

RAE

1. **TIPO DE DOCUMENTO:** Trabajo de grado para optar por el título de ECONOMISTA
2. **TÍTULO:** El turismo rural como mecanismo de generación de empleo en el municipio de Cucunubá
3. **AUTOR (ES):** Lady Katherine Gonzalez Rodríguez
4. **LUGAR:** Bogotá, D.C
5. **FECHA:** Enero, 2016
6. **PALABRAS CLAVES:** Población económicamente activa, ocupados, oferta laboral, demanda laboral, demografía, cultura, geografía, economía, turismo, turistas, zona rural.
7. **DESCRIPCIÓN DEL TRABAJO:** El objetivo principal de este trabajo es hacer un estudio político, social, económico y cultural que involucra al país, departamento y municipio; en el que se demuestre que por medio de estrategias que se ajusten a las políticas impuestas en el plan de desarrollo municipal se puede fomentar el turismo en Cucunubá; este estudio se inicia con un análisis económico y social del municipio de los últimos años, en los que se destacan variables como: principales actividades económicas, el mercado laboral y la calidad de vida de la población.
8. **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:** Línea de investigación de la Facultad de Ciencias Jurídicas, políticas y económicas a la cual se adscribe este trabajo de grado es “Crecimiento y Desarrollo Económico”
9. **METODOLOGÍA:** Este proyecto se desarrolló bajo el **enfoque de una investigación cuantitativa y descriptiva**; ya que se hizo uso de varias bases de datos del DANE las cuales fueron analizadas para así detectar las variables más relevantes que afectaban el problema; para más tarde describir cada una de ellas y encontrar la solución a la pregunta propuesta al inicio del trabajo de grado.
10. **CONCLUSIONES:** Al realizar un balance entre las políticas nacionales, departamentales y municipales con las creadas en el último capítulo de este trabajo, se observó que a nivel nacional las políticas planteadas están formuladas de manera global, lo que impide que pequeños municipios como lo es Cucunubá reciban tan solo un porcentaje mínimo o casi nulo de todos los beneficios que se pueden generar del desarrollo adecuado del sector de turismo; por otro lado a nivel departamental, se detectó que las similitudes son mayores que las diferencias; pues los programas y proyectos están basados en un estudio mucho más sesgado, el cual se realizó a partir de un plan sectorial de turismo en el que se incluyeron todas las provincias que componen el departamento de Cundinamarca, permitiendo de esta manera que todos los municipios tanto grandes como pequeños puedan ser reconocidos no solo a nivel nacional sino que también a nivel internacional.

**El turismo rural como mecanismo de generación de empleo en el municipio de
Cucunubá**

Lady Katherine González Rodríguez

Asesor:

John Jairo Losada Cubillos

Ángela María Parrado Castañeda

Proyecto de Investigación para optar al título de Economista

Universidad de San Buenaventura

Bogotá, Colombia

4 de Noviembre de 2015

**El turismo rural como mecanismo de generación de empleo en el municipio de
Cucunubá**

Lady Katherine González Rodríguez

Universidad de San Buenaventura

Tabla De Contenido

INTRODUCCIÓN	8
1. ASPECTOS PRELIMINARES	10
1.1. Tema	10
1.2. Línea de Investigación	10
1.3. Descripción del Problema	11
1.3.1. Planteamiento del Problema	11
1.3.2. Formulación del Problema	14
1.3.3. Sistematización de la pregunta Problema	14
2. JUSTIFICACIÓN	15
3. OBJETIVOS	17
3.1. Objetivo General	17
3.2. Objetivos específicos	17
4. MARCO REFERENCIAL	18
4.1. Marco Teórico	18
4.1.1. John Maynard Keynes	18
4.1.2. Joseph Schumpeter	21
4.1.3. Arthur Lewis	24
4.2. Marco Conceptual	27
4.2.1. Productividad	27
4.2.2. Competitividad	29
4.2.3. Mercado Laboral	30
4.2.4. Turismo	33
4.2.5. Planificación estratégica para el turismo	37
4.3. Marco Legal	38
4.4. Marco Contextual	40

5. DISEÑO METODOLÓGICO	45
5.1. Enfoque de Investigación	45
5.2. Tipo de investigación	46
5.3. Método de Investigación	47
5.4. Técnicas de Recolección de la Información	47
5.4.1. Fichas Bibliográficas	47
5.4.2. Observación Participante	¡Error! Marcador no definido.
5.5. Técnica de análisis de la información	49
5.5.1. Matriz Categorical	¡Error! Marcador no definido.
5.5.2. Matriz de Marco Lógico	50
6. DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO DE CUCUNUBÁ EN LOS ÚLTIMOS AÑOS	52
6.1. Población	52
6.2. Calidad de vida	59
6.3. Actividades Económicas	62
6.3.1. Sector minero	63
6.3.2. Sector Agropecuario	65
6.3.4 Sector turismo	66
6.4. Mercado Laboral	70
7. POLÍTICAS DE FOMENTO DEL SECTOR TURÍSTICO	73
7.1. Políticas Nacionales	73
7.2. Políticas Departamentales	83
7.3. Políticas Municipales	94
8. ESTRATEGIAS PARA VIABILIZAR LAS POLÍTICAS EXISTENTES DE FOMENTO AL SECTOR TURÍSTICO EN EL MUNICIPIO DE CUCUNUBÁ	101
8.1. Diagnostico	¡Error! Marcador no definido.
9. CONCLUSIONES	119

10. REFERENCIAS	122
ANEXO 1 MATRIZ CATEGORIAL	130
ANEXO 2 FORTALEZAS Y DEBILIDADES DEL SECTOR TURÍSTICO EN COLOMBIA 2003-2014	133
ANEXO 3 POLÍTICAS NACIONALES Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2002-2014	135
ANEXO 4 POLÍTICAS DEPARTAMENTALES Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2004-2016	140
ANEXO 5 POLÍTICAS MUNICIPALES Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2004-2015	144
ANEXO 6 MATRIZ DE MARCO LÓGICO	146

Lista de Tablas

Tabla 1: Clase del Turismo	36
Tabla 2: Matriz Categorical	49
Tabla 3: Matriz De Marco Logico	50
Tabla 4: Hogares y viviendas por veredas del municipio de Cucunubá 2010.	58
Tabla 5: Número de empresas por sector económico y tamaño, en el municipio de Cucunubá para el año 2006	70
Tabla 6: Lugares y festividades representativos del municipio	102
Tabla 7: Matriz de potencialidades, limitación y problemas del turismo en Cucunubá	104
Tabla 8: Matriz de políticas y estrategias para incentivar el turismo en el municipio	115

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Ocupados según sector económico Febrero- Abril 2014	12
Ilustración 2: Indicadores del mercado laboral.	32
Ilustración 3: Clasificación de la actividad turística.	35
Ilustración 4: Ubicación geográfica Cucunubá	41
Ilustración 5: Panorámica Municipio de Cucunubá tomada desde la vereda La Toma.	42
Ilustración 6: Parque central de Cucunubá	42
Ilustración 7: Ficha Bibliográfica	48
Ilustración 8: Proyección de la población de Cucunubá en la zona rural y la urbana 2004-2020	54
Ilustración 9: Histograma de la proyección de la población 2014	55
Ilustración 10: Histograma de la población discapacitada 2010	56
Ilustración 11: Distribución porcentual de las actividades económicas	63
Ilustración 12: Mercado laboral de Cucunubá 2011	71
Ilustración 13: Campañas Publicitarias Internacionales	74
Ilustración 14: Participación del sector Hoteles, restaurantes, bares y similares en el PIB nacional a precios constantes 2008	76
Ilustración 15: Participación del sector Hoteles, restaurantes, bares y similares en el PIB departamental a precios constantes 2008.	85
Ilustración 16: Causas del problema objetivo	107
Ilustración 17: Efectos del problema objetivo	109
Ilustración 18: Fines del problema objetivo	111
Ilustración 19: Árbol de objetivos para la creación de estrategias	113

Introducción

El turismo en Colombia es un sector que se ha visto afectado por las diferentes problemáticas sociales, políticas y económicas que ha tenido el país. Por esta razón, desde los últimos años los planes de gobierno han formulado políticas y desarrollado programas que buscan la manera para que el sector del turismo se convierta en generador de empleo y estimule la economía colombiana. Por esta razón muchas de las gestiones que se han realizado involucran desde las grandes regiones del país hasta lo más pequeños municipios; ya que el fomento del sector turístico debe involucrar todos los rincones del país

El Municipio de Cucunubá no es ajeno a esta dinámica, pues a pesar de poseer varios lugares con un gran potencial turístico; por muchos años atrás, esta actividad económica ha sido abandonada por estimular otros sectores que son más atractivos para la economía de municipio. Y es a partir de esta problemática por la que se inicia un estudio político, social, económico y cultural que involucra al país, departamento y municipio; en el que se quiere demostrar que por medio de estrategias que se ajusten a las políticas impuestas en el plan de desarrollo municipal se puede fomentar el turismo en Cucunubá; este estudio se inicia con un análisis económico y social del municipio de los últimos años, en los que se destacan variables como: principales actividades económicas, el mercado laboral y la calidad de vida de la población.

Por otro lado, se tomaron los planes de desarrollo nacional, departamental y municipal de los últimos 10 años, en los cuales se analizaron todas las políticas formuladas y logros obtenidos para el mejoramiento y fomento del turismo, y como estas beneficiaron

a Cucunubá, para más tarde poder determinar y crear las estrategias que posiblemente pueden mejorar las condiciones del turismo en el municipio.

Todo lo anterior, se realizó bajo las bases teóricas de John Keynes, Joseph Schumpeter y Arthur Lewis, los cuales por medio de sus postulados frente a temas de mercado laboral e innovación empresarial contribuyeron significativamente al respaldar el objetivo del trabajo; a su vez, también se hizo uso de documentos bases como lo son los planes de desarrollo nacional, departamental y municipal, bases de datos con estadísticas proporcionadas por DANE (Departamento Administrativos De Estadística Nacional), documento de competitividad generados por la Gobernación de Cundinamarca, libros como técnicas de medición economía de Eduardo Lára e Introducción a la economía de Krugman y Wells que permitieron cumplir con todo lo planteado desde el primer momento.

A lo largo de este proyecto se va a analizar el comportamiento económico, social, político y cultural del Municipio para luego comparar y estudiar a nivel país, departamento y municipio como se comporta el sector turismo con respecto a los demás sectores económicos; y que acciones se han realizado para subsanar las diferente problemáticas que enfrentan. Y finalmente determinar cuáles son las posibles estrategias que se pueden realizar para generar por medio del turismo un aumento en la tasa de ocupación en el Cucunubá.

1. Aspectos Preliminares

1.1. Tema

Aumento de la tasa de ocupación por medio del turismo rural.

1.2. Línea de Investigación

El presente trabajo se adscribe a la línea de investigación ***Crecimiento y desarrollo económico***, ya que se busca encontrar estrategias que generen un incremento en la tasa de ocupación de la población del municipio.

Según Gutiérrez (2003, p. 114):

... se dice que hay un desarrollo económico, cuando el crecimiento económico se distribuye entre toda la población, de tal suerte que mejora los niveles de vida de todos; justamente por eso, el desarrollo económico es un anhelo para los pueblos.

Partiendo de lo anterior, se debe tener en cuenta que se puede generar un crecimiento económico sin un desarrollo económico, pero no un desarrollo si un crecimiento. Al definir los conceptos de la línea de investigación a la que inscribe el proyecto, se debe resaltar que este trabajo contribuye a la línea de investigación ***Crecimiento y desarrollo económico*** ya que al encontrar los impactos sociales y económicos del aumento de la tasa de ocupación en el municipio, se puede determinar como el turismo rural genera mayores ingresos para la población y al PIB del municipio; permitiendo de esta forma garantizar una mejor calidad de vida para los pobladores del lugar.

1.3. Descripción del Problema

1.3.1. Planteamiento del Problema

El turismo es una actividad económica perteneciente al sector de servicios de la economía de los países, y ha sido por largo tiempo uno de los estimulantes de sus economías; por esta razón los gobiernos siempre buscan incrementar la cantidad de turistas que llegan a los lugares más representativos de cada país; ya que no solo se ve beneficiado el país, sino que también el intercambio cultural que se origina a la llegada de turista beneficia, en gran parte a la población quien directamente ofrece los servicios que esta actividad presta a los nuevos visitantes. De acuerdo a esto: “El turismo ha sido visto como un sector clave en regiones rezagadas, gracias a su capacidad para generar múltiples beneficios que potencializan el desarrollo económico y la modernización” (Díaz, Bernal y Quintero, 2006, p. 5).

Entre febrero y abril del 2014 la población ocupada en Colombia aumentó a 20.922 miles de personas; lo que indica una variación porcentual del 2,3% en comparación con el mismo periodo del año anterior. El sector de comercio, hoteles y restaurantes ocupó a 5.753 miles de personas en todo el país; lo que indica que el porcentaje de población ocupada en este sector creció un 2,1%; lo que demuestra que el sector de comercio, hoteles y restaurantes generó 27,5% de empleos según el total de la población ocupada del país, logrando de esta forma el título del sector que más participa porcentualmente en el total nacional de ocupados. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2014)

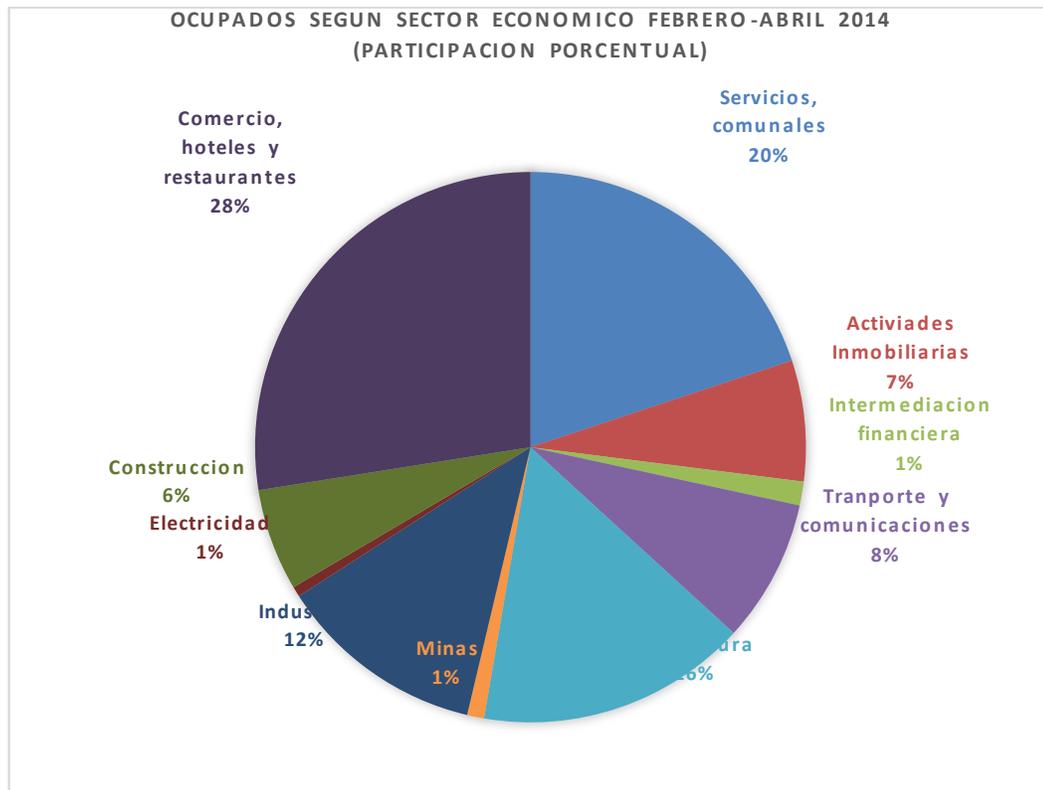


Ilustración 1: Ocupados según sector económico Febrero- Abril 2014

Fuente: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2014, p. 12).

El sector de comercio, hoteles y restaurantes para el primer trimestre del año 2014, obtuvo mayor participación porcentual de ocupados con relación a los demás sectores económicos. Según la ilustración 1, entre los meses de febrero y abril los sectores económicos más destacados con relación a la población de ocupados fueron, el sector de comercio, hoteles y restaurantes, el sector de servicios comunales y finalmente el sector de agricultura con una participación porcentual de 28%, 20% y 16% respectivamente. Según el informe de ocupados según sector económico del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo para el primer trimestre del año 2014, el aumento de las personas ocupadas en el sector de comercio, hoteles y restaurantes ha generado en Colombia 72 empleos por cada 100 habitantes ocupados en el país, cabe resaltar que la mayor ocupación hotelera en el país se encuentra en Bogotá, Valle del Cauca, Eje Cafetero, y regiones como: Caribe, Pacífica y Amazónica; lo que demuestra que en departamentos como Cundinamarca, el turismo es

una actividad poco representativa para su economía, pues a pesar que los municipios de este departamento cuentan con características ideales para desarrollar proyectos turísticos, las estrategias implantadas no han sido desarrolladas de manera exitosa generando a su vez un desaprovechamiento del potencial que ofrecen estos lugares para generar un desarrollo económico en la región (Díaz, Bernal y Quintero, 2006).

En el Departamento de Cundinamarca se encuentra el municipio de Cucunubá; municipio en el que la calidad de vida de la población es precaria, ya que la mayor parte de sus habitantes se encuentran ubicados entre los estratos I y II de los cuales el 60% de las viviendas necesitan de manera urgente mejoramiento en su infraestructura, además de esto, otro de los grandes problemas que afectan la calidad de vida de los pobladores se relaciona con el número de habitantes por hogar; ya que en los hogares habitan un gran número de personas que comparten una sola habitación, a su vez estos hogares están construidas en terrenos no aptos, deficientes en pisos, paredes y techos con baja calidad habitacional, que agudizan aún más este problema socioeconómico del municipio. (Rodríguez, 2007, pp. 10-11)

Como se indica en el párrafo anterior, la situación socioeconómica y socio familiar del municipio se encuentran en un contexto de vulnerabilidad, debido a que no existen medios de subsistencia para la población de escasos recursos, pues la actividad económica principal en el municipio es la minería, actividad que requiere de personal física, mental y emocionalmente apta para desarrollar funciones de alto riesgo. Con lo anterior se resalta que no solo los sectores de la minería, agricultura y ganadería son suficientes para mejorar la calidad de vida de la población de Cucunubá; por esta razón se observa que en el turismo existe una oportunidad para el desarrollo económico y social tanto de la población como del municipio.

El municipio de Cucunubá cuenta con recursos y características para desarrollar estrategias que fomenten el turismo como vía de crecimiento económico para la población; por esta razón para el periodo 2012-2015 el alcalde Guillermo Quintana , formula diferentes

opciones para generar un cambio social y económico, pues involucra en sus estrategias expuestas en el Plan de Desarrollo Municipal “Cucunubá compromiso de todos” a la población desocupada y desempleada que por causas externas no pueden emplearse; como por ejemplo las madres cabeza de familia quienes poseen un enorme potencial como fuerza laboral; ya que por medio de la elaboración de artesanías insignias del municipio pueden garantizar ingresos económicos para el hogar y a su vez para el municipio; logrando de esta forma poco a poco mejorar la calidad de vida de su núcleo familiar.

1.3.2. Formulación del Problema

¿Cuáles son las estrategias que se pueden establecer para que el turismo rural sea un mecanismo de generación de empleo en el municipio de Cucunubá?

1.3.3. Sistematización de la pregunta Problema

Surgen las siguientes preguntas al sistematizar las preguntas:

- *¿Cómo ha sido el desarrollo económico y social del municipio de Cucunubá en los últimos años?*
- *¿Qué políticas y programas gubernamentales se han establecido en los últimos 10 años para el fomento del sector turístico?*
- *¿Qué estrategias se pueden proponer para viabilizar las políticas existentes de fomento al sector turístico y mejoras en el mercado laboral en el municipio de Cucunubá?*

2. Justificación

El presente trabajo busca determinar estrategias que permitan el incremento de la tasa de ocupación en el municipio de Cucunubá desde el turismo rural, pues se observa que la población del municipio no cuenta con oportunidades laborales que le permitan mejorar su calidad de vida; es decir, se busca que la población reconozca que tiene todas las capacidades y fortalezas para ejercer labores diferentes a las habituales y que a su vez le genere nuevas oportunidades económicas no solo a la población sino que también beneficie al municipio, pues de esta forma se lograría que Cucunubá se convirtiera en un destino turístico.

Lo anterior es congruente con la teoría de desarrollo económico planteada por Joseph A. Schumpeter, donde menciona que *“el proceso clave en el cambio económico es la introducción de innovaciones, y el principal innovador es el empresario”* (Lara y Pérez, 2011, pp. 21-23), ya que se requiere generar nuevas empresas y fuentes de ingreso en el municipio de Cucunubá para generar crecimiento económico. A su vez la teoría de ocupación propuesta por Keynes, contribuye a la investigación ya que por medio de esta argumenta que las personas solo pueden mejorar su calidad de vida si los empresarios ofrecen beneficios y buenos salario a los trabajadores; ya que de manera contrario lo más probable es que el trabajador busque mejores oportunidades donde su trabajo sea mejor remunerado, además dichos cambios permitirán modificar el modelo de dos sectores planteado por W. Arthur Lewis aprovechando el excedente de trabajo que se posee en la zona rural.

Se eligió el municipio de Cucunubá para desarrollar este proyecto, porque se observó que el lugar cuenta con todas las características físicas que atrapan la atención de las personas, pues sus paisajes permiten lograr un paz y tranquilidad infinita, además su

infraestructura estilo colonial permite recordar el pasado y así traer a la memoria de manera inmediata la historia de la independencia colombiana.

Por otro lado, para cumplir con los objetivos propuestos al inicio de este proyecto, la información recolectada se va a organizar por medio de técnicas tales como: la observación participante, rastreo bibliográfico y la elaboración de fichas bibliográficas; ya que son las técnicas más pertinentes para encontrar las debilidades y fortalezas por las cuales el municipio aún no cuenta con una notable participación en el sector comercio, hoteles y restaurantes.

Finalmente con este proyecto se busca que la población mejore sus condiciones de vida por medio de una labor que le permita fortalecer todos su conocimientos, y a su vez ver la posibilidad que a pesar de algunos impedimentos se pueden ejercer labores dignos que mejoren su estabilidad económica; por otro lado se pretende que este trabajo de investigación contribuya a la vida profesional y personal de la investigadora, pues es de vital importancia involucrar la profesión con la responsabilidad social.

3. Objetivos

3.1. Objetivo General

Determinar las estrategias que se pueden establecer desde el turismo rural, para que este sea un mecanismo de generación de empleo en el municipio de Cucunubá.

3.2. Objetivos específicos

- Describir el desarrollo económico y social de Cucunubá en los últimos años.
- Analizar las políticas, programas y proyectos gubernamentales que se han establecido en los últimos 10 años para el fomento del sector turístico en el municipio.
- Establecer condiciones que se pueden proponer para viabilizar las políticas existentes de fomento al sector turístico y mejoras en el mercado laboral.

4. Marco Referencial

4.1. Marco Teórico

4.1.1. John Maynard Keynes

Keynes en su *libro teoría general del empleo, el interés y el dinero* realiza varias críticas a la posturas de los teóricos clásicos con respecto a los postulados de la ocupación; pues afirmaba que la teoría clásica se basa en dos postulados en los cuales se describe el comportamiento de los salarios con relación a los diferentes comportamientos de la ocupación; cabe resaltar, que más tarde en este libro Keynes empieza a argumentar porque estos postulados especialmente el segundo no tiene validez y son tan solo teorías que se fundamentan en economías irreales, que no fueron pensadas ni adaptadas a la realidad ni de los empresarios ni de los trabajadores asalariados.

Según Keynes (2005, p.17):

La teoría clásica de la ocupación se basa en dos postulados fundamentales: 1. El salario es igual al producto marginal del trabajo (curva de demanda de la ocupación): El salario real de una persona ocupada es igual al valor que se perdería si la ocupación se redujera en una unidad, teniendo en cuenta que la competencia y los mercados sean imperfectos. 2. La utilidad del salario, cuando se usa determinado volumen de trabajo, es igual a la desutilidad marginal del mismo volumen de ocupación (curva de oferta de la ocupación): El salario real de una persona ocupada basta para provocar la ocupación de volumen de mano de obra realmente ocupado, quedando esto sujeto a la condición de que la igualdad para cada unidad individual de trabajo puede alterarse por combinaciones entre las unidades disponibles.

Los postulados de la teoría clásica hacen creer que son los mismos trabajadores quienes establecen los salarios; ya que según estos pensadores tanto los empresarios como los trabajadores realizan acuerdos en los que se establecen los salarios reales; pues se supone que entre estos dos actores del mercado laboral hay una libre competencia, competencia que según los clásicos favorece en mayor magnitud a los empleados; ya que debido al fenómeno de la desutilidad los asalariados hacen estabilizar sus salarios; cabe

resaltar que Keynes define el fenómeno de la desutilidad como el momento en el que una persona deja de trabajar porque el salario que va recibir no cumple con sus expectativas o exigencias.

Y es a partir de los anteriores postulados en donde Keynes parte para hacer sus críticas a la teoría de ocupación de los clásicos, pues para él una disminución en los salarios reales producido por el aumento de los precios no genera un descenso de la oferta de mano de obra disponible; ya que lo anterior supone que la persona a pesar de que aumente el costo de vida están dispuesta a dejar de trabajar porque no van a recibir la remuneración deseada; lo que es un poco paradójico, ya que si el costo de vida para la población aumenta las personas van a necesitar ocuparse para poder solventar sus gastos económicos; pues para una persona es mucho más importante poder estar ocupada y responder por todos sus gastos económicos que estar desocupada esperando a encontrar una oferta que cumpla con todas sus exigencias o requerimientos. Y es por esta razón que los argumentos hechos por Keynes ratifican que las teorías clásicas tan solo son supuestos teóricos para economías irreales que no se pueden aplicar a una economía real.

Por otro lado, Keynes critica el hecho que los clásicos manifiesten que los salarios reales son determinados por concesiones entre los empresarios y la mano de obra, pues para él esta teoría contribuye a el decaimiento de los postulados propuestos por los clásicos; ya que por ningún motivo los trabajadores van a poder lograr controlar los salarios por medio de la desutilidad, pues son muy pocas las veces en las que una persona va dejar de trabajar por no recibir el salario deseado; ya que hoy en día muchas personas deben someterse a salarios precarios con tal de tener un ingreso económico que les permita tener una calidad de vida aceptable.

En el libro *Teoría general de empleo, el interés y el dinero* se exponen cuatro formas diferentes de estimular la ocupación en la población; en primer lugar se cree que si se mejora la organización probablemente se va a disminuir la desocupación friccional, en segundo lugar se dice que si se reduce la desutilidad marginal del trabajo se reducirá la

desocupación voluntaria, en tercer lugar se propone aumentar la productividad marginal física del trabajo en las industrias que tienen como objeto social elaborar productos para asalariados y finalmente en el cuarto lugar se afirma que si se aumenta el precio de la canasta familiar probablemente la población se va a ver obligada a adquirir un empleo.(Keynes,2005,p.18).

Las anteriores alternativas que se proponen para estimular la ocupación en la población son acertadas, pues si las condiciones laborales se mejoran y los trabajadores tienen mejores garantías al momento de realizar sus labores se van a sentir más seguros y estarán dispuestos a ocuparse, por otro lado si se mejoran los salarios de los trabajadores asalariados lo más probables es que se reduzca la desocupación voluntaria, pues las personas estarán dispuestas a trabajar por salarios adecuados y pertinentes; también se resalta que si las personas al ver más bienes y servicios en lo que tienen que invertir van a desear ocuparse para poder satisfacer sus necesidades. Y finalmente si los precios de la canasta familiar aumentan lo más probables es que muchas personas se vean obligadas a encontrar trabajo en el que no importe si es mal pago, pues lo único que necesitan es un ingreso económico que le permita cubrir sus necesidades básicas.

Partiendo de la teoría propuesta por Keynes, el ingreso de las personas depende de la cantidad de ocupación que posea; es decir, que entre más horas trabaje una persona o entre más tiempo esté ocupada realizando una labor mayor va ser su remuneración económica o salario; además se afirmó que el ingreso y el consumo de las personas depende de las características sicológicas o también conocida como la propensión a consumir, ya que la comunidad dependiendo del lugar donde se encuentre o de las costumbres que posea sus ingresos van tener una relación directa con su consumo. Por otro lado, cuando se habla de la cantidad de volumen de trabajo que quieren demandar lo empresarios, se debe tener en cuenta que esta cantidad depende del total que emplee la población en consumo y a su vez de las nuevas inversiones que estos quieran realizar; logrando de esta forma una

demanda efectiva que es la suma de D_1 y de D_2 ; en donde la primera variable hace referencia al consumo de los trabajadores y la segunda a las nuevas inversiones realizadas por estos.

Con lo anterior se determina la función del volumen de ocupación según Keynes, que se muestra a continuación:

$$N=D= D_1+ D_2$$

En donde:

N =Volumen de ocupación.

D =Demanda efectiva

D_1 =Gasto de la comunidad a la hora de consumir

D_2 =Nuevas inversiones

De la anterior función del volumen de ocupación se puede determinar que si el gasto de la comunidad a la hora de consumir aumenta junto a las nuevas inversiones, dará como resultado un aumento en el volumen de ocupación, que equivale a la demanda efectiva; es decir, entre más necesidades, gastos e inversiones se originen la población necesitará estar empleada, lo que a su vez incrementaría la oferta laboral para los empresarios, y es en ese momento en el que el empresario posee el control del mercado laboral; logrando de esta forma convertirse en quien condiciona la demanda del mercado laboral y el trabajador será quien se adaptará a las condiciones propuestas por el empresario.

4.1.2. Joseph Schumpeter

Schumpeter en su libro *teoría del desenvolvimiento económico (1957)*, indica que todas las acciones tanto sociales como económicas dan origen a diferentes hechos como resultado de las acciones; es decir, que si una persona realiza una labor, ella va a recibir una remuneración económica a cambio, pues en este caso la acción es ir a trabajar y el resultado de dicha acción, es poder recibir una remuneración a cambio de las actividades realizadas

en una jornada laboral. Este autor al referirse a los hechos económicos, indica que son todas las acciones en las cuales tiene como fundamento adquirir bienes o servicios a cambio de una actividad económica; también resalta que todas las personas están sujetas a las conductas económicas y sujetos económicos, razón por la cual las personas se especializan en diferentes ocupaciones a lo largo de su vida; pues necesitan tener conductas económicas que les permitan obtener un sustento económico para tener una buena calidad de vida.

A su vez Schumpeter señala que las acciones económicas están sujetas a un encadenamiento de hechos económicos; es decir; una persona que se ocupa como costurera quiere adquirir un bien de un supermercado, lo que indica que esta persona debe tener dinero para poder adquirirlo, y es en ese momento donde Schumpeter se basa para afirmar que las acciones económicas están entrelazadas con hechos económicos; y que si la costurera quiere adquirir el bien debe ocuparse ofreciendo su trabajo a otra persona para adquirir el dinero necesario e ir al supermercado y obtener el bien; el anterior ejemplo evidencia que los diferentes ciclos económicos siempre se van a encontrar en la sociedad, independientemente de la ocupación o momento del ciclo en el que se encuentre, es decir, según el autor siempre las conductas económicas van a estar relacionadas entre sin importar en qué dirección se dirija el ciclo económico.

Según Schumpeter (1957, pp.24-25):

La producción está condicionada, de un lado, por las propiedades físicas de los objetos materiales y procesos naturales. A este respecto, se trata de que la actividad económica observe el resultado de los procesos económicos más moderno, obtenga de ellos un máximo de resultado. No puede señalarse de una vez para siempre, cuanto del reino del hecho físico puede ser importante para la economía. Resultados tales como la ley de los rendimientos físicos decrecientes, pueden significar mucho o poco en cuanto a resultados económicos específicos, sea el tipo de teoría nos interese. Pues no existe relación alguna entre la importancia de un hecho para el bienestar de la humanidad, y su importancia dentro de los intentos explicativos de la teoría económica.

La anterior cita permite informar que para Schumpeter la tecnología era un factor clave para desarrollar un sistema económico estable; es decir, pues al mejorar y modernizar

los procesos económicos lo más probable era que se aumentara el resultado de producción y para este teórico todos los hombres producían bienes y servicios para el consumo permitiendo de esta forma que ellos mismo satisfagan sus necesidades. Schumpeter afirma que la base y sustento de la economía de un país son las necesidades de la población, ya que entre más necesidades se creen más va a aumentar la producción de bienes lo que indica que las personas van a permanecer más tiempos ocupadas; es decir, al percatarse que las necesidades aumentan la población va a necesitar recursos económicos que les permita adquirir y satisfacer las necesidades y la única forma de poder obtener los recursos es estando ocupados y es en este punto donde nuevamente se ratifica que los sistemas económicos presentes en la actualidad están fundamentados en ciclos económicos en donde una variable depende de la otra y que si esta cambia todo el ciclo económico a su vez va a cambiar.

Montoya (2004, p. 1) en su documento denominado *Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico*, cita la teoría de desarrollo económico de Schumpeter en la que involucra dos conceptos relevantes que contribuyen a estimular la economía de los países; estos conceptos son: la innovación que se define como la causa del desarrollo y el innovador como propiciador de los procesos de innovación.

Como lo argumenta Montoya en su escrito, para Schumpeter el papel de la innovación y el innovador representan un importante papel en el desarrollo económico, ya que a partir de este se llega un crecimiento económico; pues como lo indica Schumpeter para que exista innovación deben a ver personas dispuestas a crear cambios aportando nuevas ideas que permitan desarrollar proyectos que marquen la diferencia en mercados competitivos en los que es difícil lograr un buen posicionamiento y marcar una pauta.

