parte de este nodo Boyacá y de esta forma crear nuevos canales y dinámicas económicas a partir del Turismo comunitario. Adicionalmente desde esta cartera, se está avanzando en el desarrollo de las mesas técnicas que buscan la consolidación de los nodos provinciales, el diseño de los estatutos y demás documentos que guíen el funcionamiento de la misma.

Desde el municipio, El Plan de Desarrollo Municipal 2016-2019 “Construyendo Una Nueva Historia” de Monguí, enfoca uno de sus programas como “Turismo competitivo y sostenible para la nueva historia de Monguí”, lo que significa que para la administración el turismo ha tenido una relevancia para la generación del desarrollo económico y social de la comunidad, incorporando la implementación de servicios, productos y actividades turísticas, donde buscan trabajar por la calidad en los servicios. Exaltando además la importancia de la participación de las comunidades urbanas y rurales como conocedores de los saberes, costumbres y tradiciones ancestrales de cada sitio de gran interés cultural y turístico.

Durante el periodo de administración actual, reportan haber llevado a cabo una serie de proyectos y programas turísticos orientados a las necesidades de la población, donde a partir de recursos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, la Cámara de Comercio de Sogamoso, entre otros han apostado por la promoción de los atractivos turísticos. Desde la Alcaldía refieren que los proyectos y programas enfocados para el posicionamiento del municipio como un destino de calidad, permite la vinculación de las comunidades rurales, no

solo en la incorporación de ellos en la cadena de valor de turismo, sino como aportantes a la creación de negocios agro turísticos en el área rural donde busquen la creación de nuevas experiencias para el visitante, que contribuyan a una mayor pernoctación de turistas y a su vez un mayor gasto turístico que se traduce en mejores ingresos para la comunidad.

Finalmente, se elaboró una base de datos de emprendimientos turísticos asociados a sectores como: gastronomía, mercado campesino, sabedores artesanos, escultores, poetas, danza, música, establecimientos de alojamiento, restaurantes, cafeterías, agencias de viajes y turismo. Consultar *apéndice B*. También se elaboró una tabla de los prestadores de servicios turísticos de Monguí *Apéndice C* y otra con los atractivos culturales/naturales del municipio y puede consultarse como *Apéndice D*.

Figura 2. Frailejón de problemas



Fuente: Elaboración propia.

6. OBJETIVOS

6.1 *Objetivo general*

Diseñar un modelo de gestión para el fortalecimiento del turismo comunitario en el municipio de Monguí - Boyacá.

6.2 *Objetivos específicos*

- Fortalecer las capacidades emprendedoras de los actores del territorio a través de laboratorios de cocreación.
- Proponer junto a los emprendedores la oferta de turismo natural y cultural del municipio.
- Diseñar un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo.

7. Marco teórico

7.1 *Una aproximación a la cocreación*

La reflexión sobre los procesos de cocreación se evidencian como relativamente nueva, aparece por primera vez en el área del mercadeo por Prahalad y Ramaswamy (2004) quienes la definen como una estrategia para crear valor o añadir valor a un producto o servicio de manera conjunta, a través de un equipo inter o transdisciplinario, según estos autores la cocreación es el proceso mediante el cual, el consumidor y la empresa están íntimamente involucrados en la creación conjunta de valor que es única para el consumidor final y sostenible para la empresa (Margalina, 2015, p. 42). En este sentido la cocreación dependerá de cada individuo, esto implica que las empresas deben crear experiencias significativas para cada consumidor específico (Prahalad & Ramaswamy, 2004).

El analista y director de *Spigit: Idea & Innovation Management Software* Doug Williams la define como:

Es el acto de involucrar directamente los consumidores (en algunos casos durante varias veces), en una producción creativa o en un proceso de innovación. Las empresas se comprometen con los consumidores en producir unos conceptos o unas ideas iniciales y utilizan los consumidores como recursos durante todo el proceso de desarrollo del ciclo de vida de un producto. Williams (2019) [Consulta: 2019-11-24]. Disponible en: <https://bit.ly/2DNxXy8>

Para el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones cocreación es una “metodología que utiliza el método Design Thinking para abordar problemas específicos centrándose en el usuario, de manera que se generen soluciones innovadoras con alto valor agregado que puedan ser probadas en un contexto real llegando incluso a su implementación”(MINTIC, 2016.Pág. 4). Esta metodología comprende tres fases:

1º fase comprender: En esta fase se busca empatizar o comprender tanto el sujeto, personas o grupos objetivos, como su contexto. Se deben comprender las necesidades, las preferencias e ir más allá de lo evidente para descubrir aquella información que no es obvia y que puede convertirse en un insumo fundamental para las siguientes fases.

2º fase crear: Esta fase permite explorar diferentes soluciones desde puntos de vista alternativos, apelando a la creatividad y la imaginación individual y colectiva hasta llegar a las ideas que entregan mayor valor con simplicidad.

3º fase armar: Aquí se completa la solución y se entrega el diseño de los prototipos junto a sus pruebas de usabilidad, planos, diseño del servicio o plan de acción, etc. En esta fase se busca que la solución propuesta pueda ser implementada para que la innovación efectivamente se presente. Además permite concretar en los detalles de diseño de la solución y el plan de trabajo, ayuda a estimar el esfuerzo requerido y prever los apoyos necesarios.

Diferentes aspectos y conceptos de la cocreación han sido tratados en diferente estudios y todos ellos convergen en que la se convierte en una herramienta metodológica de diseño e implementación de modelos de innovación de sus propios productos o servicios, es decir, permite fomentar la innovación identificando barreras y aprovechando los factores que facilitan la instalación del nuevo producto o servicio. Lo anterior implica que la cocreación articula saber, hacer y obtener, es decir genera articulación de problemas prioritarios de un entorno (traumatismo, convivencia, fractura social, económica, cultural, etc.) con activos principales de ese entorno (organizaciones, bienes o servicios, iniciativas, etc.) y esta interconexión culmina en la capacidad de solución de la problemática.

Por otra parte, la *inteligencia colectiva* a traviesa y se configura como decisiva en los procesos de cocreación porque enlaza el apoyo mutuo y la colaboración para la resolución de problemas por parte de una comunidad o colectivo. La inteligencia colectiva es una forma de inteligencia que surge de la colaboración de muchos individuos o seres vivos de una especie. Hoy es un término de usado para referirse a cibercultura o a la sociedad del conocimiento debido al autor francés Pierre Lévy. Sin embargo Piotr Kropotkin es un referente anticipado al referirse a la

inteligencia colectiva de pequeños animales e insectos como abejas u hormigas en su obra *El apoyo mutuo: Un factor en la evolución* que aparece publicado en 1902.

Kropotkin afirma que las especies con más posibilidades de sobrevivir son aquellas que descubren la solidaridad como el mejor escudo para asegurar su subsistencia. Así surgen las nociones de *apoyo mutuo* y de *ayuda mutua* en abejas y hormigas y lo ensancha al razonamiento de las sociedades humanas. Y es a través de la solidaridad cómo las sociedades humanas han podido extenderse y afianzarse, identificando los periodos de mayor expansión de esta idea con aquellos en los que el ser humano ha logrado dar lo mejor de sí mismo como especie y como conjunto de individuos.

Pierre Lévy define la inteligencia colectiva como:

Es una inteligencia repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en tiempo real, que conduce a una movilización efectiva de las competencias. Agregamos a nuestra definición esta idea indispensable: el fundamento y el objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas, y no el culto de comunidades fetichizadas o hipostasiadas. (Lévy 2004, pág.19)

Lo expuesto por el autor francés evidencia el valor que tienen las comunidades que se basan en el aprendizaje y el intercambio de conocimiento por sí mismas, sobre todo la idea de la inteligencia colectiva como fruto de un proceso de construcción social a través de voluntades compartidas dirigidas a alcanzar objetivos comunes. En este sentido la transformación es real cuando estos procesos tienen que ver con una creación colectiva, que devuelve a los ciudadanos el protagonismo sobre las decisiones, disposiciones y prácticas del territorio que habita.

La propuesta de Lévy es un llamado a nueva humanización, a hacernos cada vez más humanos de manera consciente, y a la vez, de manera colectiva, es decir, una nueva forma de comprender la cognición humana “una inteligencian repartida en todas partes, valorizada constantemente, coordinada en un tiempo real que conduce a una movilización efectiva de las competencias” (Levy, 2004, pág. 19); Es reconocer que el conocimiento habita en toda la humanidad y exaltar saberes, experiencias, cosmovisiones que no se valoran ni reconocen. Dice Lévy (2004), “Si lo asalta la debilidad de pensar que alguien es ignorante, busque en qué contexto lo que él sabe se convierte en oro” (p. 16). Se contraponen la idea de que solo el conocimiento legítimo es el que viene de la universidad, de la escuela, de los expertos.

Aparte de este reconocimiento de ideas y conocimientos la inteligencia colectiva implica la unión de personas, de construcción de comunidad, de lo humano, de sus vivencias, de sus experiencias y de sus saberes particulares, es decir, la dimensión humana abierta al espacio del conocimiento. “Nada es más precioso que lo humano. Es fuente de las otras riquezas, criterio y portador viviente de todo valor ¿Qué sería un bien que no fuera ni probado, ni apreciado, ni imaginado por ningún miembro de nuestra especie?” (p. 31)

Desarrollar la inteligencia colectiva también implica pasar *de lo molar a molecular*, pasar de la masificación, de las cosas al por mayor, a tecnologías “moleculares” porque ellas “dirigen muy hábilmente los objetos y los procesos que ellas controlan”. (p. 31) Ellas se apartan de la masa, reducen el despilfarro y el desperdicio. Y desde la visión política se libran de la potestad de los poderes, “interrumpe un momento la acción de las redes deterritorializadas de la economía mundial para dejar actuar, en el seno del vacío así conquistado, los procesos rizomáticos, los pliegues y repliegues de la inteligencia colectiva”. (p. 46)

7.2 Nociones relativas a la actividad turística

Turismo

La Organización Mundial de Turismo (OMT) como ente rector en materia turística y siendo Colombia uno de los 158 Estados miembros de esta agencia, reconoce:

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico.

De acuerdo con la Ley 1558 de 2012, Turismo se define como: “Conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios”.

Para el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo según el Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 “Turismo, un propósito que nos une”, establece que los objetivos deben apuntar a que el sector turismo sea un renglón estratégico para el Gobierno Nacional, considerado como “el nuevo petróleo de Colombia”, una opción viable y rentable de desarrollo sostenible donde el

país, basado en su diversidad biológica y cultural, fortalece su competitividad como una alternativa para la generación de divisas, para crear empleo y mejorar las condiciones de vida de la población; así como constituirse en una iniciativa para la transformación regional, la reconciliación entre los colombianos y mejorar la imagen del país.

Turista

“Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, descanso, ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente a una actividad en el lugar de destino”. Ley 1558 de 2012

En la definición propuesta por Smith, (1992: 15), "una persona que tiene tiempo libre en un momento determinado y lo utiliza para visitar voluntariamente algún lugar alejado de su lugar de residencia con objeto de cambiar de ambiente"

Destino turístico:

“Un destino turístico es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo o analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado” OMT, 2019.

Cadena de valor:

Una cadena de valor comprende la amplia variedad de actividades requeridas para que un producto o servicio transite a través de diferentes etapas, desde su concepción hasta su entrega a los consumidores y la disposición final después de su uso (Kaplinsky y Morris, 2002).

Para la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), dado que el turismo constituye una experiencia de vida, el eslabón inicial en la cadena de valor del turismo, es el usuario que desea conocer un nuevo destino y que compra su pasaje o paquete por medio de una agencia de viajes u otro operador turístico (eslabón de distribución), o bien lo hace de manera independiente por Internet a la compañía prestadora del servicio o a algún grupo mayorista

Se elaboró un glosario básico de palabras claves entorno al turismo, se incluye y puede consultarse como *Apéndice E*.

7.2.1. Turismo y patrimonio cultural

Uno de los segmentos que está articulando y atraviesa a todos los destinos y productos turísticos es el turismo cultural al ser la estructura de toda actividad de visita, intercambio o interacción turística con los diferentes bienes, manifestaciones, expresiones y prácticas culturales de las comunidades receptoras. Hace cuarenta años el turismo cultural fue definido como:

Aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre estos en cuanto contribuye – para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exige de la comunidad humana, debido a los beneficios socioculturales y económicos que aportan para toda la población implicada” (UNESCO-ICOMOS, 1976).

Al respecto la Política de *Turismo Cultural: Identidad y Desarrollo Competitivo del Patrimonio* (2007) formulada por el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establece que el turismo cultural articula procesos de identificación, valoración, competitividad, sostenibilidad y difusión del patrimonio cultural. En este sentido, integra y convergen elementos de promoción a la conservación de rasgos de identidad del territorio rentabilidad económica y la comercialización del patrimonio cultural. De esta manera, se intenta generar beneficios a la comunidad, así como los medios y motivaciones para cuidar y mantener el patrimonio cultural, garantizando la sostenibilidad de los sectores cultural y turístico.

Esta demanda global de servicios turísticos especializados ha requerido acciones y ajustes de la comunidad receptora al ofertar su patrimonio natural y cultural (material e inmaterial) como producto turístico. Sin embargo, esta relación de intereses requiere visiones y prácticas propias de *glocalidad*⁴ entendida por el periodista estadounidense Friedman (2006) como la preservación de la identidad cultural local a la par del crecimiento, desarrollo y competitividad del desarrollo global. Para lo cual las comunidades territoriales deben buscar maneras de hacer parte de la economía global, capitalizando el talento y cultural locales. La literatura también ha

⁴ Globalidad desde la localidad.

concebido y promovido desde autores como Tolstoi, Gorki o Dostoievski visiones humanas y diferentes nociones de mundo al lograr hacer de la narrativa de su mundo local una narrativa para lo local, lo nacional e internacional, siguiendo la premisa de *conoce tu aldea y conocerás el mundo*.

También existe una llamada constante en todas las cartas, declaraciones y convenciones que hablan sobre patrimonio cultural y es el reiterado llamado a *comunicar las significaciones culturales y los valores del sitio patrimonial*, en aras de generar el reconocimiento y con ello el respeto y la responsabilidad de contribuir con este legado para las futuras generaciones, y garantizar de esta manera su sostenibilidad. A ello apunta la Carta emanada de ICOMOS en el 2008, dirigida a orientar la interpretación y presentación de sitios del patrimonio cultural, la cual entre sus principales objetivos plantea:

1. Facilitar la comprensión y valorización de los sitios patrimoniales y fomentar la concienciación pública y el compromiso por la necesidad de su protección y conservación... 2. Comunicar el significado de los sitios patrimoniales a diferentes públicos a través de un reconocimiento de su significación, producto de la documentación cuidadosa del patrimonio y las tradiciones culturales que perduren a través de métodos científicos (ICOMOS, 2008).

Así mismo, uno de los aspectos considerados primordiales en todo proceso relacionado con turismo y patrimonio cultural, es el de *la participación de la comunidad* en su desarrollo. Un principio que, como lo señala la Declaración de Ámsterdam de 1975, se realiza en cumplimiento de los derechos ciudadanos:

Los poderes locales deben perfeccionar sus técnicas de consulta para conocer la opinión de los grupos implicados en los planes de conservación y tenerla en cuenta desde la elaboración de sus proyectos. En el marco de la política de información al público, ellos deben tomar sus decisiones a la vista y con conocimiento de todos, empleando un lenguaje claro y accesible a todos, a fin de que la población pueda conocer, discutir y apreciar los motivos de las decisiones. Deberán ser previstos lugares de encuentro para la concentración pública (Consejo de Europa, 1975).

Desde la perspectiva de la Organización Mundial del Turismo (OMT), solo con un turismo sostenible regulado por la preservación y proyección de los servicios, destinos y productos que

reflejan el patrimonio natural, cultural y socioeconómico de las comunidades receptoras, se pueden lograr mutuos beneficios para todos los actores de la cadena de valor. Acorde con la OMT (2015): *“El turismo cultural ha demostrado su capacidad de incrementar la competitividad, crear oportunidades de empleo, frenar el éxodo rural generar ingresos para invertir en conservación y cultivar un sentimiento de orgullo y autoestima entre las comunidades rectoras”*.

A diferencia de las tendencias del turismo de masas, asociadas con el traslado y coexistencia con los destinos, productos e imaginarios de “sol, playa, alcohol, rumba y sexo”, el turismo cultural es un turismo de experiencias para una minoría sofisticada, con alta capacidad de consumo, interesada en bienes o seres menospreciados en contextos en los que se mercadean los bienes culturales y naturales de un entorno exótico u original. Siendo una forma de turismo alternativo para la satisfacción de necesidades culturales o de encuentros interculturales, el turismo cultural fomenta principios de respeto, autenticidad y conservación de los ambientes, prácticas productivas y patrones sociales de la comunidad receptora.

Los locales y residentes de los lugares que albergan bienes tangibles, expresiones intangibles y prácticas mixtas asociadas con las diferentes formas de patrimonio, al permanecer en lugares que dan sentido a su memoria colectiva pueden preservar y divulgar desde las historias locales la historia de un lugar. Desde allí y proyectándolo desde sus emprendimientos locales valores asociados a la responsabilidad, la tolerancia y el respeto por la diversidad.

7.2.2 Turismo Comunitario.

El Turismo es considerado por diferentes autores como una de las más grandes industrias, un sistema complejo de partes integradas y en cada dimensión recibe atenciones en diferentes épocas y ubicaciones dependiendo de donde se desarrolla el producto. En relación con el turismo comunitario, la investigación ha sido generada por diferentes académicos y expertos en países europeos, Chile, Perú, Ecuador, en los que la diversidad cultural es tema prioritario en las agendas del gobierno. Quienes han encontrado que el turismo ha adquirido una especial importancia en los países en desarrollo, resalta (Sánchez, 2008), *“En dichos contextos, la cultura, el patrimonio y los recursos naturales locales están siendo usados por las comunidades locales para mejorar el progreso socioeconómico de la región”*

Peter Murphy es la primera persona que establece el rol y la posición de las comunidades en el turismo. El propone que el turismo debe ser visto como parte del ecosistema de la comunidad de un destino;

Muchas comunidades están ingresando al mercado mundial del turismo de una manera ingenua y peligrosa. Un peligro es leer mal el mercado y la verdadera posición competitiva de la comunidad dentro de ese mercado, lo que lleva a resultados de desarrollo decepcionantes y pérdidas financieras. Otro peligro ocurre cuando las comunidades tienen éxito con sus planes de desarrollo y se convierten en un destino reconocido pero no aprecian los cambios que el turismo puede traer. Las comunidades que están preparadas para aprender de la historia y las experiencias de la industria del turismo son más adecuadas para adoptar planes de gestión que satisfagan sus necesidades. (Strategic Management for Tourism Communities Bridging the Gaps Author: Peter E. Murphy, Ann E. Murphy)

La Declaración de Quebec sobre el Ecoturismo se firma en el marco de la Cumbre Mundial del Ecoturismo, realizada en Canadá, en la que se solicita a las comunidades:

...que definan y pongan en práctica, como parte de la visión de desarrollo de una comunidad, que puede incluir el ecoturismo, una estrategia para mejorar los beneficios colectivos de la comunidad derivados del desarrollo del ecoturismo y entre los que se cuentan el desarrollo del capital humano, físico, económico y social y el mejor acceso a la información técnica; y a que fortalezcan, alimenten y promuevan la capacidad de la comunidad para mantener y utilizar las técnicas tradicionales, especialmente la artesanía de fabricación casera, la producción agrícola, la construcción tradicional y la configuración del paisaje, en las que los recursos naturales se utilizan de forma sostenible (Declaración de Quebec sobre Ecoturismo, 2002. p. 9).

En Colombia, se lleva a cabo en zonas rurales y urbanas, y se define como:

La oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012).