A su vez, es importante resaltar que para que exista innovación, debe estar presente la figura del innovador, que es la persona encargada de generar nuevos aportes a los procesos productivos de una empresa; si un empresario no es capaz de proponer y realizar

innovaciones radicales en la empresa, para Schumpeter no es un empresario, ya que para poder lograr serlo debe ser innovador.

Según la ecuación de producción de Schumpeter:

$$\text{PIB} = F(\text{FP}, \text{T}, \text{ASC})$$

Dónde:

PIB= Producto Interno Bruto

FP= Factores productivos (Maquinaria, equipo, materias primas e insumos)

T= Tecnología e innovación

ASC= Aspectos socio-culturales

Partiendo de la ecuación de producción es importante resaltar que Schumpeter agrupó las variables en dos grupos: en primer lugar están los componentes del crecimiento económico, que son todos los factores productivos que provocan en el sistema económico cambios lentos y pausados; y en segundo lugar están las fuerzas del desenvolvimiento económico en el que incluye todos los efectos de los cambios tecnológicos y sociales, pues para él estas variables generan un impacto más eficiente y son más relevante en la ecuación de producción. (Montoya, 2004)

Schumpeter al proponer la teoría de la innovación y del innovador da una posible solución a los diferentes problemas que se presentan en las empresas y países por la falta de proyectos e ideas innovadoras; ya que para él la falta de renovar los procesos productivos generan pobreza y un descenso en el desarrollo económico y a su vez en el crecimiento económico.

4.1.3. Arthur Lewis

La economía dual que propone Lewis la sustenta relacionando dos sectores de la economía, y es por esta razón en que divide la economía en el sector capitalista relacionado con la industria y el sector no capitalista que hace referencia al sector agrícola; argumentado que

gran parte de la economía de los países subdesarrollados se basa en la agricultura, razón por la cual estos no cuentan con economías prosperas y tendientes al crecimiento; pues Lewis señala que el sector agrícola a pesar de las grandes extensiones de tierra por trabajador con las que cuenta, están mal distribuidas y como consecuencia genera la baja productividad del mismo; pues los trabajadores cuentan con innumerables hectáreas de tierra que están mal utilizadas provocando bajos salarios y escasez de mano de obra; pues los trabajadores prefieren migrar y ocuparse en labores donde los salarios sean mejor remunerados. (Flores, 1967)

Flores (1967), en su documento *W. Arthur Lewis: El desarrollo económico desde dentro*, señala que este economista formula dos hipótesis frente a la baja industrialización de los países subdesarrollados, en primer lugar indica que el bajo desarrollo de la industria es generado por la carencia de la productividad en el sector agrícola de los países subdesarrollados, y por otro lado señala que el salario de los trabajadores de la industria dependen de los rendimientos del sector no capitalista, pero argumenta que el hecho que la industria dependa del sector agrario se ve influenciado en gran magnitud por estrategias políticas; pues para el capitalista es mejor que los agricultores no se interesen en mejorar e industrializar sus procesos productivos; pues en cierto modo el capitalista le interesa mantener una baja productividad para que de esta forma se realice una colonización rural en la que el único propósito es sacar los campesinos de sus tierras.

Partiendo de lo anterior, cabe resaltar que los dos sectores que plantea Lewis estén estrechamente relacionados el uno con el otro; y no solo se relacionan por su productividad sino que también están relacionados por el nivel de salario que es pagado a los trabajadores; pues como se señalaba anteriormente, el sector industrial prefiere mantener bajos salarios para que el sector agrícola no tenga ningún interés de mejorar su procesos; pues al mejorar los procesos para cultivar probablemente estos dos sectores van a competir; lo que no sería nada conveniente para la industria.

Por otro lado, Pérez (2000) en su documento denominando *Reseñas y comentarios: comentarios sobre dos ensayos de sir Arthur Lewis*, expone la teoría del Nuevo Orden Económico Internacional propuesta por Arthur Lewis; en la que señala que los bajos salarios provienen de la baja productividad de los trabajadores, lo que lleva a términos de intercambio desfavorables; pues al no existir suficiente oferta para realizar el intercambio muchos compradores van a preferir reemplazar el producto por otro que cumpla con las mismas características y que presente mayor oferta.

Este teórico sustenta la anterior afirmación mediante el ejemplo del té y la lana; ya que el señala que si el té se cultivara en los países templados su precio sería más alto y los cultivadores tendrían los sueldos más altos; en caso contrario si la lana fuese producida en lugares templados su precio sería mucho más bajo ya que la lana no es ideal para zonas templadas y no habría quien la adquiriera.

Teniendo en cuenta lo anterior, Lewis quiere demostrar que los productos que se producen deben ser cultivados o producidos dependiendo de la necesidad y demanda que se posee en el lugar, pues esta es la única forma en la que los términos de intercambio van a ser favorables tanto para el cultivador o productor como para quien los adquiere. A su vez señala que si se produce en grandes cantidades lo más probable es que el producto se conozca más y los intercambios crezcan de igual manera.

Pérez (2000), señala que Lewis propone una Revolución verde, en la que los productos agrícolas al aumentar la cantidad producida por trabajador, directamente va a aumentar los procesos agrícolas, elevando de manera proporcional los ingresos de otros sectores por medio de la competencia, atrayendo más mano de obra que expanden la demanda de todos los productos.

Por otro lado, el autor de la reseña de muestra que Lewis dedujo que los procesos productivos se fueron tecnificando debido a que en las guerras la mano de obra era casi nula; pues en muchos casos los pobladores durante los tiempos de guerra debían combatir, provocando que los grandes cultivos y empresas se vieran afectadas por la crisis, pues no

había quien supliera las bacantes; y es a partir de esta situación en la que los cultivadores y empresas optan por tecnificar todos los procesos productivos; y es de esta forma en la que Lewis concluye que entre más oferta laboral haya para otras ocupaciones mayor va ser la productividad en las empresas.

4.2. Marco Conceptual

4.2.1. Productividad

Krugman define la productividad como el factor más importante para lograr un crecimiento económico, y es por esta razón que si en la economía de un país no hay estrategias de productividad bien sedimentadas en los sectores productivos, es probable que no se obtenga un crecimiento económico favorable o por lo menos que genere desarrollo económico; a su vez señala que para el mundo económico la productividad es el resultado del PIB real dividido en el número de personas empleadas en un momento determinado del tiempo; pensamiento que no está herrado, pues al incrementar la tasa de la población proporcionalmente crece el PIB real; pero si aumenta la producción por trabajador, es decir, la productividad el aumento del PIB per cápita va generar crecimientos económicos a largo plazo que van a ser relevantes e importantes para dicha economía. (Krugman & Wells, 2007, p. 191)

Según Krugman & Wells (2007, p. 191):

...Que una productividad elevada es el único factor sobre el que se basa el crecimiento a largo plazo. Durante periodos cortos de tiempo una economía puede experimentar un rápido aumento de su producción per cápita aumentando el porcentaje de la población que trabaja.

Partiendo de lo anterior se concluye que la productividad es determinada por la producción por trabajador; es decir, que entre mayor población empleada tenga un país mayor va ser el crecimiento en su PIB per cápita, lo que indica que hay una relación directamente proporcional entre las dos variables. Por otro lado se resalta que la tasa de crecimiento poblacional también influye de manera significativa, ya que al aumentar la

población aumenta la mano de obra para generar bienes y servicios; lo que da como resultado un incremento en el PIB. Es importante tener en cuenta que no se trata de incrementar la tasa de población descontroladamente, se trata de proporcionarle a la población una mejor calidad de vida que le permita contar con el acceso a la educación y lograr no solo un crecimiento en las cifras del PIB, sino que a su vez se genere un desarrollo económico para el país.

Por otro lado Krugman argumenta que hay tres factores que determinan el crecimiento de la productividad, que son: el capital físico al que define como toda la maquinaria e inmuebles fabricados por el trabajador; el capital humano que son todas las habilidades y conocimientos que tiene una persona y que esta emplea para innovar al realizar sus labores y por último, la tecnología que afecta en gran proporción el crecimiento económico, pues este se define como todos los estudios y medios técnicos con los que cuenta un trabajador para crear e innovar en su producción. (Krugman & Wells, 2007, p. 192)

Es muy importante resaltar que la productividad y PIB son un ciclo económico en el que los dos se relacionan paralelamente, pues para generar productividad debe haber aumento de la tasa de población, en la tasa de ocupación, en los trabajadores capacitados, en la tecnología innovadora, y muchas más variables que contribuyen a la productividad; a su vez para crear crecimiento en el PIB debe haber aumento de la producción por trabajador que relaciona al capital humano, capital físico y la tecnología; es decir un aumento de la productividad, y es aquí donde se concluye que siempre tanto el PIB como la productividad van a estar estrechamente relacionados; aunque cabe destacar que el PIB no es una medida de productividad.

4.2.2. Competitividad

En el libro Michael Porter (1991) *la ventaja competitiva de las naciones*, se define la competitividad como la capacidad de un país para innovar y perfeccionarse frente a los retos y desafíos generados por la competencia entre las naciones, a su vez determina que el éxito de una ventaja competitiva se origina por la diversidad entre los valores, las culturas, estructuras económicas e instituciones; es importante resaltar que en este libro se señala que ningún país podrá ser altamente competitivo en todas las industrias; pues por lo general para cada país la competitividad se mide de manera diferente, por esta razón no significa que un país altamente competitivo haya desarrollado todos sus sectores productivos; pues probablemente maximizo sus esfuerzos en un sector estratégico que lo le permitió ser más competitivo con relación a otros países. (Porter, 1991, pp. 167-172)

Por otro lado, Eduardo Lora en su libro *Técnicas de medición económica*, expone que los indicadores de competitividad explican la capacidad que tiene un país para producir bienes y servicios, adaptados a los nuevos estándares de innovación y calidad establecidos por la era de la globalización. Pues la globalización juega un papel muy importante en las nuevas exigencias dadas por los estándares de competitividad; ya que con el fenómeno de la globalización las industrias de las naciones se ven obligada a estar en una constante innovación. El *Growth Competitiveness Index* para los años 2003 y 2004 indicó que la competitividad se fundamenta con tres pilares que son: el ambiente macroeconómico, calidad de las instituciones públicas y progreso tecnológico. (Lora, 2008, p. 172)

Para los países en vía de desarrollo la competitividad no se mide desde el indicador de la tecnología, pues para ellos la competitividad se mide a partir de la producción de materias primas que puedan exportar al exterior, a diferencia de los países desarrollados quienes ven en la innovación el indicador más importante a la hora de competir y a su vez generar un crecimiento alto y sostenido en sus economías.

La competitividad no solo se define como la acción de producir bienes y servicios con un valor agregado que hace de este producto, un producto diferenciador entre un mercado

competitivo; este término también se relaciona con la implementación de estrategias que permitan a los trabajadores desarrollar y crear nuevos procesos de producción que les permita competir en mercados más abiertos e innovadores; pues con las nuevas exigencias determinadas por los mercados internacionales, están haciendo del consumidor final un consumidor cada vez más exigente que propone retos mayores al transcurrir del tiempo; y es por esta razón que con el fenómeno de la competitividad el mayor beneficiado ha sido el consumidor final, quien en los últimos tiempos impone las exigencias y reglas de los nuevos mercados.

4.2.3. Mercado Laboral

El mercado laboral es la relación existente entre la oferta y la demanda de mano de obra, vinculados a la toma de decisiones de los actores involucrados dentro de un mercado de trabajo; por lo que:

El mercado laboral tiene características especiales respecto a los demás mercados que se estudian cotidianamente en economía. Este mercado tiene regulaciones especiales (salario mínimo o impuestos parafiscales), está regido por una legislación amplia y compleja (horas extra, contribuciones al sistema de seguridad social o despidos), y es el diagnóstico de la economía pues presenta una gran sensibilidad al ciclo económico y a los indicadores de pobreza. Dichas características hacen que las discusiones sobre el mercado laboral ocupen gran parte de la agenda económica de los países, y ocupa la atención de los técnicos dentro de las agendas de investigación. (Universidad de Manizales, 2008, p. 3)

El mercado laboral incluye variables que lo afectan y determinan, como se expone en la anterior cita, el mercado laboral es regido por una legislación que permite controlar las empresas y entidades para que no haya un abuso sobre el empleado; es decir, esta legislación no solo impone reglas a los empleadores sino que también al empleado, pues ambos deben cumplir con las obligaciones que a cada uno les corresponde para que no se abuse, logrando de esta forma la ejecución de las labores de manera adecuada. Es

importante resaltar, que al pasar del tiempo varias de las legislaciones se han ido transformando y muchas otras eliminando; todo esto con el fin de cumplir con estándares impuestos por la Organización Mundial del Trabajo, entidad que se encarga de regular a nivel internacional la normatividad del mercado laboral en todos los países.

Eduardo Lora en su libro *Técnicas de medición económica*, determina indicadores que permiten medir la capacidad que tiene la población para ejercer una labor; en el *ilustración 2*, que se muestra a continuación se explica cómo está conformado el mercado laboral y como por medio de los indicadores se pueden medir y determinar la población Económicamente activa e inactiva.

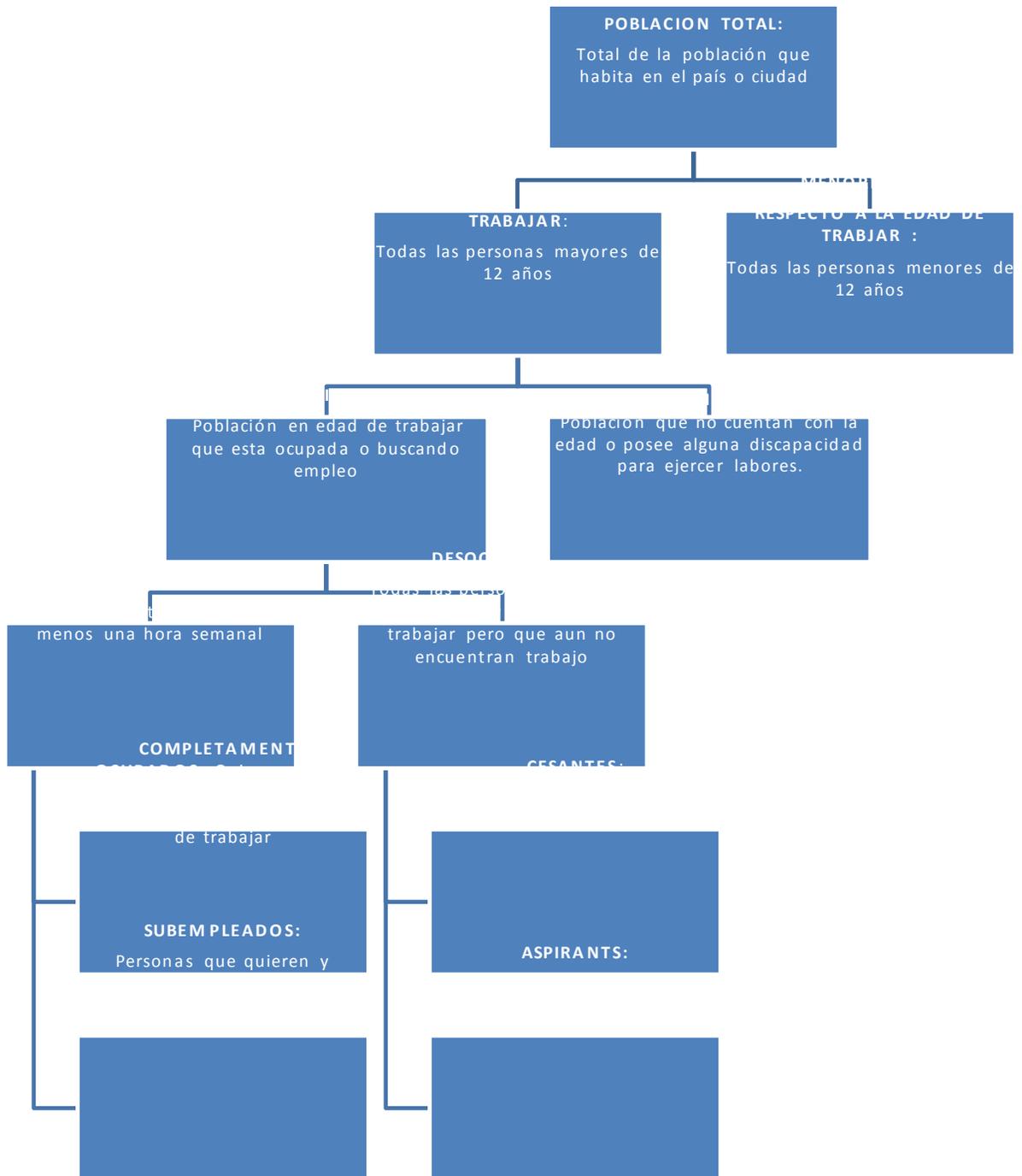


Ilustración 2: Indicadores del mercado laboral.

Fuente: Lora (2008, p. 172). Elaboración propia.

Partiendo de la ilustración 2: Indicadores del mercado laboral, es importante resaltar que para Eduardo Lora la población total se divide en 2 grandes grupos en cuanto al mercado laboral se refiere; por un lado está la población en edad de trabajar (personas mayores de 12 años), que a su vez contiene la Población Económicamente Activa (PEA), que se divide en ocupados y desocupados y por otro lado se encuentra la Población Económicamente Inactiva (PEI), grupo al que pertenecen todas las personas que se encuentran entre el rango de edad de trabajar, pero no están interesados en realizar ninguna clase de trabajo remunerado.

4.2.4. Turismo

El turismo son todos los desplazamientos que realizan las personas fuera de su entorno habitual con la finalidad de buscar espacios de despartimiento, relajación y aventura; por esta razón, a través del tiempo se han desarrollado diferentes conceptos en cuanto al turismo se refiere, pues debido a las exigencias de la población demandante del sector, la industria se ha visto obligada a ser más creativa e ingeniosa a la hora de ofrecer nuevas alternativas de turismo; por esta razón hoy en día no solo se habla del turismo sino que este poco a poco se ha ido desglosando en subdivisiones que han ido cumpliendo con las exigencias y nuevas tendencias de los turistas.

Según el Viceministro del Ministerio de Comercio, Industria y turismo:

...Se puede definir como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2013)

Partiendo del concepto dado por el viceministro, se puede determinar que el turismo no solo son actividades recreativas que buscan las familias en determinadas

temporadas del año, pues el turismo también se define como un intercambio cultural, es decir, las personas no solo buscan espacios y lugares en lo que puedan descansar, sino que a su vez los turistas buscan lugares en lo que puedan crecer social y culturalmente; y es por esta razón que poco a poco este sector se ha convertido en un estímulo para la economía de los países.

Por otro lado, se entiende como turismo el hecho social y cultural de las personas al desplazarse y permanecer en un lugar diferente al originario por cortos periodos de tiempo para luego más tarde regresar nuevamente a su lugar de origen, produciendo este desplazamiento nuevas interacciones sociales, económicas y culturales; que no solo benefician al turista sino que también a todos los entes que participan en este proceso.

Como se señalaba anteriormente el turismo poco a poco ha ido evolucionado debido a las nuevas exigencias del mercado, por esta razón se han realizado estudios que han determinado que para cumplir las nuevas exigencias se deben realizar cambios significativos en este sector; razón por la cual se han planteado nuevas clases de turismo que responden a las nuevas exigencias del turista; la nueva clasificación del turismo fue definida por el poder adquisitivo, por las preferencias del turista y demás características que se hacen evidentes a la hora de escoger un destino para vacacionar (Organización mundial del turismo, 2008).

En la Ilustración 3 que se expone a continuación, se muestran las categorías se tienen en cuenta para la clasificación de la actividad turística.

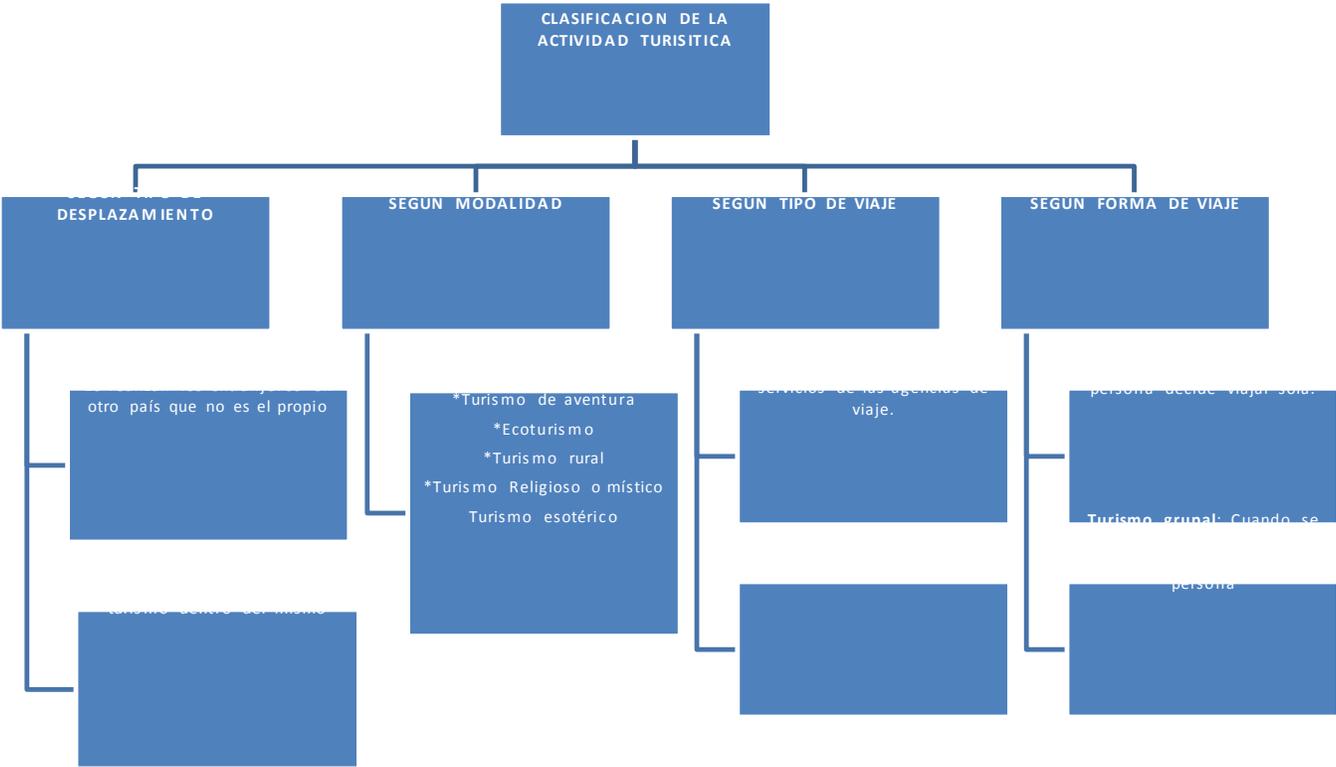


Ilustración 3: Clasificación de la actividad turística.

Fuente Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006, pp.8-10). Elaboración propia.

La clasificación de la actividad turística contiene varias variables que en conjunto logran un producto final; por ejemplo, en el caso del turismo rural aplica un desplazamiento receptivo, pues muchos extranjeros se desplazan a otros países para conocer su cultura y es en el área rural en donde con mayor probabilidad aún está muy marcada la cultura en la población. Por otro lado una de las variables que está contenida en la clasificación del turismo es el tipo de viaje, que en este caso la gran mayoría de las veces es organizado, pues las agencias de viaje por medio de la publicidad han ido ganando gran participación en el mercado del turismo, generando de manera directa que muchos rincones escondidos tengan mayor oferta a nivel turístico; finalmente según la forma de viaje muchas personas

prefieren viajar de manera individual y es por esta razón que ya no existe excusa para conocer y explorar nuevos lugares.

En la Tabla 1 se detallan uno a uno los tipos de turismo que se han ido creando con las nuevas tendencias y exigencias del mercado.

Tabla 1: Clase del Turismo

CLASE	DESCRIPCION
TURISMO RURAL	Espacio rural el que llevan a cabo turistas ciudadanos propietarios de residencias secundarias en zona rural, las que ocupan por el fin de semana o tiempos más extensos, o bien las alquilan a turistas, así como también el turismo de tipo resort, hotel en zona rural.
TURISMO DE DESCANSO Y ESPARCIMIENTO	El turismo más primario, es el que más se aproxima a su definición tradicional, es el más genuino de todos. Por lo tanto, entendemos como turismo de descanso y esparcimiento el que practica la persona que desea solazarse, evadirse, escapar, sin otras pretensiones que no sean la holganza y el “relax”. En esta clase de turismo el hombre realiza su deseo de cambiar de ambiente, de huir o aislarse de las preocupaciones cotidianas.
TURISMO DE NEGOCIOS.	Es el turismo que practica el hombre de negocios cuando, al mismo tiempo que a desarrollar sus actividades mercantiles o profesionales, aprovecha la oportunidad para disfrutar de las circunstancias que le rodean, el paisaje, la cultura, las diversiones, el sol, la playa etc.
TURISMO DE INDUSTRIAL	Es un turismo que estando de vacaciones, aprovecha para visitar industrias, fábricas, talleres artesanos.
TURISMO CULTURAL Y CIENTÍFICO	Es el turismo que se practica aprovechando el evento de cualquier manifestación o celebración de tipo cultural, exposiciones, conciertos, congresos etc. En estos actos participan personas con un poder adquisitivo y nivel cultural que son deseados por todos los organizadores.
TURISMO DE DEPORTES	Tiene un gran poder de convocatoria y está ligado con la celebración de torneos, prueba, campeonatos, etc. atrae a una población joven y activa.
TURISMO NÁUTICO.	Aprovecha los periodos de ocio para dedicarse a su pasión, el mar, navegar.
AGROTURISMO	Conjunto de servicios requeridos por turistas, que desean tener experiencias de conocer de forma directa la forma sustentable de la naturaleza. Entre las alternativas del agroturismo se encuentra labores agropecuarias.

CLASE	DESCRIPCION
ECOTURISMO	Conjunto de servicios que permiten al turista o excursionista familiarizarse con la naturaleza en su estado natural, es decir, asistir a lugares donde aún no hay intervención humana y es por esta razón que la mayor parte de la infraestructura del ecoturismo está ubicada en la periferia de la zona ecoturística.
TURISMO URBANO	Consiste en visitas realizadas a centros urbanos de distintas dimensiones con el fin de conocer sus lugares de interés, entre los cuales se pueden incluir parques, museos, edificios de valor arquitectónico o histórico, comercios, restaurantes.
TURISMO CULTURAL	Tiene como principal motivación conocer aspectos de la cultura de los antiguos y/o actuales habitantes del lugar visitado: costumbres, arquitectura, manifestaciones artísticas, gastronomía.

Fuente: Elaboración propia con información base Schulte (2003)

El sector del turismo asumió como un nuevo reto las nuevas exigencias de los turistas; pues como se muestra en la Tabla 1 hoy en día la población cuenta con infinidad de opciones a la hora de escoger un destino para vacacionar; pues muchos de ellos ya no buscan un lugar para descansar y salir de su rutina diaria; sino que en su mayoría buscan lugares en los que puedan realizar actividades dependiendo de sus preferencias y gustos; un claro ejemplo a lo anterior es el turismo rural, actividad en la que los ciudadanos pueden escapar de la ciudad por pocas horas; pues el objetivo principal de esta actividad es ofrecerle a los turistas lugares aledaños a las ciudades en los que puedan encontrar la paz y tranquilidad que no se tiene en la ciudad.

4.2.5. Planificación estratégica para el turismo

Para la planificación estratégica del turismo no es necesario ser un experto en el tema, pues al transcurrir los años muchas de las propuesta creadas por los expertos en el tema carecían de realismo, lo que llevo a que los diferente actores involucrados y afectados por la situación pudieran participar en el proceso, generando de esta manera más realismo a la hora de realizar y ejecutar las estrategias planteadas.

Según Schulte (2003, p. 58):

La planificación estratégica no es una enumeración de acciones y programas, detallados en costos y tiempos, sino que involucra la capacidad de determinar un objetivo, asociar recursos y acciones destinados a acercarse a él y examinar los resultados y las consecuencias de esas decisiones, teniendo como referencia el logro de metas predefinidas.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante resaltar que la formulación de estrategias no es solo crear y determinar políticas que contribuyan al mejoramiento de un problema; sino que se debe realizar un estudio detallado en el que se involucren todos los entes participantes y variables que afecten dicho problema, para que de esta forma se pueda cumplir con las metas propuestas.

4.3. Marco Legal

El Ministerio de Comercio, Industria y turismo es el encargado de controlar e incentivar el mejoramiento constante de los servicios ofrecidos por parte del sector turístico; por esta razón se han creado Unidades Sectoriales de Normalización que son:

- COTELCO: Asociación Hotelera y Turística de Colombia, fundada el 14 de junio de 1954 por un grupo de empresarios hoteleros en la ciudad de Barranquilla. Actualmente cuenta con cerca de 800 empresas aliadas. COTELCO tiene presencia en 23 departamentos a nivel nacional. (COTELCO, sf)
- ACODRES: Institución que se encarga del fortalecimiento del sector turístico y gastronómico del país A su vez a ejercido influencia frente al Gobierno con la creación del Instituto Distrital de Turismo de Bogotá (ACODRES,2013)
- ASTIEMPO: Entidad sin ánimo de lucro creada en 1994, por promotores de proyectos turísticos con el objetivo de crear el reglamento y crecimiento sostenido de sector del turismo; a su vez busca el fomento del desarrollo integral de la industrial de Tiempo Compartido de Colombia. (ASTIEMPO,2010)

Por otro lado, el Gobierno a nivel nacional se ha encargado de crear e implementar los decretos, normas y leyes que permiten el buen funcionamiento de todos los organismos e instituciones que ofrecen servicios y bienes en el sector turístico del país; a continuación se exponen los decretos más relevantes:

- LEY 300 DE 1996: Se encarga de definir las características que deben cumplir los prestadores de servicios turísticos, también de determinar cuáles son las obligaciones que estos deben tener para poder realizar y ofrecer las actividades relacionadas con el sector turístico. (Congreso de Colombia, 1996)
- LEY 1101 DE 2006: Determina cuales son todos los prestadores de servicios que se deben registrar, como lo son los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas, agencias de viajes, guías de turismo, entre otros; por otro lado determina que prestadores de servicios turísticos deben realizar los aportes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo, entre este grupo se encuentran los hoteles y centros vacacionales, las viviendas turísticas, las agencias de viajes y las oficinas de representaciones turísticas; entre otras. (Congreso de Colombia, 2006)
- LEY 1429 DE 2010: Tiene como objetivo la formalización y generación de empleo por parte de las empresas que están en etapas tempranas de madurez, también ofrece incentivos para la formalización empresarial, pues el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo deberá crear e incentivar programas de microcrédito y crédito para la estimulación del desarrollo empresarial. (Congreso de Colombia, 2010)
- LEY 1558 DE 2012: Tiene como fundamento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística a través de todos los procedimientos necesarios para la creación, conservación y aprovechamiento de los recursos turísticos. (Congreso de Colombia, 2012)
- DECRETO 502 DE 1997: Determina la clasificación de las agencias de viajes, por medio de las funciones que deben cumplir; estas son clasificadas en: agencias de viaje y turismo, agencia de viajes operadoras y agencias de viajes mayorista; por otro lado

también establece cuales son las principales servicios que deben prestar las agencias para el adecuado desarrollo de la actividad turística. (Congreso de Colombia,1997)

- DECRETO 1075 DE 1997: Señala que el Ministerio de Desarrollo Económico impondrá sanciones a los prestadores de servicios turísticos que incurran en acciones tales como: la presentación de documentación falsa, utilización de publicidad engañosa, incumplir todos los servicios ofrecidos, infringir las normas del sector turístico; entre otras. (Congreso de Colombia, 1997)
- DECRETO 2074 DE 2003: Señala cuales son todos requisitos necesarios para realizar la inscripción en el Registro Nacional de Turismo de todos los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas, agencias de viajes y guías de turismo; también determina que el tiempo de vigencia de los prestadores de servicios turísticos es a un año por lo tanto este debe renovarse al cumplir la fecha de vigencia. (Congreso de Colombia, 2003)

4.4. Marco Contextual

El municipio de Cucunubá, se ubica en la provincia de Ubaté del departamento de Cundinamarca con una extensión de 112 km² distribuida en 110,8 km² parte rural y 1,12 km² en parte urbano.

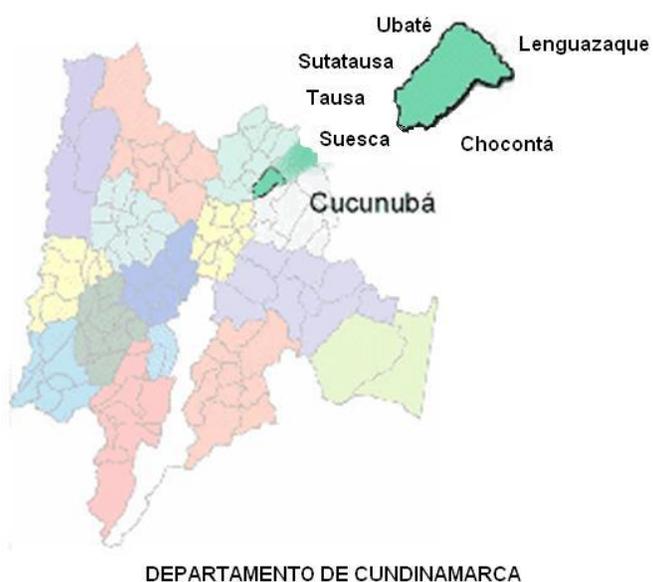


Ilustración 4: Ubicación geográfica Cucunubá

Fuente: Alcaldía de Cucunubá (2012)

Gracias a su ubicación geográfica, tanto su población como los turistas experimentan sensaciones de tranquilidad y paz interior por medio del contacto con los paisajes y lugares coloniales que permiten que los visitantes salgan de sus agitadas rutinas para encontrarse con panorámicas como las del alto de La Capilla o el alto de La Cruz, en las que pueden respirar profundamente y deleitarse con el paisaje.



Ilustración 5: Panorámica Municipio de Cucunubá tomada desde la vereda La Toma.

Fuente: Propia

El municipio cuenta con una infraestructura colonial que se conserva desde su fundación, pues muchas de las calles del pueblo guardan una riqueza histórica incomparable que perfectamente puede ser mostrada al mundo, convirtiéndose de esta manera el sector del turismo un medio para el crecimiento de la economía de los lugareños.



Ilustración 6: Parque central de Cucunubá

Fuente: Alcaldía de Cucunubá (2008)

Cucunubá cuenta con una población de 7.433 habitantes de los cuales el 84,22% corresponden a la zona rural y 15,78% a la zona urbana; el 47,91% son mujeres y el 52,09% son hombres. La cantidad de población por rangos de edad indica que el 44,3% de la población, se encuentra en edad de trabajar; dedicándose a labores propias del lugar como la minería, la agricultura y ganadería, que en su mayoría son ejercidas por los hombres; por otro lado las mujeres se dedican a labores del hogar y a actividades de agricultura, ganadería, industria manufacturera, comercio y enseñanza; por último la población infantil representa tan solo el 18,31% de la población del municipio (Quintana, 2011).

A solo 88 kilómetros de Bogotá los cucunubenses celebran anualmente el festival internacional de danza por pareja en el mes de marzo, VIII olimpiadas mineras en mayo, el día del campesino Cucunubense en Junio, la fiesta de la virgen del Carmen en Julio, el día de Cucunubá y la feria ganadera en agosto, la fiesta del divino salvador en septiembre y finalmente el festival internacional de música andina y amerindia en el mes de Noviembre, fiesta que convoca a todos los jóvenes que deleitan a todo el pueblo con su música tradicional que evoca a una Latinoamérica unida (Alcaldía de Cucunubá, 2015).

Con el Plan de Desarrollo Municipal “Cucunubá compromiso de todos 2012-2015” se busca aprovechar las condiciones geográficas y naturales para generar mecanismos que impulse el desarrollo económico del municipio; promoviendo el turismo rural como el medio para la generación de un mayor número de empleos para la población.

Quintana (2012), en el plan de desarrollo municipal “Cucunubá compromiso de todos 2012- 2015” propone las siguientes estrategias para el fomento del turismo:

- Capacitar y fomentar la formación de guías turísticas, para contar con un capital humano cualificado en las actividades turísticas, además de la creación de la oficina del municipio.
- Potencializar las características como sitios turísticos e infraestructura del municipio, con el fin de incentivar el turismo en el municipio.
- Promover la cultura turística en la población del municipio.
- Mantener y crear espacios con infraestructura y conservar las bellezas naturales, como fomento del turismo en el municipio.
- Fomentar proyectos para la práctica de deportes extremos.
- Hacer uso de los medios tecnológicos como ventana para el desarrollo del municipio.
- Fomentar a través del turismo la comercialización y venta de artesanías y productos derivados de las actividades económicas del municipio.
- Utilizar los espacios culturales como atractivos turísticos.

Cucunubá posee importantes características para desarrollar proyectos que fomenten el turismo como vía de crecimiento económico para la población; por esta razón el Alcalde Guillermo Quintana formula estrategias para generar un cambio social y económico en el Municipio, pues quiere involucrar en sus propuestas a la población desocupada y desempleada que por causas externas no pueden emplearse; un ejemplo claro a lo anterior, son todas las madres cabeza de hogar que se consideran como una fuerza laboral, que por medio la producción de artesanías que destaquen la esencia y cultura del municipio pueden generar ingresos familiares y un reconocimiento por su importante labor.

El Alcalde Guillermo Quintana cumpliendo con los proyectos planteados en el plan de desarrollo, ha adelantado acciones tales como la recuperación de las vías de acceso a los puntos de interés turístico del municipio, además en convenio con el Sena se ha capacitado a la población como guías turísticos y en la gastronomía del municipio; pero aún no se han culminado todas las labores para el debido fortalecimiento y mejora del sector de comercio, hoteles y restaurantes.

5. Diseño Metodológico

5.1. Enfoque de Investigación

Este proyecto se desarrolló bajo el **enfoque de una investigación cuantitativa**; ya que se hizo uso de varias bases de datos del DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), entre las cuales se encuentra: la proyección de población, el censo del 2005 para el municipio de Cucunubá, el PIB por habitante, y muchas más. Esta información recolectada contenía datos numéricos que permitían sacar promedios y realizar gráficas para un mejor análisis de la información.

Según Sampieri, Fernández y Baptista (2006, p.140):

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica y frecuentemente en el uso de estadísticas para establecer con exactitud los patrones de comportamiento en una población.

Partiendo de la anterior, se sustenta que efectivamente el enfoque de la investigación es descriptiva; ya que toda la información analizada que se extrajo de los boletines y documentos emitidos por el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), en los cuales se encontraban estadísticas que permitieron establecer diferentes hipótesis para más tarde concluir y determinar el comportamiento de la población según las variables que afectaban la investigación.

Finalmente, luego de realizar los análisis cuantitativo se logró observar el problema desde varios puntos de vista; pues se logró involucrar tanto los estudios oficiales generados por parte del gobierno nacional y la entidad encargada (DANE) como los datos recolectados por informes departamentales y municipales que detallaban más en concreto el comportamiento de las variables involucradas, como lo eran; la Población en Edad de

Trabajar, todos los ocupados del municipio, la oferta y demanda laboral de Cucunubá, la demografía, la cultura, el turismo y la economía.

5.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se desarrolló en el proyecto fue **descriptivo**, ya que para cumplir con los objetivos propuestos al inicio del trabajo de investigación, se determinaron todas las variables que afectaban el problema, para luego recolectar toda la información y de esta manera describir las diferentes situaciones y soluciones planteadas a lo largo del proyecto.

Según Sampieri, Fernández y Baptista (2006, p.142):

Los estudios descriptivos miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar. En un estudio descriptivo se selecciona una serie de cuestiones y se mide o recolecta información sobre cada una de ellas, para así (Valga la redundancia) describir lo que se investiga

Teniendo en cuenta la cita anterior, este trabajo de investigación como objetivo principal busca determinar estrategias para el que el turismo rural sea un mecanismo de generación de empleo en el municipio de Cucunubá; y es a partir de esta problemática que se inició un exhaustivo trabajo de investigación, que permitió determinar las diferentes situaciones o variables que afectaban dicho problema, entre las variables involucradas se encuentra: la Población en Edad de Trabajar en Cucunuba, todos los ocupados del municipio, la oferta y demanda laboral de Cucunubá, la demografía, la cultura, el turismo y la economía del lugar; para más tarde describir la problemática por medio de planteamientos teóricos y prácticos que contribuyeron con una solución que permitiría mejorar dicha problemática.

Es importante tener en cuenta que el tipo de investigación descriptivo es el más pertinente para este trabajo, ya que el método de investigación del proyecto requería que se realizara una investigación de todos las posibles situaciones que originaban este problema; para que luego de seleccionar y analizar toda la información obtenida se generara una posible solución a la problemática que se estaba abordando en ese momento.

5.3. Método de Investigación

El método de investigación por el cual se desarrolló este trabajo fue el **inductivo**; pues el problema se observó a partir de una situación particular para poder llegar a una general; ya que con este proyecto se buscaba crear estrategias para el aumento de la tasa de ocupación de la población por medio del fomento del turismo rural en el municipio. Este método permitió determinar cuáles iban a ser las mejores estrategias que permitían generar un aumento en la tasa de ocupación, ya que los resultados de las observaciones, descripciones y explicaciones de la investigación fueron la base teórica para los momentos futuros.

Según Sampieri, Fernández y Baptista (2006, p. 265) “la inducción es ante todo una forma de argumentación, que conlleva un análisis ordenado, coherente y lógico del problema de investigación, tomando como referencia premisas verdaderas”.

Ya que permite analizar desde un ambiente macro todas las variables que afectan el problema para luego enfocarse en un análisis micro, logrando de esta forma orientar todos los esfuerzos en buscar las posibles soluciones al problema planteado al inicio del trabajo.

A su vez es importante resaltar que por la información recolectada y por los objetivos que se lograron con este proyecto la investigación inductiva es pertinente, ya que permite comparar el contexto general del municipio por medio de las variables demográficas, geográficas y económicas para finalmente crear por medio del resultado de la investigación, las posibles estrategias que contribuyan al fortalecimiento del sector turístico en el municipio.

5.4. Técnicas de Recolección de la Información

5.4.1. Fichas Bibliográficas

La ficha bibliográfica permite ordenar las ideas extraídas de todos los documentos referenciados para elaborar la investigación y de esta forma cumplir los objetivos

propuestos obteniendo datos que nos permita la identificación de las ideas más relevantes. Se debe tener en cuenta algunos componentes en el momento de realizar la ficha bibliográfica entre ellos están, el autor de la obra, el número de edición, lugar de la publicación, editor, año de publicación, número de páginas, número de volúmenes, indicación de tablas e ilustraciones, título de la colección o serie, y número de la publicación dentro de la serie. (Omonte, 2009)

Autor/a: _____	Editorial: _____
Título: _____	Ciudad, país: _____
Año: _____	
Resumen del contenido: _____ _____ _____ _____	
Número de edición o impresión: _____	
Traductor: _____	

Ilustración 7: Ficha Bibliográfica

Fuente: Omonte, 2009

Revisar los documentos permite conocer detalladamente los diferentes temas y la información que contienen estos, para luego poder registrar de manera ordenada todos los datos de mayor relevancia en una ficha bibliográfica logrando de esta manera llevar un control de toda la información que se posee en la investigación.

5.4.2. Revisión de documentos

El trabajo de investigación se realizó una revisión de documentos como: planes de gobierno a nivel nacional, departamental y municipal; además de varios boletines provenientes del DANE donde se reportaban las estadísticas que involucraban el comportamiento social, político, económico y cultural de la población estudiada; y así más clara sobre el contexto en el que se encontraba la población Cucunubense con relación al turismo desde varios años atrás a la actualidad.

Además es importante tener en cuenta, que en un inicio esta técnica de recolección de información, contribuyo en grandes proporciones a la hora de definir objetivos y metas que se querían logran con este trabajo; pues al observar que tanto la población como el municipio contaban con las características adecuadas para desarrollar políticas se determinó que el proyecto era viable.

5.5. Técnica de análisis de la información

5.5.1. Descriptivo

El método de análisis descriptivo permite estructurar toda la información que se posee, para que de esta forma se pueda detectar según las variables seleccionadas el comportamiento de la población. Para estructurar y seleccionar la información pertinente para la investigación, es necesario realizar gráficos o matrices de identificación de conceptos que permitan filtrar y organizar todos los datos recolectados; y así detectar los datos erróneos o inesperados que puedan afectar la continuidad de la investigación. Luego de organizar y filtrar toda la información se realiza un análisis descriptivo en el que se detalla que tanta influencia e importancia tiene la variable sobre el problema de investigación y como este puede afectar de forma positiva o negativa a la continuidad del trabajo exploratorio, para finalmente llegar a la solución del problema que se plantea. (Universidad de Buenos Aires, s.f.)

Tabla 2: *Matriz de identificación de conceptos*

CATEGORIA DE ANALISIS	VARIABLE	PARAMETROS DE OBSERVACIÓN	PUNTOS ESPECÍFICOS	FUENTE
Tasa de ocupación				
Cucunubá				
Turismo rural				

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 2 se expone la matriz que se usó para realizar el análisis correspondiente de toda la información recolectada a lo largo de este proyecto, la matriz se divide en 3

categorías que permiten la clasificación de la información, que a su vez contienen indicadores por medio de los cuales se analizó y determino que tan importante y provechosa es la información que se recolecto. Por otro lado la matriz contribuyo a sesgar las variables que a lo largo de la investigación iban afectando la problemática estudiada. Ver anexo 1 Matriz de identificación de conceptos

5.5.2. Matriz de Marco Lógico

Una matriz de marco lógico estructura el proceso de planificación y comunicación de información que relaciona con el proyecto que se está desarrollando, por medio de la conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Esta herramienta se puede usar en cualquier momento del proyecto. Inicialmente se creó este método para dar solución a problemas como: planificación de proyectos carentes de precisión o no hay una clara imagen de producto final si el proyecto tuviese éxito; y es por esta razón que la matriz de marco lógico, es precisa al determinar que se busca con el proyecto, porque se busca, como se va a medir y con qué medios lo voy a realizar para finalmente tener cumplir con la meta deseada y propuesta al inicio de un proyecto. (Universidad del Rosario, s.f)

Tabla 3: Matriz De Marco Lógico

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
FIN			
PROPOSITO			
COMPONENTE			
ACTIVIDADES			

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 3 se muestra la matriz de marco lógico que se usó para determinar los objetivos de los cuales se partieron a la hora de realizar las estrategias que permitieran

viabilizar las políticas existentes en el plan de desarrollo del municipio de Cucunubá. Esta matriz se compone de cuatro parámetros los cuales deben ser medibles, verificables y que tengan supuestos. Ver anexo 6 Matriz de Marco Lógico.

6. Desarrollo Socio-Económico de Cucunubá en los últimos años

En los últimos 10 años la población de Cucunubá, se ha visto sumergida en una serie de cambios tanto demográficos y sociales como económicos, pues su economía se ha transformado provocando un gran impacto al municipio, ya que esté paso de ser un municipio agrario a un municipio altamente minero, debido al aumento de la explotación de carbón en gran parte de la zona rural. Por otro lado, a pesar de las diferentes transformaciones de Cucunubá, se resalta que aún se conserva en la arquitectura el estilo colonial que lo hace bastante llamativo para los turistas, y es por este valor agregado que demuestra que no solo su cultura y tradición hacen del municipio un lugar con potencial turístico, sino que debido a su llamativas locaciones y zonas naturales crean en los visitantes la necesidad de visitar estos lugares que les permiten salir de sus rutinas y encontrarse con su yo interior en medio de paisajes inigualables.

6.1. Población

La población Cucunubense en los últimos 10 años ha manteniendo un crecimiento promedio del 2,23%; del cuál el 51% son hombres y el 49% son mujeres. Según cifras del DANE, para el año 2007, casi el 85% de la población se encontraba asentada en la zona rural y solo el 15% en la zona urbana.

Para el año 2011, según cifras de la Gobernación de Cundinamarca, del 100% de la población que habitaba el municipio de Cucunubá, tan solo el 82% vive en la zona rural y el 18% en el casco urbano, lo que permite afirmar que aunque el aumento no fue significativo, parte de la población del municipio migró del campo a la ciudad buscando una mejor calidad de vida.

Por otro lado, las estadísticas del diagnóstico del plan de desarrollo municipal “Cucunubá compromiso de todos”, indican que para el año 2014 el municipio de Cucunubá contaba con un total de 7.433 habitantes, de los cuales 6.073 habitan el área rural y 1.360 el área urbana; permitiendo que la extensión total del territorio del municipio que es 112 km², se distribuya en 67 personas por kilómetro cuadrado (Quintana, 2011).

Según estadísticas del DANE, la población de Cucunubá cuenta con un mayor número de hombres en relación con las mujeres; pues en el lugar se encuentran 3.871 hombres y 3.562 mujeres. Al analizar la base de datos de proyección de población por género del DANE, se deduce que desde hace más de una década en el municipio, la población masculina ha sido mayor que la femenina; pues el 52% de la población son hombres y tan solo 48% mujeres, demostrando que la diferencia entre los géneros no es alarmante pero si importante; ya que este fenómeno es el resultado de la cultura conservadora de los pobladores del lugar, debido a que para estas familias es más conveniente engendrar hombres que mujeres, pues para ellos los hombre son una mano de obra importante que contribuye a las labores e ingresos del hogar. (DANE, 2006)

Actualmente, el 80% de los Cucunubenses se encuentran localizados en el área rural, siendo esta la zona más poblada del municipio a comparación de la zona urbana. Su población se compone por más hombres que mujeres entre las edades de 0 a 30 años; determinando que los cucunubenses se encuentran en un rango de edad joven.

A continuación en la Ilustración 8, se encuentra la proyección de la población del municipio entre los años 2002 a 2020.

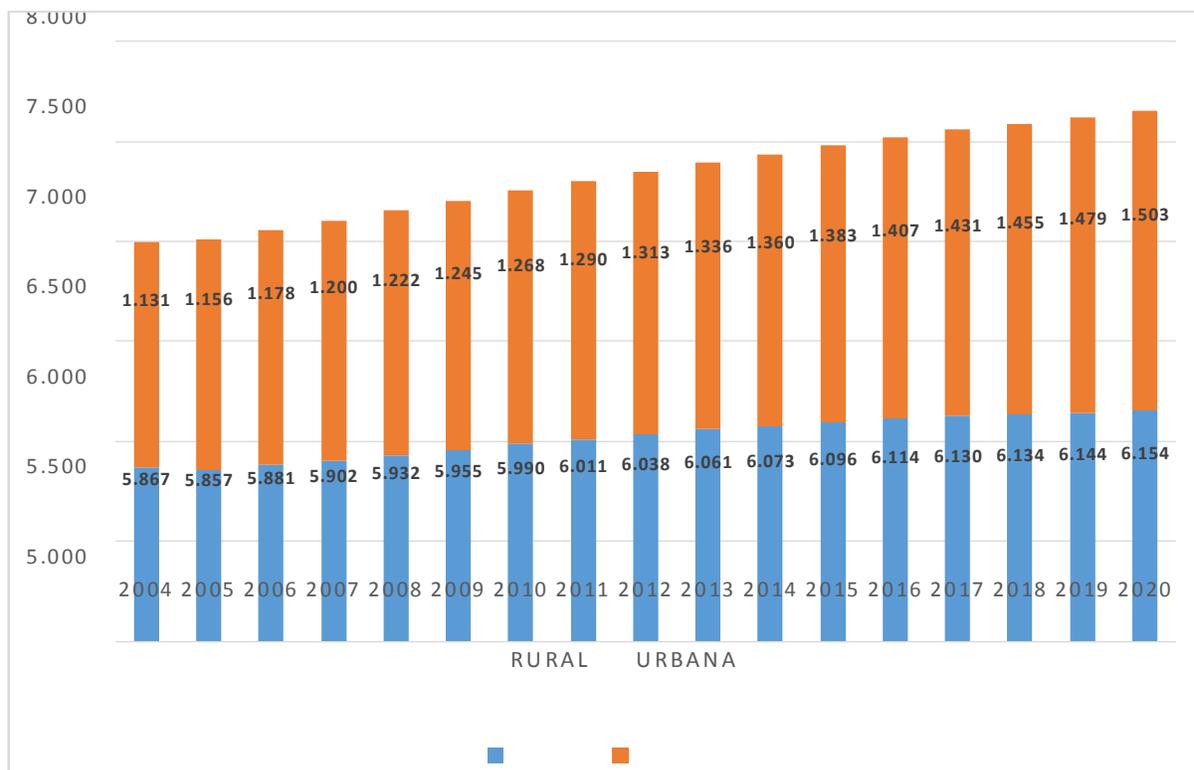


Ilustración 8: Proyección de la población de Cucunubá en la zona rural y la urbana 2004-2020

Fuente: DANE, 2011. Elaboración propia

La distribución demográfica del municipio, actualmente indica que en la zona rural hay una cantidad considerable de pobladores, pues notablemente son mucho más los pobladores del área rural que en el área urbana; es decir, la mayor concentración de población se encuentra en los campos y en las minas, debido a que esta zona le ofrece a los cucunubenses mayores oportunidades de progreso que contribuyen a mejorar la calidad de vida de todos los habitantes. Es importante resaltar que Cucunubá es uno de los pocos municipios en lo que la migración reporta bajas tasas; ya que actualmente a nivel nacional, la migración de los campesinos a la ciudad se está convirtiendo en un gran problema, generando que muchos de los campos queden desolados por falta de pobladores que los habiten.

En la Ilustración 9, se encuentra el histograma de la proyección de la población para el año 2014, en el que se hace la relación entre hombres y mujeres por grupos de edad.

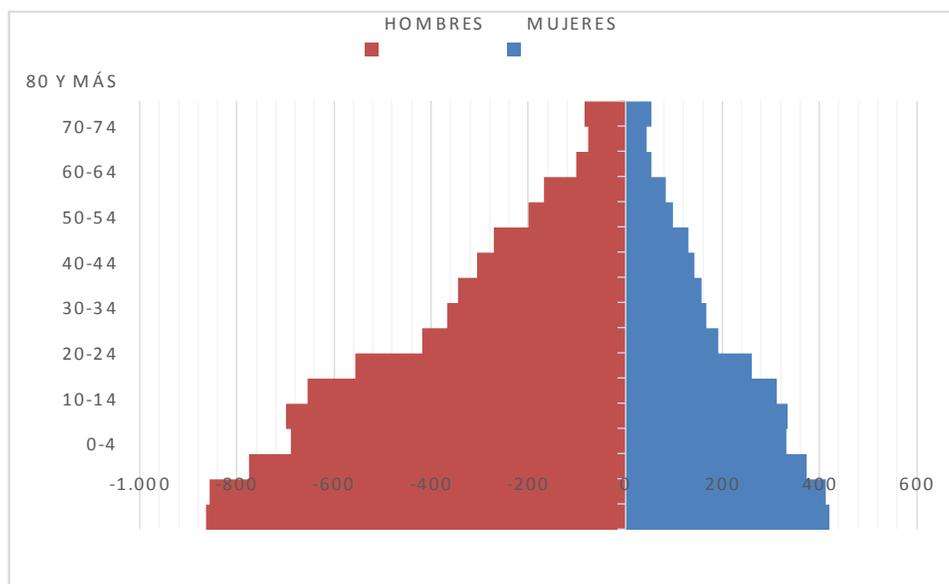


Ilustración 9: Histograma de la proyección de la población 2014

Fuente: DANE, 2011. Elaboración propia.

Según la proyección de la población para el año 2014, entre las edades de 0 a 34 años la cantidad de habitantes es mayor que en el resto de los grupos de edad; es decir, en Cucunubá los niños y los jóvenes representan el mayor número de pobladores, siendo este fenómeno de gran importancia para el desarrollo económico del municipio y la región; pues la concentración de población joven permite concluir que las migraciones a ciudades son cada vez menores y que Cucunubá cuenta con un potencial humano incalculable; ya que por medio de los jóvenes se pueden generar grandes cambios que contribuyan a una mejor calidad de vida de los habitantes.

Por otro lado, es importante incluir la población discapacitada, pues es un actor que cobra gran relevancia en la sociedad actual; ya que debido a las nuevas reformas incluyentes que abren un espacio a todas estas personas que tienen un valor incalculable y un potencial inigualable, se pueden lograr cambios significativos en la sociedad; creando conciencia a partir de la responsabilidad social y es por esta razón que en el histograma de la Ilustración 10, muestra la cantidad de población discapacitada que reportaba Cucunubá para el año

2010; para luego a partir de esta generar las estrategias que permitirán incentivar el turismo en el municipio de Cucunubá.



Ilustración 10: Histograma de la población discapacitada 2010

Fuente: DANE, 2010. Elaboración propia.

Como se enseña en la Ilustración 10, la cantidad de habitantes en el municipio con alguna discapacidad física es mínima; ya que debido a que el número total de pobladores de Cucunubá es pequeño los casos de discapacidad van a ser proporcionales a su población total. Por otro lado es importante señalar que según el DANE existe una clasificación para determinar si una persona es discapacitada. Las categorías son las siguientes:

- No sabe cuál es el origen de la enfermedad.
- Condiciones de salud de la madre durante el embarazo.
- Complicaciones en el parto.
- Enfermedad general.
- Alteración genética, hereditaria.
- Enfermedad profesional.
- Consumo de psicoactivos.

- Accidente.
- Víctima de violencia.
- Dificultades en la prestación de servicios de salud.

Partiendo de las categorías anteriores, en Cucunubá el mayor número de personas con discapacidad es generado por algún accidente y enfermedad profesional, pues más del 50% de la población labora en las minasⁱ, empleo que es altamente peligroso y el que más víctimas genera en la zona.

Determinar cómo está constituido el municipio es de gran importancia, pues de esta forma se van a poder determinar cómo los hogares y viviendas están distribuidos en cada una de las veredas que componen el municipio de Cucunubá; en la Tabla 3 se expone una a una todas las veredas del municipio con su respectivos hogares y viviendas para el año 2010.

Es importante resaltar que en el año 2007, los informes catastrales de Cucunubá indicaban que el municipio tan solo estaba conformado por 14 veredas; pero conforme a la distribución política y administrativa del municipio al día de hoy existen 22 veredas. También cabe recordar, que las veredas están bajo la jurisdicción de la Alcaldía, pero cada vereda cuenta con una Junta de Acción elegida por los habitantes de la zona, que está encargada de presentar todas las necesidades y problemas de infraestructura y de prestación de servicios frente a la alcaldía del municipio.(Sistema de Información Minero Colombiano, sf, pp. 3-14)

ⁱⁱ De acuerdo al Decreto 1607 de Julio 31 de 2002, la explotación y aglomeración de hulla posee un tipo de riesgo v, el más alto en la clasificación; y la agricultura es de riesgo tipo ii, siendo riesgo moderado.

Tabla 4: Hogares y viviendas por veredas del municipio de Cucunubá 2010.

VEREDAS	PERSONAS	HOGARES	VIVIENDAS
CENTRO	764	214	195
EL TUMBI	99	23	23
EL DIVIDIVE	79	24	23
LAS TERRAZAS	24	8	8
CHAPALA	487	123	122
HATO DE ROJAS	187	52	50
CARRIZAL	255	70	69
MEDIA LUNA	183	46	42
LA FLORIDA	274	69	63
ALTO DE AIRE	231	59	57
ATRAVIESAS	241	70	69
PUEBLO VIEJO	863	214	203
PEÑAS DE PALACIO	16	7	7
JUAI TOQUE	35	8	8
EL TABLON	210	59	57
LA RAMADA	322	84	82
BUITA	274	74	68
LA TOMA	120	34	33
LA LAGUNA	132	39	35
APOSENTOS	282	68	64
PEÑAS	842	220	212
EL RHUR	133	40	40
TOTAL DEL MUNICIPIO	6.053	1.605	1.530

Fuente: Quintana, 2011. Elaboración propia.

Como lo indica la Tabla 3, en promedio por cada vivienda hay un hogar que está conformado por grupos familiares de 4 personas, lo que indica que por lo general en las viviendas ubicadas en el municipio es usual encontrar los núcleos familiares tradicionales; es decir, familias conformadas por papá, mamá e hijos, y muchas veces también incluyen a los abuelos.

A su vez, se debe tener en cuenta que las familias no cuentan con viviendas que aseguren una óptima calidad de vida; pues muchas de estas viviendas están construidas por medios rudimentarios que no aseguran la integridad de quien las habita; además las casas tampoco cuentan con los servicios públicos básicos, debido a que las veredas se encuentran en lugares lejanos en los que es difícil tener acceso al alcantarillado.

6.2. Calidad de vida

Según el último censo realizado por el DANE, más del 50% de la población Cucunubense viven en condiciones de extrema pobreza; pues para el año 2005, en el municipio de Cucunubá el 50,7% de las personas eran propietarios de la casa que habitaban y el 21,7% su vivienda es usufructo. La vivienda predominante era la casa, que en su mayoría estaba construida en materiales como ladrillo y bahareque en las paredes, y los pisos eran contruidos en cemento o tierra; lo que generaba que la calidad de estas viviendas fue bastante regular casi mala; afectando de manera directa la calidad de vida de quien las habitaban. (DANE, 2006)

Por otro lado, tan solo el 62,9% de las viviendas contaban con agua potable, pero solo el 5,9% tenían alcantarillado, además solo el 34,8% de las casas contaban con sanitario que era conectado a un pozo séptico que generaba problemas de salubridad; y tan solo el 88,7% de las familias contaba con luz eléctrica; finalmente la inexistencia de un recolector de basuras llevaba a la población a incinerar las basuras generando problemas de contaminación ambiental. (Sistema de Información Minero Colombiano, sf, p. 10)

Para los años 2010 – 2011 la Alcaldía de Cucunubá en conjunto con el Gobierno Nacional con el fin de mejorar la calidad de vida de los pobladores, han implementado programas de promoción social como lo es: Familias en Acción, programa que se encarga en brindar apoyo monetario a las madres beneficiarias, que para obtener el beneficio se deben comprometer a cumplir ciertos compromisos como la asistencia escolar y de salud de los menores, permitiendo de esta forma un progreso de las condiciones de vida de las 323 familias a las que apoya este programa. Otro de los programas de promoción social son los restaurantes escolares que benefician a más de 1.600 niños y niñas, con el objetivo brindarle alimentos a todos los estudiantes de los colegios públicos y privados del municipio logrando de manera indirecta un mejor desempeño de todos los estudiantes. Adicionalmente, Cucunubá en el desarrollo de su propuesta de promoción social por medio

de su Programa Nacional de Alimentación para el adulto mayor, beneficia a más de 90 abuelitos brindándoles un mercado básico que contribuye a su aporte nutricional diario.

Entre otros programas de promoción social, se encuentra Prosperar que beneficia a más de 130 adultos mayores, *programa Cre-Ser*ⁱⁱ que beneficia a más de 61 familias, hogares comunitarios que beneficia a más de 61 niños, el *proyecto Fami*ⁱⁱⁱ que beneficia a más de 24 mujeres gestantes lactantes, el club del adulto mayor que beneficia en promedio a más de 100 adultos, programa de atención a la primera infancia que beneficia a más de 242 niñas y niños menores de cinco años y el programa materno infantil que beneficia a más de 70 familias

En el municipio de Cucunubá en el año 2005 el 46,5% de las familias indicaron que se encontraban afiliadas a alguna entidad de seguridad social en la salud, tan solo el 35,9% aporta al sistema de pensiones argumentando que de esta forma garantizaban los ingresos familiares en caso de alguna calamidad doméstica; este fenómeno se generaba por la presencia de empresas formales que les ofrecían oportunidades laborales; aunque se manifestaba que las probabilidades de obtener un trabajo informal son mayores a las de un trabajo formal.

Más tarde en el año 2007, el municipio obtiene la aprobación para que el organismo de salud denominado Empresa Social del Estado Centro de Salud de Cucunubá continuara con sus actividades y labores garantizando de esta forma el bienestar de la población Cucunubense.

Actualmente el sector de la salud en el municipio cuenta con la Empresa Social del Estado Centro de Salud de Cucunubá que cumple con todos los estándares de calidad a la hora de ejercer sus actividades; a su vez los tres centros de salud se encuentran en lugares

ⁱⁱ Programa Cre-ser: Programa que beneficia a niños menores de 5 años con riesgo nutricional de bajo peso. Realiza el seguimiento nutricional y acompañamiento a los padres de familia.

ⁱⁱⁱ Proyecto Fami: Proyecto que busca promover la gestión, lactancia y el cuidado de los menores

estratégicos del municipio permitiendo de esta forma que toda la población tenga acceso a la salud, pues debido a las largas distancias entre las veredas, como proyecto se planteó ubicar los centros de salud a distancias considerables del centro urbano, para que dada alguna emergencia que se pueda originar, el centro de salud se encuentre al alcance toda la población sin importar la distancia en la que haya ocurrido la emergencia.

Por otro lado, la educación en los últimos años ha sido el sector que más dificultades ha presentado, pues por la falta de infraestructura y capital humano que garantice la adecuada prestación del servicio ha generado que toda la población infantil se vea afectada a la hora de tomar sus actividades académicas. Para el año 2005 a pesar de las dificultades de este sector el 82,7% de la población sabía leer y escribir y solo el 84,3% se encontraba vinculado a alguna entidad educativa; y la población restante manifestaba que por falta de recursos económicos no podía asistir a la escuela, a pesar de que gastos económicos fueron casi nulos. (Sistema de Información Minero Colombiano, sf, pp. 12-14)

En el año 2009 la infraestructura de planteles educativos en Cucunubá avanzó de manera significativa, pues ya contaba con 3 escuelas para educación básica secundaria aprobadas por la Secretaría de Educación, en las cuales había 1.612 alumnos matriculados de los cuales 124 pertenecían a preescolar, 760 a primaria, 554 a básica secundaria, 174 a media vocacional y 70 profesores para los 18 establecimientos educativos que habían en ese momento. (Alcaldía Municipal, 2006)

Para el año 2011 la educación se ve altamente deteriorada, a pesar de todos los esfuerzos por incentivar la educación en la población infantil y la población joven; pues las familias prefieren que los niños estén realizando labores del campo a que estos asistan a la escuela; pues debido a sus creencias culturales se cree que los niños no tienen necesidad de asistir a las escuelas ya que para ellos subsistir no es sinónimo de educación.

El problema provocado por la falta de educación es la pobreza, razón por la cual muchas de las familias prefieren que los menores trabajen generando una entrada

económica más al hogar, beneficiando directamente su economía; pues el hecho de llevarlos a la escuela aumenta los gastos que para la familia no es nada beneficioso; ya que las condiciones de vida de estas familias por lo general son de extrema pobreza. El problema de educación no solo es provocado por la falta de interés de las familias en educar a los menores, sino que a este problema también se suma el hecho de que el municipio no cuente con la infraestructura adecuada para que los estudiantes puedan asistir a sus clases, además a esto los profesionales capacitados también se encuentran en número reducido, pues la cantidad de profesores disponibles no corresponde o no son suficientes para la cantidad de estudiantes en el municipio.

6.3. Actividades Económicas

A nivel nacional y departamental Cucunubá es conocido como un municipio altamente minero, y estos pronósticos no se equivocan, pues la economía del este municipio está basada en más del 50% en la extracción de carbón; además de la minería se le suma la agricultura, ganadería y porcicultura; entre otras.