En Latinoamérica, Perú, Chile y Ecuador han generado diferentes aportes para esta forma de hacer turismo, en el caso del Ministerio del Ecuador, establecen que el Turismo Comunitario: Es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico

caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística. (Ministerio de Turismo del Ecuador, Reglamento para Centros de Turismo Comunitario del 25 de febrero de 2010)

Para la Organización Mundial del Turismo es “Toda actividad que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con la participación consensuada de sus miembros, asegurando el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales y la distribución equitativa de los beneficios generados”

Los ejes del turismo comunitario, los cuales deben ser trabajados desde abajo, protagonizado por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo. ; Según la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador – FEPTCE:

1. Fortalecimiento Organizativo: Consolidar una organización comunitario; Integración, inclusión, participación y liderazgo; Resolución de conflictos; Relevos generacionales.

2. Gestión del Territorio: Valorización y empoderamiento; Manejo adecuado; Aprovechamiento racional; Conservación.

3. Revitalización Cultural: Preservar las formas de vida de la comunidad, manifestaciones culturales, ferias y fiestas, tradiciones y gastronomía; Mantener en el tiempo y compartir con las nuevas generaciones los conocimientos, sabiduría e historia.

4. Economía Solidaria o Comunitaria: Redistribuir en beneficio de la comunidad y del territorio; Mejorar la calidad de vida y crear oportunidades y fuentes de trabajo para la gente de las comunidades; Aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.

Por otra parte, la Política de Turismo Social Hacia un Turismo Accesible e Incluyente para Todos los Colombianos define en 2009, entre sus ejes temáticos define,

“[...] componente étnico y campesino que se identifica en todos los grupos de población [...] para efectos de esta política su enfoque especial se tendrá en cuenta desde la perspectiva de comunidad receptora, que contemple su desarrollo integral y el ejercicio de su derecho al aprovechamiento del tiempo libre y la recreación, a través del turismo; al igual que identifique herramientas para el desarrollo de un turismo social de base comunitario”. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2012, p. 20)

De los anteriores conceptos, se puede evidenciar como en los diferentes momentos en los que se ha investigado el turismo comunitario cuenta con importantes efectos en el desarrollo económico de los territorios, y se convierte en una estrategia que requiere la conservación del patrimonio natural y cultural de un territorio que cuenta con una identidad cultural. Y los diferentes ejercicios que se realizan en conjunto con los stakeholders deben ir encaminados en el respeto a la población local, minimizando los impactos negativos que pueden generarse en la ejecución de la actividad.

8. Metodología

La metodología escogida para desarrollar este proyecto es la prospectiva cultural que debido a su dimensión integral permite comprender cambios de procesos sociales, económicos y culturales que puedan acontecer en el futuro en el municipio de Monguí. Es necesario además hacer mención que el enfoque escogido es la planeación normativa por ser un acto imaginativo y de creación sobre el contexto actual de la región. *“Sobre todo, lograr, a través del diseño del futuro una mejor comprensión del presente y nuestro papel en él”* (Miklos & Tello, 2007, p. 21). Es decir, se convierte en proceso de articulación y convergencia de las expectativas, deseos e intereses de los pobladores de la región para alcanzar un porvenir a través de la construcción y elección de *futurables* y *futuribles*⁵.

Otro elemento destacable dentro de esta metodología tiene que ver con su carácter participativo ya que permite construir entre los tomadores de decisiones y la población local una visión compartida del futuro que implica una evolución en las dinámicas sociales y estructuras evolutivas además es *“una articulación de esfuerzos concretos que permitan la transformación de la realidad”*. (Merello, Agustín, op. cit., p.19).

A partir de los elementos brindados por Miklos y Tellos se definen los lineamientos básicos de la prospectiva cultural como metodología para el diseño, desarrollo y valoración del proyecto, así:

Visión Holística: Es una forma sistemática de analizar los elementos tanto económicos, ambiental, políticos, productivos o sociales y la manera en cómo interactúan entre sí; la holística es una forma de análisis de la relación de las partes con el todo y sus interacciones.

Creatividad: Es un elemento indispensable a la hora de diseñar posibles soluciones, la creatividad contiene dos características indispensables en la prospectiva: la producción de algo

⁵ Entendiendo futurable para designar un futuro deseable y futurible como el futuro posible.

nuevo y que este algo sea valioso. También tiene “*la capacidad de dar origen a cosas nuevas y valiosas y de encontrar nuevas y mejores maneras de hacerlo*” (Miklos & Tello, 2007, p. 73).

Participación y cohesión: Estos dos elementos son transversales en esta propuesta porque intenta lograr con la comunidad de emprendedores del municipio de Monguí un consenso que promueva el intercambio de ideas para solucionar conflictos de la misma comunidad, comprender los valores compartidos y analizar potencialidades, capacidades y roles que ayuden a fomentar procesos de cohesión.

Desde la prospectiva cultura se forjan mundos posibles y se revela cómo es la relación de una comunidad con su futuro, cómo se prevé y cómo se alinea, está se construye como a través de escenarios:

1. Fase Normativa.

En esta fase podremos definir dos grandes momentos entre el futuro deseable y un futuro lógico para la comunidad receptora. Uno de los momentos es el futuro deseable, que consiste en las expectativas y aspiraciones de la población, como lo menciona Ackoff, “un futuro idealizado” que parte de crear de cero y no existen restricciones de posibilidades tecnológicas para dar paso a los participantes de involucrarse directamente en el proceso: de una proyección deseable. A partir de este encuentro surgirían múltiples enfoques y opiniones de los participantes de los talleres, en una construcción de consensos y disensos que permita encontrar una serie de puntos en común y facilitar la cooperación entre los interesados. La idealización propone una concepción de objetivos de la red de emprendimientos sobre el planteamiento de propuestas y progresivos propósitos.

En este punto la idealización propone una “*toma de conciencia*” de los emprendedores sobre restricciones autoimpuestas para reconocerlas y facilitar su eliminación. Posteriormente otro elemento importante se refiere a los valores, a esto señala Sachs que para la visión de futuro se deben incorporar no sólo ideales sino también valores estilísticos, que significan “el diseño de un futuro ideal tiene que especificar la forma deseada en que el objeto focal emprende sus acciones y se relaciona con sus partes y con el medio ambiente...” (Sachs, 1976; Citado de Miklos y Tellos, 2014, p. 82). Por tanto, es necesario articular cuatro ejes temáticos (ambiental, social, cultural y económico) con el fin de diseñar en conjunto con la comunidad un proyecto de desarrollo sostenible para Monguí.

En concordancia con la metodología planteada es necesario establecer un futuro lógico o plausible con los actores involucrados, dónde se analice las potencialidades y debilidades, de las propuestas de los participantes de los talleres Camine Sumercé y se construya en conjunto una ruta estratégica de turismo.

2. Fase Definicional.

En este escenario se intentan responder una serie de preguntas para los participantes: ¿Cómo es el presente?; ¿Cuáles son sus principales características?; ¿Cuáles y cómo son sus interacciones y su percepción de la realidad?, las cuales permiten enunciar los fenómenos sociales y culturales para caracterizar el problema y proponer mediante la creatividad colectiva un futuro posible. Al respecto Sachs señala que existen tres elementos importante: (objeto focal) de interés primordial, (modelo) referente a la percepción, (ambiente) preservación y cuidado de la naturaleza (Páramo de Ocetá) un conjunto de decisiones sobre lo más conveniente para la comunidad y su desarrollo.

En este sentido el patrimonio natural y cultura se presenta como alternativa de desarrollo local anclado en una comunidad que tiene un fuerte arraigo con el territorio y la memoria entendida como la *“acumulación de experiencias, saberes, actos y pensamientos que articulan y cohesionan la cultura de una comunidad”* (Ministerio de Cultura, 2005, pág. 33). Estos elementos son importantes para comprender y articular sus costumbres con una serie de innovaciones y dinamización en sus prácticas y que potencialicen un turismo experiencial para convertir al territorio en un fuerte atractivo turístico. Para entender mejor los factores del objeto focal es importante resaltar ciertos aspectos turísticos determinantes en el municipio de Monguí, como lo son: inventario turístico, infraestructura hotelera, infraestructura de equipamiento urbano, capacidad instalada y sostenibilidad ambiental del páramo, demanda y oferta turística, prácticas culturales, operadores turísticos, entre otros.

A medida que avanzamos en la fase dos del proyecto se intenta constituir un tejido vivo, dinámico, de construcción colectiva que se integre en nodos de cooperación e involucre a distintos agentes en la cadena de valor: comerciantes, turistas, planificadores turísticos, campesinos, artesanos, administradores hoteleros, restaurantes, centros de conocimiento, población local y otros tipos de sectores que permitan mejorar el desarrollo local del municipio que apunten al desarrollo de nuevos productos turísticos

3. Fase Confrontación.

Este escenario confronta una imagen de un futuro deseable y la realidad (presente) con la finalidad de contrastar ambos polos y conocer la distancia que existe entre ellos, un

proceso valorativo entre los futuros factibles, las dificultades y potencialidades para alcanzar una imagen diseñada. Como menciona Sachs proyectar desde el futuro hacia el presente como un proceso de convergencia entre la hipótesis y la posibilidad en la aplicación del entorno actual.

4. Fase Determinación Estratégica y Factibilidad.

En la fase de determinación y factibilidad se establecen y definen estrategias que propendan a un acercamiento progresivo de futuros factibles. En este punto lo que se busca es la concreción de los encadenamientos productivos que propicie el trabajo en equipo entre los actores involucrados, apertura del futuro y relaciones dinámicas que fomenten un pensamiento estratégico, actitud innovadora y la capacidad de liderazgo; competencias necesarias para el desarrollo del proceso. En consecuencia la prospectiva presenta variables cualitativas ya que la factibilidad se puede tomar en cuenta la opinión de un grupo determinado, reuniendo una amplia variedad de opiniones y consideraciones. A continuación, se presenta un gráficamente la metodología con cada una de las fases:

Figura 3. Enfoque normativo.



Fuente: Elaboración propia.

9. Modelo de gestión.

El modelo de gestión de esta propuesta se sustenta en el modelado del ecosistema de los páramos, si bien es un ecosistema frágil, esta fragilidad no le hace justicia a su importancia porque son reconocidos como fábricas del agua de la tierra, hábitats de gran riqueza biológica cuyas características biofísicas les permiten conformar comunidades de fauna y flora con gran cantidad de especies endémicas. La utilización de la metáfora del ciclo del agua que se produce en los páramos, elemento indispensable de cultura y biodiversidad para el municipio, le permite a esta propuesta articular las formas en que los individuos y colectividades se relacionan con el entorno y se armonizan procesos de creación colectiva que benefician a la comunidad, del mismo modo en que el ecosistema de páramo depende de los frailejones.

Para este propósito, el modelo de gestión se vale de procesos de asociatividad en los emprendedores y utiliza las herramientas del programa *One Village, One Product movement* (OVOP), cuya traducción al español es Movimiento *un pueblo, un producto*. Se trata de una estrategia de desarrollo local que se fundamenta en el trabajo de las comunidades, quienes a través de productos (bienes, servicios o eventos) propios o únicos, se convierten en actores activos en el territorio para la promoción del desarrollo, la solución de sus problemas y el fomento de la equidad. La propuesta del proyecto busca promover las relaciones de cooperación entre los participantes, como también los proyectos locales relacionados al turismo, con una duración de un año en su diseño y desarrollo.

El Parque Natural Regional Unidad Biogeográfica Siscunsi – Ocetá, fue declarado y delimitado por CorpoBoyacá mediante el Acuerdo 27 el 16 de diciembre de 2008, tiene un área de 49.793,51 hectáreas, que protegen el ecosistema de páramo en Jurisdicción de los municipios de Sogamoso, Mongua, Monguá y Aquitania. El Parque se constituye como un área de vital importancia para la conservación de la biodiversidad y el abastecimiento hídrico de la región.

El ciclo hídrico de los páramos tiene las espeletias, más conocidos como frailejones, como uno de sus protagonistas, en el Páramo de Ocetá, hay gran variedad de espeletias, las cuales pueden alcanzar hasta los cinco metros de alto. Tienen grandes hojas que capturan la lluvia y la neblina almacenando el agua y liberándola gradualmente. Su vida longeva es una de las cualidades más importantes pues pueden llegar a tener entre 200 a 300 años, y estudios revelan que su crecimiento anual es de 1 a 2 cm. Basados en este tipo de características, el diseño por fases del modelo de gestión de esta propuesta, toma la importancia de la población de frailejones y la relaciona con la potencialidad que tiene la comunidad para generar proyectos

colectivos auto gestionados que aporten alternativas sostenibles de desarrollo local, como lo hace el frailejón en el ecosistema de páramo.

La primera fase es formación y fortalecimiento de capacidades de los participantes que les permite avanzar en un mismo sentido y reconocer sus potencialidades. Además, ayuda a la conservación del entorno físico, natural y cultural del municipio y propende por generar una alternativa económica a la comunidad. El turismo comunitario genera beneficios a las comunidades, a través del aumento de los ingresos comunitarios y diversificación de las fuentes de ingresos a las mismas sin sustituir las actividades tradicionales (Gascón y Cañada, 2005) logrando de esta forma el desarrollo endógeno de las comunidades.

Se estima que 1m² de páramo puede generar 1 litro de agua en cada ciclo, del cual el frailejón es regulador y constructor de las redes hídricas. Lo anterior se convierte en la segunda fase del modelo, símbolo de las manifestaciones de patrimonio cultural de Monguí y en las actividades de los emprendedores relacionadas a la fabricación de objetos artesanales, artes populares, agricultura, cultura culinaria y turismo. Por último, la tercera fase abarca los encadenamientos productivos propuestos por la comunidad del municipio y la creación de una nueva oferta turística comunitaria.

En el marco conceptual propuesto por OVOP el profesor Koichi Miyoshi de la Universidad Ritsumeikan denominó un nuevo concepto de desarrollo rural, Desarrollo de la capacidad comunitaria y se define como: ‘la interacción de capital humano, recursos organizacionales, y capital social existente en una comunidad que puede ser usado para resolver problemas colectivos y mejorar o mantener el bienestar de esa comunidad’. Por lo tanto el proyecto Camine Sumercé propone fortalecer componentes estratégicos de capacidad comunitaria: recursos humanos, liderazgo, organización y redes. Este proceso llevado a la propuesta de formación, práctica y diseño junto a los emprendedores queda plasmado de la siguiente forma y encaminado a los principios del OVOP:

- 1) Local y global. La creación de productos aceptados a nivel mundial que reflejan el orgullo en la cultura local. Productos identificados por las comunidades locales que se caracterizan por ser propios de una determinada zona y cuyas particularidades los diferencia de otros productos en otras zonas del país.
- 2) La autosuficiencia y creatividad. Iniciativa de las propias comunidades que utilizan de manera sostenible los recursos propios (naturales, económicos, sociales o culturales)

para desarrollar productos que se distinguen por el fruto de la imaginación, creatividad y recursividad de las personas que habitan una determinada zona del país.

- 3) El desarrollo de recursos humanos. Fomento de la gente con un espíritu desafiante y creativo. Formación del recurso humano para la gestión del desarrollo local y la generación de productos en cuya elaboración se involucra y aprovecha el capital humano de una zona específica.

Los frailejones tienen como propósito la generación de agua, el cual inicia su ciclo a través de los fenómenos meteorológicos como la neblina, y la lluvia, su absorción a través de las hojas traslada el líquido al tronco de almacenamiento, el cual libera agua por canales que desembocan en lagunas, ríos o quebradas. Entendiendo el ciclo del agua en el ecosistema de frailejones, así se desarrolla el modelo de gestión de Camine Sumercé:

Figura 4. Gráfica modelo de gestión



Fuente: Elaboración propia.

1. Formación y fortalecimiento:

Esta es la primera fase del modelo, en la que se busca que los emprendedores que hagan parte del proyecto se vinculen a una etapa formativa, que fortalezcan los procesos productivos que adelantan. En las salidas de campo se observa que las personas con ideas de turismo tienen diversos conocimientos en sus quehaceres, no obstante estos pueden fortalecerse con otras herramientas que ellos mismos califican como importantes en su crecimiento, entre ellas: identificación de saberes y expresiones culturales, trabajo conjunto, valoración de su entorno, promoción, finanzas, mercadeo, gestión, entre otros.

En esta fase, los participantes intervienen en laboratorios de creación, cuyo fin es la innovación y creatividad colectiva. Retomando la significación del proceso de producción de agua del páramo, asociamos la recolección de la lluvia y la neblina que se da a través de los frailejones con la formación y el fortalecimiento de conocimientos que serán transformados en un proceso conjunto.

2. Cocreación de la comunidad:

Para esta segunda etapa del modelo la producción colectiva tiene una dirección productiva, en esta fase se busca que los emprendedores apliquen lo aprendido en los talleres y laboratorios de la fase anterior, materializado en la construcción de una oferta de turismo natural y cultural del municipio elaborada por ellos mismos. En la creación colectiva se vinculan elementos del *Design Thinking*, esta “*se presenta como una metodología para desarrollar la innovación centrada en las personas, ofreciendo una lente a través de la cual se pueden observar los retos, detectar necesidades y, finalmente, solucionarlas*”. (Claus, 2013). Aunque sea una metodología instaurada, en el modelo de gestión solo tomaremos sus fases para aplicarlas a las actividades de cocreación y encadenamiento productivo.

Teniendo en cuenta que en esta fase del modelo, se desarrolla el diseño de la oferta cultural, el *Design Thinking*, aporta a formular propuestas basadas en las necesidades de clientes o usuarios, con el fin de adaptarlos a los requerimientos que estos mismos

necesitan. En el proceso de diseño, se parte de la empatía, donde es importante (...) “Entender lo que está sucediendo con las motivaciones de los posibles consumidores de nuestros productos, para lo cual, no basta con realizar solamente estudios de mercado o determinar el perfil de la demanda, o como se plantea, es recopilar para re-evaluar” (Val, 2016).

A este proceso empático, se suman dos momentos más; por un lado, está la fase de definición y se completa con la etapa de ideación. En la parte definitoria se busca clarificar y concretar un problema para abordarlo desde el diseño de soluciones posibles. Como lo explica Esteban Romero Frías, en su texto *Design Thinking* – una visión global, en esta fase “La definición del problema es fundamental para que el proceso de diseño tenga éxito” (Romero, 2013). En la creación natural del agua, los frailejones trasladan a sus troncos el líquido recolectado y lo almacenan para que luego sea liberado a través de canales en el subsuelo. Para Camine Sumercé, el modelo presenta al conocimiento como el elemento que se interioriza en cada emprendedor y que se pone a disposición de los demás sujetos para poder presentar un producto de turismo natural y cultural del municipio en conjunto. Para que se evidencie el cumplimiento del segundo objetivo.

3. Encadenamiento Productivo:

Posterior a la creación conjunta de la oferta turística, se busca diseñar un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo, producto del trabajo en equipo, el conocimiento generado y las ideas puestas en marcha en las etapas anteriores.

En este punto se propone que dos o más emprendedores se articulen de manera conjunta en el diseño un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo y que se articulen con la cuarta fase propuesta en el *Design Thinking*, el prototipado que consiste en la creación de modelos tangibles que incluyan los bienes, recursos, infraestructuras, equipamientos y servicios culturales dispuestos en la mejora de las experiencias para los visitantes del municipio.

Para cerrar el proceso basado en *Design Thinking*, esta herramienta presenta la etapa de Evaluación, retomando el texto de Esteban Frías, aquí no se busca una calificación, sino la medición del aprendizaje, “Se trata de mostrar y confrontar con el usuario para aprender de él y generar un prototipo cada vez mejor” (Romero, 2013).

Con esto buscamos mostrar que de la misma manera que los frailejones es importante los aportes de cada individuo para obtener un resultado óptimo que beneficie a la comunidad.