Según la gobernación de Cundinamarca el PIB municipal del año 2005 fue de \$53.261,20 millones, más tarde en el año 2006 reportó \$56.368,25 millones y la última cifra de la que se tiene conocimiento hasta el momento es la del año 2007 donde su PIB reportó 54.980,34 millones; es decir, que en estos tres años el PIB se mantuvo en un promedio de \$54.869,93 millones. La participación del PIB de Cucunubá a nivel departamental es tan solo del 0,36% para el año 2005, en el 2006 contribuyó con un 0,35% y ya para el año 2007 a través de sus actividades económicas tan solo participó en el PIB departamental con un 0,34%.(Gobernación de Cundinamarca, 2008).

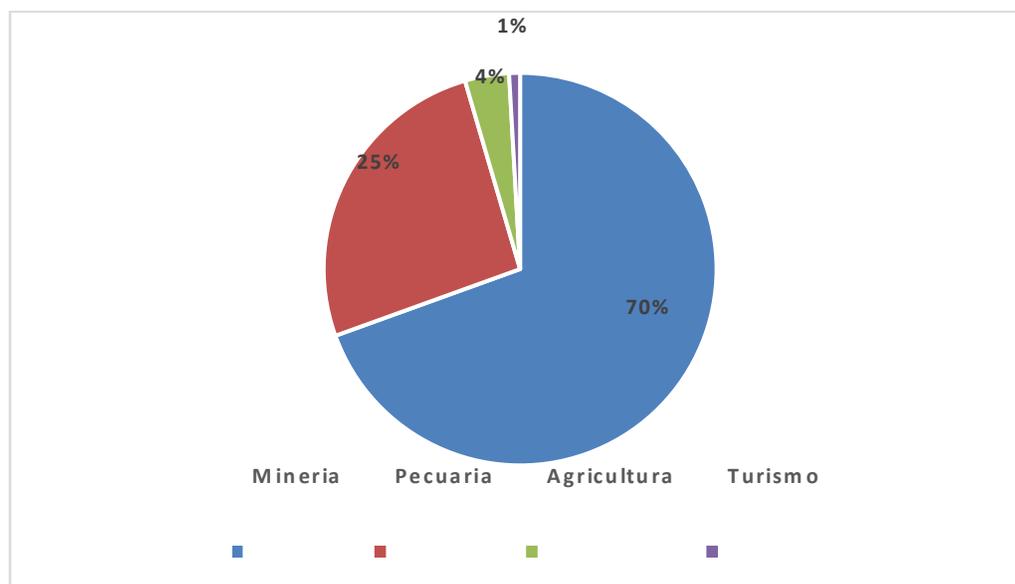


Ilustración 11: Distribución porcentual de las actividades económicas

Fuente: Quintana, 2011. Elaboración propia.

Las actividades económicas características del municipio de Cucunubá se centran principalmente en la minería con una participación del 70% y la pecuaria un 25%.

El 90% las actividades económicas del lugar se ubican en determinadas veredas, lo que obliga a las familias del municipio a trasladarse o migrar entre las veredas en busca de un mejor progreso económico y mejor calidad de vida, pues se resalta que Cucunubá es municipio carbonífero por excelencia y gracias a la extracción de carbón el municipio se ubica en los primeros lugares en aportar al PIB provincial respecto al sector minero; y es por esta razón que este sector es un gran potencial para estimular la producción de bienes y servicios del municipio, ya que le deja grandes regalías y beneficios que generan en la población una atracción más relevante con relación a otra actividad económica.

6.3.1. Sector minero

El sector económico más representativo de Cucunubá es la minería, ya que por largos años este municipio se ha caracterizado por la extracción de carbón, convirtiéndose este mineral en la base de su economía, ya que recibe importantes regalías de esta actividad por parte de las empresas privadas.

Según la CAR (Corporación Autónoma Regional) en el año 2006 había 37 minas inscritas en el Registro Minero Nacional que producían en promedio 50.350 toneladas al mes; es decir, Cucunubá era el primer municipio en el departamento en extraer carbón con un porcentaje del 27,02%. En Cucunubá se extrae dos clases diferentes de carbón que son: el térmico que es el 80% del total de la extracción en el municipio y el metalúrgico que solo es 20% de la producción. Del sector minero la pequeña minería representaba en promedio el 76,85% y la mediana minería tanto solo el 23,15%. (Quintana, 2011, p. 34)

A pesar que la minería es el principal estimulante de la económica del municipio, este sector es poco industrializado, pues son pocas las minas que cuentan con procesos tecnificados a la hora de realizar la extracción del carbón; y es esta una de las razones por las cuales se genera malos procedimientos en el momento de manipular los recursos naturales.

Las labores realizadas por la CAR para terminar con la minería ilegal en el municipio no ha obtenido los resultados deseados; pues muchas de las empresas mineras logran evadir la normatividad y reglamentación exigida por esta entidad; lo que genera un problema mucho mayor, ya que estas empresas no miden el riesgo a la hora de realizar la explotaciones del mineral sin cumplir con los requerimientos básicos; riesgos que no solo afectan a los empleadores sino que también a los empleados; ya que muchos de los mineros por obtener un trabajo deciden emplearse en minas que no les garanticen su seguridad e integridad física.

Las veredas que se dedican a la explotación del carbón son Pueblo Viejo, Peñas, Aposentos, La Ramada, El Tablón y Hato de Rojas; en estas veredas la población se dedica en un 80% a la minería; es decir, que gran parte de la población del municipio tiene que desplazarse a los lugares que realizan la explotación para poder lograr un sustento económico; ya que es el carbón el principal fuente de ingreso tanto para la población como para el municipio. (Quintana, 2011, pp. 36 - 37)

Actualmente el sector minero cuenta aproximadamente con 1.661 empleados de los cuales 166 son administrativos y 1.515 laboran en las áreas operativas; distribuidas en un 90% en mano de obra masculina y en un 3% en mano de obra femenina; es importante tener en cuenta que gran parte de la población contratada en este sector no cuentan con los niveles educativos altos; pues más bien se encuentran entre los niveles bajos casi nulos. (Alcaldía de Cucunubá, 2011)

Debido a que solo en determinadas veredas se realiza la extracción del carbón, muchas de las familias deciden migrar de una vereda a otra para poder emplearse, pues para la mano de obra masculina su principal fuente de empleo son las empresas mineras y es por esta razón que ellos prefieren mudarse pues de esta manera logran obtener un empleo que les genere mayores ingresos para el sustento familiar.

6.3.2. Sector Agropecuario

En los últimos 10 años el sector agropecuario ha presentado varias dificultades, generadas por la baja inversión por parte de la alcaldía. Pues normalmente las actividades tanto agrarias como pecuarias se realizan en pequeños minifundios por parte de las familias a través de técnicas rudimentarias, que llevan a esta actividad a producir cantidades poco significativas para el municipio.

En el año 2006 la actividad pecuaria representaba 70% del sector y la actividad agropecuaria representaba tan solo el 30%. Este sector representa baja productividad debido a que hace falta mano de obra debido a los bajos ingresos que se reciben por realizar esta actividad; pues para un obrero es mejor dedicarse a la minería donde va a recibir mejores ingresos que a la agricultura donde las probabilidades de obtener una mejor calidad de vida van a ser mínimas.

Actualmente después de la minería, el sector pecuario es la segunda actividad económica más importante en el municipio; pues gracias a los extensos campos verdes con

los que cuenta el municipio, gran parte de la población se dedica a la ganadería, aunque este sector igual que la minería no son del todo tecnificados; casi la mitad de las hectáreas que componen el municipio son destinadas para el sector pecuario.

Las actividades ganaderas cuenta con cuatro asociaciones de productores que son: FRIOLAC, HATO RHUR, GANALAC, Y EL COMITÉ DE GANADEROS, que se dedican a recolectar y comercializar toda la leche del sector; se dice que en promedio se recolectan 4000 litros con un precio que se encuentra entre \$700 y \$960 pesos por litro. (Alcaldía de Cucunubá, 2011)

La agricultura es otra actividad que emplea a los pobladores de la región; no contribuyen al dinamismo de su economía familiar como la minería y el sector pecuario pero esta presenta en varias familias que ven la agricultura un medio para sobrevivir diariamente, cabe resalta que para estas personas en los últimos años es cada vez menos rentable cultivar, ya que los costos de los insumos son muy altos y gran parte de la extensión de tierra no es apta para sembrar lo que convierte a la agricultura en una actividad poco atractiva.

Los alimentos cultivados en este municipio son: papa, arveja y trigo; estos cultivos en su mayoría se encuentran localizados en las veredas de Alto de aire, Hato de Rojas, El Rhur, Atravesas, La Toma y Peñas, ya que en estas zonas del municipio se cuenta con un suelo apto para la agricultura. Es importante señalar que la cantidad cultivada de estos productos no es en grandes dimensiones pues debido a los cambios climáticos y la falta de tierra para cultivar hace de la agricultura una actividad limitada que no se puede explotar de la forma más adecuada.

6.3.4 Sector turismo

El turismo en Cucunubá es la actividad económica que menos aporta al PIB del municipio, como se muestra en la Ilustración 11, tan solo participa con 1% en la distribución porcentual

de las actividades económicas de Cucunubá. Desde los últimos planes de desarrollo realizados por los alcaldes, en gran parte de ellos se proponen estrategias que permitan incrementar las actividades del sector de comercio, hoteles y restaurantes; pues ellos han observado que Cucunubá cuenta con importantes lugares naturales que se pueden convertir en potenciales turísticos; permitiendo de esta forma generar un desarrollo económico, en el que se beneficie gran parte de la población y el municipio.

Partiendo del Plan Sectorial de Desarrollo Turístico de la Provincia de Ubaté, denominado *“Desarrollo turístico sostenible para la provincia del Valle de Ubaté 2010-2020”*, en el año 2010 se planteó incluir cuatro de los 10 municipios que componen la provincia para desarrollar proyectos que incentiven el turismo en la región; estos municipios son: Cucunubá, Fúquene, Susa y Ubaté.

A través del Plan Sectorial de Desarrollo Turístico se identificó que existían 86 atractivos turísticos clasificados en recursos naturales, patrimonio material e inmaterial y festividades y eventos, que podrían ser grandes medios para atraer turistas; entre los atractivos seleccionados están: La capilla de Lourdes, La laguna de Cucunubá, Laguna de Suesca, Quebrada San Juan, Cascada La Chorrera, El Mirador de Las Tres Lagunas, la Capilla de Nuestra Señora de Lourdes, La Iglesia Divino Salvador, Estación del Tren y la Hacienda Agrícola y Minera El Rhur ; a su vez entre los eventos turísticos se encuentran eventos culturales, deportivos, económicos y religiosos, como lo son: los festivales de música autóctona, las olimpiadas mineras, la feria del ganado, festival campesino, fiesta de la virgen del Carmen, entre otros.

Dentro del estudio realizado por el plan sectorial de la Provincia de Ubaté, se detectaron diferentes problemáticas que impiden el buen desarrollo del turismo en la región, estos son:

- Contaminación ambiental
- Falta de cultura turística

- Inexistencia de un producto turístico consolidado
- Falta de formación para el turismo
- Informalidad empresarial

Para solucionar las diferentes problemáticas presentes en el sector, se propone fortalecer el turismo rural mejorando la infraestructura, desarrollando la oferta del sector, creando la reglamentación sectorial, mejorando la gestión de calidad y desarrollo de la competitividad, creando el clúster turístico, recuperando el patrimonio, educando a la población para el turismo y promoviendo el mercado por medio de la publicidad y marketing provincial.

Según el Plan de Ordenamiento Territorial (2000) de Cucunubá para incentivar y estimular el sector del turismo es necesario:

- Mejorar la infraestructura y programas municipales destinados al fomento del desarrollo turístico, la cultura, la recreación y el deporte.
- Desarrollar el turismo mediante el desarrollo de la infraestructura y programas de promoción turística, lo que da la posibilidad de visitar y conocer la gran cantidad de atractivos turísticos existentes.
- Desarrollar el sector turístico proporcionando el desarrollo sostenible así como garantizando el desarrollo cultural de la población fomentando la protección y difusión del patrimonio cultural e histórico.
- Consolidar zonas turísticas que permitan crear rutas turísticas de interés natural, cultural e histórico.
- Comprometer la participación ciudadana y de los diferentes actores sociales y económicos del municipio en el desarrollo del turismo.
- Creación de un ente que se encargue de la promoción turística del municipio así como de la situación cultural de la región.
- Desarrolla el turismo de interés social.

- Facilitar el acceso de la población a las diferentes manifestaciones artísticas y culturales.

Actualmente, Cucunubá poco a poco ha entrado en el radar de los turistas; pues son muchas las acciones que ha adelantado la alcaldía con ayuda de empresarios privados, para que el municipio adquiriera reconocimiento como destino turístico. Una de las campañas desarrolladas se denominó *“El camino de la lana”*; video que fue dirigido por Julián Ruy Castaño y fue transmitido en todas las salas de Cine Colombia con la finalidad de mostrar *“el pueblo escondido que se encuentra en las montañas de Cundinamarca”*.

Hoy en día Cucunubá ofrece planes turísticos, que motivan a los bogotanos a escaparse los fines de semana de la cogestionada ciudad; pues muchos de los visitantes prefieren llegar a este municipio y encontrarse con una población que le brinda confianza y amabilidad. Entre los planes turísticos se encuentra acampar a las orillas de la Laguna de Cucunubá, asistir al Festival de Música Andina; visitar La Parroquia del Parque Central donde se encuentran pinturas de los siglos XVII y XVIII y El Rostro Sudado de Sangre de Jesucristo, visitar La Capilla de Lourdes que ofrece una vista inigualable del Valle de Ubaté, visitar las tiendas artesanales donde se exponen todas las creaciones de las hilanderas, y por ultimo no se puede olvidar hospedarse en el Hotel la Posada de Don Pedro, construido por el empresario Pedro Gómez quien es oriundo del municipio; este hotel cuenta con 7 habitaciones dobles construidas cada una de ellas representando la cultura cucunubense; este hotel le ofrece a los turistas la oportunidad de alquilar bicicletas todoterreno para que puedan realizar recorridos por las carreteras del municipio, para así tener un contacto directo con la naturaleza.

Por otro lado el actual Alcalde Guillermo Quintana, afirma que la solución para incentivar el turismo en el municipio se encuentra en la inversión pública, ya que capacitando al personal y demostrándole a la población que Cucunubá cuenta con innumerables características que la hacen llamativa a todos los turistas tanto nacionales como internacionales, se pueden generar importantes cambios que contribuyan al

mejoramiento y posicionamiento del sector. Pues el gran problema de este sector es que aún no se ha creado una identidad y que los cucunubenses se sientan orgullosos de todas las riquezas culturales con la que cuentan.

6.4. Mercado Laboral

La Población Económicamente Activa de Cucunubá está determinado por las personas que se encuentran entre el rango de edad de 10 a 64 años, que ejercen cualquier tipo de actividad económica como: minera, agrónoma, pecuaria, artesanal o turística. Según datos de la Gobernación de Cundinamarca, para el año 2006 las empresas reportaron 89 nuevos empleos y \$1.875 millones en activos de los cuales el 93% fueron generados por las pequeñas empresas; aunque para este mismo año, la tasa de desempleo aumentó de manera significativa en el área urbana y rural, debido a la falta de demanda laboral y los bajos niveles de educación de la población. (Cámara De Comercio De Bogotá, p.30, 2008)

A continuación en la Tabla 4 se ratifica la poca existencia de empresas en Cucunubá que están dispuestas a demandar fuerza laboral en el municipio.

Tabla 5: Número de empresas por sector económico y tamaño, en el municipio de Cucunubá para el año 2006

SECTOR	MICROEMPRESAS	PEQUEÑAS EMPRESAS	TOTAL
Explotación de minas y canteras	14	1	15
Comercio y reparación de vehículos	9	1	10
Hoteles y restaurantes	3		3
Agricultura	1		1
Industria Manufacturera	1		1
Construcción	1		1
TOTAL	29	2	31

Fuente: Cámara De Comercio De Bogotá (2008). Elaboración propia

A continuación en la Ilustración 12, se detalla cómo está conformado el mercado laboral en el municipio para el año 2011, por medio de las cifras presentadas en el

diagnóstico del Plan de Desarrollo del municipio “Cucunubá compromiso de todos 2012-2015”.

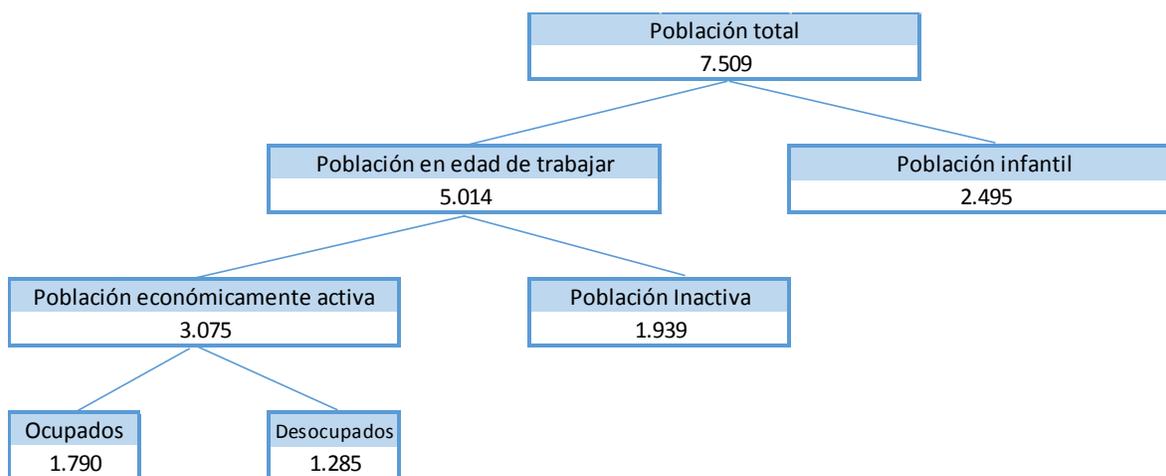


Ilustración 12: Mercado laboral de Cucunubá 2011

Fuente: Quintana, 2011. Elaboración propia.

En el año 2011, la población en edad de trabajar representó 66,7% del total de la población de Cucunubá, la tasa global de participación en el municipio fue de 61,3%. A su vez, entre el total de la población económicamente activa solo el 58,2% representa a todos los ocupados y el 41,8% restante es toda la población desocupada que en su mayoría cuenta con experiencia laboral; situación que es bastante preocupante debido a que las cifras demuestran que gran parte del problema es generado por la falta de empleos; pues debido a los bajos niveles de educación las personas no cuentan con los conocimientos suficientes para ejercer trabajos que le contribuyan a mejorar su calidad de vida; por esta razón, es necesario que por parte de la alcaldía del municipio se creen estímulos educativos tanto para la población infantil como la población adulta creando de esta manera una conciencia entre los pobladores de progreso y superación personal e intelectual.

Finalmente, se analiza que el mercado laboral del municipio se encuentra en un estado crítico, y que la población busca alternativas que le permitan mejorar su calidad de

vida, ya que de esta forma no solo la población se va ver beneficiada, sino que también el municipio; pues el ciclo económico que se empieza a generar va a contribuir a que varios sectores económicos empiecen a estimularse provocando una mayor inversión en Cucunubá.

7. Políticas de Fomento del Sector Turístico

Uno de los sectores económicos que mueve la economía de muchas ciudades del mundo es el turismo, y es por esta razón por la que los gobernantes incluyen en sus planes de desarrollo, un espacio para crear estrategias y proyectos que permitan estimular e incrementar las actividades de este sector, que en los últimos años ha evolucionado de una manera notable y significativa.

A nivel mundial el sector de comercio, hoteles y restaurantes ocupa la tercera posición en importancia, pues este le aporta un 5% al PIB global, permitiendo de esta forma que en promedio 250 millones de personas sean empleadas por este sector (Clavijo, 2011). Colombia es uno de los países con mayor riqueza cultural, ya que en gran parte de su territorio se pueden encontrar diferente gastronomía, costumbres culturales y hasta el clima varía según la ciudad o municipio en la que se encuentre; por esta razón es viable desarrollar estrategias que permitan estimular este sector en los pequeños municipios del país, pues son estos lugares donde mayor riqueza cultural, histórica y natural se encuentra. A lo largo de este capítulo se van a mostrar los principales programas y estrategias creados por los gobernantes (nacional, departamental y municipal) y que resultados se obtuvieron en los últimos 10 años.

7.1. Políticas Nacionales

Colombia es un país que ha atravesado infinidad de problemas sociales, políticos y económicos, pero esto no ha sido impedimento para que después de tanta oscuridad se abran las puertas con nuevas oportunidades de progreso; pues Colombia no solo ha sido reconocida a nivel mundial por su excelente producto insignia que es el café, sino también en la década de los 80's e inicios de los 90's su prestigio como un país seguro e íntegro se

vio opacado por el auge del narcotráfico; problema que trajo consigo infinidad de obstáculos que poco a poco se han ido borrando de la memoria de la población mundial, logrando de esta forma retomar la confianza para crear alianzas con las potencias mundiales, que contribuyen a dar una imagen de un país más seguro y confiable a la hora de viajar y hacer negocios.

Para lograr nuevamente que Colombia se convirtiera un atractivo turístico, se tuvieron que implementar estrategias y campañas publicitarias que mostraran la nueva realidad colombiana. Todo esto se logró bajo un trabajo mancomunado tanto del sector público como privado. Dentro de las campañas con mayor impacto en la población turista están: “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar”, “Colombia es pasión” y “La respuesta es Colombia”, reuniendo de forma concisa los atributos que hacían más atractivo el país.

<p>Colombia el riesgo es que te quieras quedar</p>	<p>Colombia es pasión</p>	<p>La respuesta es Colombia</p>

Ilustración 13: Campañas Publicitarias Internacionales

Fuente: Colombia Paradise

Gracias a la publicidad desarrollada por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Colombia abrió las puertas a nuevos proyectos que contribuían a mostrar la mejor cara del país al mundo, acompañado de documentales que tenían como finalidad mostrar la cultura y los bellos paisajes del territorio nacional; además el rodaje de novelas y películas también fue un pilar importante para mostrar lo atractivo e interesante que es el país a la hora de escoger un lugar para conocer.

Pero no solo las campañas publicitarias mostraron el potencial que tenía Colombia para incentivar el turismo, pues con el resultado exitoso de las estrategias desarrolladas a

lo largo de este proceso, el gobierno pudo constatar que el sector de comercio, hoteles y restaurantes es un fuerte estimulante para el desarrollo económico y social del país.

Según la Organización Mundial del Turismo, Colombia ha abordado el sector de comercio, hoteles y restaurantes desde dos puntos claves para tener éxito; el primero hace referencia al considerar el turismo como una herramienta para el desarrollo económico y social dando prioridad a las políticas turísticas; y el segundo al proponer, crear y consolidar una marca país, ya que este fue el factor más importante y punto de partida para la consolidación turística a nivel nacional e internacional.

Colombia aparte de maximizar sus esfuerzos por crear la marca país y crear las estrategias para aumentar el turismo, se ocupó de cambiar la realidad por la que pasaba el país, mejorando la calidad de vida y seguridad de la población, pues si no hubiese sido así tal vez los resultados obtenidos no hubiesen sido los mismos; pues la regla de oro era reflejar en su publicidad la nueva realidad colombiana, y así lo afirmó la Organización Mundial del Turismo (2009, p.10) “La profunda transformación de la situación colombiana en los últimos años, en cuanto a unos parámetros sociales, económicos, educativos, de seguridad y de infraestructuras, reflejarán nítidamente este proceso de cambio que ha experimentado la nación colombiana.”

Y es así, como después de varios años de arduo trabajo por parte del gobierno colombiano, el país ha recuperado la confianza de la población mundial que hoy en día ve en Colombia una opción para viajar y tomar vacaciones o simplemente hacer negocios. Pues Colombia no solo es productor de café y banano, sino por fortuna cuenta con infinidad de playas, parques naturales y lugares paradisíacos, que han permitido catalogarlo como un país que no se puede dejar sin conocer; pero no solo los lugares hacen de Colombia un potencial turístico, además de eso se debe sumar la variedad gastronómica, musical, cultural y por su puesto el carisma de todos los colombianos que hacen aún más grata la estadía de muchos extranjeros en Colombia.

Luego de analizar cómo fue la transición que hizo Colombia para lograr la confianza por parte de la población y mercados extranjeros, se va a realizar un análisis del comportamiento de la economía colombiana a lo largo de los años 2006 a 2013, para así observar en que porcentaje contribuye el turismo al PIB del país, para más tarde concluir si las estrategias planteadas por el gobierno han dado el resultado esperado.

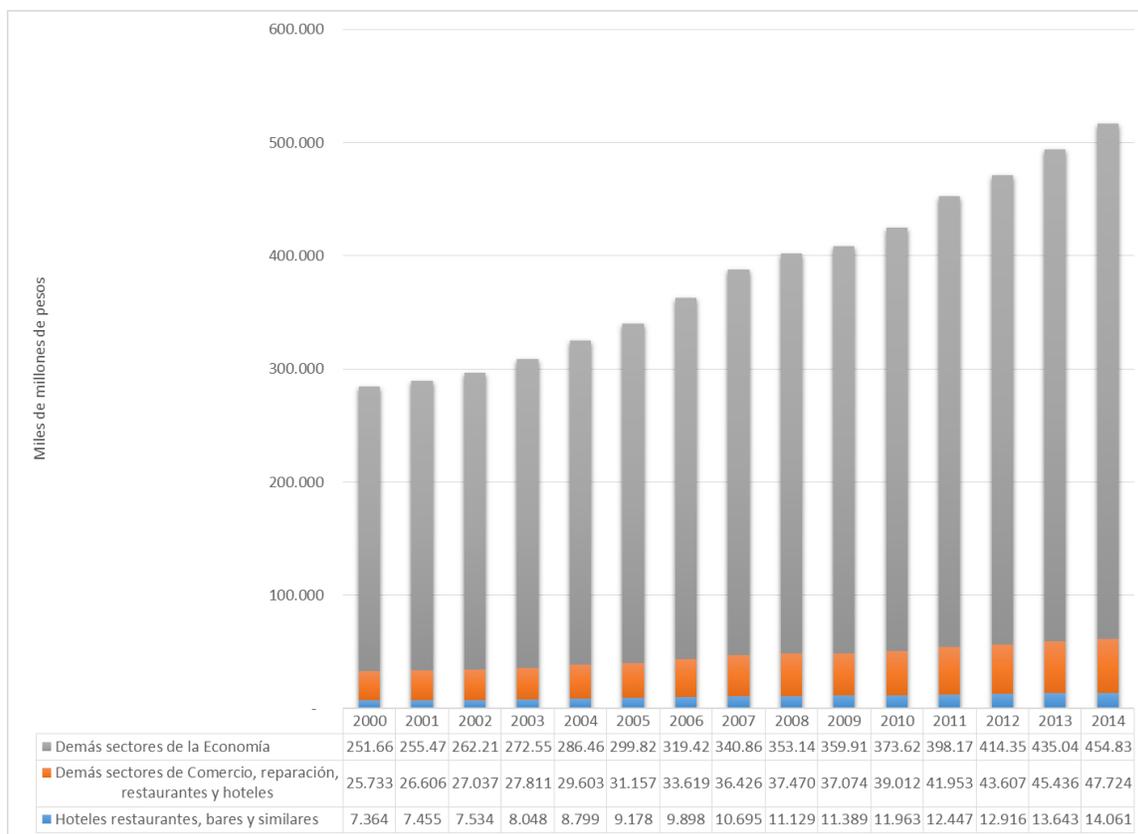


Ilustración 14: Participación del sector Hoteles, restaurantes, bares y similares en el PIB nacional a precios constantes 2008

Fuente: DANE, 2013. Elaboración Propia

El turismo en Colombia ha crecido exponencialmente y las cifras así lo demuestran, pues en el año 2006 1.978.000 turistas visitaron Colombia, más tarde en el 2009 la cifra incremento a 2.494.000 turistas; lo que indica que todos los esfuerzos por hacer de Colombia un lugar turístico han dado resultado, y hoy en día se goza de los beneficios que este crecimiento genera, pues hay que tener en cuenta que el valor del intercambio cultural

es incalculable, además se le suma que el intercambio de divisas en los últimos años también ha crecido; pues paso de USD\$2,0 millones a USD\$2,6 millones en el mismo año. (DANE, 2014, pp. 10-12) De acuerdo con las cifras reportadas por el DANE, observando que del año 2000 al 2014 el sector de *Hoteles restaurantes, bares y similares* creció un 91% en el periodo, mientras el PIB real del país en el mismo periodo creció un 81% (Ver ilustración 14).

Si bien es cierto que el sector de *Hoteles restaurantes, bares y similares* creció más que la economía Colombiana, la participación en la economía ha permanecido constante aportando un 2,7% al PIB del país, recordando que el sector *Establecimientos financieros, seguros, actividades inmobiliarias y servicios a las empresas* es el que más aporta con un 22%, seguido por el sector *Comercio, reparación, restaurantes y hoteles* con un 13%.

Para el año 2014, el PIB real creció un 4,6%, el cual fue jalonado por el sector de la construcción que creció un 9,9% y el sector Actividades de servicios sociales, comunales y personales que creció un 5,5%. El sector de Comercio, reparación, restaurantes y hoteles, se encuentra en cuarto lugar creciendo un 4,6%, y al evaluar puntualmente el sector Hoteles restaurantes, bares y similares creció un 3,1%, creciendo en el año 2014 por debajo del crecimiento del país.

Luego de estudiar el comportamiento de la economía colombiana y de establecer cómo el sector de comercio, hoteles y restaurantes contribuyo en el crecimiento de la misma, se realizará un análisis de las políticas y logros obtenidos para el turismo en los últimos tres planes de desarrollo a nivel nacional.

Al analizar los últimos tres planes sectoriales de turismo a nivel nacional (2002-2014), se observó que para la creación de las políticas para el fomento del turismo, se realizaron diagnósticos que permitieron identificar cuáles son las fortalezas y debilidades del sector de comercio, hoteles y restaurantes en Colombia. Al estudiar las problemáticas (Ver Anexo 2 Fortalezas y Debilidades del Sector Turístico en Colombia 2003-2014), se

observó que varios años atrás, el país detectó que el turismo se puede convertir en un gran estimulante para la economía colombiana; pero los recursos destinados para mejorar este sector no han sido lo suficientemente necesarios para generar un cambio sólido que permita hacer de este sector una actividad económica bastante rentable y atractiva para la economía del país.

Partiendo del estudio de fortalezas y debilidades del sector de turismo a nivel nacional en los últimos diez años, a continuación se va a realizar un análisis que permita determinar cuáles han sido las políticas dirigidas al fomento del sector turístico que fueron establecidas en los planes de desarrollo nacional entre los años 2002-2014.

En el año 2002 el Presidente Álvaro Uribe Vélez, inicio su mandato con el *Plan Nacional de Desarrollo Hacia un Estado Comunitario (2002-2006)*, en el que se determina que el sector turístico en Colombia cuenta con un importante potencial, que debe ser estimulado y aprovechado para hacer del turismo un sector dinámico y altamente generador de empleo; por esta razón en este periodo presidencial se determinó que cada región y departamento del país debería desarrollar un Plan Sectorial de Turismo, en el que se establecieran políticas más concretas que garantizaran el desarrollo eficaz de todos los proyectos que tuvieran como objetivo el fomento del turismo en el país.

Por otro lado en el *Plan Nacional de Desarrollo Hacia un Estado Comunitario (2002-2006)*, se afirmó que un medio para fortalecer la competitividad de este sector se generara por medio de convenios que permitan trabajar en un primer momento a nivel regional, para que de esta forma se puedan determinar los clústers turísticos con los que cuenta el país a nivel de la cultura y con las diferentes clases de turismo que se pueden desarrollar en el país (ecoturismo, agroturismo, turismo rural, etnoturismo, turismo recreativo, turismo de negocios, turismo de sol, playa y aventura; entre otro.).

Entre las políticas formuladas entre los años 2002-2006 presidencial que tienen como objetivo el fomento del turismo en el país especialmente en la región de

Cundinamarca se encuentran (Anexo 3 Políticas Nacionales y logros obtenidos para el sector del turismo 2002-2014):

- Revisión del sistema legal y regulatorio del turismo.
- Apoyo a través de los instrumentos financieros y no financieros diseñados para las mi pymes
- Capacitación y preparación de la mano de obra involucrada en la prestación de los servicios turísticos.
- Mejorar la competitividad de los destinos y productos turísticos.

El resultado de las anteriores políticas, obtuvieron logros muy importantes que permitieron crear bases sólidas en las diferentes regiones del país; el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo realizó una gran labor, pues se firmaron importantes acuerdos en los cuales se reglamentaron las normas sectoriales para los guías turísticos y para el sector hotelero, permitiendo de esta forma cumplir con los estándares de calidad impuestos por las instituciones encargadas del control y vigilancia de la actividad turística en el país.

A su vez estos los logros generaron en los empresarios confianza para invertir, y de esta manera generar significativos cambios que contribuyeron a realizar proyectos que incrementaron la cantidad de turistas que visitaban el país anualmente; pues el Presidente Álvaro Uribe Vélez no solo se encargó de fomentar el turismo, sino que le devolvió al país la seguridad que hacía varios años atrás se había perdido.

Además los pequeños municipios que se encontraban rezagados y apartados del sector del turismo en el país, lograron participar y también recibir los beneficios que generaron las buenas acciones y gestión de este Gobierno, pues el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo(2006), para el año 2006 da a conocer la Ley 1101 de 2006, en la que se seleccionan algunos sitios con carácter turístico como lo indica el artículo segundo, en el

que se indica que Cucunubá con su centro histórico es declarado como Bien de Interés Cultural por el ministerio de Cultural y también es incluida La Laguna de Cucunubá. Por otro lado Artesanías de Colombia S.A. con ayuda del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo desarrollan como proyecto la asesoría en diseño para la elaboración de empaques y embalajes de todas las artesanías elaboradas por los artesanos de municipio como Cucunubá, Ubaté, Belén, Arcabuco, Cerinza, entre otros.

Más tarde para el año 2006, el presidente Álvaro Uribe Vélez es reelegido, lo que permite que gran parte de las políticas y proyectos desarrollados en su anterior mandato tuviese continuidad por cuatro años más. En este periodo presidencial se ejecuta el nuevo *Plan de Desarrollo Estado Comunitario: Desarrollo Para Todos 2006-2010*.

Las políticas del sector turismo que se desarrollaron en este periodo tenían como finalidad la continuidad de los proyectos que fomentaran el turismo en el país, pero a su vez querían mantener y mejorar lo antes propuesto; por esta razón los proyectos giraron en torno a las siguientes políticas (Anexo 3 Políticas Nacionales y logros obtenidos para el sector del turismo 2002-2014):

- Mejoramiento y consolidación de la competitividad incluyendo la calidad de los prestadores, de los destinos y de los productos turísticos.
- Mejoramiento de la infraestructura turística incluyendo una mejor y mayor conexión de los destinos turísticos.
- Creación de un sistema de información turística.
- Apropiación de recursos para apoyar iniciativas productivas turísticas de las comunidades.
- Educación para cimentar una cultura turística.

Dentro de los logros obtenidos se resalta el convenio que se firmó con los 32 departamentos en el que se buscaba incentivar el turismo mejorando la infraestructura y educando a los guías turísticos. A su vez se trabajó por buscar una marca diferenciadora, y es así como se marca un hito en la historia del país; ya que se realiza el lanzamiento de la marca país, campaña publicitaria que destacó todos los buenos aspectos culturales y sociales de los colombianos. La campaña “*Colombia es pasión*” represento para el país un importante avance que beneficio a la industria del turismo, ya que contribuyó a que la población extranjera se interesara por conocer todos los rincones colombianos.

A su vez, se realizó una importante inversión que tenía como finalidad mejorar la señalización turística vial, en la cual se benefició importantes regiones del país; pues este proyecto permitió que la población Colombia pudiera conocer los pequeños pueblos de las regiones; pues al estar deterioradas las carreteras también se perdió parte de la señalización que ubicaba a los turistas. La señalización vial no solo incluyo la ubicación de las grandes ciudades sino que también le sumo la ubicación de los pequeños municipios, permitiendo que de esta forma que aumentaran la afluencia de turistas en estos rincones del país.

Entre las labores realizadas para fomentar el turismo en los pequeños municipios, se encuentra la gestión por parte de Artesanos de Colombia con ayuda de la Fundación Compartir que desde el año 2008 con el objetivo de difundir el trabajo y talento de todos los artesanos de la provincia de Ubaté especialmente de los artesanos de Cucunubá se da inicio al Festival de Lana de Cucunubá denominado *Festilana*, en el cual se exponen todos los productos elaborados a base de lana como lo son gorros, ruanas, sacos, Guantes, entre otros, que exponen la tradición y cultura de este municipio. A su vez este festival no solo es plataforma para la venta y comercialización de los productos, al mismo tiempo se realizan actividades y eventos que muestran a la población y todos los turistas que las tradiciones propias del lugar tienen renacimiento a nivel nacional e internacional.

Luego de los dos mandatos del Presidente Álvaro Uribe Vélez, llego a la presidencia de Colombia Juan Manuel Santos, quien durante su periodo presidencial elaboro el *Plan de Desarrollo Prosperidad Para todos (2010-2014)*; en el que formulo y determino el turismo como un motor de desarrollo regional. Santos igual que Uribe, observo que este sector es un importante apoyo para la economía colombiana, pues según el diagnóstico elaborado por el Presidente Juan Manuel Santos, el turismo en los últimos 4 años mostro una tendencia al crecimiento y es por esta razón que él define el turismo, como el equilibrio adecuado entre las dimensiones de sostenibilidad ambiental, económica y sociocultural.

Dentro del *Plan de Desarrollo Prosperidad Para Todos* se determinaron las siguientes políticas para generar cambios que fortalecieran y mejoraran el sector del turismo, entre las políticas más representativas se encuentra (Anexo 3 Políticas Nacionales y logros obtenidos para el sector del turismo 2002-2014):

- Fortalece la institucionalidad y la gestión pública del turismo a nivel nacional y regional.
- Mejorar la calidad de los servicios y destinos turísticos y promover la formalización.
- Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo.
- Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados del turismo.
- Fortalecer el desarrollo de productos turísticos especializado.

El Presidente Juan Manuel Santos, desarrolló las políticas del sector turismo, desde otro punto de vista; permitiendo de esta forma explorar nuevas alternativas que hasta hace pocos años, no eran viables para desarrollar proyectos; pues el concepto de turismo fue creciendo al mismo tiempo con las nuevas exigencias por parte de la población turista,

generando de esta forma nuevos retos que hacían del turismo un sector cada vez más interesante para explorar, pues a partir de estas exigencias se logró implantar en varias regiones del país un ecoturismo, turismo de salud, turismo de naturaleza; entre muchos más, que hacen que Colombia sea un paso obligado en el momento de tomar unas vacaciones o simplemente para hacer negocios.

Y es a partir de las nuevas exigencias y retos del turismo que Santos busca como alternativa involucrar la gestión de instituciones como: FONTUR, ICETEX, BANCOLEX e instituciones y empresas privadas, que bajo un trabajo conjunto encontraron el valor agregado de las regiones colombianas para incentivar aún más el turismo; y es así como se desarrollan proyectos que beneficiaron no solo al departamento, región o municipio sino que también a su población.

Un claro ejemplo de lo anterior, es la rueda de negocios realizada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Propais que favoreció al municipio de Cucunubá, Fuquene, Guacheta, Lenguazaque, Carmen de Carupa, Simijaca, Susa, Sutatausa, Tausa y Ubaté con el *Proyecto Compre Colombiano*, pues dentro del marco de Festilana 2014 se convocaron 44 empresarios de micro y pequeñas empresas en las que ofertaron y mostraron todos sus productos artesanales a 15 grandes empresas (Cardamomo, Carbonera San Francisco, Comfamiliar Huila, La Gran Colombia, Yep (agro), Asomineros, Alpamayo, Ambar Artesanías, Ossa y Asociados, El Gran Vestir, El Balay, Mercantil La Montaña, Carbonera San José, Andrés Carnes de Res e Ideas y Activos), los cuales destacaron la habilidad de los artesanos al elaborar los productos y la alta calidad de los insumos utilizados para la confección de abrigos, ruanas, guantes y gorros. (Propais, 2013)

7.2. Políticas Departamentales

En el departamento de Cundinamarca sean formulado y planteado proyectos, que tienen como objetivo el incremento de turistas en sus diferentes municipios; pues para el gobierno

cundinamarqués el turismo se puede utilizar como arma que combata la pobreza de la región y a su vez este se convierta en una herramienta fundamental para un desarrollo sostenible que involucre a toda la población.

Teniendo en cuenta el Plan Departamental de Desarrollo de Cundinamarca, se puede definir el turismo como una nueva industria que genera nuevas oportunidades de progreso para la población; ya que existe un gran e importante potencial en la región que permite implementar políticas para mostrar la riqueza cultural que poseen todos los municipios que componen este departamento.

Cabe destacar que una de las ventajas diferenciadoras de este departamento con relación a los otros 31 departamentos restantes es su ubicación, ya que al estar tan cerca de Bogotá; cuenta con un mayor número de posibles visitantes interesados en conocer y explorar nuevos territorios; pero no solo por su ubicación se puede concluir que Cundinamarca y sus municipios cuentan con potencial para desarrollar e implementar proyectos que incentiven el turismo; pues la cantidad de lugares naturales, históricos, culturales, arquitectónicos y recreacionales, hacen que este departamento sea mucho más atractivo e interesante para los turistas.

Las áreas rurales de todos los municipios son la principal atracción turística, pues la población que llega a estos lugares para escapar de las congestionadas ciudades, buscan en el campo la tranquilidad y paz que con poca frecuencia logran encontrar en la ciudad; y es el turismo rural lo que da lugar a encontrar en estos municipios una gran oportunidad laboral y fuente de ingresos para la población oriunda; ya que sería el recurso humano más calificado y adecuado para dar a conocer todos los atributos que el departamento tiene, no solo por sus grandes extensiones y versatilidad, sino también por su diversidad de flora y fauna que hacen aún más atractivos estos campos verdes.

Partiendo del análisis social de turismo en el Departamento de Cundinamarca, a continuación se va a realizar una descripción del comportamiento económico de este sector con relación al PIB y en comparación con los demás sectores económicos.

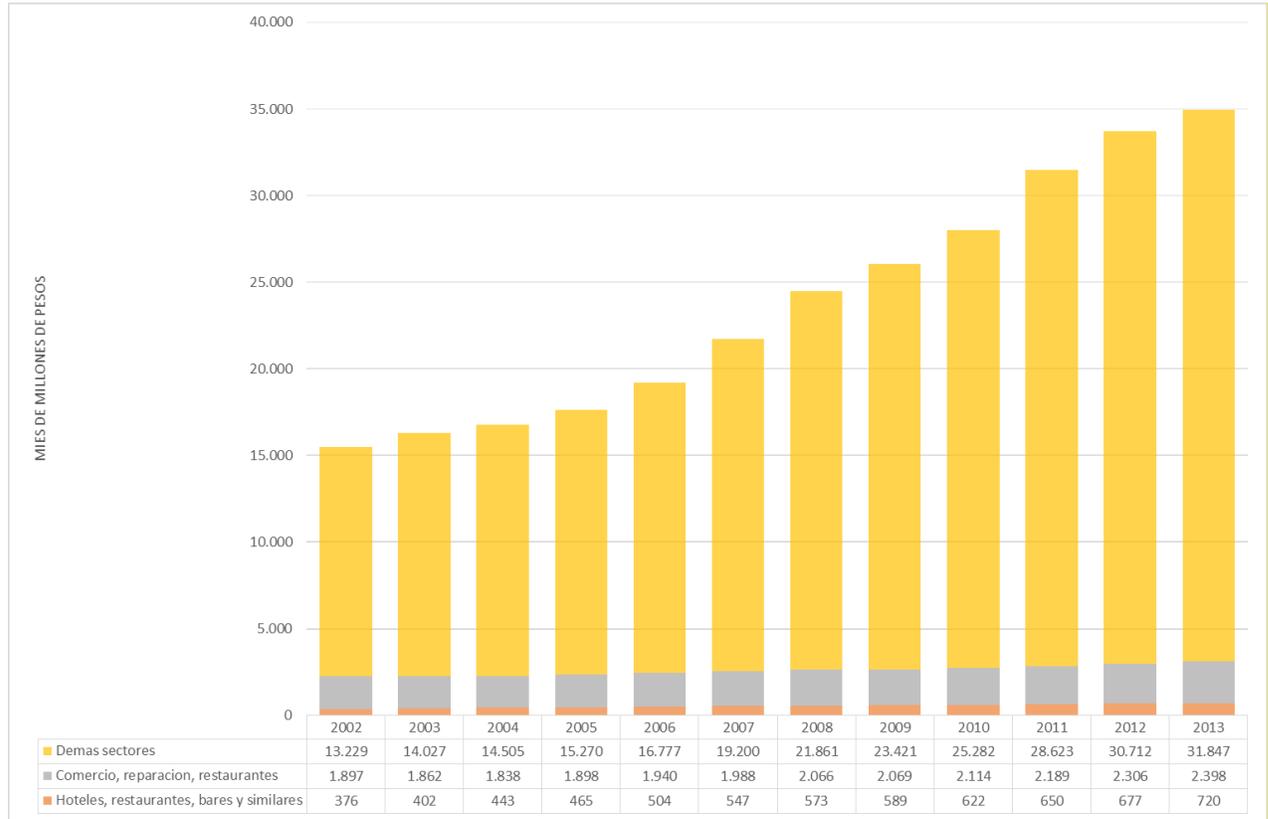


Ilustración 15: Participación del sector Hoteles, restaurantes, bares y similares en el PIB departamental a precios constantes 2008.

Fuente: DANE, 2014. Elaboración Propia.

Durante los años 2007 a 2011 la economía departamental estuvo estimulada por tres importantes sectores económicos como lo son: la construcción que creció 55%, en segundo lugar se encuentra la explotación de minas y canteras que creció 24,4% y finalmente en el tercer lugar el sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones creció en 21,5%; cabe destacar que el sector del turismo no represento mayor relevancia para Cundinamarca pues su crecimiento para el año 2011 tan solo fue del 5,2%, lo que indica

que su participación en el PIB departamental es de tan solo el 1,0%. (Informe de Coyuntura Económica Regional, 2013)

Es importante señalar que dentro del PIB departamental los sectores que mayor participación tienen son la explotación de minas y canteras con la industria manufacturera que cada uno representa el 19,29% del PIB, seguido el comercio, reparación, restaurantes y hoteles que participa con el 15,2%; cabe resaltar que dentro de este sector la actividad con mayor participación es el comercio que representa el 78% y la actividad de hoteles, restaurantes, bares y similares representa 19% del total del sector. (Ver ilustración 15)

Según el Informe Anual de Competitividad de Cundinamarca para el año 2011, Fedesarrollo postula cuatro sectores claves del desarrollo económico para la región; estos son: la minería, el turismo, la competitividad ambiental y los servicios ambientales. Por esta razón se propone como objetivo principal apoyar todas las políticas y estrategias que involucren estos cuatro sectores, para que de esta forma se reduzca de manera considerable la extrema pobreza tanto en la región como en el país.

Según el informe de Fedesarrollo denominado *Modelo económico y social para Cundinamarca en el marco de la Región Capital: reformas y políticas de cara al futuro (2010)*, los tres objetivos estratégicos para desarrollar el turismo en Cundinamarca se basan en:

- Ordenar y planificar las áreas objeto del turismo.
- Determinar los requerimientos de infraestructura y actividades permitidas.
- Investigar mercados y diseñar productos turísticos.

Los objetivos anteriormente mencionados, determinan que Cundinamarca cuenta con potencial para promover proyectos que incentiven el turismo en la región. Aunque es importante determinar cuáles son los obstáculos y debilidades del turismo en Cundinamarca, para que de esta forma se puedan desarrollar estrategias que permitan la ejecución de las políticas y proyectos de manera eficientes obteniendo a su vez los resultados esperados.

A su vez, Fedesarrollo por medio del informe *Modelo económico y social para Cundinamarca en el marco de la Región Capital: reformas y políticas de cara al futuro (2010)*, definió obstáculos entre los cuales se encuentra: la baja inversión por parte del gobierno para dar apoyo a los proyectos y políticas que incentivan el turismo, la inadecuada infraestructura que poseen las carreteras de acceso a los municipios y la falta de incentivos y sistemas de financiación para los emprendedores; aunque es importante tener en cuenta que no solo estos obstáculos son los que detienen el desarrollo adecuado de los proyectos propuestos por la Gobernación de Cundinamarca, ya que a estos obstáculos se le suma la falta de identidad cultural por parte de la población; lo que genera que al desarrollar los proyectos de turismo no se encuentre un plus o valor agregado que permita hacer de los municipios un lugar diferenciador que atraiga turistas.

Por otro lado, para continuar con el análisis del turismo en Cundinamarca se tomaron los últimos tres planes de desarrollo departamental, de los cuales se seleccionaron las políticas y los logros obtenidos en el sector de turismo; logrando de esta forma identificar cuáles fueron los avances que se generaron en los últimos 10 años.

En el año 2004 es elegido el Gobernador Pablo Ardila Sierra, quien ejecuto el *Plan de Desarrollo Departamental Cundinamarca Es Tiempo De Crecer 2004-2008*; en el cual manifiesta que el departamento debe especializarse en tres modalidades de turismo que son: agroecoturismo, turismo de aventura y turismo medicinal; por medio de la relación entre Cundinamarca, los municipios y la Nación; ya que el departamento cuenta con los atributos naturales y las diferentes locaciones para desarrollar estas modalidades de turismo que generaran en la población la capacidad de emplearse y mejorar su calidad de vida.

En este plan de desarrollo departamental se establecieron diferentes políticas que se implementaron en el transcurso de los años 2004–2008, para poder generar un incremento de la participación del turismo en la economía de Cundinamarca. A continuación se indican cuáles de estas políticas cobraron mayor relevación en este periodo

de gobernabilidad (Anexo 4 Políticas Departamentales y logros obtenidos para el sector del turismo):

- Vincular en los procesos educativos ambientales las actividades ecoturísticas, agroturísticas y e turismo de aventura.
- Impulsar el transporte férreo mediante la promoción de la recuperación de la red que atraviesa el Departamento, con el ánimo de rehabilitarla para la circulación de trenes de turismo y lograr así la integración de los sectores aledaños a la infraestructura turística.
- Diseñar un plan estratégico que fije los lineamientos de política y determine las acciones a seguir, en temas como la organización del superestructura turística, levantamiento del inventario turístico, adecuación de los atractivos, capacitación del recurso humano, conformación de empresas, mejoramiento de la infraestructura, atracción de inversión privada, promoción y mercadeo, señalización, servicios turísticos complementarios y seguridad, en aras de contar con un instrumento que permita impulsar y especializar la economía de este sector.
- Atraer inversionistas locales y extranjeros para mejorar la competitividad de los destinos turísticos del Departamento.
- Fomentar el desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa en torno al turismo, para lo cual se gestionara su capacitación en sistemas de gestión de calidad y acceso al crédito.

Luego de seleccionar las políticas más representativas que fueron establecidas por el Gobernador Pablo Ardila Sierra, se detectó que las políticas planteadas no están construidas con bases sólidas que permitieran una mejor ejecución de los proyectos a la hora de implementarlas; ya que al ejecutar políticas sin objetivos claros provoco que

muchas de estas políticas quedaran inconclusas, generando un mal uso de los recursos utilizados y efectos poco favorables para el desarrollo económico del departamento y del sector del turismo.

Entre los logros obtenidos en el turismo, se observa que la capacitación a organizaciones empresariales que tenían como objeto ejercer alguna actividad relacionada con el turismo reporto un 17,29% de cumplimiento de la meta; es decir, que aunque no haya contribuido significativamente al mejoramiento del sector turístico, se generó un pequeño cambio que pudo ser la base para los grandes cambios y resultados de las políticas que se generaron en los siguientes años. A su vez otro de las metas que contribuyo en pequeña proporción al fomento del turismo en Cundinamarca fue la realización de eventos, ferias y fiestas, que cumplió con un 15,89% de la meta planteada al inicio del proyecto. Durante la gestión del Gobernador Ardila se realizó el mejoramiento y adecuación del camino empedrado que comunica a la Capilla de Lourdes en el Municipio de Cucunubá, permitiendo el fácil acceso al lugar.

Por otro lado, al observar los logros obtenidos al culminar la vigencia de este plan de desarrollo departamental, se observa que el porcentaje de cumplimiento de los objetivos para incrementar el turismo en la región, no sobrepasaron el 50% de la meta, es decir que los cambios que se ejecutaron en este sector no generaron ningún valor agregado al turismo; la falta de eficacia por parte de la administración tal vez se debe a la poca planeación de las políticas; también se le suma la poca información que hay acerca del fomento del turismo en la región; aunque es importante resaltar que la iniciativa para mejorar este sector está presente en la agenda de los gobernantes.

Luego de Pablo Ardila Sierra, en el año 2008 Andrés González Díaz toma la Gobernación de Cundinamarca desarrollando el *Plan de Desarrollo Cundinamarca Corazón de Colombia 2008-2012*, en el que indica que a través del programa *Destinos que apasionan*, promoverá alianzas con empresarios, municipios e instituciones nacionales, extranjeras y

regionales, para crear políticas y proyectos que contribuyan al mejoramiento de la competitividad del sector turístico de Cundinamarca.

A lo largo del *Plan de Desarrollo Cundinamarca Corazón de Colombia 2008-2012*, se establecieron varias políticas que buscaban generar fortalecimiento del sector turístico en el departamento; entre las políticas más representativas se encuentra (Anexo 4 Políticas Departamentales y logros obtenidos para el sector del turismo):

- Apoyar el turismo de las provincias, como cadena productiva subregional, promoviendo la inversión extranjera mediante incentivos para la creación y fortalecimiento de industrias turísticas.
- Se apoyaran a los municipios para la elaboración de planes sectoriales estratégicos de turismo, incluyendo el levantamiento de inventarios participativos, valorados y clasificados como materia prima para el desarrollo turístico.
- A través del sector, se posicionará la identidad cundinamarquesa, y se rescatarán y proyectarán los valores, creencias y tradiciones de cada localidad, con el sello de promoción de los diferentes destinos y productos turísticos.
- Incrementar el volumen de turismo receptivo y doméstico en los principales destinos departamentales en Cundinamarca, una de las actividades con mayor capacidad para generar riqueza y empleo. Para ello se estimulará el mejoramiento y desarrollo de la infraestructura, la estructura y la supraestructura del sector

Las anteriores políticas permiten determinar, que el Gobernador González buscaba crear alianzas con varias instituciones y entidades tanto públicas como privadas, para realizar un trabajo mancomunado que permita estimular el turismo. A diferencia del

anterior plan, se puede observar que las metas propuestas en este plan de desarrollo están más segmentadas y elaboradas con objetivos claros que permiten lograr con mayor eficiencia y eficacia las metas, todo esto se debe a que se centraron en subsanar el problema central del turismo, para más tarde enfocarse en determinar los servicios y productos que se van a ofrecer y así desarrollar los proyectos planteados.

Dentro de los logros obtenidos, se generó el fortalecimiento de las competencias laborales turísticas por medio del proceso de formación, este proyecto buscaba capacitar a la población oriunda de los municipios pertenecientes a Cundinamarca en temas relacionados a la prestación de servicios turísticos; generando de esta manera mayor capital humano que contribuyera al desarrollo de las diferentes políticas planteadas inicialmente. También se instalaron las señales viales en más de 30 atractivos turísticos de Cundinamarca que permitió mejorar la infraestructura de varios de los puntos turísticos del departamento.

A su vez la Gobernación de Cundinamarca, invirtió en la recuperación de los sistemas lagunares de Fuquene, Cucunubá y La Herrera a través de la extracción de marial acuático generado por la producción de ladrillo, la siembra de cercas vivas y el manejo inadecuado de los residuos sólidos permitiendo de esta manera recuperar una área de 100 hectáreas de espejo de agua.

Finalmente en el año 2012 es elegido Álvaro Cruz Vargas como Gobernador de Cundinamarca; quien promovió el *Plan de Desarrollo Cundinamarca Calidad de Vida 2012-2016*, y en el que establece como prioridad consolidar al departamento como un destino turístico, nacional e internacional, partiendo de la ventaja comparativa que le brinda su ubicación céntrica en el país y además de su riqueza natural, cultural y ancestral que posee; y es por esta razón que busca mejorar y ampliar la infraestructura física y fortalecer el talento humano presente en Cundinamarca para así poder desarrollar estrategias de mercado que permitan cumplir con las metas propuestas

En el *Programa Turismo Regional*, establecido en el plan de desarrollo departamental, se plantea desarrollar varias políticas que contribuyan a consolidar a Cundinamarca como un destino turístico competitivo sostenible, estas políticas son encuentra (Anexo 4 Políticas Departamentales y logros obtenidos para el sector del turismo):

- Consolidar a Cundinamarca como territorio turístico de excelencia, competitivo a nivel nacional e internacional y reconocido por su marca, implica una gestión decidida, tanto a nivel del proceso planificador sectorial, como en el fortalecimiento de la gestión del destino y promoción turística.
- Fortalecer el sector mediante la formulación e implementación del Plan de Desarrollo Turístico Departamental y con alianza para la Competitividad Turística con el Vice ministerio de Turismo, Gobernación de Cundinamarca y el sector privado turístico, que facilite cofinanciación y compromisos articulados.
- Proyectos formulados e implementados a través del uso y apropiación de la Investigación y el Conocimiento desarrollados por Universidades, SENA y Centros de Investigación, tales como: Observatorio Turístico Departamental, Identificación/Mitigación de impactos generados por la actividad Turística, Organización y Participación Comunitaria en las actividades Turísticas sostenibles
- Definir una Marca para el Destino Cundinamarca que exalte la identidad cundinamarquesa, como valor estratégico agregado de sus Productos Turísticos.
- Promoción y fomento de acciones orientadas a la sensibilización, cultura turística y alto sentido de pertenencia en la comunidad cundinamarquesa con el fin de garantizar en el destino, la participación y compromiso de la

población para la sostenibilidad sociocultural, ambiental y económica del mismo.

Al analizar el *Plan de Desarrollo Cundinamarca Corazón de Todos*, se deduce que el éxito de implantar las políticas propuestos por la gobernación, no solo depende de tener la diversidad cultural que poseen los municipios, ni de contar con espacios naturales y atractivos turísticos; sino que exige un compromiso de todos tanto de la población al crear un sentido de pertenecía como el gobierno en el momento de destinar más recursos económicos para el buen desarrollo de los proyectos; y es a partir de estas falencias en las que el *Plan de Desarrollo Cundinamarca Calidad de Vida 2012-2016*, resalta que en Cundinamarca se debe hacer del turismo un sector que logre generar riqueza, empleo y a su vez un gran atractivo para la inversión mejorando así la calidad de vida de todos los pobladores de esta región.

De todas las políticas propuestas y ejecutadas en el periodo del Gobernador Álvaro Cruz, los resultados y logros obtenidos hasta el año 2014 fueron: la promoción del desarrollo económico regional a través de la participación de 18 empresas y 12 destinos turísticos del departamento de Cundinamarca en la *Feria Colombia Trade Expo Miami*; feria que contribuyo a promover el potencial turístico y cultural de las provincias a través de estrategias y acciones como la capacitación en bilingüismo a los prestadores y orientadores de servicios turísticos, para que de esta forma se posicionara los municipio como áreas turísticas y culturales a nivel nacional e internacional.

El mejoramiento de la infraestructura vial también fue uno de los logros obtenidos, pues se pavimentaron varias vías que comunican a los municipios, entre estas vías se encuentra: la Vía Guanacas-Peñón, Los Alpes-Tena, Congua- San Cayetano, Ubaté- Carmen de Curupa y Cucunubá- Ubaté; lo que género que todos los municipio beneficiados tuvieran una mejor conexión con la región, y así poder realizar entre las alcaldías proyectos que estimularan el sector turístico en el departamento.

7.3. Políticas Municipales

La administración del municipio de Cucunubá para el año 2011, realizó un estudio en el que se detectaba los problemas que impiden el desarrollo adecuado del turismo, logrando identificar que este municipio no cuenta con la infraestructura adecuada, ya que el acceso a los lugares de interés turístico es casi imposible, pues en primer lugar las vías se encontraban en mal estado, segundo no había una señalización pertinente que indicara la ubicación y el cómo llegar al lugar; y tercero era casi nula la promoción que se le hacía al municipio, generando que muchas de los turistas desconociesen la ubicación y existencia del lugar; con todo lo anterior también se detectó como problemática la falta de estructuración y conocimiento de todos los servicios que podían ofrecer en este municipio, pues nunca se había propuesto como alternativa el desarrollo del turismo para mejorar la calidad de vida de la población.

Al detectar la problemática del sector turístico, se creó como alternativa desarrollar en Cucunubá diferentes clases de turismo, como lo son: ecológico, rural, cultural, deportivo y gastronómico, por medio de los recursos de la administración municipal y demás organismos que prestan ayuda a estas iniciativas; fortaleciendo de esta forma la creación de programas que contribuyen a la inclusión de toda la población de Cucunubá.

Luego de analizar el contexto actual del sector del turismo en el municipio de Cucunubá, se realizara un breve análisis de las actividades económicas de la Provincia de Ubaté, provincia a la que pertenece el municipio de Cucunubá, para luego seleccionar y analizar las diferentes políticas planteadas por los alcaldes en los últimos años, para el fomento del turismo en el municipio.

Entre los 10 municipios que componen la provincia de Ubaté, el que mayor porcentaje de participación en el PIB provincial aporta, es Ubaté con un 22,4% de

producción total, seguida por Fúquene quien aporta 18,1%. Por otro lado Cucunubá por su pequeña extensión y poco reconocimiento a nivel departamental, su PIB no genera grandes aportes a la economía de Cundinamarca; aunque se destaca que la participación de Cucunubá al PIB provincial es del 6% de la producción total y a nivel departamental aporta el 0,3%; siendo esta producción estimulada en su mayoría por el sector minero; pues cabe resaltar que Cucunubá es un municipio minero por excelencia (Cámara de Comercio de Bogotá, 2013, pp. 12-17)

Para el año 2007 la Provincia de Ubaté contribuyó por medio de sus actividades económicas al Departamento de Cundinamarca con un 5,7% de participación, cabe destacar que entre las provincias de Cundinamarca, la provincia de Ubaté ocupó el cuarto lugar por el dinamismo de su economía. Las principales actividades económicas de la provincia son: las actividades agropecuarias con una participación del 21,7%, seguida de la explotación de minas que presentó un crecimiento del 6,3% y el sector manufacturero que participó con un 12,3%; se debe tener en cuenta que entre los sectores que menos contribuyeron al PIB se encuentra las actividades de hotelería con una participación del 0,5%, a este grupo también se une la intermediación financiera que registro tan solo 1,9% de participación y por último se encuentra los servicios de electricidad, agua y gas con tan solo una tasa del 2%. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2013, pp. 11-21)

A su vez se observó que el municipio contaba con varias características que permiten desarrollar estrategias y proyectos orientados hacia el turismo, logrando de esta forma que no solo su actividad principal se centre en la explotación de minas y canteras; sino que vea como otra alternativa de progreso y dinamismo económico el turismo; sector que es bastante rezagado en el municipio pues son muchas las estrategias y proyectos que se plantean pero pocas las que se ejecutan, para poder optimizar esta actividad económica que a futuro pueda contribuir de manera significativa en el PIB municipal.

Al analizar el comportamiento económico de la Provincia de Ubaté y del Municipio de Cucunubá, se observa que en esta región el turismo se ve opacado por las demás

actividades económicas, por esta razón se tomó el *Plan Sectorial de Desarrollo Turístico Provincia de Ubaté*, en el que se incluye políticas para fomentar el turismo en los municipios de Cucunubá, Fuquene, Susa y Ubaté para los años 2010-2020. En este plan se destaca la participación e interés de los municipios en los últimos años con el fortalecimiento de estrategias para el desarrollo turístico, que permiten identificar los atributos turísticos para la ejecución de políticas públicas de turismo incluyentes y efectivas.

Por otro lado, en este plan también se realizó un diagnóstico que determinó que el problema fundamental del sector turístico es la baja productividad y competitividad del sector, con respecto a los demás departamentos; y es por esta razón que se proponen 13 políticas que buscan mejorar la participación del sector en la economía de Cundinamarca. Las políticas más representativas son:

- Rescatar la identidad cundinamarquesa a través de un slogan o un icono que identifique los valores, creencias y tradiciones del habitante del Departamento como un sello de promoción de los diferentes destinos y productos turísticos.
- Formular y promocionar planes de turismo con el fin de comercializar los productos turísticos existentes en el Departamento (Turismo recreativo, de aventura, de salud, religioso, entre otros).
- Crear conciencia turística, fomentando la cultura turística, preparando a la ciudadanía para relacionarse con los turistas a través de la convivencia y mejoramiento de la calidad de vida.
- Identificar, crear y diversificar los productos turísticos de Cundinamarca.
- Organizar a la comunidad en torno a la creación y conformación de empresas turísticas mediante procesos de emprendimiento para luego gestionar la cofinanciación de estos proyectos.

Y son estas políticas las que poco a poco se han ido gestionando a lo largo del plan sectorial; aunque es importante destacar que estas políticas están dirigidas a subsanar falencias y problemáticas que están presentes tanto a nivel nacional y departamental como a nivel provincial y municipal, lo que indica que se debe en una primera instancia solucionar y subsanar todas estas problemáticas para que luego más tarde ejecutar y desarrollar proyectos que estimulen el turismo; porque no se puede estimular el turismo cuando aún no existe.

A nivel municipal Cucunubá desde hace más de 10 años los planes de desarrollo incluyen diferentes programas y estrategias para el buen desarrollo del sector turístico, pero son muy pocos los proyectos que se llevan a cabo, pues la falta de recursos no solo por parte de la administración municipal sino que también por parte de la administración departamental, hacen que los procesos sean un poco más lentos y no se alcancen a cumplir las metas propuesta al inicio de los gobiernos.

A continuación se va a tomar cada plan de desarrollo municipal y se realizara un breve análisis en el que se destaquen las políticas más representativas con los logros obtenidos, y así poder sintetizar porque aún las políticas implantadas no han cumplido con las metas propuestas.

En el año 2004 se desarrolló el *Plan de Desarrollo Tolerancia y Convivencia, Progreso par Cucunubá 2004-2007*, que es dirigido por el Alcalde Felipe Ignacio Barriga Contreras, el cual tiene como objetivo reconocer el turismo del municipio como sector de producción con generación de beneficios económicos y sociales; ya que representa un gran potencial para el municipio, debido a que cuenta con una variedad de atractivos que pueden ser utilizados para las diferentes actividades turísticas y que en ese momento no se estaban aprovechando.

El Alcalde Felipe Barriga detectó que este sector contaba con varias problemáticas, pues infraestructura era deficiente lo que dificultaba la visita y acceso a los atractivos

turísticos, a su vez la falta de señalización y carencia de programas de promoción, difusión e integración del sector privado en un proyecto turístico municipal. Y es a partir de estas problemática que plantea las políticas que van a contribuir a mejorar este sector en el municipio; y estas son (Anexo 5 Políticas Municipales y logros obtenidos para el sector del turismo 2004-2015):

- Formulación del plan turístico municipal.
- Mejoramiento de la infraestructura turística del municipio.
- Capacitación y apoyo a las Microempresas turísticas.
- Promoción y difusión del turismo ecológico, arquitectónico, artesanal y minero.
- Propiciar y consolidar el crecimiento del sector turístico de acuerdo con las potencialidades del municipio.