4. Cultura Viva:

Finalmente, los estanques, quebradas, lagunas o asentamientos donde llega el agua después del proceso de recolección en el páramo, representa en Camine Sumercé la posibilidad que tienen los emprendedores de conservar viva su cultura y su patrimonio. El proyecto direcciona el fortalecimiento del turismo comunitario con la intención de aportar al dinamismo socioeconómico de Monguí, pero también a la conservación de su saber hacer. Estas ideas son cultura viva que se deben mantener en conjunto desde su misma comunidad.

Para lograr este propósito, el equipo de Camine Sumercé, inicia con una investigación exploratoria donde se busca recabar información, fuentes primarias y secundarias para el reconocimiento, ubicación, recolección de ideas y sugerencias que permitan mejorar la metodología. Posteriormente se realizará una convocatoria y selección de emprendedores que se vinculen al proyecto. Cuando esta fase culmine se dará inicio a la puesta en marcha de este modelo.

9.1 Descripción del modelo: Etapas, fases y actividades

Las actividades de Camine Sumercé van enfocadas al fortalecimiento de la capacidades de los emprendedores turísticos del municipio; como se enuncia en el problema se evidencia una carencia en el reconocimiento del valor natural y cultural, en las estrategias de comercialización y promoción de los productos turísticos del municipio, de esto derivamos una serie de acciones que buscan desarrollar capacidades para quienes hagan parte de este proyecto.

1. ETAPAS Y FASES

Para el desarrollo de las actividades el equipo diseñó un esquema dividido en 3 etapas basadas en los objetivos específicos de este proyecto que a su vez están divididas en 4 fases de realización, su distribución está trazada de la siguiente manera:

Tabla 2. Etapas de realización

ETAPAS	FASES
<p>1. Fortalecer las capacidades emprendedoras de los actores del territorio a través de laboratorios de co-creación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fase de caracterización y convocatoria: En esta fase inicial se busca investigar, comprender el contexto del territorio, preparando paralelamente al equipo para los encuentros con la comunidad. Una vez el equipo tenga la información necesaria para avanzar, vendrán una serie de actividades para convocar a los beneficiarios del proyecto. ● Fase Formativa: Una vez el equipo de <i>Camine Sumercé</i> tenga la selección de los emprendedores se dará inicio a la formación de los mismos. Los talleres buscan fortalecer las capacidades de los participantes, estrechar lazos sociales, articulación de los mismos e integración al turismo de forma complementaria a las actividades tradicionales, con una perspectiva a futuro que se dirija al reconocimiento de los potenciales turísticos y patrimoniales del territorio.
<p>2. Proponer junto a los emprendedores la oferta de turismo natural y cultural del municipio</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fase Laboratorios: Dando continuidad a la fase de formación, los emprendedores se enfrentarán a una serie de laboratorios donde deberán crear de manera conjunta su oferta turística centrada en el turismo natural y cultural del municipio
<p>3. Diseñar un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Fase Comercialización: Finalmente el propósito del proyecto es que las

	capacidades que los emprendedores fortalecieron puedan presentarse a la comunidad de Monguí, además tener la posibilidad de construir su producto a expertos de turismo que aportaran a su crecimiento.
--	---

Fuente. Elaboración propia

2. Líneas de acción y actividades

Las fases antes descritas tienen a su vez una división en líneas de acción, de las cuales se desprenden las actividades que hacen del proyecto una acción que direcciona al cumplimiento de los objetivos de **Camine Sumercé**. El desarrollo de estos impactos se describe de la siguiente manera.

2.1. Fase de caracterización y convocatoria

- **Línea de acción: Caracterización del territorio**

Camine Sumercé está pensado inicialmente para la aplicación de la población boyacense de Monguí, no obstante su modelo ambiciona convertirse en un proceso replicable en otros territorios, de aquí parte la propuesta de caracterizar las poblaciones dentro del proceso. Las actividades aquí descritas permitirán al equipo de trabajo conocer las fortalezas y debilidades del territorio y sus emprendedores; preparando así a los profesionales para tener un mejor engranaje con la comunidad.

- **Actividades**

En el proceso de caracterización del territorio se propone el siguiente esquema de actividades:

Tabla 3. Proceso de caracterización del territorio

Actividad y Desarrollo	Insumos	Temporalidad
Levantamiento o actualización de información del territorio a través de fuentes primarias y secundarias como libros, mapas, cartillas, documentos institucionales,	<ul style="list-style-type: none"> ● 2 Profesionales en áreas afines a las humanidades con experiencia en proyectos de investigación con comunidades en campo. 	Esta actividad se proyecta a ser ejecutada en 1 semana .

<p>videos, encuestas, entre otros, identificando iniciativas locales y otros actores relevantes del territorio relacionados con el diseño de un modelo de gestión para el fortalecimiento del turismo comunitario en el municipio de Monguí Boyacá.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se proyecta una inversión en insumos como papelería, fotocopias entre otros, que aportan al desarrollo de la investigación. ● En la fase completa de caracterización se contempla apoyo de personal logístico, quien(es) tendrá(n) a cargo la aplicación de instrumentos, recorridos en el territorio. 	
---	--	--

Fuente. Elaboración propia

- **Línea de acción: Caracterización y convocatoria de emprendedores**

Esta línea de acción busca la Identificación, convocatoria y gestión de actores locales involucrados en la fabricación de objetos artesanales, artes populares, senderismo, ecoturismo, cultura, gastronomía y turismo. Una vez conociendo las debilidades y fortalezas del territorio entre otras variables, las acciones siguen con una convocatoria que perfilaría a los emprendedores locales que hagan parte de las etapas restantes.

Camine Sumercé, cuenta con una base de 86 emprendedores en diferentes categorías, de los cuales 32 cuentan con Registro Nacional de Turismo, conforme lo establece la ley 300 de 1996, modificado por la ley 1101 de 2006. Teniendo en cuenta que es un proyecto que busca impactar un número mínimo de personas, se busca crear una base no mayor a 25 empresarios que hagan parte de esta lista, y cuenten ya con una idea de negocio establecida, tengan una actividad turística y/o un producto cultural perteneciente a la región, susceptible de ser integrado a una ruta turística de Monguí.

La persona o colectivo, no debe generar ningún pago a Camine Sumercé, lo que sí debe realizar es firmar un acuerdo de voluntad, donde se comprometa a participar activamente y completar todo el proceso establecido en la malla curricular.

- **Actividades**

En el proceso de caracterización y convocatoria de emprendedores se propone el siguiente esquema de actividades:

Tabla 4. Proceso de caracterización y convocatoria

Actividad y Desarrollo	Insumos	Temporalidad
<p>1. Cuñas Radiales: Se planea la grabación de la cuña radial para que sea difundida en un plan de 25 emisiones durante 2 semanas en los horarios Premium de la radio estación seleccionada. El alcance calculado de este impacto es de cerca de 12.400 oyentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 profesional en comunicación social con experiencia en manejo de estrategias de prensa para medios radiales. 	<p>Esta actividad se proyecta a ser ejecutada durante 2 semanas.es importante que el impacto se haga en paralelo con el resto de las actividades de este componente.</p>
<p>2. Flyers de promoción: Es un medio tradicional del municipio al momento de difundir información de interés general. Se imprimirán 1.000 flyers que serán distribuidos a los emprendedores del municipio principalmente y a habitantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 profesional en comunicación social, diseño o afines que se haga cargo del diseño. 	<p>Esta actividad se proyecta a ser ejecutada durante 2 semanas. Es importante que el impacto se haga en paralelo con el resto de las actividades de este componente.</p>
<p>3. Perifoneo: Este es uno de los servicios más tradicionales del territorio, para tener un impacto de recordación en los habitantes se propone hacer 4 recorridos en la parte rural y urbana de Monguí.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Contrato con la empresa de perifoneo del municipio. 	<p>Esta actividad se proyecta a ser ejecutada durante 2 semanas. Es importante que el impacto se haga en paralelo con el resto de las actividades de este componente.</p>

Fuente. Elaboración propia

- Línea de acción: Selección de emprendedores**

Esta línea de acción busca la selección de 25 perfiles idóneos a participar en las actividades de formación de Camine Sumercé.

Emprendedores del municipio de Monguí que tengan un desarrollo empresarial en temas relacionados con la fabricación de objetos artesanales, artes populares, agricultura, cultura, gastronomía, saberes ancestrales, turismo, artes y literatura

- **Actividades**

En el proceso de selección de emprendedores se propone el siguiente esquema de actividades:

Tabla 5. Proceso de selección

Actividad y Desarrollo	Insumos	Temporalidad
<p>1. Clasificación de perfiles: Se hará una selección basados en los perfiles estipulados en la convocatoria, los profesionales detrás de esta actividad deberán valorar el aporte de las actividades a la construcción cultural del municipio, entre otros criterios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se debe disponer de 2 profesionales en las áreas de humanidades, ciencias sociales, trabajo social, sociología psicología, antropología o áreas afines. 	<p>Esta actividad se proyecta a ser ejecutada en un plazo no mayor a 3 días.</p>
<p>2. Convocatoria a emprendedores seleccionados: Una vez se haga la clasificación de perfiles, el equipo hará entrevistas complementarias y pruebas de comprobación de información, terminando así los filtros de selección. A esto se suma una charla de introducción para presentar el equipo, los objetivos del programa, la discusión de la metodología y lo que se espera de la aplicación del proyecto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se debe disponer de un profesional en las áreas de, ciencias sociales, trabajo social, sociología psicología, antropología, administración u otras con enfoque en a temas de turismo, proyectos en áreas rurales, formulación de proyectos ● Se destina un rubro del presupuesto para el costeo de material de pruebas, alquiler de espacio y equipo para las mismas. 	<p>Esta actividad se proyecta a ser ejecutada en un plazo no mayor a 3 días.</p>

Fuente. Elaboración propia

2.2. Fase formativa

- **Línea de acción: Formación y Fortalecimiento de capacidades**

Esta línea de acción busca darles herramientas de formación a los emprendedores del municipio de Monguí en áreas que aportan al crecimiento de sus ideas y a su vez aportan a las dinámicas socioeconómicas del municipio. Los talleres buscan fortalecer las capacidades de los participantes, estrechar lazos sociales, articulación de los mismos e integración al turismo de forma complementaria a las actividades tradicionales, con una perspectiva a futuro que se dirija al reconocimiento de los potenciales turísticos y patrimoniales del territorio que fortalezcan los productos que ofrezcan al turista.

- **Actividades**

En el proceso de Formación y Fortalecimiento de capacidades se propone el siguiente esquema de actividades:

Tabla 6. Formación y fortalecimiento

Actividad y Desarrollo	Insumos	Temporalidad
1. Taller de expresiones, saberes, prácticas culturales: su foco es el respeto por su identidad, memoria y territorio, más inclusivos, resilientes y sostenibles a partir de la garantía del derecho a la salvaguardia del patrimonio cultural.	<ul style="list-style-type: none">● Profesional en áreas administrativas, gestión cultural, antropología, sociología, con experiencia mínima de dos años en Patrimonio o gestión cultural, contexto urbano conocimiento en legislación turística y cultural.● Para los talleres se contará con material de apoyo para los emprendedores, como talleres, actividades, lecturas, entre otros según el diseño de cada programa.	El taller se proyecta a ser ejecutado en 16 horas , con una intensidad de 2 sesiones de 8 horas , distribuidas 1 cada semana .
2. Taller Pensando en el futuro: su foco es la conciencia de conservación, la	<ul style="list-style-type: none">● Profesional de carreras administrativas, ciencias humanas, antropología, ciencias	El taller se proyecta a ser ejecutado en 16 horas , con una intensidad de 2 sesiones de 8 horas , distribuidas 1

<p>protección y el mejoramiento del medio ambiente, el uso racional de los recursos naturales y de la defensa del patrimonio cultural de la comunidad, con proyección a las futuras generaciones.</p>	<p>naturales, ingenierías o áreas afines, con experiencia mayor a 3 años y con conocimientos específicos en medio ambiente, territorio, sistemas prospectivos, emprendimiento e innovación</p> <p>Para los talleres se contará con material de apoyo para los emprendedores, como talleres, actividades, lecturas, entre otros según el diseño de cada programa.</p>	<p>cada semana.</p>
<p>3. Taller de fortalecimiento en gestión de turismo comunitario: su foco es la mejora de prácticas de manejo para turismo comunitario, cultural y natural, procesos de calidad y servicios para visitantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional en ciencias administrativas con énfasis en turismo, con experiencia mayor a 3 años, con conocimiento en comunidades rurales, turismo cultural, legislación turística, desarrollo sostenible, emprendimiento, innovación <p>. Para los talleres se contará con material de apoyo para los emprendedores, como talleres, actividades, lecturas, entre otros según el diseño de cada programa.</p>	<p>El taller se proyecta a ser ejecutado en 16 horas, con una intensidad de 2 sesiones de 8 horas, distribuidas 1 cada semana.</p>
<p>4. Taller de Economía social y solidaria: su foco es el uso e impacto de la economía social y solidaria como un foco de cohesión entre emprendedores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional en ciencias administrativas, humanas, ingenierías o afines con experiencia en gestión y promoción de Economía solidaria que contribuya, manejo de grupos, emprendimiento, iniciativas de 	<p>El taller se proyecta a ser ejecutado en 16 horas, con una intensidad de 2 sesiones de 8 horas, distribuidas 1 cada semana.</p>

	<p>autoempleo, creación de sinergias, entre otros.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para los talleres se contará con material de apoyo para los emprendedores, como talleres, actividades, lecturas, entre otros según el diseño de cada programa. 	
<p>5. Taller Mapeo de actores</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional en áreas administrativas, gestión cultural, antropología, sociología, con experiencia mínima de dos años en cartografía cultural, territorio, comunidades rurales. 	<p>El taller se proyecta a ser ejecutado en 16 horas, con una intensidad de 2 sesiones de 8 horas, distribuidas 1 cada semana.</p>

Fuente. Elaboración propia

2.2. Fase Laboratorios

- **Línea de acción: Oferta de turismo natural y cultural del municipio**

En esta línea de acción los emprendedores tendrán espacios donde la creatividad deberá ser un factor crucial, pues a través de ejercicios prácticos desarrollaran de manera grupal una posible oferta para los turistas del municipio de Monguí.

Tabla 7. Formación y fortalecimiento

Actividad y Desarrollo	Insumos	Temporalidad
<p>1. Laboratorio Cartografía cultural.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional en áreas administrativas, gestión cultural, antropología, sociología, con experiencia mínima de dos años y especialización universitaria o maestría en temas asociados a gestión cultural, territorio, patrimonio 	<p>El laboratorio se proyecta a ser ejecutado en 24 horas, con una intensidad de 3 sesiones de 8 horas, distribuidas 1 cada semana.</p>

	<p>cultural.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Para los laboratorios se contará con material didáctico que permitan el desarrollo dinámico de cada laboratorio. 	
<p>2. Laboratorio Design Thinking: Experiencias turísticas en Monguí</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional en ciencias sociales, administración, antropología, sociología con especialización universitaria o maestría en temas relacionados con Design Thinking con experiencia en actividades de fortalecimiento de ideas y proyectos productivos de los participantes. ● Para los laboratorios se contará con material didáctico que permitan el desarrollo dinámico de cada laboratorio. 	<p>El laboratorio se proyecta a ser ejecutado en 24 horas, con una intensidad de 3 sesiones de 8 horas, distribuidas 1 cada semana.</p>
<p>3. Laboratorio de guion y rutas turísticas</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se debe disponer de 1 profesional en administración turística, con experiencia en planificación turística, inventarios turísticos, rutas turísticas, entre otros ● Para los laboratorios se contará con material didáctico que permitan el desarrollo dinámico de cada laboratorio. 	<p>El laboratorio se proyecta a ser ejecutado en 24 horas, con una intensidad de 3 sesiones de 8 horas, distribuidas 1 cada semana.</p>

Fuente. Elaboración propia

2.3. Fase de Comercialización

- **Línea de acción: Encadenamientos productivos**

En esta línea de acción se proponen los posibles encadenamientos entre los emprendedores, basados en los diseños de las rutas y experiencias previamente elaboradas. De esta manera se busca construir que el producto/ experiencia empaquetada, encuentre en esta estrategia,

actividades de comercialización y promoción, contribuyendo también a un promedio de estadía mayor por parte del turista, quien encuentra en lo creado por la comunidad una motivación de pernoctar en el destino.

Tabla 8. Estrategia de difusión y comercialización

Actividad y Desarrollo	Insumos	Temporalidad
<p>1. Socialización en campo: Se plantea que en cada sesión los grupos de emprendedores presenten a sus compañeros el resultado de su trabajo y preparen la experiencia turística para el resto de la clase, por esta razón este será un trabajo de campo.</p> <p>Al completar las vivencias cada emprendedor votará de manera dinámica, a través de tokens o dinero didáctico, por su experiencia favorita. Se anunciarán las 2 rutas más populares en una socialización abierta a la comunidad del municipio.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se requiere un profesional en mercadeo, publicidad, agencias de viajes, producto turístico y marketing territorial, innovación, turismo, ecoturismo, o cultura. ● Para los laboratorios se contará con material didáctico que permitan el desarrollo dinámico de cada laboratorio. 	<p>La duración de esta actividad será de mínimo 5 sesiones su duración será aproximadamente de 6 horas con una participación especial de los 25 emprendedores que integran el proyecto.</p>
<p>2. Socialización para la comunidad de Monguí: Este evento busca llevar las ideas que los emprendedores generaron a la comunidad. Cada grupo debe presentar a la comunidad su producto turístico, la razón por la que deberían visitarlo y lo que ofrece a su público objetivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Profesional en áreas administrativas, gestión cultural, antropología, sociología, con experiencia mínima de dos años y especialización universitaria o maestría en temas asociados a gestión cultural, territorio, patrimonio cultural. ● Se requiere personal 	<p>Esta presentación se proyecta a ser ejecutada en un tiempo de 6 horas.</p>

<p>Durante el evento, se harán públicas las 2 rutas que recibieron más tokens en la actividad anterior. Estos 2 grupos de emprendedores tendrán la oportunidad de ofrecer esta experiencia a agentes mayoristas.</p>	<p>logístico de apoyo.</p>	
<p>3. Fam Trip para la difusión y reconocimiento de la ruta turística del municipio de Monguí, Boyacá, con agencias mayoristas y de turismo receptivo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Se requiere de (2) personas con experiencia en logística de eventos, realización de ferias y/o viajes de familiarización, quienes organizarán la actividad y logística del evento ● Cinco (5) Traslados terrestres desde diferentes ciudades del país (Bogotá, Medellín, Cartagena, Barranquilla) hacia Monguí ● Alojamiento y alimentación durante 3 días para los agentes de viajes invitados ● Guianza por parte de 2 líderes de la comunidad ● Desplazamiento interno y actividades generales 	<p>Esta presentación se proyecta a ser ejecutada en un tiempo de 1 semana.</p>

Fuente. Elaboración propia

10. Marco jurídico e institucional

Para efectos de desarrollo de este proyecto en este apartado se presenta el panorama de la normativa legal vigente que rige el turismo en Colombia, especialmente aquellas que son de obligatorio cumplimiento para las organizaciones que integran la cadena de valor. Para tal fin recopilamos las normativas del Estado colombiano sobre turismo y ambiente, el Plan Nacional de Desarrollo, el Plan Sectorial de Turismo y las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo.

10.1 Normativa de turismo y ambiente en Colombia

En la siguiente tabla se presenta el esquema legal vigente de políticas, leyes, decretos, resoluciones y otras disposiciones vinculadas al ambiente y al turismo en Colombia.