En esta alcaldía los esfuerzos para hacer del turismo un sector dinámico y competitivo no obtuvieron los resultados esperados, pues las políticas que se desarrollaron cumplían con algunas de las necesidades del sector, pero al implantarlas no se utilizaron los suficientes recursos para poder cumplir con las metas propuestas; pues la infraestructura no mejoro, ya que las vías de acceso no fueron reparadas y la señalización tampoco cumplió con los estándares necesarios para motivar al turista. A su vez muchos de los recursos destinados al turismo fueron desviados para subsanar problemáticas de otras actividades económicas generando de esta forma que las metas propuestas no fuesen cumplidas.

Más tarde en el año 2012 es elegido el Alcalde José Guillermo Quintana Castro, quien lidera el *Plan de Desarrollo Cucunubá Compromiso de Todos 2012-2015*, en el cual manifiesta que quiere generar mecanismos que impulsen el desarrollo económico del municipio, garantizando empleo por medio de diferentes alternativas como lo son: la promoción turística, la creación de pequeñas y medianas empresas y la disminución de la informalidad laboral, entre otras.

El Alcalde José Guillermo Quintana, bajo el *Programa Cucunubá Ciudad Destino de la Región*, busca aprovechar el potencial y las condiciones geográficas, naturales y culturales con las que cuenta el municipio para hacer del turismo una fuente de ingresos que beneficie a la población, además quiere potencializar no solo el municipio si no también quiere incluir a la provincia; por medio de un plan provincial y local para la promoción y atracción del turismo nacional e internacional.

Entre las políticas planteadas para desarrollar y cumplir con las metas propuestas se destaca (Anexo 5 Políticas Municipales y logros obtenidos para el sector del turismo 2004-2015):

- Lograr una posición reconocida en la región y la Nación como destino turístico, explotando sus cualidades, entorno natural y belleza arquitectónica.
- Fomentar el turismo como herramienta de desarrollo económico y oportunidad de empleo, propiciando la implementación de planes turísticos, capacitaciones y mejoramiento de la infraestructura para prestar un mejor servicio a los visitantes.
- Mantener y crear espacios con infraestructura y conservar las bellezas naturales, como fomento del turismo en el municipio
- Fomentar a través del turismo la comercialización y venta de artesanías y productos derivados de las actividades económicas del municipio.
- Capacitación en atención al turista y desarrollo turístico a la población vinculada con el sector y por vincularse.

Partiendo de las políticas propuestas en los años 2012-2015, se detecta que a pesar de que se tiene conocimiento que el municipio no cuenta con un turismo desarrollado, se plantean políticas que buscan fomentar el turismo, generando que estas tengan poca eficacia a la hora de implantarlas, ya que lo que en un primer momento se debe realizar es

un plan que determine cuál es el potencial turístico que posee el municipio y a partir de ahí generar las políticas para desarrollar actividades turísticas en Cucunubá.

A pesar de que hasta el momento no se han cumplido con todas las políticas propuestas, es importante destacar que se desarrollaron proyectos como: el mejoramiento de varias vías de acceso a las diferentes veredas, la promoción y publicidad aumento de manera significativa, pues a la entrada del municipio se colocó una valla que indica la existencia del municipio, se mejoró la señalización de los lugares turísticos que se deben visitar, en el parque central se realizaron mejoras como la reestructuración de la fuente, bajo el convenio N° 002/2012 se realizó la reforestación en la zona de reserva natural por medio de la adquisición de material vegetal nativo, gracias al convenio con el SENA se realizaron talleres para la legalización de diagnóstico de sector turístico, empresarial y desarrollo económico, manteniendo de las fachas de la iglesia y alcaldía. Estos pequeños avances que se realizaron contribuyen en gran medida para que poco a poco se vaya desarrollando una cultura turística en el municipio.

8. Estrategias para Viabilizar las Políticas Existentes de Fomento al Sector Turístico en el Municipio de Cucunubá

Para proponer estrategias que permitan viabilizar las políticas existentes de fomento al sector turismo en el municipio de Cucunubá, es necesario crear un plan estratégico que determine de donde se parte y a donde se quiere llegar; por esta razón a lo largo de este capítulo se va realizar todo el proceso para la creación de las estrategias que contribuyan al fomento del turismo. Inicialmente se va a realizar un diagnóstico en el que se determine la vocación turística del municipio, en donde se van a seleccionar los posibles lugares de interés para que a partir de estos se analicen tanto las debilidades y fortalezas que se poseen, luego se van a definir los objetivos estratégicos y específicos que se quieren lograr con la creación de las estrategias, por esta razón se realizara un árbol de problemas que permita identificar cuáles van a ser los posibles obstáculos que se encuentran y de esta forma darles solución y continuidad, para más tarde definir las estrategias que permitan el desarrollo adecuado del turismo en el municipio.

En los últimos años, los ciudadanos se han convertido en un número importante de turistas, que los fines de semana recorren los municipios aledaños de la ciudad en busca de nuevas experiencias, nuevos lugares, nuevas culturas y nuevas actividades por realizar, que les permitan reencontrarse con la naturaleza y con su yo interior. Por esta razón los municipios cercanos a la ciudad, observaron que el número de turísticas ha aumentado con el tiempo, generando nuevas oportunidades económicas, culturales y sociales para su población; debido a esto han desarrollado gestiones para adecuar y mejorar todos los lugares catalogados con potencial turístico; ya que son a estos lugares a los que recurren las personas externas en busca de aventura y diversión.

El municipio de Cucunubá al estar ubicado entre las montañas imponentes y protuberantes de Cundinamarca, cuenta con innumerables riquezas naturales y culturales que hacen de este municipio un lugar con atractivo turístico. Y son todas estas zonas verdes y lugares representativos de la cultura cucunubense, en las que se encuentra la tranquilidad y paz que muchos de los capitalinos no pueden encontrar en sus agitadas vidas.

Cucunubá se ha convertido en un destino turístico para los bogotanos, y es por esta razón que desde la alcaldía se han desarrollado proyectos que buscan estimular el sector por medio de la oferta de diferentes clases de turismo como lo son: el turismo rural, de aventura, de gastronomía y extremo, a su vez se han realizado varias ferias y fiestas que contribuyen a que este sea un punto de referencia turístico.

A continuación en Tabla 6, se exponen uno a uno los lugares emblemáticos y principales festividades del municipio, que con grandes probabilidades se pueden convertir en lugares turístico.

Tabla 6: Lugares y festividades representativos del municipio

NOMBRE	DESCRIPCION
Laguna de Cucunubá	Lugar que se presta para realizar asados, con opción de ascender el cerro los buitres y apreciar desde allí la laguna de Cucunubá y el Valle de Ubaté. Por otra parte por la escuela rural se llega a la laguna por un sendero de 800 m
Laguna de Palacio	El Perímetro de esta laguna es de 2,53 Km. y consta de un área de 17 ha. Predomina el paisaje con vegetación tipo pastizal, sitio ideal para avistamiento de aves.
Quebradas San Juan	Es parte del Circuito ecológico parque lineal y cerro de Lourdes, atractivo turístico importante del casco urbano
Cascada la Chorrera	Cascada natural, originada del cauce de la quebrada que lleva su mismo nombre, tiene una caída de 3 m
Mirador de Las Tres Lagunas	Se divisa el paisaje del Valle de Ubaté, laguna de Fúquene, laguna de Cucunubá, laguna de Suesca. Sitio ideal para la práctica del parapente.

Los Riscos de La Laguna de Cucunubá	Lugar ideal para realizar rapel y en la cima obtener el premio de apreciar el Valle de Ubaté, la laguna de Cucunubá y el Casco urbano del municipio.
Peña de Guala	En este sitio se puede realizar rapel ya que cuenta con cavernas en la cual se desciende 25 m. Su visita se debe coordinar previamente con la alcaldía. Clima entre 5 y 12 grados
Bosque de Cucunubá	En el sitio usted encuentra bosque nativo, allí se puede realizar cabalgatas y caminatas. El lugar cuenta con cabañas donde podrá hospedarse.
Pictogramas de Pueblo Viejo	Imágenes plasmadas en la roca, marcando la presencia de comunidades ancestrales que poblaron lo que actualmente es el municipio de Cucunubá.
Capilla Nuestra Señora de Lourdes	Imágenes plasmadas en la roca, marcando la presencia de comunidades ancestrales que poblaron lo que actualmente es el municipio de Cucunubá.
Estación del Tren	De la estación hacen parte la vivienda principal que conserva en un 80% sus condiciones iniciales, paredes altas y ventanales en madera, cuartos en su mayoría sin conexión alguna con el interior de la casa.
Hacienda el Salitre	Por sus características arquitectónicas y paisajísticas, la hacienda el Salitre se declara como inmueble de conservación arquitectónica
Feria Ganadera	Realizada una vez al mes, sitio de congregación para la comercialización de ganado ovino, bovino principalmente e.
Festival de Músicas Andina y Folklórica.	Realizado tradicionalmente en el mes de Noviembre, es uno de los festivales de reconocimiento a nivel regional, con participantes a nivel nacional e internacional
Festival Campesino	Celebración del día del campesino, evento en el que se presentan danzas tradicionales, concurso de canto y copla para el adulto mayor y el tradicional concurso de hilanderas así como por el concurso del trabajador Minero
Validas de ciclo montañismo.	Este evento se realiza tradicionalmente con un recorrido que inicia en el casco urbano y se desplaza con un ascenso hacia las veredas de Hato de Rojas, un recorrido semiplano por la vereda La laguna y un descenso por la vereda Aposentos cerrando el circuito nuevamente en el casco urbano.
Fiesta de la Virgen del Carmen.	Fiesta patronal que congrega a todos los conductores y transportadores del municipio, desfile de automóviles y motocicletas, caravana organizada desde el sitio denominado el Peñón, culmina con la eucaristía.

Fuente: Quintana (2011). Elaboración propia

Teniendo en cuenta la Tabla 6, se puede determinar que a pesar de que Cucunubá no cuenta con un turismo avanzado y estimulado, es importante resaltar que posee diferentes atractivos turísticos para desarrollar programas que permitan fomentar el

turismo; entre estos atractivos se encuentra aprovechar las actividades productiva para hacer granjas modelos, minería a pequeña escala; y generar en la población oportunidades laborales que tengan como resultado una mejor calidad de vida para los cucunubenses. Por otro lado al aumentar el turismo en Cucunubá, la población va poder tener contacto directo con personas externas a ellos que permitirá generar un intercambio cultural invaluable.

Al seleccionar los diferentes parques, lagunas y festividades, se determinó cinco componentes del turismo en Cucunubá, en los que se analizaron cuáles eran sus potencialidades, limitaciones y problemas, para así iniciar un análisis que permitió detectar que a pesar de que se cuenta con varias locaciones y lugares para desarrollar el turismo, Cucunubá aún a presenta ciertas limitaciones y problemas que opacan las potencialidades que posee.

En la Tabla 7 se encuentra la matriz de potencialidades, limitaciones y problemas del turismo en Cucunubá, que se realizó con la finalidad de determinar que afecta la adecuada ejecución de políticas turísticas en el municipio.

Tabla 7: Matriz de potencialidades, limitación y problemas del turismo en Cucunubá

AREA TEMATICA	POTENCIALIDADES	LIMITACIONES	PROBLEMAS
Demanda y oferta turística	Desarrollo de actividades ecoturísticas Inversión pública Precio razonables y económicos de los servicios turísticos	Falta de persona capacitado Poco conocimiento de la ubicación del municipio Poca motivación en los pobladores	Incremento de costos de vida para los pobladores Poca promoción del municipio Poco interés por parte de las empresas privadas
Medio ambiente y ubicación geográfica	Diversidad de lugares naturales para visitar Poca contaminación Ubicado a pocas horas de la ciudad	Ubicación lejana de los lugares turísticos	Destrucción del medio ambiente
Infraestructura	Mejoramiento de la vías de acceso Disponibilidad de hospedaje.	Poca señalización para llegar al lugar	Falta de infraestructura en los parques y reservas.

			Falta de acceso a algunos parques
Población y Cultura	Calidad humana Poca población Riqueza	La población no aprovecha el potencial cultural	Degradación de la cultura local Aumento de criminalidad
Aspectos institucionales	Participación por parte de casi todo el sector en el desarrollo del turismo a través de distintas herramientas para el fomento Alto interés en el desarrollo del sector por parte de la población	Gran cantidad de instrumentos de fomento al turismo que son poco conocidos en la región	Falta de institución para el turismo Poco interés en el turismo por parte de las entidades publicas

Fuente: Elaboración propia

Entre los componentes analizados se encuentra la demanda y oferta turística, donde se detectó que el municipio puede desarrollar actividades turísticas que tengan contacto directo con la naturaleza, como lo es el ecoturismo, gestionándose por medio de los recursos de inversión pública por parte de la alcaldía y gobernación, pero a pesar que se tiene la iniciativa por parte de las entidades municipales para desarrollar estas actividades, la falta de personal capacitado y el poco interés por parte de los pobladores hacen que los proyectos se detengan.

Otro de los componentes analizados es el medio ambiente y la geografía; componente que cobra gran importancia, ya que la diversidad de flora y fauna hace que el municipio sea más atractivo para los turistas que están en busca de nuevas experiencias y retos, aunque la ubicación lejana entre los lugares turísticos hacen de este componente una limitación, además el miedo al deterioro del medio ambiente generan en la población y municipio desconfianza a la hora de incentivar el turismo; pero es por esta razón que por medio de las políticas planteadas por el Alcance José Guillermo Quintana que buscan incentivar el turismo se van a encontrar estrategias que permitan mitigar el impacto ambiental.

Por otro lado la infraestructura del municipio también cobra gran importancia a la hora de desarrollar proyectos turísticos, pues al tener disponibilidad de hospedaje y el mejoramiento de las vías de acceso, genera en los turistas deseo de a largar su estadía en Cucunubá y de disfrutar aún más todas las bondades que le ofrece el municipio, pues no solo el ecoturismo es una opción para vacacionar por temporadas cortas en Cucunubá, sino que realizar turismo histórico también es una de las oportunidades que se puede aprovechar, ya que las calles empedradas y casas coloniales permiten recordar parte de la historia y época colonial de Colombia.

La población y cultura Cucunubense es el primer componente que se debe tener en cuenta para poder viabilizar las políticas de fomento al turismo, ya que la población es el capital humano con el que se cuenta a la hora de gestionar los diferentes servicios turísticos que se ofrecen, además son ellos quienes por medio de su calidad humana y riqueza cultural proporcionaran entre los turistas deseo de volver y seguir teniendo nuevas experiencias que motiven regresar.

Entre los aspectos institucionales se detectó que este componente cuenta con poco respaldo de la alcaldía y gobernación, aunque se destaca la implementación de planes sectoriales de turismo que contribuyen a tener una idea clara de lo que se quiere lograr en el sector, pero aun si las políticas propuestas están abarcando problemas que no contribuyen y probablemente no mejoren la condición del turismo en Cucunubá; pues entre las problemáticas y debilidades se encontró la falta de una institución municipal que se encargue de regular y controlar el turismo, además de desconocimiento de los instrumentos de fomento al turismo que posee el municipio y la poca iniciativa de inversión pública.

Al analizar la matriz de potencialidades, limitaciones y problemas del turismo en Cucunubá se construyó un árbol de posibles causas que afectan el fomento de turismo en el municipio (ver anexo 6). A continuación el Ilustración 16 se encuentra el árbol de causas.

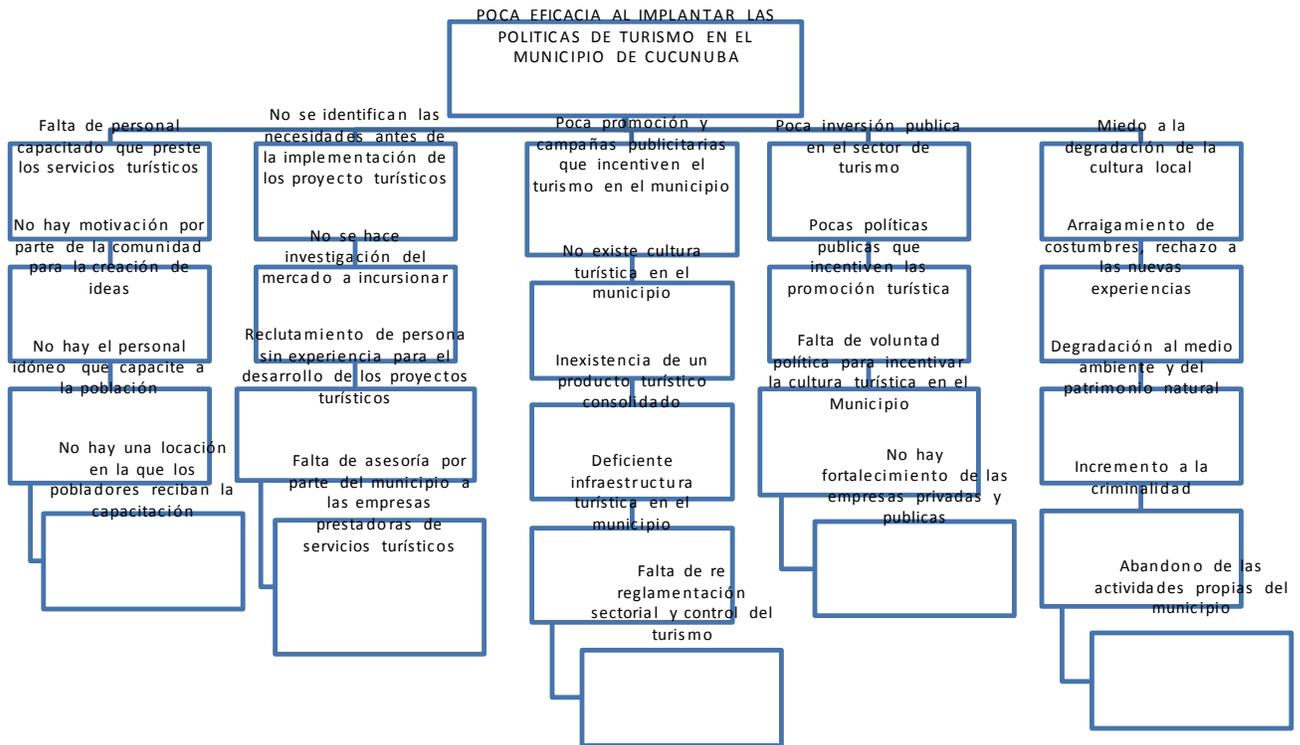


Ilustración 16: Causas del problema objetivo

Fuente: Elaboración propia.

La poca eficacia al implantar las políticas de turismo en Cucunubá, es la principal causa que impide realizar un buen desarrollo del sector en el municipio, ya que para poder ejecutar con éxito las políticas propuestas, es necesario crear una cadena en la que tanto la población como la alcaldía y empresas privadas, participen bajo un trabajo mancomunado que incluya todos los factores internos y externos que afecten la problemática, y es partir de esta situación en la que se determinaron diferentes causas que generan poco desarrollo turístico en el municipio.

Entre las causas detectadas que afecta el turismo en Cucunubá está la poca inversión pública en el sector, ya que la falta de políticas que incentiven la promoción turística genera desinterés del sector por parte de la alcaldía, pues la mayoría de los recursos son destinados

para incentivar y promover otras actividades económicas que son más dinámicas para la economía del municipio; generando poco fortalecimiento de las empresas públicas y privadas que se interesan en invertir en el turismo; lo que lleva a la falta de voluntad para incentivar la cultural turística en Cucunubá.

Por otro lado, otra de las causas importantes que afectan esta problemática es el miedo a la degradación de la cultura local, ya que la población oriunda del municipio tiene fuertemente arraigadas todas sus costumbres y creencias generando el rechazo a las nuevas experiencias, pues se cree que la llegada de personas externas a ellos va a provocar degradación al medio ambiente y patrimonio cultural que esta región posee.

Pero no solo el miedo a la degradación cultural afecta el sector turístico en Cucunubá, pues la nula identificación de las necesidades de este sector, han generado que todas las políticas propuesta por los alcaldes no obtengan los resultados esperados, ya que al no realizar la investigación del mercado en el que se quiere incursionar, da como resultado el reclutamiento de personal sin experiencia que a pesar de tener la iniciativa para colaborar, realiza sus labores erróneamente afectando el buen desarrollo de las políticas y programas del sector turístico.

A su vez la poca promoción y campañas publicitarias que incentiven la llegada de turistas al municipio, provoca en la población falta de cultura turística, pues al no identificarse productos insignia consolidado que se pueda ofrecer a los turistas va generar desinterés por parte de la población para explorar este sector en el Cucunubá en donde poseen innumerables riqueza para ofrecer. Y es a partir de las anteriores causas mencionadas que se encontraron efectos que se obtienen como resultado de la regular gestión para desarrollar el turismo en Cucunubá; los efectos encontrados se ubican en la Ilustración 17 que se expone a continuación.

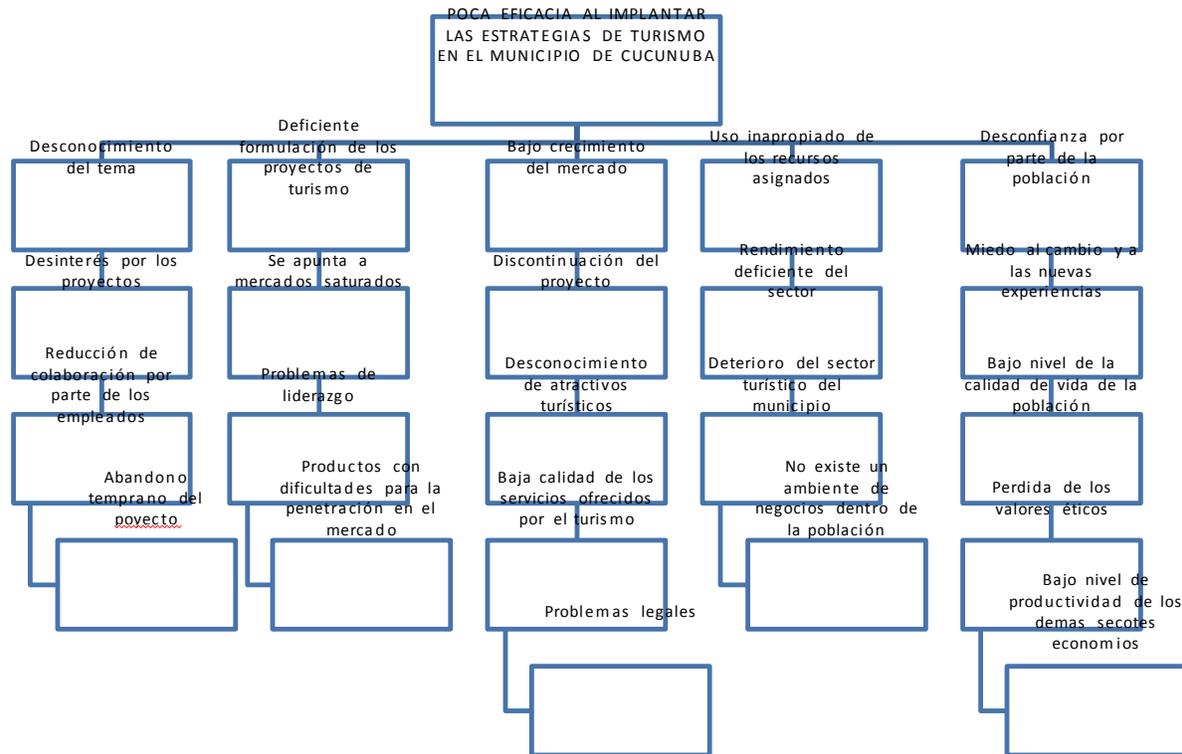


Ilustración 17: Efectos del problema objetivo

Fuente: Elaboración propia.

Entre los efectos encontrados se ubica el uso inapropiado de los recursos asignados para el sector turístico, que provoca el rendimiento deficiente del sector, deteriorando a su vez el poco ambiente de negocios que se encuentra dentro de la población, que se interesa en incentivar el turismo en Cucunubá; ya que la población al observar que no cuenta con la ayuda y colaboración por parte de la alcaldía, prefiere incursionar en otro sector donde se identifique mejores oportunidades de progreso; aunque cabe resaltar que la poca formulación de proyectos por parte de la población genera dificultades para la penetración de este mercado que puede ofrecer innumerables beneficios al municipio.

Además, la desconfianza por parte de la población a la llegada de personas externas a ellos genera miedo al cambio y a las nuevas experiencias que puedan tener, ya que se cree que se puede incrementar el costo de vida y que probablemente puedan deteriorar su

modo de vivir, que aunque no es muy bueno satisfacen sus necesidades básicas; probablemente estas falsas creencias son producto del desconocimiento de todos los beneficios que puede generar el adecuado fomento del turismo.

El problema de liderazgo es otro de los efectos que perturba el sector turístico, pues al no haber una entidad o institución que controle y regule el sector, da como resultado la reducción de colaboración por parte de la población, que al observar poca organización y consolidación en las actividades que se desarrollen, prefieren ocuparse en otras actividades que le sean más productivas.

Partiendo de los efectos generados por la problemática que afecta el sector de turismo en Cucunubá, se determinaron unos fines a los que se quieren llegar con la implementación adecuada de las políticas planteadas en el *Plan de Desarrollo Municipal "Cucunubá Compromiso de Todos"* por medio de las estrategias que contribuirán a fortalecer la ejecución de estas políticas que buscan fomentar el turismo en el municipio. En la Ilustración 18 se exponen los fines; es decir todos los logros que se quieren obtener como resultado final.

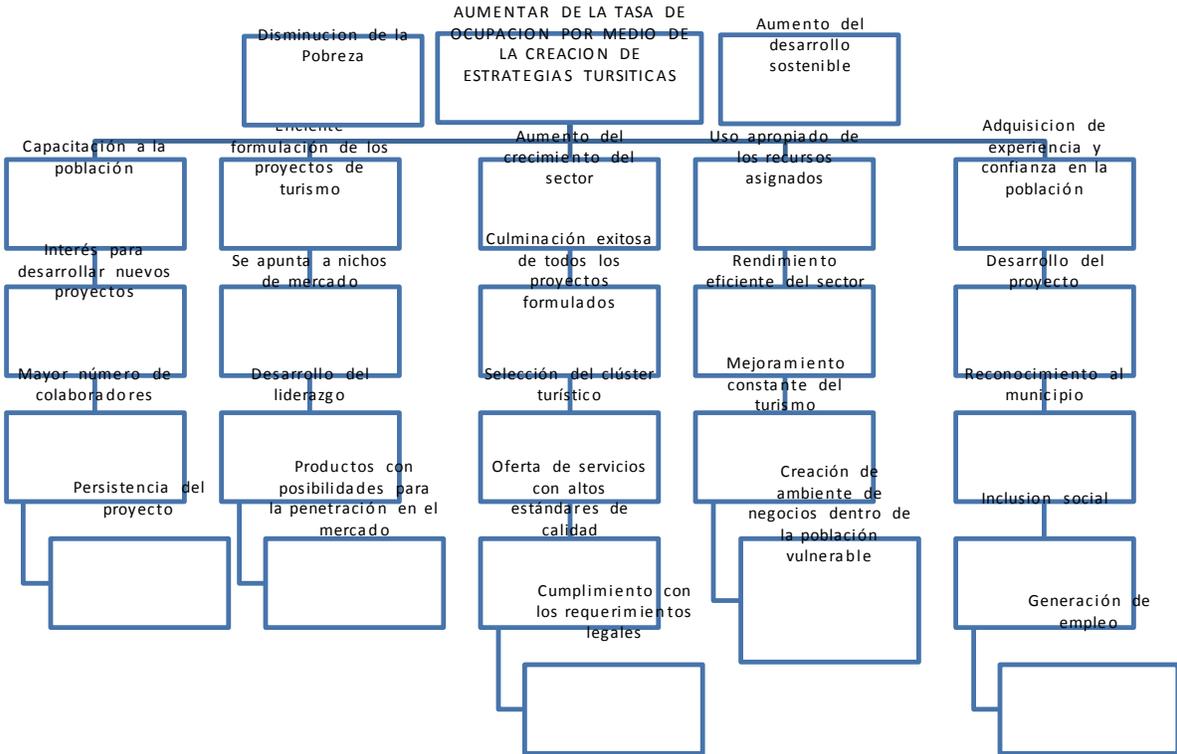


Ilustración 18: Fines del problema objetivo

Fuente: Elaboración propia.

Luego de determinar cuáles son las causas y efectos que generan el bajo fomento del sector turismo en Cucunubá, se plantearon los fines o logros a los que se quiere llegar luego de proponer las estrategias que permitirán ejecutar con mayor probabilidad de éxito las políticas de turismo determinadas por el Alcalde José Guillermo Quintana. El principal y más importante logro busca aumentar la tasa de ocupación en Cucunubá por medio de la creación de estrategias turísticas, que se lograra por medio del uso adecuado de los recursos asignados al sector, que a su vez provocara el rendimiento eficiente del turismo por medio de la creación de un ambiente de negocios dentro de la población interesada en incursionar en nuevos mercados que ofrece el sector turístico.

Por otro lado, la adecuada capacitación de la población va permitir desarrollar nuevos proyectos que apunten a nuevos nichos de mercado, en los cuales las oportunidades de éxito serán mayores, generando de esta forma mayor confianza en la población a la hora de invertir y mayor persistencia a la hora de defender el proyecto propuesto.

Es importante resaltar que si todos los proyectos se realizan bajo el cumplimiento de los requerimientos legales impuestos por la ley e instituciones encargadas de reglamentar el sector en el municipio, va permitir que todas las empresas y personas que ofrezcan los servicios turísticos cumplan con altos estándares de calidad, generando de esta forma seleccionar el producto o servicio único ofrecido por los cucunubenses y así culminar de manera exitosa los proyectos formulados que generaran un aumento en el crecimiento del sector turístico.

Para poder lograr los fines propuestos anteriormente, es necesario formular objetivos específicos, que permitan determinar cuáles son las diferentes acciones que se deben realizar para poder cumplir con las metas propuestas; y es por esta razón que a continuación en la Ilustración 19 se muestran uno a uno de los objetivos específicos.

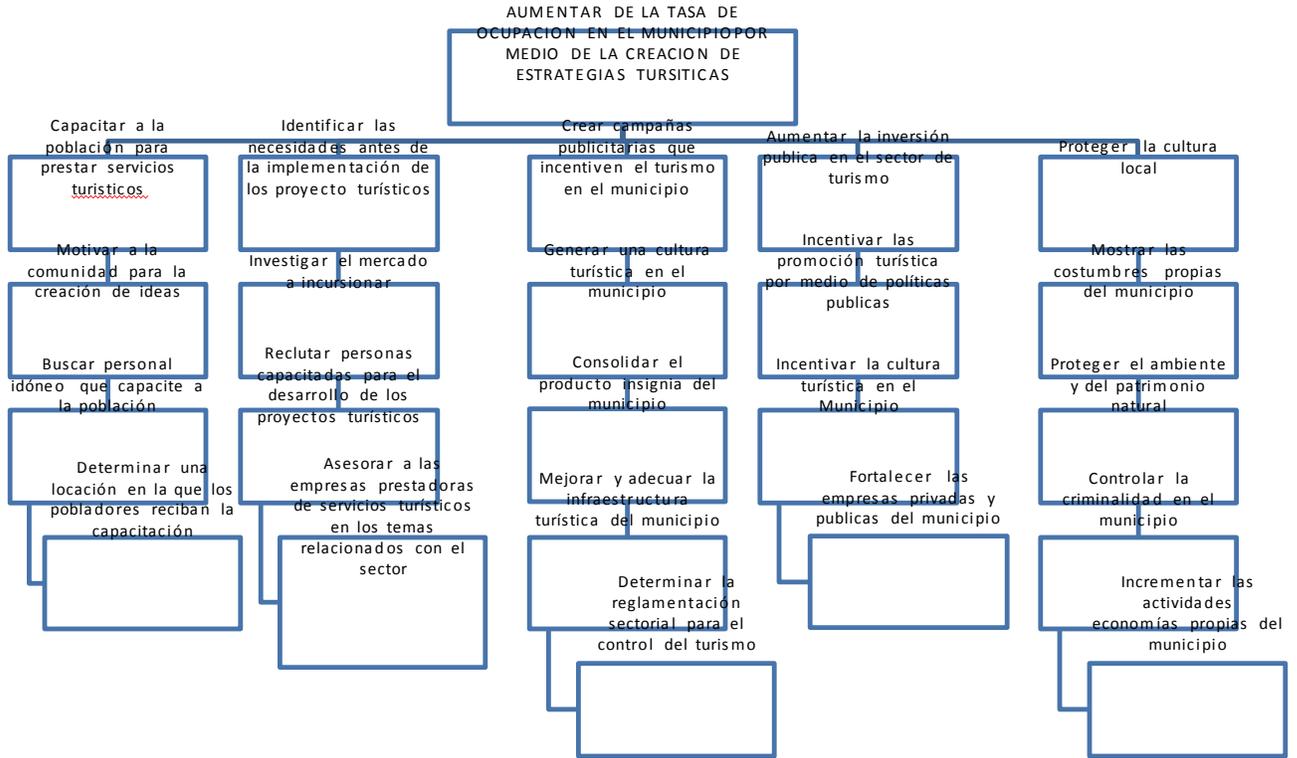


Ilustración 19: Árbol de objetivos para la creación de estrategias

Fuente: Elaboración propia

Aumentar la tasa de ocupación en Cucunubá por medio de la creación de estrategias que fomente el turismo en el municipio, es el objetivo general que se quiere realizar, pero para poder viabilizar este objetivo es necesario plantear objetivos específicos que abarquen cada uno de los componentes y entornos que están involucrados en el sector turístico.