Tabla 9. Política de turismo

Norma		Referencia
Política	Constitución Política de Colombia de 1991; en el marco del ejercicio de los derechos colectivos y del ambiente (Artículo 8, 63, 79,80 y 334). Política Nacional de Turismo. Plan Sectorial de Turismo (2018-2022). Política de turismo cultural: identidad y desarrollo competitivo del patrimonio. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Ministerio de Cultura (2007). Política para el desarrollo del ecoturismo (2003). Política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia (2012). Política de calidad turística (2016). Política de Competitividad Turística: el desafío para alcanzar un turismo de clase mundial (2006).	Constitución Política de 1991, que contiene varios artículos que resaltan la importancia de la conservación de la diversidad biológica ⁶ , entre los que se destaca el derecho al disfrute y conservación de un ambiente sano, el deber de proteger las áreas de especial importancia ecológica, así como el derecho a la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre ⁷ . Las estrategias de la Política de Turismo cultural son las siguientes: Sostenibilidad del Turismo Cultural. Se promueve el respeto por las bases del turismo sostenible (uso óptimo de los recursos culturales y ambientales para la conservación y respeto del patrimonio

⁶ En la Constitución Política de 1991, los artículos 8, 63, 79, 80 y 334.

⁷ En la Constitución Política de 1991, los artículos 52,64 y 67.

		sociocultural y ecológico, además de beneficios socioeconómicos bien distribuidos que contribuyan a la reducción de la pobreza).
CONPES	CONPES 3397 de 2005. CONPES 3446 de 2006.	Política Sectorial de Turismo. Es el marco para la política de turismo. Dicta los lineamientos para una política nacional de la calidad y propone acciones en materia de reorganización del marco institucional existente del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología.
Leyes	Ley 300 de 1996. Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo). Ley 1101 de 2006. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 (Ley General de Turismo) y se dictan otras disposiciones.	<i>“El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.”⁸</i>
Decretos	Decreto 2590 de 2009. Por el cual se reglamentan las Leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006. Decreto 2269 de 1993. A través del cual se crea el Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología con el objetivo de promover en los mercados la seguridad, la calidad y la competitividad del sector productivo o importador de bienes y servicios, y proteger los intereses de los consumidores. Decreto Ley 210 de 2003; establece las funciones del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Decreto 2785 de 2006; crea la Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible	

⁸ Artículo 1º Ley 300 de 1996. Modificado por el art. 2, Ley 1558 de 2012.

	<p>del Turismo del Viceministerio de Turismo.</p> <p>Decreto 3257 de 2008; por el cual se modifica parcialmente el Decreto 2269 de 1993, cambiando la denominación del Sistema Nacional de Normalización, Certificación y Metrología (SNNCM) por Subsistema Nacional de la Calidad</p> <p>Decreto 4738 del 15 de diciembre de 2008; se asigna la función de acreditación de los Organismos de Certificación de conformidad con su Artículo 3°, al Organismo Nacional de Acreditación (ONAC).</p>
Resoluciones	<p>Resolución 0650 de 2008 por medio de la cual se reglamenta el uso de la Marca de Certificación de Calidad Turística.</p> <p>Resolución 531 de 2013. Por medio de la cual se adoptan las directrices para la planificación y el ordenamiento de una actividad permitida en las áreas del Sistema de Parques Nacionales Naturales.</p> <p>Resolución 3860 de 2015 del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística.</p>

Fuente. Elaboración propia con base en MinCIT- FONTUR, 2019.

10.2 Bases Del Plan Nacional De Desarrollo 2018-2022.

El Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022 *Pacto por Colombia. Pacto por la equidad*. Traza y se compromete a la continuidad del cambio social y la posibilidad de lograr un país con mayor equidad y calidad de vida para todos. Para alcanzar sus objetivos propone el incremento en la productividad, liderada por una profunda transformación digital y una apuesta por la agroindustria que vincule a los pequeños y medianos productores; una mejora regulatoria y tributaria que promueva el emprendimiento y la actividad empresarial; una mayor eficiencia del gasto público; una política social moderna centrada en la familia que conecta a la población pobre y vulnerable a los mercados; y el aprovechamiento de las potencialidades territoriales al conectar territorios, gobiernos y poblaciones.

10.2.1 Sección turismo sostenible.

El documento Bases del Plan de Desarrollo Nacional (DNP, 2019) tiene con punto número IV el “*Pacto por la sostenibilidad: producir conservando y conservar produciendo*”, el cual tiene como factor central la sostenibilidad, este eje es transversal a la Agenda 2030 y los Objetivos

de Desarrollo Sostenible (ODS), busca consolidar acciones que permitan un equilibrio entre la conservación y la producción, de forma tal que la riqueza natural del país sea apropiada como un activo estratégico de la Nación.

El pacto por la sostenibilidad aporta al cumplimiento de los siguientes ODS: Fin de la pobreza; Hambre cero; Salud y bienestar; Agua limpia y saneamiento; Energía asequible y no contaminante; Trabajo decente y desarrollo económico; Industria, innovación e infraestructura; Ciudades y comunidades sostenibles; Producción y consumo responsable; Acción por el clima; Vida submarina; Vida de ecosistemas terrestres y Paz, justicia e instituciones sólidas.

Figura 5. Gráfico - 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible



Fuente: ONU - Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Este pacto hace referencia al turismo sostenible y es definido como “*una alternativa productiva que permite convertir la biodiversidad en un activo estratégico de la Nación y como motor de desarrollo regional sostenible*”, se propone emprender en las siguientes acciones (DNP, 2019, p. 490):

- Promoverá el turismo de forma responsable y sostenible, a través de programas de sensibilización, educación y cultura turística, estímulos y trabajo interinstitucional a nivel nacional y territorial.
- Con apoyo de MinAmbiente, desarrollará productos turísticos diferenciadores y de alto valor, entre los cuales se prioriza el turismo de naturaleza, aventura y el ecoturismo.
- Desarrollará estrategias para la atracción de la inversión y el fomento a la consolidación de planta e infraestructura turística sostenible de talla mundial y conectividad regional.

- Mejorará el ambiente de negocios, mediante la promoción de certificaciones de calidad y sostenibilidad para prestadores y destinos turísticos.
- Desarrollará programas para fortalecer las competencias técnicas de prestadores turísticos y demás actores vinculados al turismo, incluyendo de forma transversal la formación en patrimonio natural y cultural, así como en desarrollo sostenible del turismo.
- Desarrollará una estrategia nacional de turismo sostenible con apoyo de MinAmbiente, con énfasis en territorios con atractivos naturales y culturales emblemáticos de la Nación, para promover la concientización ambiental a los visitantes, la generación de oportunidades productivas y de formación local, así como alianzas empresariales y de gestión privada.

10.2.2 Sección memoria construida.

En esta sección se vincula “*la salvaguardia, conservación, protección, recuperación y nuevas dinámicas del patrimonio (mueble e inmueble), así como las prácticas del patrimonio cultural inmaterial, a los procesos productivos propios de los territorios*” (DNP, 2019, p. 737). Entre las acciones que se propone:

Desarrollar condiciones necesarias de orden normativo que no limiten la ejecución e incorporación de acciones dirigidas a la conservación, protección, salvaguardia, divulgación y sostenibilidad de los centros históricos o sectores urbanos declarados como Bienes de Interés Cultural, creando incentivos para la inversión en estos espacios.

Min Cultura y MinCIT actualizarán la Política de Turismo Cultural, con énfasis en la articulación interinstitucional de sus iniciativas, y la implementación efectiva de proyectos en los territorios de alto valor cultural y patrimonial con vocación turística.

10.2.3 Sección Colombia naranja desarrollo del emprendimiento de base artística, creativa y tecnológica para la creación de nuevas industrias.

En este apartado se vincula al turismo de la siguiente manera:

El desarrollo de las economías creativas irradiará beneficios para el resto de la economía, incluido el turismo. La creatividad y el diseño, al estar fuertemente relacionadas con la innovación, contribuyen con la expansión de nuevas ideas y con el

aumento de la probabilidad de llevarlas a procesos de comercialización y mercadeo (Hollanders & Cruysen, 2009).

Asimismo establece como objetivo impulsar las agendas creativas para municipios, ciudades y regiones, y el desarrollo de áreas de desarrollo naranja (ADN):

Los ministerios de Cultura, de Comercio, Industria y Turismo y del Trabajo coordinarán con los entes territoriales la elaboración de las agendas creativas para municipios, ciudades y regiones, en articulación con las agendas integradas departamentales de competitividad, ciencia, tecnología e innovación. Las agendas creativas deberán incluir la identificación y caracterización de las ADN en potencia estimaciones de generación de empleo, valor agregado, producción, inversión, demanda y mercados potenciales, etc. , así como el potencial de renovación urbana, necesidades de equipamiento y desarrollo de sinergias, entre otros(DNP, 2019, p. 752).

10.3 Plan Sectorial de Turismo.

El Plan Sectorial de Turismo 2018-2022 *Turismo: El propósito que nos une* del Ministerio de Comercio Industria y Turismo-el Ministerio de Cultura (2018) aborda seis líneas estratégicas que competen al Gobierno Nacional. Las líneas estratégicas son:

1. Generación de condiciones institucionales para el impulso al sector turismo.
2. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística del país.
3. Más inversión, mejor infraestructura y conectividad para el turismo.
4. Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.
5. Fortalecimiento del capital humano para la competitividad del turismo.
6. Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.

10.4 Normas Técnicas Sectoriales de Turismo.

Las Normas Técnicas Sectoriales (NTS) del Ministerio de Comercio Industria y Turismo (2019) tienen como fin establecer parámetros para el correcto funcionamiento de las actividades turísticas en Colombia, en relación con el turismo sostenible y la cadena de valor:

Tabla 10. Normas sectoriales del turismo

NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA (NTS)	
NTS Turismo sostenible	<p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 001-1. Destinos turísticos de Colombia. Requisitos de sostenibilidad, 2006.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad, 2006.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad.</p> <p>Norma Técnica Colombiana NTC - 5133. Etiquetas ambientales tipo I. Sello Ambiental Colombiano. Criterios para establecimientos de alojamiento y hospedaje, 2006.</p> <p>Norma Técnica Colombiana NTS - TS 005. Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad, 2009.</p>
NTS Guías de turismo	<p>Norma Técnica Sectorial NTS – GT 001. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Prestación del servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – GT 002. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Control del desarrollo de los programas según objetivos propuestos. 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – GT 003. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Preparación de las actividades a desarrollar de acuerdo con lo contratado con el usuario, 2002.</p>

	<p>Norma Técnica Sectorial NTS – GT 004. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Realización de procesos básicos para la prestación del servicio, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – GT 005. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Conducción de grupos en recorridos ecoturísticos, 2003.</p> <p>Norma técnica Sectorial NTS – GT 008. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos, 2004.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – GT 009. Guías de turismo. Norma de competencia laboral. Recorridos guiados en museos. Conducción de grupos en recorridos de alta montaña, 2004.</p>
<p>NTS Alojamiento y hospedaje</p>	<p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 001. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Realización de actividades básicas para la prestación del servicio, 2003.</p> <p>Norma técnica Sectorial Colombiana NTSH 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Información a clientes, atención de sugerencias y reclamaciones de acuerdo a políticas de servicio, 2003.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 003. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Prestación de servicio de recepción y reservas conforme a manuales existentes, 2003.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 004. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Atención del área de conserjería de acuerdo al manual de procedimientos, 2003.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 005. Establecimientos de alojamiento y hospedaje. Norma de competencia laboral. Manejo de valores e ingresos relacionados con la operación del establecimiento, 2003.</p>

	<p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos normativos, 2004.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006. Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje. Categorización por estrellas de hoteles, requisitos, 2009.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTSH 007. Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios, 2005.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 008. Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, 2006.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 009. Apartamentos turísticos, requisitos de planta y servicios, 2008.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 0010. Aparta hoteles, requisitos de planta y servicios, 2008.</p>
<p>NTS Establecimientos gastronómicos</p>	<p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 001. Preparación de alimentos de acuerdo con el orden de producción, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 002. Servicio a los clientes con los estándares establecidos, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 003. Control en el manejo de materia prima e insumos en el área de producción de alimentos conforme a requisitos de calidad, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 004. Manejo de recursos cumpliendo las variables definidas por la empresa, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 005. Coordinación de la producción de acuerdo con los procedimientos y estándares establecidos, 2003.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 006. Infraestructura básica en establecimientos de</p>

	<p>la industria gastronómica, 2003.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 007. Norma sanitaria de manipulación de alimentos, 2005.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 008. Categorización de restaurantes por tenedores, 2009.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 009. Seguridad industrial para restaurantes, 2007.</p> <p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS-USNA 010. Servicio al cliente en establecimientos de comida rápida, 2007.</p>
<p>NTS Agencias de viaje</p>	<p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 001: Reservas en agencias de viajes, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 002. Atención al cliente en agencias de viaje, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 003. Infraestructura en agencias de viaje, 2002.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 004. Diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, 2003.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 005. Norma de competencia laboral. Asesoría y venta de servicios y paquetes turísticos satisfaciendo las necesidades del cliente y contribuyendo a los rendimientos esperados por la empresa, 2004.</p> <p>Norma técnica Sectorial NTS – AV 006. Norma de competencia laboral. Administrar el área comercial en agencias de viajes, 2004. Norma Técnica Sectorial NTS – AV 007. Norma de competencia laboral. Dirigir el área administrativa en agencias de viajes, 2004.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 008. Norma de competencia laboral. Dirigir el área financiera en agencias de viajes. Bogotá: ICONTEC, 2006.</p> <p>Norma técnica Sectorial NTS – AV 009. Calidad en la prestación del servicio de transporte turístico</p>

	<p>terrestre automotor. Requisitos normativos, 2007.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 010. Requisitos para la operación de actividades de rafting en turismo de aventura, 2007.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 011. Requisitos para la operación de actividades de Rapel en turismo de aventura, 2007.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – AV 012. Requisitos para la operación de actividades de espeleología recreativa en turismo de aventura, 2008.</p> <p>Norma Técnica Sectorial NTS – OPC 001. Operación de Congresos, Ferias y Convenciones. Requisitos de Servicio. 2009.</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia.

10.5 Turismo en Monguí-Boyacá.

Tabla 11. Normas sectoriales del turismo

Fuente	Referencia	Relacionamiento
Plan de Desarrollo Turístico (PDT) del Departamento de Boyacá 2012-2022.	Este Plan le tiene como visión, que en el año 2025 Boyacá sea el principal destino ecoturístico, histórico, cultural y de naturaleza del país.	Entre sus objetivos está: Programa de construcción de infraestructura para transportes livianos con fines turísticos; teleférico de la Serranía del Cocuy y Güicán; anillo aéreo del Embalse de la Esmeralda, Mejoramiento de servicios públicos en zonas de mayor afluencia turística, proyectos de potabilización del agua, cobertura de señal telefónica, disposición final de basuras, control de emisiones de partículas del aire, entre otros.
		Este plan desarrolla un componente estratégico, en el cual el desarrollo de

<p>Plan de desarrollo Municipal Monguí “Construyendo una nueva historia” 2016 – 2019</p>	<p>El plan de desarrollo del municipio de Monguí propende por el fomento de lo cultural, la exaltación de las costumbres, la recuperación de la memoria histórica, la protección del ecosistema y el aprovechamiento de los diferentes potenciales con los que cuenta la comunidad monguiseña. A través del plan de desarrollo buscan la evolución del municipio, para fortalecer e impulsar lo social, económico, institucional y ambiental, logrando un salto transformador, que marque positivamente la historia de Monguí.</p>	<p>Monguí se vincula fuertemente con el mercado turístico, este puede ser resumido en las siguientes líneas de acción: 1. Transformación social en equidad e inclusión. 2. Monguí, tierra de trabajo y oportunidades. 3. Monguí tierra de acción comunal e impulso estatal. 4. Restauración ambiental y desarrollo sostenible.</p> <p>Cabe mencionar que tanto en el componente de diagnóstico como en el estratégico se describe de manera detallada el tema turístico y ambiental. En el primer caso su situación actual y en el segundo las proyecciones que tienen con relación a cada uno de los temas. Se reconoce la existencia del área protegida del Páramo de Ocetá y la Basílica como uno de los sitios más visitados por los turistas que llegan a Monguí.</p>
--	--	---

<p>Plan de Ordenamiento Ecoturístico del Parque Regional Siscunsi Ocetá.</p>	<p>Este plan da cumplimiento a lo contemplado en la Ley Nacional de Turismo Ley 300 de 1996, en la Ley 1558 de 2012 y en la Política para el Desarrollo del Ecoturismo en Colombia, en donde se determina que “Cualquier destino ecoturístico debe orientar sus acciones teniendo en cuenta el logro de un desarrollo ordenado de la actividad, minimizando impactos ambientales y culturales y optimizando los beneficios para las comunidades locales”.</p>	<p>Este Plan establece el ordenamiento ecoturístico del Parque Natural Regional Unidad Biogeográfica Siscunsi Ocetá en el cual se propone una zonificación para el manejo del parque con zonas de preservación, restauración y uso sostenible. Así mismo establece la propuesta de creación de la zona general de uso público para el PNR Siscunsi Ocetá. Se priorizan dos senderos, uno en Monguí y uno en Sogamoso, de uso turístico dentro del Páramo. A continuación, se señalan los senderos:</p> <p>Sendero denominado Laguna de Siscunsi (Se encuentra en jurisdicción del municipio de Sogamoso, específicamente en la vereda Las Cañas).</p> <p>Sendero denominado Páramo de Ocetá (Es uno de los más visitados dentro del área protegida, éste se encuentra en el municipio de Monguí y tiene como atractivo principal el mirador de la Laguna Negra. El lugar en el que se ubica dicho mirador es parte de la vereda Monguí, del municipio de Mongua, pero la mayor parte del sendero se ubica en las veredas Vallado y Pericos del municipio de Monguí).</p> <p>Posteriormente se hace la determinación de</p>
--	---	--

		<p>capacidad de carga en los atractivos priorizados, así las cosas, para el primer sendero la capacidad de carga efectiva es de 80 personas / día, equivalente a ocho grupos incluidos los guías. Al año el sendero de La Laguna de Siscunsi, podría recibir 29.328 personas. Por su parte la capacidad de carga efectiva para el sendero del Páramo de Ocetá es de 79 personas / día, equivalente a diez grupos incluidos los guías. Al año este sendero podría recibir 28.729 personas. El Plan realiza una propuesta relacionada con el esquema administrativo y operativo para el ecoturismo en el PNR unidad biogeográfica Siscunsi Ocetá y establece una reglamentación para el desarrollo de actividades ecoturísticas en el mismo.</p>
--	--	--

Fuente: Elaboración propia.

11. Talento humano del proyecto

Para el diseño, ejecución y evaluación de esta propuesta con los siguientes perfiles:

Jorge Mario Castro Ocampo: Comunicador social con experiencia en medios de comunicación (BTL), Free Press, creación de contenidos digitales.

Lucy Esther López Panza: Profesional en Literatura, con experiencia de trabajo en implementación de proyectos de mediación de lectura.

Diana Marcela Malagón Martínez: Profesional en Administración Turística y Hotelera, Especialista en Planificación y gestión de destinos turísticos, con experiencia en el sector público y privado, relacionamiento con redes y organizaciones estatales.

Katerin Ortiz Morales: Comunicadora social con experiencia en relaciones públicas en el sector privado, redes digitales, posicionamiento y manejo de crisis.

Cada uno desde su entorno, tiene diferentes capacidades, cualidades y relacionamiento con diferentes públicos que pueden facilitar la implementación de este proyecto de aplicación práctica. Así:

Tabla 12. Capacidades del entorno

Atributos personales	Recursos Financieros	Recursos tecnológicos	Uso de Información	Contactos Políticos
Relaciones Públicas	Conocimiento Agencias de Cooperación	Creación de contenidos digitales	Conocimiento sector privado	Conocimiento Sector Público
Manejo de comunidades	Formulación de Proyectos	Elaboración piezas publicitarias	Manejo de redes sociales	Relacionamiento Alcaldía, Gobernación
Trabajo en equipo		Marketing Digital	Capacidad de información fuente primaria	Documentación
Capacidad de Investigación				Experiencia Legislación Cultura / Turismo

Fuente: Elaboración propia.

12. Indicadores

Tabla 13. Objetivos

Objetivo General	Actividad	Meta	Indicador	Método de cálculo
Diseñar un modelo de gestión para el fortalecimiento del turismo comunitario en el municipio de Monguí Boyacá		Incrementar en 40 % los encadenamientos turísticos del municipio	Resultado	(emprendimientos turísticos diseñados en el proyecto/ Emprendimientos turísticos formalizado del proyecto) X 100
	Convocatoria	Participación del 100% de los convocados al proceso	Cumplimiento	(Número real de emprendedores participantes / Número de emprendedores convocados) X 100
	Selección	25 emprendedores que equivalen al 100 % de lo planeado	Resultado	(Número de emprendedores que finaliza el proceso / Número de emprendedores que iniciaron el proceso) X 100
Objetivos específicos				
Fortalecer las capacidades emprendedoras de los actores del territorio a través de laboratorios de cocreación	Formación	Mejorar en 60% las competencias de los emprendedores	Resultado	(Competencias emprendedoras fortalecidas a actores del territorio / competencias iniciales de actores de territorio) X100

Proponer junto a los emprendedores la oferta de turismo natural y cultural del municipio	Fortalecimiento	Realizar el 100 % de los talleres de formación	Resultado	(Número de talleres planeados/ número de talleres realizados) X 100
	Fortalecimiento	Desarrollar un 20 % más de nuevas ofertas turísticas creativas para el municipio de Monguí	Resultado	(Proyectos turísticos creados por los participantes / Proyectos turísticos del municipio) X 100
	Formación	Mejorar en un 40% las competencias de los emprendedores	Resultado	(Competencias emprendedoras fortalecidas a actores del territorio / competencias iniciales de actores de territorio) X100
Diseñar un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo	Fam Trip	Empaquetamiento de 2 productos turísticos natural y cultural	Cumplimiento	(prototipos realmente creados en el proyecto/ prototipos planeados) X 100

Fuente: Elaboración propia.

1. Presupuesto

El costo del proyecto Camine Sumercé es de \$ 122.815.000 ciento veintidós millones ochocientos quince mil pesos, este valor corresponde al costo neto de las etapas de esta iniciativa. En el CD anexo, se encuentra el archivo de Excel bajo el nombre **Proyección presupuestal en el tiempo**, donde en la hoja “costeo por actividad” se encuentra el detalle de los insumos necesarios para finiquitar cada fase. En resumen estos valores son:

Tabla 14. Etapas del presupuesto

Nombre de la fase	Costo
Fase de caracterización y convocatoria	\$16.960.000

Fase Formativa Fase Laboratorios	\$65.410.000
Fase Comercialización	\$40.445.000
TOTAL	\$ 122.815.000

Fuente: Elaboración propia.

En la hoja **Proyección en meses**, se refleja el costo de las actividades y la proyección en el tiempo de ejecución, este diagrama de creación propia combina el cronograma de impactos del proyecto con la inversión temporal, que se estima será en un lapso de **8 meses** incluyendo una semana de receso.

En la hoja **Proyección de venta**, se presenta el costo de las líneas de acción, y se exponen dos formas de venta del proyecto. En esta última parte se presenta una posibilidad de venta directa, donde un comprador adquiere los derechos de autor proyecto y asume los costos de ejecución, quien o quienes compren el proyecto tendrán el diseño completo incluyendo las mallas curriculares, cronogramas y material recopilado del proyecto; dicha proyección se estima en el siguiente valor:

Tabla 15. Costos de ejecución

PROYECCIÓN DE VENTA	VALOR
Costo total Camine Sumercé	\$ 122.815.000
Valor de venta Propiedad Intelectual	\$ 120.000.000
TOTAL	\$ 242.815.000

Fuente: Elaboración propia.

Adicionalmente, se presenta una opción donde solo se paga el costo del proyecto más la ejecución, esta opción el o los compradores, no se encargan del desarrollo del proyecto y lo ceden al equipo de **Camine Sumercé**, en este caso lo generado en los talleres y las propuestas no serán compartidas con el comprado, pues no está pagando por los derechos de propiedad intelectual del proyecto:

Tabla 16. Valor de ejecución

PROYECCIÓN DE VENTA	VALOR
Costo total Camine Sumercé	\$ 122.815.000
Valor de ejecución	\$ 40.000.000
TOTAL	\$ 162.815.000

Fuente: Elaboración propia.

El presupuesto está basado en la implementación de actividades secuenciales fundamentadas en procesos de: fortalecimiento de las capacidades emprendedoras de los actores del territorio a través de laboratorios de cocreación; proponer junto a los emprendedores la oferta de turismo natural y cultural del municipio y diseñar un prototipo de encadenamientos productivos asociados al turismo. Estas etapas a su vez están divididas en 4 fases de realización, su distribución está trazada de la siguiente manera:

Fase de caracterización y convocatoria: En esta fase inicial se busca investigar, comprender el contexto del territorio, preparando paralelamente al equipo para los encuentros con la comunidad. Una vez el equipo tenga la información necesaria para avanzar, vendrán una serie de actividades para convocar a los beneficiarios del proyecto.

Fase Formativa: Una vez el equipo de Camine Sumercé tenga la selección de los emprendedores se dará inicio a la formación de los mismos. Los talleres buscan fortalecer las capacidades de los participantes, estrechar lazos sociales, articulación de los mismos e integración al turismo de forma complementaria a las actividades tradicionales, con una perspectiva a futuro que se dirija al reconocimiento de los potenciales turísticos y patrimoniales del territorio.

Fase Laboratorios: Dando continuidad a la fase de formación, los emprendedores se enfrentarán a una serie de laboratorios donde deberán crear de manera conjunta su oferta turística centrada en el turismo natural y cultural del municipio.

Fase Comercialización: Finalmente el propósito del proyecto es que las capacidades que los emprendedores fortalecieron puedan presentarse a la comunidad de Monguí, además tener la posibilidad de construir su producto a expertos de turismo que aportaran a su crecimiento.

Tabla 17. Fases y costos del proyecto

LÍNEA DE ACCIÓN	CANTIDAD	COSTO INDIVIDUAL	COSTO TOTAL
CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO	1	\$ 3.500.000	\$ 3.500.000
CARACTERIZACIÓN Y CONVOCATORIA DE EMPRENDEDORES	1	\$ 7.210.000	\$ 7.210.000
SELECCIÓN DE EMPRENDEDORES	1	\$ 5.050.000	\$ 5.050.000
COSTOS TRANSVERSALES FASE CONVOCATORIA	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
FORMACIÓN Y FOTALECIMIENTO DE CAPACIDADES	1	\$ 38.425.000	\$ 38.425.000
LABORATORIOS	1	\$ 26.985.000	\$ 26.985.000
SOCIALIZACIÓN EN CAMPO	1	\$ 19.085.000	\$ 19.085.000
SOCIALIZACIÓN EN COMUNIDAD	1	\$ 2.040.000	\$ 2.040.000
VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN (FAM TRIP)	1	\$ 19.320.000	\$ 19.320.000
			\$ 122.815.000

Tabla 18. Fase de caracterización y convocatoria

Fase de caracterización y convocatoria				
CARACTERIZACIÓN DEL TERRITORIO				
\$ 3.500.000				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
INVESTIGADORES	PROFESIONALE	\$1.600.000	2	\$ 3.200.000
MATERIAL	GLOBAL	\$ 300.000	1	\$ 300.000
				\$ 3.500.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 3.500.000
CARACTERIZACIÓN Y CONVOCATORIA DE EMPRENDEDORES				
\$ 7.210.000				
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FLYERS DE PROMOCIÓN	TIRAJE	\$ 120.000	1	\$ 120.000
PROMOCIÓN RADIAL RADIO BOYACÁ	CUÑAS	\$ 230.000	25	\$ 5.750.000
PERIFONEO	RECORRIDOS	\$ 35.000	4	\$ 140.000
COMUNICADORES SOCIALES	PROFESIONALE	\$1.200.000	1	\$ 1.200.000
				\$ 7.210.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 7.210.000

CARACTERIZACIÓN Y CONVOCATORIA DE EMPRENDEDORES	
\$	7.210.000

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FLYERS DE PROMOCIÓN	TIRAJE	\$ 120.000	1	\$ 120.000
PROMOCIÓN RADIAL RADIO BOYACÁ	CUÑAS	\$ 230.000	25	\$ 5.750.000
PERIFONEO	RECORRIDOS	\$ 35.000	4	\$ 140.000
COMUNICADORES SOCIALES	PROFESIONALE	\$1.200.000	1	\$ 1.200.000
				\$ 7.210.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 7.210.000

SELECCIÓN DE EMPRENDEDORES	
\$	5.050.000

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FÁCILITADORES	PROFESIONAL	\$4.000.000	1	\$ 4.000.000
MATERIAL DE PRUEBAS	KITS	\$ 5.000	50	\$ 250.000
ESPACIO PARA PRUEBAS, ENTREVISTAS, INDUCCIÓN	GLOBAL	\$ 500.000	1	\$ 500.000
ALQUILER DE EQUIPOS	GLOBAL	\$ 300.000	1	\$ 300.000
				\$ 5.050.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 5.050.000

COSTOS TRANSVERSALES FASE CONVOCATORIA	
\$	-

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
COORDINADOR LOGÍSTICO	MES	\$1.200.000	1	\$ 1.200.000
				\$ 1.200.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 1.200.000

TOTAL FASE CARACTERIZACIÓN Y CONVOCATORIA		\$ 16.960.000
--	--	----------------------

Fase Formativa | Fase Laboratorios

FORMACIÓN Y FORTALECIMIENTO DE CAPACIDADES	
\$	38.425.000

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FACILITADORES	PROFESIONALE	\$3.520.000	5	\$ 17.600.000
MATERIAL DIDACTICO	KITS	\$ 30.000	125	\$ 3.750.000
ALQUILER DE ESPACIOS (EQUIPOS + REFRIGERIOS)	DÍAS	\$1.500.000	10	\$ 15.000.000
CERTIFICADOS	PERSONAS	\$ 3.000	25	\$ 75.000
PERSONAL APOYO LOGÍSTICO	HORAS	\$ 25.000	80	\$ 2.000.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$ 38.425.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 38.425.000

OFERTA DE TURISMO NATURAL Y CULTURAL DEL MUNICIPIO
\$ 26.985.000

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FACILITADORES	PROFESIONALE	\$3.520.000	3	\$ 10.560.000
ALQUILER DE ESPACIOS (EQUIPOS + REFRIGERIOS)	DÍAS	\$1.500.000	9	\$ 13.500.000
PERSONAL LOGÍSTICO	HORAS	\$ 25.000	72	\$ 1.800.000
MATERIAL DIDACTICO	KITS	\$ 15.000	75	\$ 1.125.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$ 26.985.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 26.985.000

TOTAL FASE CARACTERIZACIÓN Y CONVOCATORIA \$ 65.410.000

Fase Comercialización

SOCIALIZACIÓN EN CAMPO
\$ 19.085.000

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FACILITADORES	PROFESIONALE	\$3.520.000	5	\$ 17.600.000
TRANSPORTE	HORAS	\$ 20.000	60	\$ 1.200.000
KIT TRABAJO DE CAMPO	UNIDADES	\$ 4.600	25	\$ 115.000
MATERIAL DIDACTICO	KITS	\$ 50.000	1	\$ 50.000
ESPACIO PARA SOCIALIZACIÓN	HORAS	\$ 30.000	4	\$ 120.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$ 19.085.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 19.085.000

SOCIALIZACIÓN EN COMUNIDAD
\$ 2.040.000

CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FACILITADORES	HORAS	\$ 220.000	6	\$ 1.320.000
PERSONAL LOGÍSTICO	HORAS	\$ 50.000	3	\$ 150.000
ESPACIO PARA SOCIALIZACIÓN	HORAS	\$ 60.000	4	\$ 240.000
ESTACIÓN DE CAFÉ (X200 PERSONAS)	SERVICIO	\$ 320.000	1	\$ 320.000
ENCUESTAS PARA LA	FOTOCOPIAS	\$ 50	200	\$ 10.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$ 2.040.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 2.040.000

VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN (FAM TRIP)				
				\$ 19.320.000
CONCEPTO	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO UNIDAD	UNIDADES UTILIZADAS	COSTO TOTAL
FACILITADORES/LOGISTICA	PERSONA	\$3.000.000	2	\$ 6.000.000
TRASLADOS AEREOS (X 5, Rutas: Medellín, Cartagena,	GLOBAL	\$ 700.000	5	\$ 3.500.000
TRASLADOS TERRESTRES	DÍAS	\$1.300.000	2	\$ 2.600.000
TRASLADOS INTERNOS (VAN)	DÍAS	\$ 400.000	2	\$ 800.000
ALOJAMIENTO x 3 noches	NOCHES ALOJAMIENTO	\$ 540.000	8	\$ 4.320.000
ALIMENTACIÓN	ALIMENTACIÓ	\$ 25.000	12	\$ 300.000
ACTIVIDADES	GLOBAL	\$ 150.000	4	\$ 600.000
GUIANZA LIDERES TURISMO COMUNITARIO	PERSONA	\$ 600.000	2	\$ 1.200.000
TOTAL COSTOS DE MATERIAS PRIMAS E INSUMOS				\$ 19.320.000
				0% \$ -
TOTAL COSTO VARIABLE UNITARIO				\$ 19.320.000
TOTAL FASE CARACTERIZACIÓN Y CONVOCATORÍA				\$ 40.445.000
COSTO TOTAL CAMINE SUMERCÉ				\$ 122.815.000

2. Fuentes de financiación

Con el fin de buscar alianzas estratégicas para conseguir intercambios de experiencias, contribuciones técnicas, financieras y tecnológicas que desarrollen el territorio a partir del proyecto, se realizó una investigación para obtener información de diferentes fuentes de financiación. Esta información se obtuvo de forma directa, indirecta, vía telefónica, electrónica y redes sociales. A continuación se enlistan las fuentes de cooperación para el proyecto Camine Sumercé:

1) Financiación internacional: cooperación internacional y donaciones

- **USAID**, La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional: Procesos Productivos en municipios PDET (Programas de Desarrollo con Enfoque Territorial) con fuentes de desarrollo alternativo no minero energético (Turismo comunitario, artesanías, turismo de naturaleza)
- **PNUD**, El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: PPD- Programa de pequeñas donaciones, el cual apoya el fortalecimiento de turismo comunitario

- **AECID**, Agencia Española para la Cooperación Internacional y el Desarrollo. A través de sus proyectos apoyan, fortalecen iniciativas desde el diseño de producto hasta llegar a procesos de comercialización y promoción
- **OMT**, Organización Mundial del Turismo, en términos de transferencias de capacidades y asesoría a nivel global.
- **JICA**, La Agencia Japonesa de Cooperación Internacional, a través de su programa OVOP- One Village One Product que tiene presencia en Colombia y está enfocada en los procesos productivos y de identidad que pueden tener los territorios.
- **KOICA**, Agencia Coreana de Cooperación Internacional
- **BID**, Fondos provenientes del Banco Mundial Banco Interamericano de Desarrollo
- **FOMIN** Fondo Multilateral de Inversiones del BID
- **CAF**, Corporación Andina de Fomento
- **BEI**, Banco europeo de Inversiones
- **Embajada de Países Bajos**. Quienes cuentan con programas especiales para comunidades, territorio y turismo
- **APC**, Agencia Presidencial de Cooperación Internacional de Colombia

2) Financiación nacional / entidad territorial

Teniendo en cuenta que el proyecto puede ser ofrecido a la Alcaldía de Monguí y a la Gobernación de Boyacá quienes están facultados para presentar proyectos y acceder a recursos de diferentes fuentes públicas:

- **Ministerio de Comercio, Industria y Turismo**, De acuerdo con el Manual para la Destinación de recursos y presentación de proyectos de Fontur, esta cartera cuenta con recursos públicos de acuerdo con lo establecido en la ley 1101 de 2016 y Ley

1558 de 2012, los cuales “se destinan a la realización de proyectos de competitividad, promoción y mercadeo, bienes e infraestructura turística con el fin de incrementar el turismo interno y receptivo, de acuerdo con la Política de Turismo que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo señale al Comité Directivo del Fondo”. Siendo Monguú uno de los 17 pueblos de la Red Turística de Pueblos Patrimonio de Colombia, programa creado por dicho ministerio, contribuye a una mayor pertinencia de acceso a recursos por esta línea.

- **Ministerio de Cultura (Becas):** cuenta dentro de su portafolio con el PNE, Programa Nacional de Estímulos el cual tiene como propósito “movilizar a los artistas, creadores, investigadores y gestores culturales colombianos, bien sea en el ámbito nacional o internacional, para que en las más diversas disciplinas, reciban a través de becas, pasantías, premios nacionales, reconocimientos o residencias artísticas un estímulo a su quehacer.” En el año 2019 en el marco de la Economía Naranja, crearon una beca especial: **“Becas a proyectos comunitarios en turismo cultural” la cual destino 5 premios de \$50 millones de pesos.** ** Cabe resaltar que esta convocatoria es para personas naturales, lo que permite una gestión más rápida de acceder a los recursos

- ***Economía Naranja:** Teniendo en cuenta que el proyecto cuenta con un componente de Turismo Cultural el cual hace parte de la estrategia de Gobierno de Economía Naranja, de acuerdo con la Ley 1834 de 2017 por medio de la cual se reglamenta la Economía Creativa Ley Naranja, incluye el turismo y patrimonio cultural material e inmaterial dentro de las industrias creativas, lo que por la esencia de este proyecto cuenta con pertinencia en este sentido para acceder a posibles fuentes de financiamiento que se deriven en esta política como las diferentes líneas de INNPULSA, Fondo emprender SENA, Colombia Productiva y Bancoldex.

- **Alcaldía de Monguú y Gobernación de Boyacá:** Una de las principales fuentes de financiamiento son: Secretaría Departamental de Cultura y Turismo de Boyacá, quienes han hecho parte del proceso de fortalecimiento del Turismo Comunitario en el departamento, y la Alcaldía de Monguú que también se encuentra facultada para acceder a recursos de orden nacional.

3) Financiación intersectorial (o 'mixta')- convocatorias

- Endeavor: dedicados a seleccionar emprendedores con el potencial para acelerar y escalar los modelos de negocio.
- Ángeles Inversionistas
- Cámara de Comercio de Duitama

4) Financiación privada / entidades bancarias.

- Aporte de socios del proyecto
- Coomultrasán
- Banco Bilbao Vizcaya Argentina (BBVA)
- Davivienda
- Bancolombia
- Grupo Aval
- Banco Agrario

14. Cronograma de implementación

Consultar archivo Excel, hoja 2

15. Conclusiones

Monguí carece de estrategias que fortalezcan emprendimientos asociados al turismo comunitario, se debe tomar conciencia desde la misma comunidad, en diversificar la oferta de actividades turísticas, fortalecer la cadena de valor y aprovechar otros atractivos para disminuir la presión sobre el páramo de Ocetá y el reconocimiento del patrimonio cultural por parte de la población

Existen diferentes alternativas para que los municipios puedan tener un mejor desarrollo económico, social, ambiental, una de esas es el turismo; este proyecto busca fortalecer la comunidad receptora para que sea quien ofrece directamente los productos o servicios al turista,

lo que genera una mayor participación de esta población en la actividad, desencadenando que los beneficios económicos sean generados para ellos.

Las experiencias articuladas entre la población, permiten que los productos o servicios ofrecidos en el sector turismo consoliden y posicionen el destino. Generando mensajes relacionados con el cuidado y la protección de su patrimonio natural y cultural.