En primer lugar, se busca aumentar la inversión pública y privada en el sector turístico, para que así se logre incentivar la promoción turística por medio de políticas públicas que van a permitir fortalecer las empresas privadas que buscan incursionar en el mercado turístico de la región. Por otro lado para garantizar la creación efectivas de políticas se van a identificar en una primera instancia todas las necesidades del sector para

que así, todos los proyectos que se vallan a formular tengan un sustento bastante sólido que permita apuntar a nuevos mercados en el sector que están en busca de inversionistas.

Pero todo lo anterior debe incluir la capacitación de la población para la presentación de servicios turísticos, ya que al motivar al personal participante se generara motivación en la comunidad, y así forjar una cultura turística en los cucunubenses por medio de la creación de ideas innovadoras que se puedan desarrollar en el municipio, promoviendo de esta forma el sector turístico en Cucunubá por medio de la consolidación del producto o servicio insignia que se ofrecerá a todos los turistas, este producto será promovido por medio de campañas publicitarias que hagan a lución a todos los atributos de la región y municipio.

Y es a partir de todas estas acciones, que se busca fomentar el turismo en el municipio ; pero no solo con la selección de todas las causas, efectos y fines del proyecto se puede generar el aumento de la tasa de ocupación por medio del sector turismo en Cucunubá, y es por esta razón que nació la necesidad de identificar estrategias que permitan focalizar aún más las políticas ya planteadas, y así poder ejecutar todos los proyectos que fueron creados y propuestos por el Alcalde José Guillermo Quintana.

A continuación en la Tabla 8, se encuentra la matriz con las estrategias que se plantearon para poder ejecutar las políticas enfocadas al sector turístico y así generar como resultado directo mayores oportunidades labores en la pobacion por medio del fomento al turismo

Tabla 8: Matriz de políticas y estrategias para incentivar el turismo en el municipio

POLITICAS	PROGRAMAS	ESTRATEGIAS
<p>Hacer del turismo una fuente de ingresos, además de implementar lo establecido en la Ley 300, desarrollo y competitividad, potencializar no solo el municipio si no la provincia como tal, teniendo un plan provincial y local para la promoción y atracción del turismo nacional y extranjero a la región, generando visibilidad, empleo y competitividad en el ámbito nacional</p>	<p>1.1. Realizar un diagnóstico del actual estado del turismo en el municipio. 1.2. Determinar el estado actual de la infraestructura del municipio. 1.3. Replantear los actuales proyectos turísticos.</p>	<p>1.1.1. Realiza un sondeo en la población del municipio que determine la percepción de ellos sobre los proyectos turísticos 1.1.2. Observar el comportamiento y reacción de los turistas al llegar al municipio. 1.2.1. Mejorar la señalización del municipio y adecuar todos los lugares emblemáticos para la prestación del servicio turístico. 1.2.2. Elaborar un plan de seguimiento de todos los lugares turísticos del municipio donde se determine qué tipo de turismo se puede ofrecer dependiendo de su ubicación. 1.3.1. Identificar y desarrollar nuevas oportunidades de mercado en el turismo que apunten a mejorar las necesidades del municipio 1.3.2. Crear un producto diferenciador del turismo en el municipio</p>
<p>Fomentar el turismo como herramienta de desarrollo económico y oportunidad de empleo, propiciando la implementación de planes turísticos, capacitaciones y mejoramiento de la infraestructura para prestar un mejor servicio a los visitantes.</p>	<p>2.1. Fomentar en la población el sentido de pertenencia por el municipio y por su cultura. 2.2. Demostrarle a los pobladores lo beneficios y privilegios de haber nacido en el municipio</p>	<p>2.1.1. Realizar capacitaciones y reuniones en la que se les muestre a los pobladores la riqueza cultural que poseen. 2.1.2. Destacar la labor de las hilanderas, y del trabajo manual que realizan. 2.2.1. Realizar actividades (festivales) en las que la población se siente privilegiada de ser cucunubense.</p>

POLITICAS	PROGRAMAS	ESTRATEGIAS
	<p>3.1. Crear propuestas que motiven a la alcaldía para invertir en el turismo.</p> <p>3.2. Crear en las empresas privadas interés por por incursionar en el sector del turismo en el municipio</p>	<p>3.1.1. Elaborar un diagnóstico en el que se demuestre los beneficios económicos y sociales que generar desarrollar proyectos turísticos.</p> <p>3.2.1. Brindarle a las empresas privadas incentivos para que estas inviertan en la infraestructura turística y en proyectos que tengan como finalidad la prestación de servicios turísticos</p>
<p>Capacitación en atención al turista y desarrollo turístico a la población vinculada con el sector y por vincularse</p> <p>Capacitación y gestión para la promoción de turismo a las entidades dedicadas al turismo en el municipio</p>	<p>4.1. Elaborar un plan de estudio que se centre en enseñarle a la población el cómo se deben prestar los servicios turísticos en el municipio</p>	<p>4.1.1. Seleccionar el número de personas que van a recibir la capacitación en un primer momento.</p> <p>4.1.2. Seleccionar las lecciones para desarrollar adecuadamente la capacitación.</p> <p>4.1.3. Elaborar cartillas en las que este depositada toda la información relacionada con las lecciones para la correcta prestación de los servicios turísticos</p> <p>4.1.4. Seleccionar el lugar más adecuado para llevar a cabo las capacitaciones.</p>
<p>Lograr una posición reconocida en la región y la Nación como destino turístico, explotando sus cualidades, entorno natural y belleza arquitectónica.</p>	<p>5.1. Elaborar campañas publicitarias en las que se muestre la riqueza natural, cultural y social del municipio.</p>	<p>5.1.1. Elaborar comerciales en los que se muestre todos los atractivos del municipio.</p> <p>5.1.2. Establecer convenio con las agencias de viaje para que promocionen el turismo.</p> <p>5.1.3. Mantener la página web del municipio actualizada con todos los avances y nuevos proyectos que se están realizando.</p>

Fuente: Quintana, 2012 Elaboración propia

En la matriz de políticas y estrategias del Tabla 8, muestra todas las políticas planteadas y formuladas por el Alcalde José Guillermo Quintana, de las cuales se hizo uso para poder realizar los programas y estrategias que podrían contribuir a mejorar la ejecución de dichas políticas.

El alcalde en su *Plan de Desarrollo Municipal "Cucunubá Compromiso de Todos"* otorgo un capítulo denominado *Sector promoción del desarrollo*, en el cual formulo varios programas que tenían como objetivo generar oportunidades que permitieran crear un desarrollo económico en el municipio por medio de la promoción turística y la asociación y alianzas productivas con empresas públicas y privadas con el propósito de erradicar la pobreza extrema en Cucunubá.

Entre los programas expuestos en este capítulo se encuentra; *Cucunubá emprendedora* que busca generar empleo mediante las alianzas con empresas productivas y microempresas; también se encuentra *Cucunubá tecnológica*, que quiere implementar herramientas tecnológicas de comunicaciones como oportunidad de generación de empleo; y por último se encuentra el programa *Cucunubá ciudad destino de la región*, en el que se quiere aprovechar el potencial y las condiciones geográficas para la atracción de turistas y es por esta razón que se crearon subprogramas como: *Cucunubá para vivirla, sentirla y verla de cerca, marketing del territorio, turismo, una oportunidad para el desarrollo y capacitación para el turismo competitivo y el desarrollo regional*.

Y es a partir de todos estos programas y subprogramas de los cuales se partió para crear las estrategias que contribuyeran a la ejecución correcta de las políticas. Por otro lado, para crear las estrategias se tuvo en cuenta las necesidades de la población, para luego determinar las necesidades del municipio y así finalmente concluir con las necesidades del sector, y de esta forma todos los entornos se vieran involucrados y colaboraran en la ejecución correcta de las estrategias. Es de vital importancia tener en cuenta, que la creación de las estrategias se originó luego de un exhaustivo estudio de políticas nacionales, departamentales y regionales que tenían como finalidad contribuir en mejorar y fomentar

el turismo en varios lugares del país, que como Cucunubá cuentan con un valor incalculable en su riqueza, cultura y creencias.

Finalmente, al realizar el análisis en el cual se contrastó las políticas, programas y estrategias nacionales, departamentales y municipales con las creadas en este capítulo, se observó cómo diferencia que los programas están formulados para generar y aumentar la calidad de los servicios y destinos turísticos, fortalecer las habilidades y competencias del talento humano e impulsar la inversión en el sector turístico, mas estos no buscan en una primera instancia, determinar el estado actual del sector a nivel general por medio un diagnóstico que determine cuáles son los puntos críticos para así poder replantear las políticas existentes y focalizar las nuevas propuestas; aunque es importante resaltar que entre las semejanzas encontradas a nivel nacional, se observó que los programas están enfocados al reconocimiento cultural tanto de la población como del país en general, generando de esta forma que el país se vea altamente reconocido no solo a nivel nacional sino que también internacional. Por otro lado, a nivel departamental las políticas son mucho más semejantes, ya que estas buscan estructurar la promoción turística de Cundinamarca de acuerdo con los resultados del estudio de mercado, y a su vez fortalecer los actores institucionales municipales prestadores de servicios turísticos, lo que permite tener mayor claridad a la hora de ejecutar los proyectos propuestos por el departamento para beneficiar a todos los municipios. En último lugar, las políticas municipales en Cucunubá han ido mejorado progresivamente desde los últimos años; pues cada vez son políticas y proyectos más sesgados que buscan hacer del turismo una fuente de ingresos potencializando no solo el municipio si no la provincia y departamento también, teniendo un plan para la promoción y atracción del turismo nacional y extranjero a la región, generando empleo y competitividad en el ámbito nacional.

9. Conclusiones

Luego de desarrollar uno a uno los objetivos propuestos al inicio de este trabajo de investigación, se concluye que el municipio de Cucunubá, es un lugar que cuenta con aproximadamente 7.800 habitantes de los cuales, un 54% corresponde a la población masculina y el 46% restante a la población femenina. Por otro lado es importante resaltar que gran parte de la población vive en condiciones precarias, pues en muchas de las veredas que componen el municipio, no cuentan aún con todos los servicios públicos básicos como lo son: el agua, luz y alcantarillado. Y es debido a las bajas condiciones de calidad de vida de muchos cucunubenses, que por parte de la alcaldía se han gestionado diferentes programas sociales que ayudan a las familias con temas relacionados como: la alimentación, salud, vivienda y educación. Entre las actividades económicas del municipio se destaca en un primer renglón la minería, seguida del sector agropecuario para finalmente concluir con el turismo que aunque no sea un sector altamente productivo para el municipio representa el 1% para la economía cucunubense.

Al analizar las condiciones actuales del sector del turismo en Cucunubá se determinó que los problemas que aquejan este sector son: la contaminación ambiental, la falta de cultura turística, la inexistencia de un producto turístico consolidado y la falta de formación para el turismo e informalidad empresarial; y es a partir de estas problemáticas en las que se inició un trabajo de investigación que permitió concluir que actualmente el municipio poco a poco ha entrado en el radar de los turistas; pues son muchas las acciones que ha adelantado la alcaldía con ayuda de empresarios privados, para que el municipio adquiriera reconocimiento como destino turístico; entre las acciones realizadas se encuentra la selección de todos los destinos turísticos que se encuentran en Cucunubá, el desarrollo de campañas publicitaria que muestran todas las características y bondades de este rincón

cundinamarqués y finalmente el desarrollo de políticas y estrategias que buscan el aumento del turismo en el municipio.

Por otro lado, al analizar todas las políticas existentes dirigidas al sector turismo en los últimos 10 años, se concluye que siempre se han gestionado proyectos y programas para fortalecer el turismo a nivel nacional, departamental y municipal; pero muchos de los esfuerzos realizados no tienen los resultados esperados, ya que en la mayoría de las veces las estrategias implantadas para llevar a cabo las acciones no son las adecuadas; pues cabe recordar que Colombia hace 30 años pasaba por una crisis social, económica y política que afectó varios renglones de la economía colombiana incluyendo en estos el turismo; sector que se vio altamente afectado por la inseguridad social que enfrentaba el país; a su vez las pocas acciones generadas y ejecutadas por los gobiernos no cumplían con las exigencias y problemáticas presentes en el sector, lo que llevó a agudizar el problema aún más. Y es a partir de esta situación, que desde el año 2002 se empezaron a gestionar diferentes proyectos que hasta el día de hoy han contribuido significativamente a mejorar el sector; pues actualmente el turismo en Colombia está presente en todos los rincones del país.

Entre algunas de las estrategias que permitieron incentivar el turismo en el país, departamento y municipio son: apoyo a través de los instrumentos financieros y no financieros diseñados para las mipymes, capacitación y preparación de la mano de obra involucrada en la prestación de estos servicios, consolidar una imagen turística de Cundinamarca en la que se especialice el turismo, diseñar un plan estratégico que fije los lineamientos de política y determine las acciones a seguir, capacitación, difusión y promoción turística del municipio, y conservar, recuperar y mantener los atractivos turísticos naturales y culturales, entre muchas más. Y son estas tan solo algunas de las estrategias que fueron importantes para el cumplimiento de los logros para el turismo.

Finalmente, luego de hacer un recorrido por el desarrollo socio-económico de Cucunubá y de analizar las estrategias planteadas para fomentar el turismo en los planes de desarrollo nacional, departamental y municipal, se formularon las estrategias que pueden

contribuir al mejoramiento de la situación turística del municipio, pues se tomaron cada una de las políticas planteada en el Plan de Desarrollo Municipal Cucunubá Compromiso de Todos y se determinó que inicialmente se debe realizar un diagnóstico de todo los actores que componen el sector turismo para luego analizar cuál de estos está generando cierto desbalance en el desarrollo adecuado de los programas turísticos, para más tarde replantear las políticas.

Dentro de las estrategias formuladas se encuentra observar el comportamiento y reacción de los turistas al llegar al municipio, realizar un sondeo en la población del municipio que determine la percepción de ellos sobre los proyectos turísticos, la adecuación de la infraestructura que permita la identificación de los lugares turísticos presentes en el municipio, elaborar un plan de seguimiento de todos los lugares turísticos del municipio en donde se determine qué tipo de turismo se puede ofrecer dependiendo de su ubicación e identificar y desarrollar nuevas oportunidades de mercado en el turismo que apunte a mejorar las necesidades de municipio. Y son están tan solo son algunas de las estrategias planteadas para aumentar la tasa de ocupación en el Municipio de Cucunubá por medio del turismo rural.

Al realizar un balance entre las políticas nacionales, departamentales y municipales con las creadas en el último capítulo de este trabajo, se observó que a nivel nacional las políticas planteadas están formuladas de manera global, lo que impide que pequeños municipios como lo es Cucunubá reciban tan solo un porcentaje mínimo o casi nulo de todos los beneficios que se pueden generar del desarrollo adecuado del sector de turismo; por otro lado a nivel departamental, se detectó que las similitudes son mayores que las diferencias; pues los programas y proyectos están basados en un estudio mucho más sesgado, el cual se realizó a partir de un plan sectorial de turismo en el que se incluyeron todas las provincias que componen el departamento de Cundinamarca, permitiendo de esta manera que todos los municipios tanto grandes como pequeños puedan ser reconocidos no solo a nivel nacional sino que también a nivel internacional.

10. Referencias

10.1. Primaria

- Barriga, F. (2004). *Plan de Desarrollo Tolerancia y Convivencia, Progreso par Cucunubá 2004-2007*. Recuperado de: [http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd_plan_de_desarrollo_cucunub%C3%A1_cundinamarca_2004_2007_\(76_p%C3%A1g_458_kb\).pdf](http://cdim.esap.edu.co/BancoMedios/Documentos%20PDF/pd_plan_de_desarrollo_cucunub%C3%A1_cundinamarca_2004_2007_(76_p%C3%A1g_458_kb).pdf)
- Cruz, A. (2012). *Plan de Desarrollo Cundinamarca Calidad de Vida 2012-2016*. Recuperado de: <http://www1.cundinamarca.gov.co/gobernacion/Portals/0/Anexos/Cundinamarca-Calidad-de-Vida-CTP-solotexto.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2006). *Censo General 2005. Perfil Cucunubá – Cundinamarca*. Recuperado de: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/cucunuba.pdf>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2014). *Informe turismo Abril 2014*. Recuperado de: https://www.dane.gov.co/files/ses/ses_2004/5_7abril04.pdf
- Gobernación de Cundinamarca (2008). *Participación del PIB municipal en el total Cundinamarca*. Recuperado de: <http://www1.cundinamarca.gov.co/observatorio/mostraringdicadores.aspx?t=IC-1.2>
- Gobernación de Cundinamarca (2012). *Plan Sectorial de Desarrollo Turístico Provincia de Ubaté*. Recuperado de: www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=65678
- Gobernación de Cundinamarca (2012). *Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca*. Recuperado de: www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=65678
- Gonzalez, A. (2008). *Plan de Desarrollo Cundinamarca Corazón de Colombia 2008-2012*. Recuperado de: <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/80acb979-dbef-4ebe-9972-976b28a79ab8/1.18+Anexo+II.PDD-Cundinamarca.pdf?MOD=AJPERES>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2014). *Informe de turismo Abril 2014*. Recuperado de: [t www.mincit.gov.co/descargar.php?id=71370](http://www.mincit.gov.co/descargar.php?id=71370)

Plan de Ordenamiento Territorial (2000). *Esquema de Ordenamiento Territorial del Municipio de Cucunubá*. Recuperado de: <http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/31323537306439656262626566373363/decreto-060-eot..pdf>

Quintana, J. (2011). *Diagnostico Plan de Desarrollo Cucunubá compromiso de todos 2012-2015*. Recuperado de: <http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/37356131633935376639383037653664/diagnostico-cucunuba>

Quintana, J. (2012). *Plan de Desarrollo Cucunubá compromiso de todos 2012-2015*. Recuperado de: <http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/37326633633536653931663764346337/acuerdo-no.006-12-plan-de-desarrollo-cucunuba-definitivo-gobernacion.pdf>

Santos, J. (2010). *Plan de desarrollo Prosperidad para Todos 2010-2014*. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/PND-2010-2014/Paginas/Plan-Nacional-De-2010-2014.aspx>

Santos, J. (2011). *Plan sectorial de turismo. Turismo: factor de prosperidad para Colombia 2011-2014*. Recuperado de: www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=40732

Uribe, A. (2002). *Plan de desarrollo Hacia un Estado Comunitario 2002-2006*. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/Paginas/Planes-de-Desarrollo-antiguos.aspx>

Uribe, A. (2003). *Plan sectorial turismo para un nuevo país 2003-2006*. Recuperado de: http://www.huila.gov.co/documentos/P/plan_sectorial_de_turismo_2003_2006.pdf

Uribe, A. (2008). *Plan sectorial de turismo. Colombia, destino turístico de clase mundial 2008-2010*. Recuperado de: www.mincit.gov.co/minturismo/descargar.php?id=40732

Uribe, A. (2006). *Plan de desarrollo Estado Comunitario: desarrollo para todos 2006-2010*. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/Plan-Nacional-de-Desarrollo/PND%202006-2010/Paginas/PND-2006-2010.aspx>

10.2. Secundaria

Ardila, S. (2004). *Plan de Desarrollo Cundinamarca Corazón de Colombia 2004-2008*. Recuperado de: [http://cundinet.cundinamarca.gov.co:8080/aplicaciones/gobernacion/centroDocumental/doc-planeacion.nsf/0/A3B2031F0FCE5D5005257C35007497E1/\\$FILE/pdd%202004_2008%20cundinamarca%20es%20tiempo%20de%20crecer.pdf](http://cundinet.cundinamarca.gov.co:8080/aplicaciones/gobernacion/centroDocumental/doc-planeacion.nsf/0/A3B2031F0FCE5D5005257C35007497E1/$FILE/pdd%202004_2008%20cundinamarca%20es%20tiempo%20de%20crecer.pdf)

Cámara de Comercio de Bogotá (2013). *Plan de Competitividad para la provincia de Ubaté*. Recuperado de: <http://www.cundinamarca.gov.co/wps/wcm/connect/4b30c1b2-9282-4daa-b98d-1092ab31a8a6/Plan+de+competitividad+Ubate.pdf?MOD=AJPERES>

Cámara de Comercio de Bogotá (2008). *Ubaté caracterización económica y empresarial*. Recuperado de: http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2889/6233_caracteriz_empresa_ubate.pdf?sequence=1

Congreso de Colombia (1996). *Ley 300 de 1996 Nivel Nacional*. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8634>

Congreso de Colombia (1997). *Decreto 502 de 1997*. Recuperado de: http://issuu.com/paisatour/docs/decreto_502_de_1997

Congreso de Colombia (1997). *Decreto 1075 de 1997 Nivel Nacional*. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14696>

Congreso de Colombia (2003). *Decreto 2074 de 2003 Nivel Nacional*. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=9245>

Congreso de Colombia (2006). *Ley 1101 de 2006 Nivel Nacional*. Recuperado de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=22241>

Congreso de Colombia (2010). *Ley 1429 de 2010*. Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley142929122010.pdf>

Congreso de Colombia (2012). *Ley 1558 de 2012*. Recuperado de: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley155810072012.pdf>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2010). *Población con registro para la localización y caracterización de las personas con discapacidad*. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/poblacion-y-registros-vitales/discapacidad>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2011). *Estimaciones de población 1985 2005 y proyecciones de población 2005 2020 total departamental por área*. Recuperado de: https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwjE3a2Sk-PIAhUGmh4KHX_DCZQ&url=https%3A%2F%2Faprendeenlinea.udea.edu.co%2Fvistas%2Findex.php%2Fred%2Farticle%2Fdownload%2F848%2F741&usg=AFQjCNG5nV8uwwJKAHS8iaTDvaerDD9mtw&bvm=bv.105841590,d.dmo

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2013). *Cuentas económicas nacionales*. Recuperado de: <http://www.dane.gov.co/index.php/cuentas-economicas/cuentas-trimestrales>

Díaz, M., Bernal, C., y Quintero, P. (2006). *Turismo y desarrollo en el Caribe colombiano*. ,79,4-57. Recuperado de: http://www.banrep.gov.co/docum/Lectura_finanzas/pdf/DTSER-79.pdf

Fedesarrollo (2010). *Modelo económico y social para Cundinamarca en el marco de la Región Capital: reformas y políticas de cara al futuro*. Recuperado de: <http://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/11445/201/1/Modelo-Econ%C3%B3mico-Cundinamarca-Entrega-Final-septiembre-15-2010.pdf>

Flórez, E. (1967). *W. Arthur Lewis: El desarrollo económico desde dentro*. El Trimestre Económico, 27 (108), 107-108. Recuperado de: <http://revistas.bancomext.gob.mx/rce/magazines/438/6/RCE10.pdf>

Informe de Coyuntura Económica Regional (2013). *Informe de coyuntura económica 2013*. Recuperado de: http://www.dane.gov.co/files/icer/2013/informe_ejec_13.pdf

Keynes, J. (2005). *Teoría general del empleo, interés y el dinero*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina S.A.

Krugman, P., & Wells, R. (2007). *Introducción a la economía. Macroeconomía*. Barcelona: Reverte.

- Montoya, O. (2004). *Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico*. Scientia et Technica, 10 (25), 209-211. doi: 0122-1701
- Lara, P., y Pérez, J. (2011). *El emprendimiento innovador y su relación con el desarrollo económico*. Tec empresarial. 5 (3). 21-27. Recuperado de: <https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwjZ-qfzmNTIAhUBlh4KHal1ADc&url=http%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3782848.pdf&usg=AFQjCNHhD2lh40BnT4hu46b8uHclFne3UQ&sig2=uDLFRpA9ylhLz1Zy0Jgk7w&bvm=bv.105814755,bs.2,d.dmo>
- Lora, E. (2008). *Técnicas de Medición económica. Metodología y aplicaciones en Colombia*. Bogotá: Alfaomega.
- Observatorio de Competitividad de Cundinamarca (s.f). *Informe Anual de Competitividad de Cundinamarca 2011*. Recuperado de: <http://www1.cundinamarca.gov.co/observatorio/files/Informe-Anual-de-Competitividad-OCC-2011.pdf>
- Pérez, M. (1999). *Reseñas y comentarios: comentarios sobre dos ensayos de sir Arthur Lewis*. Cuadernos de economía, 19 (33), 403-409. doi: 2248-4337
- Porter, M. (1991). *La ventaja comparativa de las naciones*. Barcelona: Plaza & Janes editoriales
- Sampieri, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana
- Schumpeter, J. (1957). *Teoría del desenvolvimiento económico*. México: Fondo de Cultura Económico.
- Schulte, S. (2003). *Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo*. Serie Manuales CEPAL, 25, 11-25. doi: 1680-8878

10.3. Cibergrafía

ACODRES (2013). *Quienes somos*. Recuperado desde: <http://acodres.com.co/quienes-somos/>

Alcaldía de Cucunubá (2006). *Educación* Recuperado de: http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/indicadores_anuales.shtml

Alcaldía Cucunubá (2008). *Parque Central del Municipio*. Recuperado de: http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml

Alcaldía de Cucunubá (2011). *Actividades económicas* Recuperado de: http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/indicadores_anuales.shtml

Alcaldía de Cucunubá (2012). *Cucunubá en el departamento de Cundinamarca*. Recuperado de: http://www.cucunuba-cundinamarca.gov.co/mapas_municipio.shtml?apc=bcxx-1-&x=2773950

Alcaldía de Cucunubá (2015). *Eventos y festividades del municipio*. Recuperado de: http://cucunuba-cundinamarca.gov.co/listado_eventos.shtml?s=c&m=f&inicio=1444885200&fin=1444798800&dia=14

ASOTIEMPO (2010). *¿QUE ES?* Recuperado de: <http://astiempo.org/>

Colombia Paradise (s.f). *Campañas publicitarias de Colombia*. Recuperado de: www.colombianparadise.com

COTELCO (s.f). *¿Qué es Cotelco?* Recuperado de: <http://www.cotelco.org/nosotros/>

Farfán, E. (2008). *Como se construye un sistema categorial*. Recuperado de: https://www.google.com.co/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBsQFjAAahUKEwjE3a2Sk-PIAhUGmh4KHX_DCZQ&url=https%3A%2F%2Faprendeenlinea.udea.edu.co%2Fvistas%2Findex.php%2Fred%2Farticle%2Fdownload%2F848%2F741&usq=AFQjCNG5nV8uwWJKAHs8iaTDvaerDD9mtw&bvm=bv.105841590,d.dmo

Gutiérrez, C. (2003). *Entorno socioeconómico de México*. México: Limusa.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2006). *Proyecto de fortalecimiento integral de turismo en el Peru-fitperu*. Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/resumen%20ejecutivoFEB2006.pdf>

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2006). *Ley 1101 de 2006*. Recuperado de:
http://www.fontur.com.co/aym_document/aym_normatividad/2007/RESOLUCION-0348X-20071.pdf

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2013). *Funciones de viceministro de turismo*.
Recuperado de:
<http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16273&dPrint=1>

Moreno, A., y Gallardo, Y. (1999) *Modulo 3. Aprender a investigar*. Recuperado de:
<http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf>

Organización Mundial del Turismo (2008). *¿Por qué el Turismo?* Recuperado de:
<http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>

Organización Mundial del Turismo (2009). *Colombia. De nuevo en el mapa turístico mundial*
Recuperado de:
http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/colombia09_s.pdf

Omonte, A. (2009). *Fichas de identificación de fuente. Fichas Bibliográficas*. Recuperado de:
<http://www.mailxmail.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/fichas-identificacion-fuente-fichas-bibliograficas-1-2>

Propais (2014). *Compre Colombiano acompañó con Rueda de Negocios a los artesanos de la Sabana de Ubate*. Recuperado de: <http://propais.org.co/compre-colombiano-acompano-con-rueda-de-negocios-a-los-artesanos-de-la-sabana-de-ubate/>

Rodríguez, H. (2007). *La mediación comunitaria en el municipio de Cucunubá*. Recuperado de:
<http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/3561/132178.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sistema de Información Minero Colombiano (s.f). *Trabajo infantil en la minería artesanal carbonífera*. Recuperado de:
http://www.simco.gov.co/simco/documentos/Seg_Minera/ANEXO_2_de%20los%20pequenos%20carboneros0001.pdf

Universidad de Manizales (2008). *Curso Economía Laboral*. Recuperado de:
http://www.umanizales.edu.co/u/servicios/observatorio/archivos/publicaciones/curso_economia_laboral.pdf

El turismo rural como mecanismo de generación de empleo en el municipio de Cucunubá

Lady Katherine González Rodríguez

Universidad del Rosario, (s.f). *Matriz de marco lógico una herramienta de formulación de proyectos.* Recuperado de:

<http://www.urosario.edu.co/Internacionalizacion/Oportunidades-Cooperacion-Internacional/Documentos/DOCUMENTO-BANCO-MUNDIAL.PDF>

Anexo 1 Matriz de Identificación de Conceptos

CATEGORIA DE ANALISIS		VARIABLE		PARAMETROS DE OBSERVACION	PUNTOS ESPECIFICOS	FUENTE
Tasa de ocupación	Es la relación porcentual entre la población ocupada (OC) y el número de personas que integran la población en edad de trabajar (PET)	PET (Población en Edad de Trabajar)	Está constituido por las personas de 12 años y más en las zonas urbanas y 10 años y más en las zonas rurales. Se divide en población económicamente activa y población económicamente inactiva.	Censos, estadísticas del Ministerio de trabajo acerca del mercado laboral	Determinar la Población en Edad de Trabajar del Municipio; es decir, obtener la cantidad exacta de las personas entre los 12 años a los 65 años de Cucunubá	DANE (2000) "empleo". Recuperado desde: https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_ech.pdf Lora (2008) "Clasificación laboral de la población" <i>Técnicas de medición económica</i> . Cuarta edición. Alfaomega Colombia S.A
		Ocupados	Son las personas que se encuentran en una de las siguientes situaciones: 1. Trabajó por lo menos una hora remunerada en dinero o en especie en la semana de referencia. 2. Los que no trabajaron la semana de referencia, pero tenían un trabajo. 3. Trabajadores familiares sin remuneración que trabajaron en la semana de referencia por lo menos 1 hora	Tasas de empleo y desempleo del Municipio	Determinar la Población ocupada del Municipio; es decir, obtener la cantidad de todas las personas que actualmente se encuentran empleadas o subempleadas	DANE (2000) "empleo". Recuperado desde: https://www.dane.gov.co/files/faqs/faq_ech.pdf
		Oferta laboral	De acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) son las personas con edades entre 15 y 64 años conforman la población en edad de trabajar; es decir, la oferta laboral.	Mercado laboral en el Municipio	Obtener el promedio de la cantidad de empresas que están dispuestas para emplear a la población cesante del Municipio	UNAD (sf) <i>La oferta y demanda laboral</i> . Recuperado desde: http://datateca.unad.edu.co/contenido/s/101110/EnLinea/capitulo_2_cmo_se_determina_el_nivel_del_salario.html

		Demanda laboral	Son todas las empresas que necesitan personal que realicen diferentes labores en sus plantas de producción.	Empresas realizan actividades económicas en el Municipio	Obtener el promedio de la cantidad de la población que está disponible para emplearse u ocuparse en una actividad remunerada	UNAD (sf) La oferta y demanda laboral Recuperado desde: http://datateca.unad.edu.co/contenido/s/101110/EnLinea/capitulo_2_cmo_se_determina_el_nivel_del_salario.html
Cucunubá	Municipio de Cundinamarca, se ubica en la provincia de Ubaté con una extensión de 112 km ² distribuida en 110,8 km ² parte rural y 1,12 km ² en parte urbano. Cucunubá cuenta con una población de 7.433 habitantes de los cuales el 84,22% corresponden a la zona rural y 15,78% a la zona urbana; el 47,91% son mujeres y el	Demografía	Disciplina social que estudia estadísticamente a la población humana.	Tasas de natalidad, mortalidad y morbilidad de la población	Cantidad de población que habita en el territorio. Distribución de la población entre grupos de edad y sexo.	GestioPolis.com Experto (2002) <i>¿Qué es demografía?</i> Recuperado de http://www.gestiopolis.com/que-es-demografia/
		Cultura	Conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de una población determinada	Conductas en las personas que son características del lugar donde habitan	Determinar los rasgos característicos de la población que habita en Cucunubá; es decir identificar cuáles son sus creencias y practicas más representativas que están inmersos en su forma de vivir	Galanet (sf) <i>¿Qué es la cultura?</i> Recuperado desde: http://www.galanet.eu/dossier/fichiers/Que%26%23769%3B%20es%20la%20Cultura%3F.pdf
		Geografía	Estudia las características de la tierra en relación con la sociedad. Por esta razón, sus objetos de estudio son los fenómenos físicos, biológicos, culturales, económicos y sociales, considerados a partir de su distribución en la superficie terrestre y sus interrelaciones.	Lugares representativos y emblemáticos de Municipio	Encontrar en el Municipio los lugares con alto potencial para desarrollar proyectos y estrategias que incentiven el turismo en Cocinaba	Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015). <i>La geografía</i> . Recuperado de: http://www.banrepultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/geografia/la_geografia

	52,09% son hombres.	Economía	Estudia cómo los individuos o las sociedades usan o manejan los escasos recursos para satisfacer sus necesidades.	Aumento de la calidad de vida. PIB. Crecimiento económico del municipio	Detectar cuales son las principales actividades económicas en las que se dedican las personas que habitan el Municipio	Subgerencia Cultural del Banco de la República. (2015) Definición y funciones de la economía Recuperado de: http://www.banrepultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/economia_definicion_y_funciones
Turismo rural	Espacio rural el que llevan a cabo turistas ciudadanos propietarios de residencias secundarias en zona rural, las que ocupan por el fin de semana o tiempos más extensos, o bien las alquilan a turistas, así como también el turismo de tipo resort, hotel en zona rural.	Turismo	El turismo son todos los desplazamientos que realizan las personas fuera de su entorno habitual con la finalidad de buscar espacios de despartimiento, relajación y aventura	Estrategias actuales de desarrollo del turismo en oferta y demanda en el Municipio	Determinar cuáles son las estrategias de turismo que se desarrollan actualmente en el Municipio	Ministerio de Comercio, Industria y comercio (2013) <i>Turismo</i> Recuperado desde: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16273&dPrint=1
		Turistas	Persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal)	Personas externas al municipio que llegan a conocerlo y visitarlo	Realizar un promedio en el que se determine con qué frecuencia los turistas visitan el Municipio	Organización Mundial del Turismo (sf) <i>Entender el turismo</i> . Recuperado desde: http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico#Entorno%20habitual
		Zona rural	Todas las áreas geográficas ubicadas a las afueras de las ciudades	Infraestructura vial, de telecomunicaciones, fuentes y usos de energía, transporte.	Seleccionar los lugares geográficos más representativos de Cucunubá que se encuentran en el área rural	Torres (2013) <i>Concepto de la zona rural</i> Recuperado desde: http://sobreconceptos.com/zona-rural

Anexo 2 Fortalezas y Debilidades del Sector Turístico en Colombia 2003-2014

TURISMO PARA UN NUEVO PAIS (2003 – 2006)	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
BAJA CAPACIDAD INSTITUCIONAL: Limitada aplicación de políticas nacionales en las regiones e inexistencia de planes de desarrollo turístico a nivel local.	RESTABLECIMIENTO DE LA CONFIANZA: La ciudadanía recupera la confianza en la seguridad del país a través de la política de seguridad democrática.
TERRORISMO Y/O CATASTROFES NATURALES: Problemas de seguridad social afectan a gran parte de las carretas del país, razón para que la población evite transitar por las misma.	TURISMO SECTOR ESTRATEGICO NACIONAL: sector potencial para contribuir a un mayor desarrollo del país y para lograr una mayor eficiencia en las metas económicas y sociales que se proponen.
LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS: No es suficiente para cumplir con estándares que permitan que Colombia se convierta en un destino de clase mundial. Esta situación se ve agudizada por la precaria calificación del personal de base en servicios turísticos y la baja disponibilidad de personal bilingüe.	HERRAMIENTA DE TRANSFORMACION SOCIAL: Medio que contribuye a la construcción de una nueva sociedad por medio de la equidad social, construcción de nuevas actividades económicas, transformación de la visión de las actuaciones culturales; entre otros.
CONFLICTOS MUNDIALES: El ataque terrorista en Estados Unidos (11/09/2001) y el conflicto de Irak y el brote del SARS, ocasionaron un variación negativa del -0,1% en el turismo internacional que llegaba al país.	CAPITAL HUMANO CALIFICADO PARA OFRECER SERVICIOS TURISTICOS: El país cuenta con personal instruido para ofrecer servicios turísticos.
BAJA DISPONIBILIDAD DE LOS RECURSOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO: Los recursos del Fondo se han incrementado considerablemente en los últimos años, el valor promedio de los proyectos se mantiene bastante bajo como para generar un impacto significativo en la actividad turística.	INTERES DE LAS ENTIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS EN INVERTIR EN EL SECTOR: No solo los escenarios naturales y los variados recursos culturales incentivan el turismo; por esta razón las entidades públicas y privadas están interesadas en invertir en el sector para generar un mayor valor agregado.
COLOMBIA, DESTINO TURISTICO DE CLASE MUNDIAL (2008-2010)	
AUSENCIA DE COORDINACIÓN: Las entidades de orden nacional no tienen una coordinación entre ellas que permitan la armonización de las políticas del sector	ESPACIOS PUBLICOS Y PRIVADOS PARA GENERAR ESPACIO DE DESARROLLO PARA INICIATIVAS TURISTICAS: El Gobierno se ha encargado de fomentar incentivos para que empresarios desarrollen proyectos turísticos en el país.
DEFICIENCIAS DE LA PLANTA TURÍSTICA: En infraestructura de transporte el país ocupa el puesto 108 y en infraestructura turística el puesto 93 entre 133 países, mientras que la posición general en el índice es la 72.	CONSOLIDACION DEL TURISMO INTERNO: Los colombianos recobraron la confianza en la seguridad, razón por la cual ha aumentado el turismo interno. La población que se desplaza por las carreteras del país aumento notablemente.
BAJO CRECIMIENTO DE LA ECONOMIA DEL PAIS: Colombia concentro sus esfuerzos por recuperar la seguridad democrática pero la economía de país se vio afectada por las altas tasas de desempleo de la población.	DIVERSIDAD TURISTICA DEL PAIS: Colombia cuenta con 1.128 localidades que han sido establecidas como patrimonios de los cuales 294 son en municipio y 30 en departamentos.