El turismo comunitario se puede aplicar en Monguí, en primer lugar, porque la población desea realizar actividades relacionadas con esta industria, el municipio también cuenta con conectividad, dos de los principales criterios para desarrollar el turismo en un territorio. Adicionalmente con una gestión adecuada puede servir como herramienta para mitigar los riesgos de zonas vulnerables como el páramo, se puede fortalecer la cadena de valor, encontrando aliados estratégicos. Para esto se considera de suma importancia la formación para los stakeholders, ofrecida a través de Camine Sumercé.

Se puede mejorar la calidad de la información turística que se ofrece en el municipio, así como construir protocolos de guianza que permitan manejar información básica similar por parte de todos los guías y operadores turísticos del municipio. Para esto se pueden organizar capacitaciones para los prestadores de servicios con el fin de mejorar la calidad de los productos y servicios que se ofrecen y cualificar al personal involucrado en patrimonio cultural y natural.

La cultura y la naturaleza se presentan como dos factores relevantes que pueden fortalecer un territorio a partir de la gestión del turismo, no necesariamente segmentándolas en productos turísticos diferenciados, sino encontrando el valor de hacer una hibridación en de sus componentes y a partir de esto crear un producto que fortalezca y diversifique la oferta pero también que resalte la importancia de su cuidado para la población misma.

Los operadores turísticos monguiseños podrían vincular a los propietarios y las personas que viven en el páramo en la prestación de servicios turísticos como una alternativa económica y para la de conservación de este (por ejemplo, con la adecuación de zonas para camping, la venta de aromáticas y bebidas calientes, posadas de montaña, letrinas secas, entre otros). Además de esto, se deberían involucrar a la academia, quienes están sensibilizados sobre las problemáticas del patrimonio cultural monguiseño y los ecosistemas de páramo. El municipio puede exigir de diversas maneras estrategias para que los visitantes ingresen al páramo con guías locales para que generen una mínima afectación al ecosistema y aprendan sobre el páramo y su importancia.

Por último, entidades responsables de la educación como los colegios y el SENA deben orientar sus esfuerzos en capacitar a las personas para el trabajo en el turismo, pues es una alternativa para generar empleo y desarrollo local. Uno de estos elementos que puede contribuir es el programa CAT, Colegios Amigos del Turismo, cuyo objetivo es generar cultura turística y aportar a la competitividad de los destinos, Monguí cuenta con la Institución Educativa Técnica José Acevedo y Gómez.

El turismo comunitario se presenta como un modelo de negocio para municipios cuya necesidad es el fortalecimiento de su economía, integridad, contribuyendo también a la creación de sinergias y acercamiento de la población.

Es importante resaltar que el turismo genera efectos negativos en los destinos, como toda industria presenta impactos; económicos, sociales, culturales o ambientales. Camine Sumercé al trabajar con una línea basada en el turismo, puede llegar a impactar a largo plazo en la cantidad de llegada de turistas al municipio, motivo por el cual desde la concepción del proyecto se plantea la necesidad de trabajar desde la línea de competitividad y no promoción; donde la principal actividad sea el fortalecimiento de las capacidades de la comunidad local, en articulación con los diferentes organismos administrativos, tanto del sector público como el sector privado. De esta manera contribuir a su preparación y disposición previa a un alto flujo de turistas.

La finalidad de este proyecto es el trabajo en equipo, como se demuestra en los procesos que se llevarían a cabo en la malla curricular y en el modelo de gestión. Los actores del territorios son determinantes en la articulación del proyecto Camine Sumercé como la Administración municipal, a cargo de su Alcalde y/o equipo de profesionales, centros de conocimiento (Sena, Colegios de la zona) instituciones privadas, colectivos, organizaciones culturales, entes políticos y administrativos, etc., quienes garantizan el cumplimiento de múltiples normas y contribuyen a una mejor socialización y ejecución de actividades, garantizando la participación de la comunidad en el proceso que se adelante.

Es un deber priorizar las actividades del municipio y el posible desarrollo de las mismas de acuerdo con lo establecido en los documentos que integran una serie de obligaciones y/o recomendaciones, como el Plan de Desarrollo Departamental y municipal, el Plan Especial de Manejo y Protección del Centro Histórico (Elaborado por Ministerio de Cultura), El Plan de Desarrollo Turístico, el Esquema de Ordenamiento territorial, entre otros.

El proyecto encuentra en la Economía Naranja, sustentado en la ley 1834 de 2017, una oportunidad para encontrar posibles fuentes de financiamiento, toda vez que “turismo” hace parte de la definición de industrias creativas: “... comprenderán de forma genérica -pero sin limitarse a-, los sectores editoriales, audiovisuales, fonográficos, de artes visuales, de 'artes escénicas y espectáculos, de turismo y patrimonio cultural material e inmaterial, de educación artística y cultural, de diseño, publicidad”.

16. Referencias

- Cardona Prieto, M. & Burgos Doriab, R. (2016). El turismo comunitario en Colombia: iniciativa de desarrollo local y estrategia de empoderamiento del patrimonio cultural. *HALLAZGOS*, 193-214.
- Departamento Nacional de Planeación. (2019). *Bases del Plan Nacional de Desarrollo 2018-2022: Pacto por Colombia. Pacto por la equidad*. Bogotá.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística, (DANE, 2019) Necesidades básicas Insatisfechas. Lugar de publicación: www.dane.gov.co. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/necesidades-basicas-insatisfechas-nbi>
- Duis, U. (2018). *Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural-patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío*. Turismo Y Sociedad, 22, 125-149.
- Fals, O. (2006). *El hombre y la tierra en Boyacá: bases sociológicas e históricas*. UPTC. Tunja.
- Friedman, T. (2006). *La Tierra es plana: breve historia del mundo globalizado del siglo XXI*. Ediciones Martínez Roca. Madrid.
- Gascón, J. & Cañada, E. (2005) *Viajar a todo tren: Turismo, desarrollo y sostenibilidad*. Barcelona.
- García, R. (2017) Turismo Rural Comunitario (TRC). Aprende Turismo. Recuperado de: <https://www.aprendedeturismo.org/turismo-rural-comunitario-trc/>

- Giraldo, W & Otero, M. (2015) *Turismo cultural en Villavicencio. Producción, consumo e internacionalización*. Ediciones USTA.
- Gobierno de Colombia. (23 de Mayo de 2017). Ley 1834 de 2017. *Ley Naranja*. Bogotá, Colombia.
- International Council on Monuments and Sites, (ICOMOS, 1999) Carta internacional sobre turismo cultural. La gestión del turismo en los sitios con patrimonio significativo. Recuperado de: https://www.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf
- Inostroza, G. (2008) Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la Región Andina. Gestión Turística.
- Kropotkin, P. (2016). *El apoyo mutuo: Un factor de evolución*. Editorial La Rioja.
- Lévy, P. (2004) *Inteligencia colectiva: Por una antropología del ciberespacio*. Recuperado de: <https://bit.ly/353t7sF>
- Margalina, V. (2015). *La Web 2.0 y la co-creación de valor. Impacto de la Web 2.0 en la empresa y el aprovechamiento de la inteligencia colectiva*. Madrid.
- Miklos, I. & Tellos, M. (2014). *Planeación prospectiva: Una estrategia para el diseño del futuro*. Editorial Limusa. México.
- MINCIT, & FONTUR. (2016). *Política de calidad turística*. Bogotá. Doi: https://doi.org/10.1007/10_2007_055
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo Ministerio de Cultura. (2007). *Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2014). *Norma Sectorial NTS-TS 001*. Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (Junio de 2016). Plan estratégico de desarrollo turístico 2016 – 2025. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo; Ministerio de Cultura. (2018). *Plan Sectorial de Turismo*. Bogotá.
- Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2019). Normas Técnicas Sectoriales de Turismo. Recuperado de: <https://bit.ly/2P3E0oT>

- Ministerio de Comercio Industria y Turismo, (2019) Turismo Comunitario en Colombia. Recuperado de: www.mincit.gov.co
- Ministerio de Cultura. (2013). *Diagnóstico Cultural de Colombia* (1st ed.). Bogotá. Recuperado de: <https://bit.ly/38nQUpo>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (2016). *Cartilla Co-Cre-Ar*. Centro de Innovación Pública Digital. Bogotá.
- Ministerio de Turismo del Ecuador (2019). Reglamento para Centros de Turismo Comunitario. [Consulta: 2019-11-24]. Recuperado de: <https://bit.ly/2RmAI1A>
- Orgaz, F. (2013) El turismo comunitario como herramienta para el desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados. *Revista Nómadas. Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*. 77-90 Doi: https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2013.v38.42908
- Procolombia, (2017) Turismo comunitario, un modelo de negocio. Recuperado de: <https://procolombia.co/memorias/turismo-comunitario-un-modelo-de-negocio>
- Organización Mundial de Turismo (2016). *Alianza entre turismo y cultura en el Perú, modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. (2016). Madrid: España.
- Prahalad & Ramaswamy (2004). *The future of competition*. [Consulta: 2019-11-23]. Recuperado de: <https://bit.ly/2RynSgL>
- PROCASUR & FIDA. (2011). *Manejo del Turismo Comunitario - Ecuador*. Quito: Procasur.
- Procolombia. (2017). Informe Perfil Turismo Comunitario.
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. *PASOS, Revista de turismo y patrimonio cultural*.
- The ostelea. (s.f.). *School of tourism & hospitality*. Recuperado el 2019 de 9 de 30, de El Turismo Comunitario Mueve 16 Mil Millones De Dólares. Recuperado de: https://www.ostelea.com/actualidad/noticias/el-turismo-comunitario-mueve-16-mil-millones-de-dolares?fbclid=IwAR1ecd50hFFV2nvBtl4uitVr7IcVC_9ffDTyLvdN6timlYTm5_s2wwKNVAM
- UNESCO. (2018). Re-pensar las políticas culturales. Creatividad para el desarrollo. . Francia: UNESCO.

17. Apéndices

Apéndice A.

52 iniciativas de turismo comunitario – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo		
Nombre iniciativa	Municipio /Dpto.	Descripción comunidad - MINCIT
Ecoturismo en el Parque Regional de Manglares Old Point	San Andrés	Los beneficiarios no corresponden a una organización de base comunitaria, son una agencia operadora que ha sido beneficiada de procesos de formación provenientes de distintas organizaciones de carácter público y privado.
Ruta turística Seaflower, Old Providence & Ketleena Islands	Providencia	La iniciativa es presentada por una agencia operadora conformada por 3 socios, sus expectativas frente al proyecto correspondían al proceso de formación otorgado.
Fortalecimiento integral para taxistas	Providencia	La iniciativa fue presentada desde la Secretaría de turismo de Providencia, planteando como beneficiarios a la asociación de taxistas, figura que existe formalmente pero que necesita mucho más articulación en la práctica
Palenque Rincón de África	Mahates, Bolívar	La iniciativa fue presentada por una organización de base comunitaria conformada por afrodescendientes,

Artesanías Pueblo Bello	Pueblo Bello, Cesar	Los beneficiarios de esta iniciativa fueron un grupo heterogéneo compuesto por campesinos, artesanos, agricultores y un profesor de turismo del SENA, actualmente no ofrecen servicios turísticos; sin embargo, reconocen la oportunidad de complementar la venta de artesanías, que es su principal actividad, con un producto cultural y de naturaleza que se planteó como resultado del desarrollo de la formación.
Mujeres campesinas caficultoras	Urumita, La Guajira	Las características de la comunidad beneficiada se resalta que no corresponde a una organización de base comunitaria, está compuesta por grupo de mujeres caficultoras, músicos y compositores, pertenecientes a la oferta cultural del destino
Colibrí Trochilinas de mi Sierra	Machete Pelao, Santa Marta	La comunidad, está conformada por habitantes de 6 veredas aledañas a Ciudad Perdida, principal atractivo turístico de la zona. Entre el grupo se identificaron desde estudiantes del colegio interesados en el turismo como parte de su futuro, así como comunidad campesina en busca de nuevas oportunidades que complementen sus ingresos, su intención es estructurar un producto de avistamiento de aves
Artesanos unidos por limites	Los Limites, Atlántico	La iniciativa fue presentada por la Asociación de artesanas de Los Límites, su actividad principal es el tejido de mochilas. Previo al desarrollo del proceso de formación no contaban una oferta de servicios turísticos constituida
Memorias de un territorio compartido con las aves	Dibulla, Guajira	La iniciativa fue presentada por la Fundación Nuevo Mundo, que ha apoyado diversos procesos a la comunidad conformada por mujeres y hombre campesinos, principalmente entorno a la agricultura
Fortalecimiento de sector gastronómico tradicional Kogui en el territorio de turismo paz Camino Teyuna	Machete Pelao, Santa Marta	El proyecto buscaba fortalecer la gastronomía tradicional de los Koguis. El grupo estaba compuesto por campesinos, cocineras y guías de las áreas de influencia del camino a Ciudad perdida y no contaba con miembros de la comunidad indígena

Fortalecimiento de la ruta de Aviturismo del Caribe, Turismo y Paz	Santa Marta	La iniciativa fue presentada por Tayrona Birding Nature Guides S.A.S conformado por un grupo de guías especializados en la Sierra Nevada de Santa Marta y el Parque Nacional Natural Tayrona
Arte y Tejido	Juan de Acosta - Chorrera, Atlántico	La propuesta de la comunidad, contemplada un proceso de formación en ecoturismo, cooperativismo y tejido social; La iniciativa fue presentada por una asociación que se dedica a la fabricación de artesanías; previo al desarrollo de la formación no contaban con ninguna oferta turística constituida,
Viva Atlántico	Galapa, Atlántico	Los beneficiarios pertenecen a una empresa familiar que se dedica a la fabricación de artesanías en madera usadas para el carnaval de Barranquilla.
Mejoramiento del servicio turístico del corregimiento de Rincón del Mar	San Onofre, Sucre	La iniciativa fue presentada por la Asociación de guías turísticos; sin embargo la iniciativa se extendió a los diferentes prestadores de servicios turísticos de Rincón del Mar
Ruta cultural: la Vagabunda Pasión de la Bacanidad	Santa Cruz de Lorica - Córdoba	Los beneficiarios son un grupo de familias y amigos, con un grado alto de preparación académica en diferentes áreas del conocimiento, actualmente no oferta ningún tipo de servicio turístico; no obstante, el proceso logró confirmar el interés en el sector y fortalecer su idea de un producto turístico literario innovador
Fortalecimiento del turismo comunitario en la población de Caño Grande	San Bernardo del Viento - Caño Grande, Córdoba	La iniciativa benefició a dos asociaciones, la de guías y transportadores del destino, se resalta el papel del líder de la comunidad, quien orienta el desarrollo tanto operativo como administrativo.
Desarrollo competitivo del turismo de naturaleza en las familias indígenas Zenues del corregimiento de Caribia	Necoclí, Antioquia	La propuesta presentada por la comunidad Zenú, solicitaba, la organización de los atractivos naturales que tiene el corregimiento, (no obstante estas personas no están apropiadas de sus prácticas culturales

Vuelos de esperanza	Capurganá - Acandí, Chocó	La iniciativa la presentó la asociación de empresarios de la zona, el proceso se abrió para todos los miembros de la comunidad. La propuesta estaba encaminada a desarrollar un producto turístico de avistamiento de aves para ampliar la oferta entorno a al turismo de sol y playa
Plan de comercialización para la Etnoaldea Turística KIPHARA TE de la comunidad	Nuquí, Chocó	La iniciativa es presentada por la asociación de la Etnoaldea Kipara Te, de la comunidad de Boca de Jagua, esta organización es la encargada de administrar la etnoaldea Kipara Te, cuentan con una infraestructura para prestar los servicios de alojamiento, así como actividades relativas a la naturaleza y su cultura
Asogunigma	La Macarena, Meta	La iniciativa fue presentada por una comunidad conformada por una asociación de guías denominada Asounigma; su propuesta estaba orientada a la creación de un producto y rutas turísticas de avistamiento de aves para diversificar la oferta turística de La Macarena
Etnohotel	Puerto López, Meta	La propuesta presentada por la comunidad estaba orientada hacia la construcción de un establecimiento de alojamiento y hospedaje étnico, diseñado de acuerdo a las costumbres y la arquitectura de la etnia ACHAGUA
Ruta turística Guayupe	Lejanías, Meta	La comunidad está conformada por 7 familias dedicadas a la prestación de servicios turísticos en la vereda, entre los cuales se resalta alojamiento, restaurantes y guianza que se venden de manera individual
Impulsar el Turismo Comunitario en la Vereda El Tiestal, desde el parque ecoturístico "El Tiestal" como producto turístico	Yopal, Casanare	La iniciativa fue presentada por la Junta de Acción Comunal de La Vereda El Tiestal, que cuenta con una reserva de conservación de la sociedad civil
Diseño y fortalecimiento de la		El proyecto fue presentado por una consultora externa a la comunidad, quienes solicitaban

ruta agro turística del cacao fino de sabor y aroma	Arauca, Arauca	adelantar la caracterización de la cadena turística, realizar un inventario de atractivos turísticos, diseñar un museo de cacao en el casco urbano de Arauquita
Turismo comunidad indígena de coco Viejo	Coco Viejo, Inírida	El proyecto presentado solicitaba la creación de una ruta turística étnica. Lo presentó la comunidad étnica Curripaco para su resguardo, actualmente su oferta turística está compuesta por la venta de gastronomía tradicional, venta de artesanías y un recorrido por las piedras con petrográficos
Comunidad indígena Barranco Tigre, grupo étnico Puinave	Barranco Tigre, Inírida	La iniciativa presentada, solicitaba capacitación en diseño de producto turístico; La organización beneficiada corresponde a la comunidad étnica de Puinave en Barranco Tigre, ofertan actualmente actividades de pesca deportiva
Capacitación sobre turismo comunitario y elaboración de inventario de sitios naturales y culturales	Mitú, Vaupés	La iniciativa presentada solicitaba la realización de talleres de formación sobre temáticas de turismo comunitario en las 21 comunidades asentadas sobre la cuenca del río Cuduyarí, de la comunidad beneficiada, corresponde al grupo indígena Cubeo-Pamiva.
Diseño de un plan estratégico de comercialización del turismo de naturaleza en la Isla de Santa Elena y su área de influencia en los resguardos indígenas de Guaripa y Bachaco	Puerto Carreño. Vichada	La iniciativa solicitaba la creación de un plan estratégico que promueva el turismo de naturaleza. El proyecto fue presentado por Agropesca Novoa, empresa liderada por 4 hermanos que funciona como una agencia operadora, donde el producto insignia es la pesca deportiva
Turismo de bienestar medicina tradicional herederos del saber desana	San José del Guaviare, Guaviare	El proyecto fue presentado por la asociación Herederos del saber desana, conformada por los habitantes de zonas aledañas a la Serranía de la Lindosa, su principal atractivo son las formaciones rocosas en piedra en donde se encuentran pictogramas
	Bogotá	

Tissus Quebrada Las delicias		La iniciativa es presentada por una líder comunitaria del barrio Juan XXIII, que solicitaba la elaboración de rutas turísticas comunitarias
Avistamiento de aves una alternativa sostenible	Pitalito, Huila	fue presentada a través de la corporación Mashiramo, Cuentan con amplia experiencia en procesos de conservación ambiental
Diseño de producto turístico rural en La Vereda La Mensura	Palestina, Huila	En a las características de la comunidad es una asociación denominada Corpoandakies, la cual se dedica a la preservación de los bosques Andinos, funcionan como agencia operadora que oferta los servicios de alquiler de caballos y guianza en el PNN Los Guacharos
Fuente primaria para la gestión de servicios sostenibles	Palestina, Huila	La iniciativa la lideró la Fundación Cerca Viva constituida en su mayoría por campesinos que viven en el área de influencia al PNN Cueva de los Guácharos y trabajan de la mano con la Cooperación Andakies
Proyecto turístico cultural de la comunidad indígena Kichwa de Sesquilé	Sesquilé, Cundinamarca	La propuesta presentada, a través de la hija del Gobernador del Cabildo Kichwa, solicitaba capacitación en servicio al cliente y obtención del RNT. La principal fuente de sus ingresos es el tejido; confeccionan ruanas, mochilas, hamacas, etc
Fortalecimiento del proceso de turismo rural comunitario en la región de Gutiérrez y Norte de Santander	Gutiérrez, Boyacá	La propuesta fue presentada por la figura de la Red Provincial la cual está conformada por campesinos y habitantes de los 9 municipios de las provincias de Norte y Gutiérrez que se agrupan en unidades productivas que han avanzado en el diseño de productos de ecoturismo y agroturismo,
Proyecto etnoturístico en los 5 cabildos indígenas del cañón de las hermosas en municipio de Chaparral Tolima	Chaparral, Tolima	La comunidad beneficiada con el proceso es el Cabildo indígena Amoya y la Virginia, el territorio que habitan tiene potencial para el desarrollo del ecoturismo y el turismo de aventura aunque es importante destacar las dificultades de conectividad y acceso.
Huertas Ancestrales	Calarcá, Quindío	La iniciativa presentada contemplaba la creación de los huertos, evaluación de cosechas y diseño de

		productos y comercialización de los mismos. Este proyecto fue presentado por JAC de la Vereda la Virginia
Fortalecimiento del turismo comunitario asociado a áreas protegidas naturales en el Departamento de Risaralda	Pereira	No ha iniciado el proceso con el Viceministerio de Turismo
El turismo una alternativa sostenible para la construcción de paz estable y duradera en la laguna de San Diego de Samaná, Caldas	Samaná, Caldas	No ha iniciado el proceso con el Viceministerio de Turismo
Eje del Cacao Yariguíes	El Carmen de Chucuri, Santander	la propuesta fue presentada por la Asociación de Campesinos Vecinos del Parque Natural Nacional Serranía de los Yariguíes, asociación denominada ASOCAPAYARI, quienes se dedican al cultivo de cacao y aguacate, actualmente ofertan recorridos por los cultivos de Cacao, incluyendo alojamiento y alimentación
Salazar de las Palmas destino cultural y artesanal	Salazar de las Palmas, Norte de Santander	el proyecto fue presentado por ARTESAP – asociación de mujeres Salazareñas, que se dedican a la fabricación de artesanías como bolsos tejidos a mano en fique, figuras hechas en arcilla con uso de semillas de café, hojas de maíz que moldean cafeteras
Estrategia de promoción turística para la Asociación intercomunitaria Painú	Leticia, Amazonas	La iniciativa fue presentada por la asociación comunitaria Painú, la comunidad habita un territorio que permite conectarse con la naturaleza, ya tiene un producto diseñado y de hecho ya lo comercializan principalmente al sector educativo
Ruta de la marimba	Bahía Málaga, Buenaventura	La iniciativa presentada solicitaba el diseño de la ruta de la marimba, esta fue presentada por ECOMANGLAR, organización comunitaria de

		afrodescendientes que funciona como una operadora de turismo
Capacitación en turismo a los habitantes del consejo comunitario de la comunidad de la Barra	La Barra, Buenaventura	La iniciativa fue presentada por el Concejo comunitario de afrodescendientes de La Barra, actualmente prestan el servicio de alimentación y alojamiento en camping
Osik Waramik Puro Tapchik Escuela viva de la Naturaleza	Inza y Silvia Cauca	La iniciativa fue presentada por Asociación Jardín Botánico las delicias, conformada por comunidades indígenas Misak Guámbianos de Silvia y Comunidad Campesina de Río Sucio - Inzá Cauca
Fortalecimiento de la cadena de valor del turismo de naturaleza para el municipio de San José de Fragua, como eje dinamizador de la economía, promotor de la sostenibilidad ambiental y generador de empleos dignos e incluyentes a la población de jóvenes en el área rural y comunidad campesina	San José de Fragua, Florencia	La comunidad está conformada por prestadores de servicios turísticos como operadores locales, hoteles, restaurantes, agricultores, propietarios de fincas productivas y una empresa operadora de actividades de aventura
Capacitaciones a jóvenes del pueblo indígena de los pastos para la identificación de un nuevo producto turístico innovador gastronómico del pueblo de los pastos enmarcado en el Turismo Cultural	Ipiales, Nariño	La iniciativa fue presentada por la Fundación FUNDETES, que buscaba beneficiar a los siguientes 4 resguardos San Juan, Ipiales, Chiles y Muellemes, quienes se dedican al cultivo de frutas como mora, tomate de árbol y uchuva y prestan el servicio de alimentación los fin de semana a visitantes y turistas.
Enrutados Carnaval	Pasto, Nariño	fue presentado por ASOJUNTAS a través de Corpocarnaval con el objetivo de generar nuevas oportunidades de ingresos tanto para la asociación

		como para las Juntas de Acción Comunal (JAC) de las comunas de la ciudad
Turismo comunitario e indígena en la vereda Luz de la Esperanza	Montañita, Caquetá	Esta iniciativa fue presentada por ASOMUJCOCA, quienes la conforman son indígenas y campesinos víctimas de la violencia
Diseño de un producto turístico en naturaleza y cultura de la comunidad indígena Awá	Puerto Caicedo, Putumayo	La iniciativa fue presentada por el líder de la comunidad indígena AWA residente de la rivera del Río San Juan Vides que está integrada por tres caseríos, Las Vegas, San Andrés y Villa Unión. Actualmente en el resguardo confluyen indígenas y campesinos de la región
Plan de comercialización, para la apuesta de mercado turismo de naturaleza, con énfasis en ecoturismo, turismo de aventura y turismo científico para el diseño de producto turístico en el eje ambiental Mocoa – Villagarzón	Mocoa, Putumayo	La iniciativa fue presentada por el Centro Eco turístico Amazónico, quien vincula a todos los prestadores de servicios turísticos del eje ambiental Mocoa - Villagarzón, donde se encuentran dos áreas protegidas el PNN Serranía de los Churumbelos y la reserva de la sociedad civil Paway
Rutas turísticas vereda santa Clara	Encano, Nariño	Presentaron esta iniciativa es la Asociación de lancharos que operan la Zona de Santa Rosa, el proceso ha beneficiado a diferentes actores distintos a los lancharos como personas que trabajan en los alojamientos rurales, restaurantes, reservas de la sociedad civil y guías

Fuente: elaboración propia a partir del Informe Turismo Comunitario, MinCIT 2018

Apéndice B.

Base de datos emprendimientos – pst Monguí		
Sector	Nombre de la empresa o emprendimiento/ Representante	Muestra
Gastronomía	Luz Patricia Soto	Bizcochuelo, Colaciones, Masato, Chicha, Arepas, etc.
	Luz Marina Avella	Sopa de jutes, arepas, agua de maíz, masato
	Deisy Nossa	Dulce de pachines, obleas, arroz con leche, dulce de mora
	Gloria Ladino	Donas de ahuyama, muffins, dedos de yuca, empaques de café
	Dora Molina	Envueltos, rellena, mute
	Adriana Buitrago	Artesanías en lana, productos orgánicos, aromáticas, tejedoras
	Leonardo Vargas	Bebidas, tinto, aromáticas, canelazo, cerveza, jugos
	Patricia Soto	Bizcochuelo y mogolla tradicional Monguiseña- Horno de leña
	Eliana Moreno	Amasijos y bebidas típicas
	Alexandra Hurtado	Dulces típicos
	Rodrigo Andrés Chaparro	Chicha de Hibas, Almíbar de fruta

Mercado campesino	Luis Fernando Gil	Colaciones, habas, arracacha, quinua
	Deyfan Torres	Ovinos, conejos, huevos semicriollo
	Luis Fernando Gutiérrez	Tráiler con muestra de apicultura
	Delfor Urbino	Talleres de ovino cultura- granja agro turística
Sabedores artesanos	Jaqueline Ojeda	Tejido en lana, deferentes técnicas
	Luz Marina Avella	Telares artesanales
	María Cristina Maldonado	Filigrana en papel, bolsas, tarjetas, recordatorios
	María José Díaz	Balones cocidos tradicionales
	Adriana Buitrago	Artesanías en lana, productos orgánicos, aromáticas, tejedoras
	Inés Holguín	Cocido de balón
	María del Carme Díaz	Artesanía en lana
	Isabel López	Taller de tejido y monteras
	Eufrosina Ladino	Tejido en crochet, dos agujas, llaveros, bolsos en lata de cerveza
	Celmira Sáenz	Tejidos en croché, artesanías y caracterización
Luz Yaneth Acevedo	Artesanía, pintura en madera, llaveros, avisos y cuadros	

	Carola Bohórquez	Tejidos en crochet, bolsos, vestidos, manualidades
	Julián Felipe Rodríguez	Bambas hechas a mano
	Alba Esperanza Sáenz	Artesanías y detalles
	Mardoqueo Ladino	Artesanías del Páramo
Escultores	Julio Acero Gutiérrez	Talla en madera
	José Joaquín Dueñas	Cuadros y esculturas
	Oscar Marchan	Talla en madera
	Hernán Rincón	Talla en madera y elementos de todo tipo
Poetas	Wilson Morales	Recital: Vainas que pasan en mi tierra
	Pilar Sáenz	Coplas y Danza
	Ricardo Sáenz	Declamador
Música	Grupo Kapirdan	Música y danza en vivo
	Alfonso Alarcón	Música tradicional campesina
	Luis Fernando Holguín	Música carranguera, campesina y llanera
	José Joaquín Pedraza	Música colombiana y carranguera
	Jorge Parada	Carranga y Poesía

	Mauricio Siabatto	Banda de Músicos Villa de Monguí
	Cristian Esteban Castro	Grupo Musical Vereda Docuazua
	Oliverio Dueñas	Grupo de cuerdas
Danza	Grupo Kapirdan	Música y danza en vivo
	José Puerto	Danza autóctona
	Sandra Johana Montañez	Danza tradicional
	Pacífico Avella Chaparro	Danza típica
Hoteles	Hospedaje La Capilla	RNT: 56863
	Hostal Casa Del Frailejón	RNT: 59192
	Casa Lupinos De Páramo	RNT: 65273
	Hostal Casa San Antonio	RNT: 70514
	Hospedaje Brisas De San Roque	RNT: 65238
	Hospedaje La Adobera	RNT: 65505
	Hospedaje Portal De La Cascada	RNT: 57103
	Hospedaje Mirador De La Calera	RNT: 67050
	Hostal Villa Cucha	RNT: 67826
	Hospedaje Bella Vista	RNT: 68976

	Hostal Otti Colonial	RNT: 48503
	Rincón de Duzgua	RNT: 43245
	Hospedaje La Casona	RNT: 57890
	Hospedaje Pochua	RNT: 72435
	Hospedaje Recuerdos de Florito Y Leo	RNT: 44166
	Hospedaje Las Cabañas	RNT: 49044
	Terrazas Hospedaje	RNT: 42379
	Hotel Portón De Ocetá	RNT: 43056
	Hospedaje Calicanto Real	RNT: 38186
	Hotel Monguí Plaza	RNT: 37381
	Hospedaje Villa De Monguí	RNT: 39375
	Hospedaje La Nueva María Auxiliadora	RNT: 54664
Restaurantes	Rincón Del Fogón	
	Restaurante La Casona	
	Restaurante Camino Al Calicanto	
	Restaurante Casa De La Cultura	
	Di Pizza	

	Asadero Los Recuerdos De Mi Viejo	
Cafeterías	Heladería Dos Gustos	Pan de papa, bizcocho de papa, pan de haba, arroz de leche
	Café Amor	
	Café La Gloria	
Agencias de viaje y turismo	Monguitravel S.A.S	RNT: 51321
	María Tours	RNT: 55015
	Jg World Travels	RNT: 61188
	Paramonguí	RNT: 60012
	Tousaka	RNT: 70511
	Siscunsi Travels	RNT: 77219
	Montaña Sagrada	RNT: 77342
	Ocetá Walk	RNT: 74786

Fuente: Elaboración propia a partir de la información recopilada en trabajo de campo con el apoyo de la Alcaldía de Monguí.

Apéndice C.

Listado de prestadores de servicios turísticos con registro nacional de turismo, Monguí Boyacá

Municipio	Tipo de establecimiento	Razón social
Monguí	Agencia de viajes	Dantec security
Monguí	Agencia de viajes	Jg world travels
Monguí	Agencia de viajes	Maria tours

Monguí	Agencia de viajes	Monguitravel s.a.s
Monguí	Agencia de viajes	Oceta walk
Monguí	Agencia de viajes	Tousaka agencia de viajes operadora
Monguí	Agencia de viajes	Vivir-Oceta-tours
Monguí	Agencia de viajes	Para Mongui
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hostal campestre El Colibrí
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Bahareque casa camping
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Bella vista hospedaje Villa de Monguí
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	El Chircal hospedaje
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hospedaje los recuerdos de florito y leo
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hospedaje villa de Monguí
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hostal casa del frailejón
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hostal Espeletia amarilla
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hotel Otti colonial
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	La nueva Maria auxiliadora
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Lupinos paramo casa de huéspedes
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Terrazas hospedaje
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Hotel calicanto real café museo
Monguí	Establecimientos de alojamiento turístico	Monguí plaza hotel
Monguí	Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes	Durley Campos Barrera

Monguí	Otros tipos de hospedaje turísticos no permanentes	Rodríguez Sierra John Sergio
Monguí	Viviendas turísticas	Alojamiento rural la capilla
Monguí	Viviendas turísticas	Brisas de san roque
Monguí	Viviendas turísticas	Gómez Melo Claudia esperanza
Monguí	Viviendas turísticas	Hospedaje El calvario
Monguí	Viviendas turísticas	Hospedaje Las cabañas
Monguí	Viviendas turísticas	Hospedaje Pochua
Monguí	Viviendas turísticas	Portal de La Cascada
Monguí	Viviendas turísticas	Rodríguez Vargas Héctor Diego

Fuente, elaboración propia a partir de la información suministrada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (Septiembre 2019)

Apéndice D.

Identificación de los atractivos turísticos del municipio de Monguí, Boyacá.

a) Patrimonio cultural:

Material – Inmueble

Nombre	Descripción
Basílica Menor Nuestra Señora de Monguí	Su construcción se inició a finales del siglo XVII, cuando la anterior iglesia, que se levantaba en el mismo sitio, se encontraba en las ruinas. Para la nueva obra se solicitaron servicios de los albañiles Marcos de Ayllón y Pablo y Pedro Patiño, quienes coincidieron en que era necesario remplazar los muros de tapia por otros en piedra, cal y ladrillo.
Convento de Los Franciscanos	En 1603, los Padres Franciscanos solicitaron al Rey la autorización para la construcción de un convento en Monguí. En 1702 la Real Academia de Santafé autorizó la construcción del mismo. El claustro se construyó en uno de los costados de la iglesia y se organizó en dos niveles alrededor de un patio rectangular, flanqueado por una arquería de medio punto

Capilla de San Antonio	Esta capilla fue construida en el siglo XVIII, en honor a San Antonio de Padua, este lisboeta que llegó hacer el primer doctor franciscano de la iglesia y que desde el siglo XVII se convirtió en uno de los santos más venerados de la iglesia católica.
Plaza principal	La plaza principal, es el punto de partida de los recorridos de Monguí, continúa siendo el centro de actividades de esta población, sobre cuyos costados se sitúan los ejemplos arquitectónicos civiles y religiosos más importantes, así como varios establecimientos comerciales y tiendas de balones.
Museo de Arte Religioso	Dentro del convento se hallan las dependencias donde funciona el Museo de Arte Religioso. En su interior se conserva alrededor de 130 pinturas religiosas de gran valor artístico, así como mobiliario, prendas y utensilios que recuerdan a los antiguos habitantes del convento.
Camino de la Otra Vida	Es una construcción en piedra que contiene más de 65 escalones. La cual termina en un camino que conduce al páramo de Ocetá
Puente Real de Calicanto	El Puente Real de Calicanto es un hermoso puente construido en piedra, de alrededor de cinco metros de ancho por veinte de largo, con una bóveda de medio punto de aproximadamente 5 metros de luz, que le permite superar el paso sobre el Río Morro y cuyos objetivos iniciales eran los de asegurar el camino a los Llanos Orientales
Capilla San Pascual Bailón	Su construcción se inició a finales del siglo XVII, cuando la anterior iglesia, que se levantaba en el mismo sitio, se encontraba en las ruinas. Esta iglesia, originalmente de una nave, tuvo que ser reparada por completo en 1732. Con este fin llegó a Monguí el constructor español Martín Polo Caballero, quien decidió levantar una iglesia de tres naves

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Plan Desarrollo Turístico Monguí

Inmaterial

Festividades

Nombre	Descripción
Día de Reyes. 6 de Enero	Es el 6 enero día de Reyes magos, todos los años se celebra con un gran desfile en el que participan actores y actrices del drama. Con desfiles de comparsas, escenas en las que la comunidad participa activamente de las travesías de los reyes magos y la premiación a las mejores actuaciones

Semana Santa. Marzo	Esta celebración se inicia el domingo de ramos, con actos litúrgicos en los que los Monguiseños acuden desde temprano y expresan su fe. Como una constante, los actos religiosos se centran en el padecimiento, muerte y resurrección de nuestro señor Jesucristo. Las tradiciones siguen con costumbres en hábitos alimenticios que dan complemento a los actos litúrgicos; le siguen tradiciones en vestuarios recatados, desayunos y almuerzos de jueves y viernes santo
Fiesta del Señor de la Divina Misericordia	Solo 8 días después de semana santa, se sigue con un legado en el que priman las imágenes que promueven el espíritu de fe, regocijo y esperanza, por alcanzar peticiones o en su efecto milagros.
Corpus Christy	Esta fiesta se realizan es el jueves siguiente al primer domingo de pentecostés, se prepara con mucha dedicación la capilla en el marco del parque y entrada principal de la iglesia
Fiesta de San Antonio	Se celebra en el mes de junio, el día anterior a la fiesta, se realizan vísperas y de la fiesta se inicia con alborada, misa enfrente de la capilla y los fieles donan el pan de San Antonio, comentan que quien tenga este pan no le faltará la comida durante el año
San Pascual.	Fiesta celebrada hace varias generaciones. Las familias en Monguí agradecen buenas cosechas y pidiendo evitar robo de ganado y salud. El propósito en un ritual que se enmarca en oración, danza comida, bebida y música de cuerda
Fiesta de la Virgen del Carmen. 16 de julio	Estas fiestas, se remonta también a la época Franciscana. La celebración actualmente se realiza en dos fechas. Una fiesta a virgen por hermandad y otra del gremio de transportadores, quienes ofrecen una fiesta en honor a la virgen por devoción agradecimiento al transportador y minero
Fiesta a la Virgen del Tránsito	Fiesta, realizada por hermandades y a quien encabeza se denomina priosto, quien corresponde con comida bebida de la región y enmarcado con los actos litúrgicos de misa, procesión
Fiesta de San Isidro	Es el Patrono de los agricultores. Esta es una fiesta cuyos actos litúrgicos enmarcan la celebración con misa, procesión pólvora y música. En el municipio de Monguí, actualmente, cada vereda realiza la huerta y la rematan diferentes personas
Ceremonias fiestas y romerías. El 8 de septiembre	Se celebra una pequeña fiesta en honor a la santísima virgen de Monguí, inicia con el novenario, vísperas de la noche del 7 de septiembre y el día principal misa concelebrada, procesión por las principales calles de la población, acompañado de música, pólvora, pabellones y estandartes.
VII Festival Nacional del Balón	En el “pueblo de Monguí”, funcionan 17 fábricas de elaboración de balones, donde hombres y mujeres trabajan para atender la demanda del mercado local, nacional e internacional.