<p>BAJO DESARROLLO TECNOLÓGICO: Debido a todos los problemas sociales y económicos por lo que ha atravesado el país, ha generado un atraso tecnológico, ya que gran parte de la inversión pública se ha destinado a solucionar los problemas de seguridad social.</p>	<p>PRECIO DE LA GASOLINA PARA AVION: Colombia ofrece bajos precios de la gasolina para avión, lo que aumenta el número de vuelos, es decir, el número de turistas.</p>
<p>BAJO INDICE DE CRECIMIENTO DE LA COMPETITIVIDAD: Colombia cuenta con importantes destinos turísticos, que no han desarrollado estrategias de competitividad que les permitan incursionar en el sector de turismo.</p>	<p>NUMERO DE AEROPUERTOS: La mayoría de las ciudades del país cuenta con aeropuerto lo que hace más fácil el acceso a estas.</p>
<p>TURISMO: FACTOR DE PROSPERIDAD PARA COLOMBIA (2011-2014)</p>	
<p>FALTA DE PARTICIPACION DE LAS COMUNIDADES EN LA PRESTACION DE SERVICIOS TURISTICOS: La población no se involucra en los procesos y proyectos que emprenden las instituciones para fomentar el turismo.</p>	<p>AUMENTO DE LOS INGRESOS POR PARTE DE IMPUESTO AL TURISMO: Se experimentó un crecimiento importante, al pasar de \$ 7.000 millones de pesos a \$ 14.500 millones de pesos entre los años 2008 y 2009.</p>
<p>ARTICULACION DEL TURISMO COMO LOS DEMAS SECTORES: Es importante que el sector turismo busque alianzas con los demás sectores para que de esta forma se cumplan las metas y objetivos articulando todos los sectores.</p>	<p>SISTEMA DE INFORMACION TURISTICA: Sistema que permite consultar información que apoye el análisis y toma de decisiones del sector turismo.</p>
<p>MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURISTICA: Es una problemática que se ha detectado desde varios años atrás, pero a pesar de todo no se ha realizado la inversión necesaria para poder suplir y mejorar este problema.</p>	<p>AUMENTO DE LA CONEXIÓN POR VIA AERA: En el 2008 se inició la operación de 10 nuevas rutas con 52 vuelos semanales.</p>
<p>EDUACION PARA CIMENTAR UNA CULTURA CIVICA: La población necesita recibir instrucciones que le acrecienten los conocimientos relacionados con el sector turístico para que de esta forma estos puedan mejorar su calidad de vida.</p>	<p>IMPLEMENTACION DE ESTIMULOS DE DEMANDA Y A LA OFERTA TURISTICA: A todas las entidades que quieren invertir en el sector turismo se les aplica diferentes beneficios que contribuyen a disminuir ciertos gastos legales de las empresas.</p>
<p>APROPIACION DE RECURSOS PARA APOYAR INICIATIVAS PRODUCTIVAS: Aun no se han gestionado los suficientes proyectos para apoyar las iniciativas productivas del sector de turismo.</p>	<p>FORTALECIMIENTO DEL MERCADO, LA PROMOCION Y LA COMERCIALIZACION DE DESTINOS: Las campañas de promoción turística en el país han obtenido los resultados esperados convirtiéndose en un gran estímulo para el crecimiento del sector turismo.</p>

Fuente: Elaboración propia con información base de Uribe, 2003., Uribe, 2008., Santos, 2011

Anexo 3 Políticas Nacionales y logros obtenidos para el sector del turismo 2002-2014

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2002-2006	
POLITICAS	DESCRIPCION
REVISIÓN DEL SISTEMA LEGAL Y REGULATORIO.	Mejorar en la seguridad de los viajeros mediante los programas de seguridad en las carreteras.
APOYO A TRAVES DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS Y NO FINANCIEROS DISEÑADOS PARA LAS MIPYMES.	Estímulos a los aportes de inmuebles a la renovación urbana que recuperen centros históricos y el patrimonio cultural en las ciudades de mayor vocación turística, e incentivos a la construcción de nuevos hoteles, remodelación de los viejos hoteles, construcción de parque y otros atractivos turísticos.
CAPACITACION Y PREPARACION DE LA MANO DE OBRA INVOLUCRADA EN LA PRESTACION DE ESTOS SERVICIOS.	El fortalecimiento del personal capacitado para la promoción especializada a través de una mayor información de productos y mercados del sector.
MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS Y PRODUCTOS TURISTICOS.	Las diferentes regiones y el país en general, por medio del turismo aumenten la generación de ingresos por concepto del turismo.
LOGROS OBTENIDOS	
1.	Se elaboraron 47 Normas Técnicas Sectoriales-NTS, para los subsectores de hoteles, agencias de viajes, guías de turismo, restaurantes, tiempo compartido y turismo sostenible, de las cuales 38 se encuentran publicadas y 9 en procesos de publicación.
2.	En 2006, Colombia recibió 2.242.000 visitantes extranjeros, incluyendo el turismo fronterizo y los cruceros. Los ingresos por turismo alcanzaron los 2.260 millones de dólares en 2007, convirtiendo este sector en el tercer renglón de exportaciones del país, después del petróleo y el carbón. Entre enero y junio de 2008 arribaron a Colombia 127.000 turistas en cruceros.
3.	Los incentivos tributarios para nuevos hoteles o ampliaciones, permitieron la construcción o remodelación de 2.200 habitaciones en 2007.
4.	Se diseñó programas encaminados a incentivar a los colombianos a viajar por el territorio nacional que redunde en más hogares colombianos conociendo los distintos destinos turísticos del país y más beneficios económicos, sociales y culturales del sector.
5.	Expedición del Decreto 1373 del 24 de abril de 2007, en el cual los establecimientos de educación preescolar, básica y media incorporan en su calendario académico cinco días de receso estudiantil en Octubre. La diversificación de la temporada de vacaciones permitirá una distribución más equitativa a lo largo del año de los flujos turísticos que llegan a los destinos y de los ingresos que perciben las comunidades locales y los prestadores de servicios.

Fuente: Uribe, 2002. Elaboración propia.

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2006-2010	
POLITICAS	DESCRIPCION
CONSOLIDAR LOS PROCESOS REGIONALES DE TURISMO PARA DISPONER DE UNA OFERTA DE PRODUCTOS ALTAMENTE COMPETITIVOS PARA LOS MERCADOS NACIONALES E INTERNACIONALES	Afianzar la industria turística como motor de desarrollo de las regiones, y fuente generadora de empleo y de divisas

EL MEJORAMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD, INCLUYENDO LA CALIDAD DE LOS DESTINOS Y PRODUCTOS TURÍSTICOS	Para el mejoramiento y consolidación de la competitividad de los destinos turísticos el Gobierno promoverá la declaración de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario. Orientado principalmente, a zonas costeras.
PROPENDER POR EL MEJORAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA	Se crearán estímulos para que el sector privado invierta en la infraestructura hotelera, además se van a crear y destinar nuevos espacios para el desarrollo del turismo en varias regiones del país.
EL FORTALECIMIENTO DEL MERCADEO, LA PROMOCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN; LA CREACIÓN DE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA	Se buscará incluir una asignatura de turismo en los estándares curriculares de educación básica primaria y secundaria.
LA BÚSQUEDA DE UNA MEJOR Y MAYOR CONEXIÓN DE NUESTROS DESTINOS TURÍSTICOS POR VÍA AÉREA.	Para mejorar la conexión de nuestros destinos turísticos, se implementará efectivamente la política de cielos abiertos.
LA IMPLEMENTACIÓN DE ESTÍMULOS A LA DEMANDA Y A LA OFERTA TURÍSTICA, INCLUYENDO LA HOTELERÍA DE ALTO NIVEL	El DANE incluirá al turismo en las encuestas anual y trimestral de servicios, tomando entre las fuentes de información el Registro Nacional de Turismo, el registro hotelero de huéspedes y el Sistema de Indicadores de Competitividad Turística, debiéndose producir la información de las cuentas satélites de turismo. Se solicitará al Banco de la República desagregar la información sobre ingresos y egresos por turismo.
LA EDUCACIÓN PARA CIMENTAR UNA CULTURA TURÍSTICA.	Se elaborará un estudio para establecer un Plan Maestro
LOGROS OBTENIDOS	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Se suscribieron convenios de Competitividad Turística con los 32 departamentos y los Distritos de Bogotá, Cartagena, Barranquilla y Santa Marta. El Ministerio, a través de estos convenios, desarrolló un mecanismo de seguimiento permanente a las acciones público - privadas identificadas en cada región frente a las necesidades para el desarrollo turístico de los destinos, el cual permite evaluar semestralmente los avances de la gestión. 2. Se diseñó y puso en marcha el Plan Nacional de Señalización Turística Vial para 6.578 Km por un valor de \$4.6 millones. En el primer semestre del 2010 se han instalado 311 señales en 3.282 Km. 3. Se realizó el lanzamiento de la Campaña Nacional de Turismo, “Vive Colombia, El País Que Llevas en el Corazón”, segunda versión de la exitosa Campaña “Vive Colombia, Viaja por Ella”. 4. En materia de destinos turísticos seguros, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo adelantó un programa de capacitación y dotación de la Policía de Turismo, por valor de \$400 millones. Las “Rutas Seguras Vive Colombia” fortalece dispositivos especiales de seguridad para los viajeros en carreteras que se identifican para altas temporadas y 	

<p>puentes festivos a lo largo del año. Actualmente están activas y programadas para 2010, 709 “Rutas Seguras”. En el periodo entre agosto de 2009 y junio de 2010 se realizaron 575 “Rutas Seguras” turísticas a nivel nacional, que beneficiaron 24 departamentos. Este programa es una acción derivada de los “Consejos de Seguridad turística” que lidera el Ministerio y que se realizaban antes y después de cada temporada para preparar y evaluar el comportamiento de los mecanismos dispuestos.</p>
<p>5. Se editó la Guía de Turismo de Naturaleza, de la cual se publicaron más de 10.000 ejemplares. Esta guía de turismo especializado presenta la oferta natural en todo el territorio colombiano y responde a la necesidad de promocionar destinos por el carácter único de sus productos turísticos de naturaleza, considerando que este es el gran potencial turístico del país.</p>
<p>6. Se firmó un convenio con Asocentro que busca trabajar en el desarrollo de los TICS, el primer paso a seguir es trabajar en la formalización de prestadores de servicios y terminada esta fase se procede a continuar con el desarrollo de TICS en turismo.</p>

Fuente: Uribe, 2006. Elaboración propia

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2010-2014	
POLITICAS	DESCRIPCION
FORTALECER LA INSTITUCIONALIDAD Y LA GESTIÓN PÚBLICA DEL TURISMO A NIVEL NACIONAL Y REGIONAL	Gobierno nacional asesorará a las regiones en la creación de organizaciones públicas o público-privadas que formulen y ejecuten planes de desarrollo turístico y puedan realizar una adecuada interlocución con entidades del orden nacional. Para mejorar la coordinación en el nivel nacional se creará una comisión intersectorial que articule las iniciativas de diferentes ministerios y entidades coordinada y liderada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como rector de la política turística.
MEJORAR LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS Y DESTINOS TURÍSTICOS Y PROMOVER LA FORMALIZACIÓN	EL Gobierno nacional trabajará en la elaboración de reglamentos técnicos para actividades de turismo de aventura donde la existencia de riesgo para la salud, la integridad y el bienestar de los usuarios justifique este tipo de medidas. Adicionalmente, se revisará y modificará el sistema de evaluación y certificación de hoteles para proveer mejor información y transparencia a los consumidores acerca de la calidad de los servicios hoteleros. Igualmente, es necesario que se fomente la sensibilización frente a la actividad turística, tanto para prestadores de servicios como por parte de los consumidores y la comunidad en general.

<p>FORTALECER LAS HABILIDADES Y COMPETENCIAS DEL TALENTO HUMANO EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LA DEMANDA TURÍSTICA Y LA GENERACIÓN DE EMPLEO</p>	<p>El Gobierno nacional fomentará la certificación en competencias laborales, en dominio de idiomas, en capacitación en servicio, operación y diseño de producto. En segundo lugar, se promoverá la investigación en materia de turismo, impulsada por las instituciones de educación y por el organismo rector del turismo en el país, teniendo como referente las tendencias actuales del turismo mundial.</p>
<p>MEJORAR LA GESTIÓN EN INFRAESTRUCTURA DE SOPORTE Y CONECTIVIDAD PARA EL TURISMO</p>	<p>Gobierno nacional promoverá la ejecución de proyectos conjuntos donde los recursos del Presupuesto General de la Nación se puedan complementar con recursos del Fondo de Promoción Turística con el fin de cofinanciar proyectos de infraestructura turística; para tal efecto el Gobierno facultará a las entidades territoriales para la celebración de contratos con la entidad administradora del Fondo de Promoción Turística. Adicionalmente, se buscará la financiación de este tipo de proyectos con la participación de entidades como la Unidad Administrativa Especial de Parques Nacionales Naturales y el Ministerio de Cultura y el apoyo de Fonade para el desarrollo de proyectos con alto impacto turístico.</p>
<p>IMPULSAR LA INVERSIÓN EN EL SECTOR TURÍSTICO, BUSCANDO LA GENERACIÓN DE VALOR AGREGADO NACIONAL</p>	<p>Se trabajará en el ajuste normativo necesario para que el incentivo tributario al ecoturismo tenga una dinámica tan importante como el incentivo a la inversión hotelera.</p>
<p>ENFOCAR LAS INICIATIVAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA POR SEGMENTOS ESPECIALIZADOS DEL TURISMO</p>	<p>Se fortalecerá el sistema de información turística para la toma de decisiones, de tal forma que disminuya la dispersión actual de las estadísticas y centralice la información regional. En este sentido, se resaltaré la importancia del Registro Nacional de Turismo como instrumento de medición y control. Esta información permitirá diseñar campañas de mercadeo y promoción segmentadas y orientadas a nichos específicos de mercado. Estas campañas tendrán amplia difusión con el fin de generar resultados, a nivel nacional e internacional, en el corto y mediano plazo.</p>
<p>LOGROS OBTENIDOS</p>	
<p>1. Se han certificado en normas técnicas de calidad turística 324 prestadores de servicios turísticos, entre los que se encuentran agencias de viajes, hoteles categorizados, alojamientos y restaurantes sostenibles.</p>	

2. En el marco del Plan Nacional de Bilingüismo, se han capacitado 3.334 personas vinculadas al sector, con la plataforma virtual de aprendizaje Rosetta Stone, en alianza estratégica con el SENA.
3. Se destaca la vinculación de los sectores de turismo de naturaleza y turismo de salud y bienestar dentro del Programa de Transformación Productiva, de manera que Colombia se está consolidando como actor de talla mundial en la prestación de servicios turísticos.
4. En el año 2012 se registraron más de 820.000 visitantes a Parques Nacionales Naturales (PNN), lo que representó un importante crecimiento del 20,3% frente al número de visitantes de 2011, y un avance del 82,5% en la meta del cuatrienio.
5. Programa para el apoyo financiero de Postgrados para empleados de empresas turísticas: Se diseñó y concertó con el Fondo de Promoción Turística, hoy FONTUR, una propuesta para apalancar con apoyo financiero programas de postgrado en turismo con becas completas y medias becas para estudios en Colombia
6. Programa para becar estudiantes de estratos 1 y 2 con excelencia académica para Pregrado en Turismo: Se concertó y diseño un programa con el FONTUR para ser presentado al ICETEX con el objetivo de poder becar a estudiantes de estratos bajos con excelencia académica para que adelanten una carrera en turismo.
7. Lanzamiento del plan de negocios de turismo de naturaleza: Se realizó una convocatoria pública para contratar la elaboración del Plan de Negocios del sector de turismo de naturaleza.

Fuente: Santos, 2010. Elaboración propia.

Anexo 4 Políticas Departamentales y logros obtenidos para el sector del turismo

2004-2016

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2004-2008	
POLITICAS	DESCRIPCION
CONSOLIDAR UNA IMAGEN TURÍSTICA DE CUNDINAMARCA EN LA QUE SE ESPECIALICE EL TURISMO.	Especializar el turismo en tres modalidades, a saber: agro-ecoturismo, turismo de aventura, y turismo medicinal, mediante acuerdos o alianzas estratégicas entre el Departamento, la Nación, los municipios, otros entes territoriales, el Distrito Capital, el sector privado y la academia, teniendo en cuenta las ventajas comparativas que presenta el Departamento en cada una de sus provincias.
DISEÑAR UN PLAN ESTRATÉGICO QUE FIJE LOS LINEAMIENTOS DE POLÍTICA Y DETERMINE LAS ACCIONES A SEGUIR.	Tratar temas relacionados con la organización de la superestructura turística, levantamiento del inventario turístico, adecuación de los atractivos, capacitación del recurso humano, conformación de empresas, mejoramiento de la infraestructura, atracción de inversión privada, promoción y mercadeo, señalización, servicios turísticos complementarios y seguridad, en aras de contar con un instrumento que permita impulsar y especializar la economía de este sector.
REALIZAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS.	Realizar alianzas con regiones que tengan experiencia agro-turística, mediante el intercambio de conocimientos con operadores de servicios.
PROMOVER POSADAS NATIVAS	Promover posadas como atractivo turístico, por lo cual se suscribirán convenios de asistencia técnica, capacitación y formación empresarial con la Dirección Nacional de Turismo.
ATRAER INVERSIONISTAS LOCALES Y EXTRANJEROS	Mejorar la competitividad de los destinos turísticos del Departamento.
FOMENTAR EL DESARROLLO DE LA MICRO, PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA ENTORNO AL TURISMO	Se gestionara capacitaciones en sistemas de gestión de calidad y acceso al crédito.
LOGROS OBTENIDOS	
1. Fomento al turismo (20%)	
2. Capacitación a organizaciones empresariales (17,29%)	
3. Realización eventos, ferias y fiestas (15,89%)	
4. Formación y promoción de artesanos (11,68%)	

5. Agroturismo o ecoturismo (11,21%)
6. Publicidad sitios turísticos (10,28%)
7. Mejoramiento, embellecimiento infraestructura turística (8,41%)
8. Día del campesino (5,14%)

Fuente: Sierra, 2004., Sierra, 2009. Elaboración propia

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2008-2012	
POLITCAS	DESCRIPCION
INCREMENTAR EL VOLUMEN DE TURISMO RECEPTIVO Y DOMESTICO EN LOS PRINCIPALES DESTINOS DEPARTAMENTALES EN CUNDINAMARCA	Se estimulara el mejoramiento y desarrollo de la infraestructura, la estructura y la superestructura del sector.
PROMOVER ALIANZAS CON EMPRESARIOS Y LA CAPITAL DE LA REPUBLICA. CON EL APOYO DE LA INSTITUCIONALIDAD NACIONAL Y REGIONAL DEL SECTOR DEL TURISMO.	Crear las condiciones de estructura, infraestructura, servicios de apoyo, promoción y demás factores estructurales de competitividad del sector conducentes a crear, desarrollar y aprovechar productos turísticos competitivos en los territorios de alto potencial. Especial prioridad se otorgará al ecoturismo, turismo rural, de aventura, de descanso, científico, arqueológico, social, parques temáticos, entre otros renglones no explorados, así como a las iniciativas locales de turismo doméstico de pequeña escala y el turismo rural comunitario como alternativa para el desarrollo, que posibilite la recreación y esparcimiento de los ciudadanos.
APOYAR EL DESARROLLO COMO CADENA PRODUCTIVA SUBREGIONAL.	Se apoyará su desarrollo como cadena productiva subregional, promoviendo la inversión extranjera mediante incentivos para la creación y fortalecimiento de industrias turísticas.
APOYAR A UN GRUPO DE MUNICIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DE PLANES SECTORIALES ESTRATÉGICOS DE TURISMO.	Se diseñarán y pondrán en operación los sistemas de información y planeación del sector en el Departamento. Se apoyará el reencuentro con la gastronomía típica, la construcción de paradores, la recuperación de fachadas, el mejoramiento con calidad de los servicios de apoyo
SE FOMENTARÁ LA CREACIÓN Y CONFORMACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS,	A través del sector, se posicionará la identidad cundinamarquesa, y se rescatarán y

ESPECIALMENTE DE JÓVENES, Y LA CULTURA TURÍSTICA.	proyectarán los valores, creencias y tradiciones de cada localidad, con el sello de promoción de los diferentes destinos y productos turísticos.
LOGROS OBTENIDOS	
1.	Implementación de la plataforma tecnológica y de comunicación al servicio del turismo en el departamento.
2.	Fortalecimiento de las competencias laborales turísticas por medio del proceso de formación
3.	Inclusión de la población vulnerable en la cadena de valor turística.
4.	Instalación de 88 señales viales turísticas en vías primarias, secundarias y terciarias de Cundinamarca.
5.	Instalación de las señales turísticas peatonales en 30 atractivos turísticos de Cundinamarca.
6.	Ejecución de 10 proyectos estratégico de infraestructura para el desarrollo del turismo

Fuente: Gonzalez, 2008. Elaboración propia

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2012-2016	
POLITICAS	DESCRIPCION
APOYAR EVENTOS MUNICIPALES TURÍSTICOS, PREVIO CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS Y CONDICIONES QUE PARA EL EFECTO ESTABLECERÁ EL IDECUT CON EL FIN DE GARANTIZAR QUE DICHSO EVENTOS EVIDENCIEN SU APOORTE AL DESARROLLO DEL TURISMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE DEL DEPARTAMENTO	Articular la gestión turística al interior de la Gobernación de Cundinamarca con el liderazgo del Instituto Departamental de Cultura y Turismo, en particular con las Secretarías de Región Capital, Competitividad, Desarrollo Económico, Agricultura, Ambiente y Planeación. Desarrollar vínculos y promover alianzas estratégicas público/privadas con autoridades turísticas del orden nacional, departamental y Municipal; empresas y sociedad civil, en el marco de los principios de coordinación. Concurrencia y complementariedad.
FORTALECER A LOS ACTORES INSTITUCIONALES MUNICIPALES Y PRESTADORES EN LA GESTIÓN TURÍSTICA.	Conformar una entidad autónoma que organice, financie y lidere reinados en el Departamento, y que garantice su auto-sostenibilidad financiera.
ESTRUCTURAR LA PROMOCIÓN DE CUNDINAMARCA CON BASE EN DESTINO-PRODUCTO, DE ACUERDO CON LOS RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS.	Fortalecer la planificación y gestión turística convocando a empresarios inversionistas, prestadores de servicios turísticos, administraciones municipales; Fondo de Promoción Turística, Parques Nacionales Naturales, CAR, SENA, INVÍAS, ICBF, organismos de seguridad y comunidad del destino turístico; organismos de cooperación

	internacional, gremios, cámaras de comercio, asociación de cámaras de comercio de la región central de Colombia - ASOCENTRO -, al igual que Universidades y entidades del Sistema Educativo y de formación para el trabajo. * Vincular a la dinámica turística, Población Vulnerable, prioritariamente a Víctimas del Conflicto Armado, Mujeres cabeza de familia, Afrodescendientes, Indígenas, Rom, Raizales, LGBTI y Pobreza extrema.
--	--

Fuente: Cruz, 2012. Elaboración propia

Anexo 5 Políticas Municipales y logros obtenidos para el sector del turismo 2004-2015

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2004-2007	
POLITICAS	DESCRIPCION
CAPACITACIÓN, DIFUSIÓN Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO	<p>Formulación del plan turístico municipal</p> <p>Mejoramiento de la infraestructura turística del municipio</p> <p>Capacitación y apoyo a las Microempresas turísticas.</p> <p>Promoción y difusión del turismo ecológico, cultural, arqueológico, artesanal y minero.</p> <p>Mejorar la infraestructura turística básica para el desarrollo del sector.</p> <p>Organizar y consolidar las zonas turísticas de acuerdo a lo establecido en el esquema de ordenamiento territorial.</p> <p>Promoción e implementación del ecoturismo, agroturismo y famihoteles.</p>
CONSERVAR, RECUPERAR Y MANTENER LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES.	<p>Establecer e identificar la demanda potencial turística.</p> <p>Conformación de grupos organizados en el sector turístico.</p> <p>Capacitación y apoyo a las asociaciones turísticas del municipio.</p> <p>Implementar programas de Agroturismo y Famihoteles.</p>

Fuente: Barriga, 2004. Elaboración propia

POLÍTICAS Y LOGROS OBTENIDOS PARA EL SECTOR DEL TURISMO 2012-2015	
POLITCAS	DESCRIPCION
HACER DEL TURISMO UNA FUENTE DE INGRESOS POTENCIALIZANDO NO SOLO EL MUNICIPIO SI NO LA PROVINCIA COMO TAL, TENIENDO UN PLAN PROVINCIAL Y LOCAL PARA LA PROMOCIÓN Y ATRACCIÓN DEL TURISMO NACIONAL Y EXTRANJERO A LA REGIÓN, GENERANDO VISIBILIDAD, EMPLEO Y COMPETITIVIDAD EN EL ÁMBITO NACIONAL.	<p>Capacitar y fomentar la formación de guías turísticas, para contar con un capital humano cualificado en las actividades turísticas, además de la creación de la oficina de turismo del municipio.</p> <p>Promover la cultura turística en la población del municipio.</p> <p>Mantener y crear espacios con infraestructura y conservar las bellezas naturales, como fomento del turismo en el municipio.</p> <p>Fomentar proyectos para la práctica de deportes extremos.</p>

	Fomentar a través del turismo la comercialización y venta de artesanías y productos derivados de las actividades económicas del municipio.
LOGRA UNA POSICIÓN RECONOCIDA EN LA REGIÓN Y LA NACIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO, EXPLOTANDO SUS CUALIDADES, ENTORNO NATURAL Y BELLEZA ARQUITECTÓNICA.	Fomentar el turismo como herramienta de desarrollo económico y oportunidad de empleo, proporcionando la implantación de planes turísticos, capacitaciones y mejoramiento de la infraestructura para prestar un mejor servicio a los visitantes. Capacitación en atención al turista y desarrollo turístico a la población vinculada con el sector y por vincularse. Capacitación y gestión de promoción de turismo a las entidades dedicadas al turismo en el municipio.

Fuente: Quintana, 2012. Elaboración propia

Anexo 6 Matriz de Marco Lógico

	INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACION	SUPUESTOS
<p>FIN</p> <p><i>Aumentar la tasa de ocupación en el municipio de Cucunubá por medio de la creación de estrategias que incentiven el turismo</i></p>	<p>1. Cantidad de población empleada y desempleada en el municipio en el último año</p> <p>2. Cantidad de población disponible para trabajar en el municipio</p> <p>3. Número de personas con y sin experiencia laboral en el municipio</p>	<p>1. Estadísticas de la Alcaldía de Cucunubá.</p> <p>2. Informes del Ministerio de Trabajo.</p> <p>3. Estadísticas del DANE</p>	<p>1. Aumentar la calidad de vida de la población.</p> <p>2. Contribución al desarrollo económico del municipio</p> <p>3. Generación de un mayor número de empleo en el municipio.</p> <p>4. Disminución del desempleo.</p>
<p>PROPOSITO</p> <p><i>Estimular en el municipio de Cucunubá el turismo para mejorar la calidad de vida de la población, por medio de la generación de empleo.</i></p>	<p>1. Participación del turismo en el PIB.</p> <p>2. Crecimiento del turismo en los últimos años.</p> <p>3. La competitividad del turismo con relación a las demás actividades económicas.</p>	<p>1. Estadísticas del DANE.</p> <p>2. Informe anual de la Competitividad de Cundinamarca.</p> <p>3. Documentos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p>	<p>1. Crecimiento de la participación del turismo en el PIB.</p> <p>2. El municipio se cataloga como un lugar turístico.</p>
<p>COMPONENTES</p> <p><i>Formular estrategias que permitan viabilizar las políticas y proyectos existentes para el fomento del turismo en el municipio de Cucunubá</i></p>	<p>1. cuáles son los parámetros para la creación de las estrategias que incentivan el turismo.</p> <p>2. Número de proyectos propuestos en cada plan de desarrollo por periodo de gobierno</p>	<p>1. Guía conceptual y metodológica para el desarrollo y planificación del sector turismo de la CEPAL.</p> <p>2. Planes de desarrollo de los últimos años.</p> <p>3. Documentos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.</p> <p>4. Plan de desarrollo para el turismo en la</p>	<p>1. Estrategias que tengan un mayor impacto en la implementación de los proyectos.</p> <p>2. Construcción de las estrategias por medio de los parámetros determinados por el sector turísticos.</p>

		Provincia de Ubaté 2010-2020.	
<p>ACTIVIDADES</p> <p><i>Seleccionar y analizar los planes de desarrollo de los últimos 10 años, para así entender y comprender cuales el principal problema que impide la correcta ejecución de las políticas y proyectos del sector turístico.</i></p>	<p>1. Numero de planes de desarrollo ejecutados en los últimos 10 años.</p> <p>2. Cuáles fueron las estrategias planteadas por cada plan de desarrollo en el sector de turismo</p> <p>3. Cuáles fueron los logros obtenidos en el sector del turismo en los últimos años.</p>	<p>1. Planes de desarrollo de los últimos años.</p> <p>2. Rendición de cuentas de los últimos 10 años.</p> <p>3. POT del municipio.</p> <p>4. Plan de desarrollo para el turismo en la Provincia de Ubaté 2010-2020.</p>	<p>1. Estrategias sin mercado objetivo.</p> <p>2. Falta de inversión publica</p>

Fuente: Elaboración propia