Durante la fecha del 22 al 24 de diciembre	Este acto se acompaña con comparsas, carrozas de todas la veredas, de acuerdo como llegan, hacen presentación en el estrado popular. Vereda por vereda ascienden al estrado popular con sus respectivos números culturales, coplas, bailes y danzas típicas y hacia las nueve de la noche se da inicio a las vísperas de plaza donde hay banda, castillos, globos, y retoque finalizando a las diez de la noche, donde se inicia el desfile del drama de Navidad
--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Plan Desarrollo Turístico Monguí

Nombre	Descripción
Música	La vocación musical se encuentra en todos los rincones del municipio con agrupaciones de varios géneros musicales, campesina, mariachi, colombiana, instrumental, andina, pero constituyen grupos esporádicos y eventuales
Danza	Bailes folclóricos como Torbellino, guabina, bambuco rumbas criollas y campesinas, entre otras, son interpretadas por los habitantes de la región, existen 5 grupos organizados y otros esporádicos
Pintura	Se realizan pinturas en técnicas de óleo, sobre tela, tintilla, carboncillo, acuarela y Plastilina, existen 20 pintores a reconocidos a nivel local y regional
Teatro	El teatro y las dramatizaciones son expresiones reconocidas a nivel nacional. Durante muchos años con el esfuerzo la creatividad y el talento innato de la comunidad se viene presentando, el drama en vivo religioso de navidad y reyes identifica a Monguí y atraen al turismo.
Artesanía	
Balones	La tradición del cosido de balones data de los años 50 y quienes la inician son los hermanos Froilán y Manuel Ladino Agudelo luego el oficio se multiplicó a través de sus hijos y de ellos a discípulos que tuvieron en la primera fábrica del pueblo.
Cerámica	Como en muchos lugares del departamento de Boyacá, el trabajo en arcilla también hecho en Monguí. Alcancías, platos, vasijas y utilitarios inspirados en el balón hacen parte de la oferta en cerámica

Tejidos en lana	La ruana y otras prendas como las bufandas y los gorros son hechas a mano y en técnicas de tejido como dos agujas, croché y macramé. Las matronas tejiendo en los umbrales de sus tiendas, hacen parte del grato paisaje que representa Monguí, por la alta producción de materia prima que se obtiene de los muchos criaderos de ovejas
Bisutería	Nuevos artesanos han surgido para darle forma a las semillas naturales y a los residuos que arrojan las fábricas de balones para convertirlos en ingeniosos accesorios como pulseras y cadenas
Talla en madera	Los artesanos de la madera que viven en Monguí se basan en los elementos naturales y en personajes de la región para esculpir sus obras. La talla y el calado son técnicas que se aplican especialmente a repisas y marcos

Fuente: Elaboración propia a partir de la información del Plan Desarrollo Turístico Monguí

b) Sitios Naturales:

Nombre	Descripción
Páramo de Ocetá	Dentro de la flora típica que se encuentra en Ocetá encontramos los frailejones plateados, los amarillos y los blancos, los senecios amarillos, lupinus morados, y gran cantidad de musgo y líquenes adheridos a las rocas. Un refugio natural al que se llega tras una caminata que dura de tres a cuatro hora

Fuente: elaboración propia a partir de la información Colparques

Apéndice E.

GLOSARIO		
Concepto	Definición	Fuente
Comunidad	Se entiende por comunidad un grupo de personas que se organizan e integran, en busca de un objetivo común, a través del establecimiento de normas y funciones	Lineamiento de Política para el desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia

Desarrollo Sostenible	El turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales a fin de garantizar sus beneficios a las futuras generaciones. La determinación de la capacidad de carga constituye un elemento fundamental de la aplicación de este principio. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.	Ley 1558 de 2012
Economía Creativa	Es una herramienta de desarrollo económico que se fundamenta en la generación de nuevas ideas. Estas potencian el desarrollo y el crecimiento económico, principalmente la generación de empleos, las exportaciones, la inclusión social y la diversidad Cultural	Paredes , M (2013)
Cultura	<p>Es todo un complejo que incluye los conocimientos, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y todas otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad.</p> <p>Pude definirse la cultura como la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan la conducta de los individuos componentes de un grupo social, colectivo e individualmente en relación a su ambiente natural, a otros grupos, a miembros del mismo grupo, y de cada individuo hacia sí mismo. También incluye los productos de estas actividades y su función en vida de los grupos</p> <p>De acuerdo con la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural de la UNESCO; “La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos,</p>	<p>Tyler (181)</p> <p>Boas (1938)</p> <p>UNESCO, 2001</p>

	los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.	
Etnoturismo	Es el turismo especializado y dirigido que se realiza en territorios de los grupos étnicos con fines culturales, educativos y recreativos que permite conocer los valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres de los grupos étnicos, así como aspectos de su historia.	Ley 300 de 1996
Guías Turísticos	Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado.	Ley 1558 de 2012
Patrimonio Cultural	El patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores, sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida. Es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas.	UNESCO, 1992
Posada Turística	Vivienda familiar en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales preferiblemente de arquitectura autóctona cuyo principal propósito es promover la generación de empleo e ingresos a las familias residentes, prestadoras del servicio.	Norma Técnica Sectorial NTSH 007
Prestador De Servicio Turístico	Entiéndase por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley y	Ley 300 de 1996

	que se encuentre inscrito en el registro nacional de turismo.	
Productos Turísticos	Es el resultado de la integración de los recursos naturales, actividades susceptibles a desarrollar, servicios turísticos e infraestructura, con objeto de satisfacer la demanda de esparcimiento y asignación del tiempo libre de los turistas.	Lineamiento de Política para el desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia
Registro Nacional De Turismo	En el Registro Nacional de Turismo -RNT- se deben inscribir todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia. Este registro es obligatorio para su funcionamiento y debe actualizarse cada año.	Confecámaras
Turismo social	Es el conjunto de planes, programas, proyectos y demás acciones que buscan hacer efectivo el derecho a las vacaciones y acceso al turismo de todos los grupos de población, en particular los jóvenes, las familias, las personas con discapacidad, las personas con recursos limitados y las personas mayores. De igual forma, contempla el desarrollo integral de las comunidades receptoras en aras de obtener relaciones de calidad entre visitantes y colonos. En este sentido, este se configura en un turismo de carácter doméstico, que refleja las medidas de los gobiernos para favorecer el disfrute del tiempo libre de sus habitantes y goce de las oportunidades turísticas que brinda su territorio.	Lineamiento de Política para el desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia
Turismo Comunitario	Es la oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo.	Lineamiento de Política para el desarrollo del Turismo Comunitario en Colombia

Turismo Sostenible	El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.	OMT
Turismo receptivo	El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país.	Ley 1558 de 2012
Turismo emisor	El realizado por nacionales en el exterior	Ley 1558 de 2012
Turismo interno	El realizado por los residentes en el territorio económico del país.	Ley 1558 de 2012
Capacidad de carga	Es el número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales.	Ley 1558 de 2012
Calidad turística.	Las normas técnicas de calidad expedidas por las unidades Sectoriales de Normalización establecidas en el artículo 69 de la Ley 300 de 1996 relacionadas con las actividades del denominado turismo de aventura y con la sostenibilidad turística, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo con la reglamentación que expida el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.	Ley 1558 de 2012
Negocio Inclusivo	Iniciativas empresariales que, sin perder de vista su objetivo de lucro, contribuyen a la superación de la pobreza a través de la incorporación del sector de bajos ingresos (SBI) dentro de las cadenas de valor de las empresas	SNV. Cooperación De Los Países Bajos. Presentación Negocios Inclusivos, en el marco del I Encuentro Nacional de Turismo Comunitario de Colombia. Carmen de Viboral - Antioquia, 27 de julio de 2010.

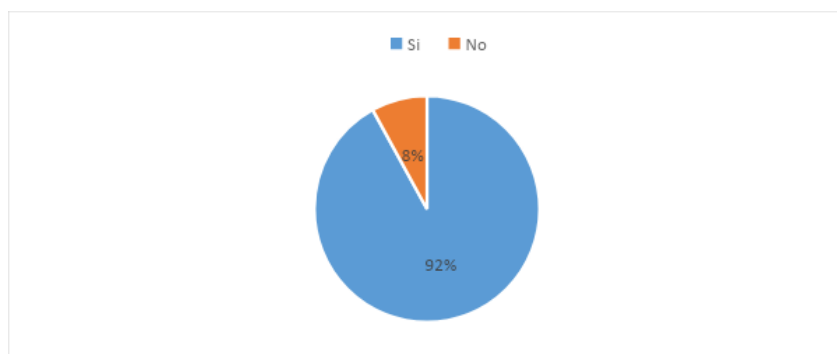
Competitividad	En virtud del cual, el desarrollo del turismo requiere propiciar las condiciones necesarias para el mejoramiento continuo de la industria turística, de forma que mediante el incremento de la demanda genere riqueza y fomente la inversión de capital nacional y extranjero.	Ley 1558 de 2012
Territorio	Se define como el espacio tangible e intangible donde se genera un sentido de comunidad por los derechos de propiedad, ancestrales y el modelo de desarrollo. Un concepto relacional que insinúa un conjunto de vínculos de dominio, de poder, de pertenencia o de apropiación entre una porción o la totalidad del espacio geográfico y un determinado sujeto individual y colectivo	Montañez (2001)
Memoria	Se produce en tanto hay sujetos que comparten una cultura, en tanto hay agentes sociales que intentan corporizar estos sentidos del pasado en diversos productos culturales vistos como vehículos de la memoria, tales como imágenes, museos, monumentos, películas, libros de historia, etc. La memoria colectiva es el producto de pujas entre actores que luchan por resignificar hechos pasados según su cosmovisión del mundo y sus propios intereses (no es posible pensar la memoria individual si no es en un marco colectivo de memoria)	Ministerio de Cultura

Fuente: Elaboración propia a partir de diferentes documentos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

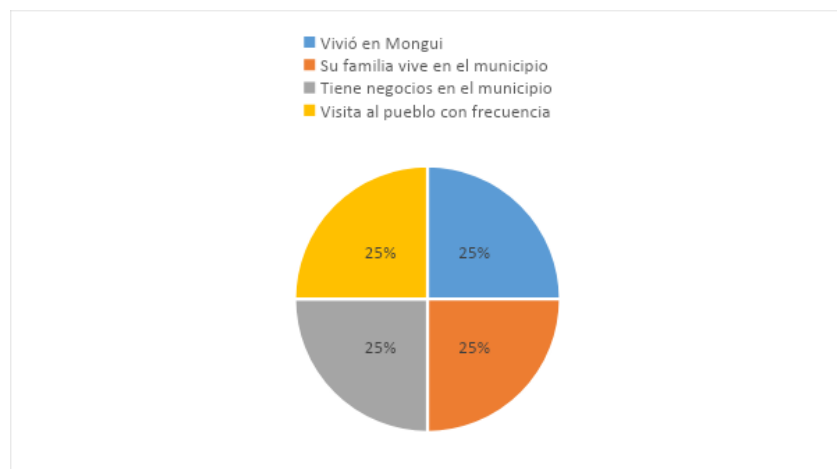
18. Anexos

Anexo 1. Encuesta.

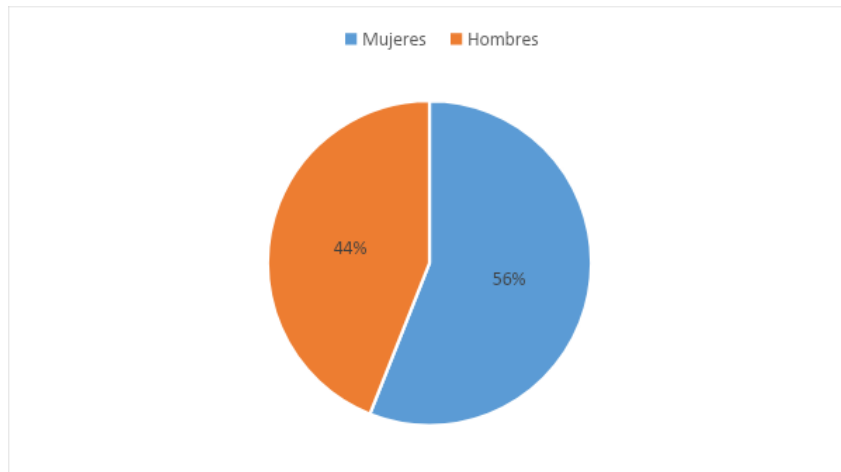
1. Vive actualmente en el municipio de Monguí.



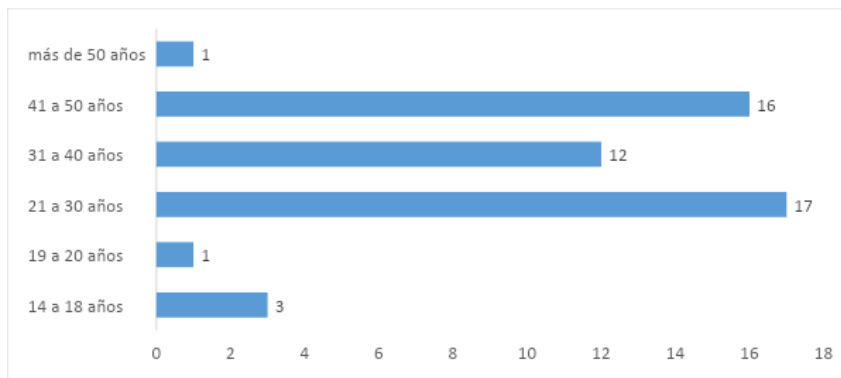
2. Si su respuesta es NO ¿Qué relación tiene con el municipio?



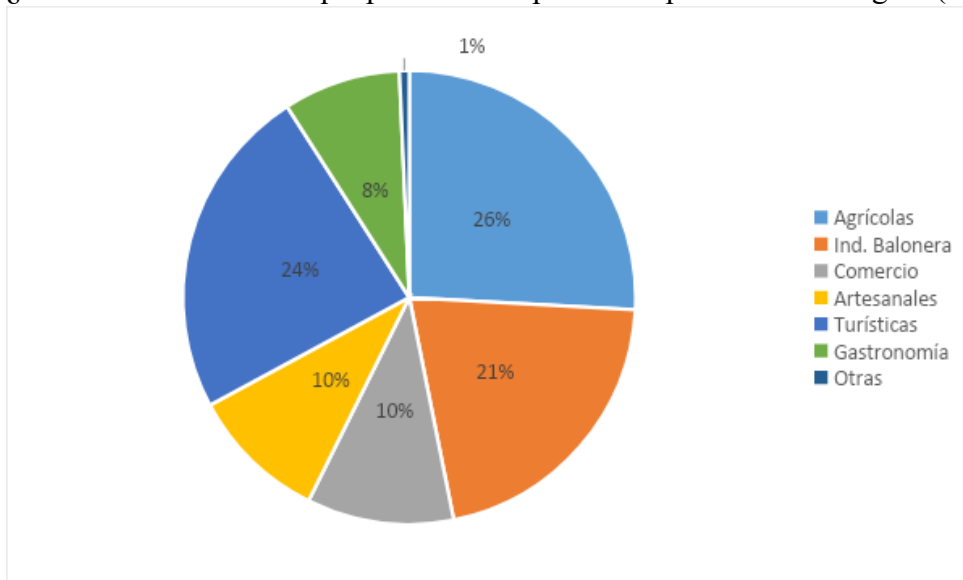
3. Se identifica como (Mujer, Hombre, LGTIB)



1. Edad del encuestado

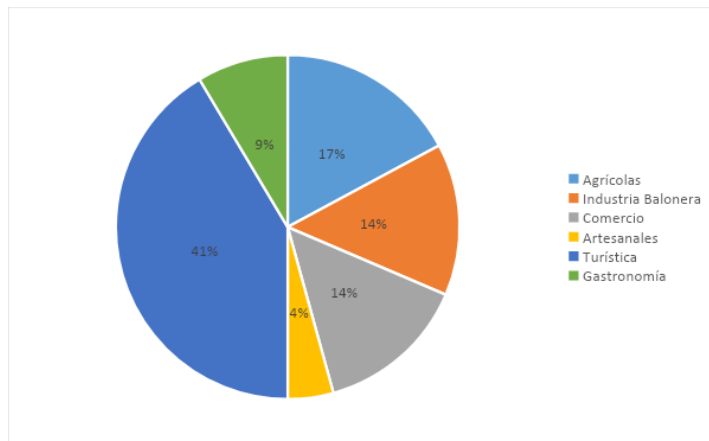


2. ¿Cuáles son las labores que puede desempeñar una persona en Monguí? (Escoger 3)

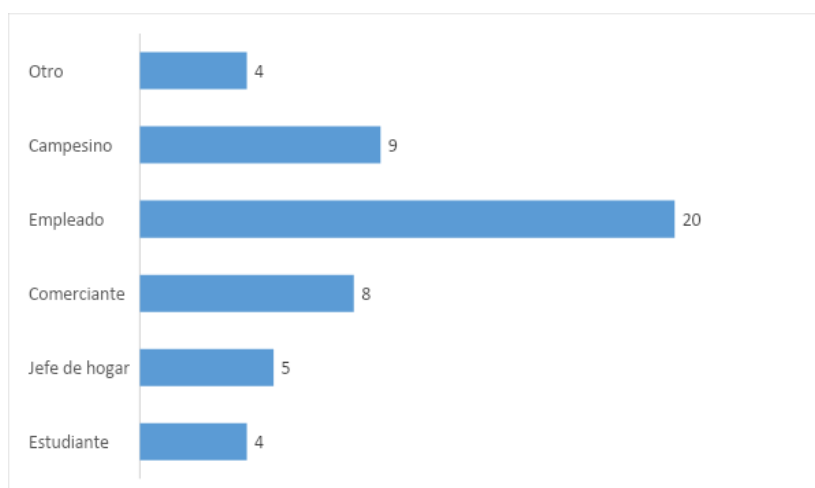


NOTA: Dentro de la opción otras la posibilidad propuesta fue, ornamentación.

1. ¿Cuál de estas industrias o actividades económicas podría aportar al desarrollo de Monguí?



7. Actualmente ¿Cuál es su oficio?



19. Ficha técnica de encuestas

FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA PRESENCIAL: MONGUÍ ¿Qué tienes para ofrecer?

Universo	Hombres y mujeres mayores de 14 años, residentes del municipio de Mongui, Boyacá. Que tengan interés en temas de crecimiento socioeconómico del territorio en el cual viven.
Objeto de estudio	Conocer y evidenciar la importancia de actividades turísticas como motor de crecimiento del municipio de Mongui, Boyacá.
Tipo de muestra	Aleatoria Simple
Tiempo de realización de trabajo de campo	1 día
Técnica de recolección de datos	Entrevista personal cara a cara con el universo de la encuesta.
Tamaño de la muestra	50 personas.
Encuesta realizada por	Equipo de Camine Sumerce.
Fecha de realización	30 de agosto de 2019
Efectividad	Efectivo respecto al resultado esperado. Fuentes confiables Participación de individuos con perfiles importantes para la construcción de un diagnóstico válido.

FICHA TÉCNICA DE ENCUESTA DIGITAL: MONGUÍ ¿Qué tienes para ofrecer?

Universo	Hombres y mujeres con perfiles activos en redes sociales, vinculados a grupos de interés relacionados con el municipio de Mongui, Boyacá.
Objeto de estudio	Conocer y evidenciar la importancia de actividades turísticas como motor de crecimiento del municipio de Mongui, Boyacá.
Tipo de muestra	Aleatoria con apoyo de algoritmo de redes sociales: Facebook, Twitter.
Tiempo de realización de trabajo de campo	10 días
Técnica de recolección de datos	Envío de link a personas con perfiles activos en redes sociales, pertenecientes a grupos de interés relacionados con el municipio de MonguÍ, Boyacá.

Tamaño de la muestra	21 personas.
Encuesta realizada por	Equipo de Camine Sumerce.
Fecha de realización	20 de agosto de 2019
Efectividad	Poca Efectivo respecto al resultado esperado. Fuentes con bajo nivel de confiabilidad debido al origen de sus perfiles Participación de individuos con perfiles de bajo nivel de verificación.