



**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

MODALIDAD DE INVESTIGACIÓN

Autoras:

Directora:

Andrea Jazmín Álvarez Pulido

Yolanda González Rozo

Ximena Lavao Cárdenas

Título del trabajo de grado:

**RECONOCIMIENTO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA CADENA DE
VALOR TURÍSTICA DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE MACHETÁ
CUNDINAMARCA.**

Bogotá D.C.

Fecha: 21/11/2022

**RECONOCIMIENTO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA CADENA DE VALOR
TURÍSTICA DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE MACHETÁ CUNDINAMARCA.**

Andrea Jazmín Álvarez Pulido

Ximena Lavao Cárdenas

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE TURISMO**

BOGOTÁ, D.C. 21/11/2022

**RECONOCIMIENTO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA CADENA DE VALOR
TURÍSTICA DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE MACHETÁ CUNDINAMARCA.**

**Andrea Jazmín Álvarez Pulido
Ximena Lavao Cárdenas**

**TRABAJO DE GRADO PRESENTADO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:
PROFESIONAL EN TURISMO**

**MODALIDAD:
INVESTIGACIÓN**

DIRECTORA: Yolanda González Rozo.

**UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

PROGRAMA DE TURISMO

BOGOTÁ, D.C. 21/11/2022

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestros padres, madres, hermanos, familiares y amigos. Ya que cada uno de ellos fue una fuente de motivación, inspiración y apoyo para completar este trabajo de grado el cual es el último paso para obtener nuestro reconocimiento como profesionales en turismo. De igual forma dedicamos este trabajo a cada profesor del programa, ya que nos brindaron conocimientos y herramientas útiles no sólo para desarrollar la presente investigación sino para desempeñarnos como profesionales íntegros con un compromiso social por mejorar el futuro del país.

Andrea Jazmín Álvarez y Ximena Lavao Cárdenas.

Agradecimientos

Le agradecemos a nuestros familiares y amigos por apoyarnos tanto financiera como emocionalmente para poder culminar esta investigación y esta etapa de nuestras vidas en donde pasamos de ser estudiantes a profesionales, le agradecemos a nuestra tutora Yolanda González Rozo por asesorarnos para que esta investigación se pudiera realizar de una forma asertiva, además le agradecemos a todos los profesores del programa de turismo que nos ayudaron compartiéndonos conocimientos e información útil para incluir en la investigación. Por último, le agradecemos a cada prestador local de Machetá que participó en nuestra investigación por medio de las entrevistas semiestructuradas.

Andrea Jazmín Álvarez y Ximena Lavao Cárdenas.

Resumen

La presente investigación busca reconocer la estructura productiva de la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca, como etapa inicial para que en un futuro se pueda articular una cadena de valor que haga de Machetá un destino turístico competitivo en el mercado por medio de alianzas y articulaciones entre los prestadores locales. Se utilizó una metodología descriptiva con un enfoque de carácter mixto, junto con salidas de campo en donde se aplicaron entrevistas semiestructuradas a 11 personas que tienen establecimientos representando a los prestadores locales, así mismo se incluyó una encuesta dirigida a 30 personas de la población local del municipio, que permitió configurar como resultado una base de datos de los prestadores locales, la caracterización de las labores que realizan identificando sus situaciones problemáticas y finalmente un análisis del estado actual de la estructura organizacional y articulación de los mismos.

Palabras claves: diagnóstico, oferta turística, comunidad, asociatividad y competitividad.

Abstract

The present investigation seeks to recognize the productive structure of the tourist value chain of the urban area of the municipality of Machetá Cundinamarca, as an initial stage so that in the future a value chain can be articulated that makes Machetá a competitive tourist destination in the market for through alliances and articulations between local providers. A descriptive methodology with a mixed approach was used, along with field trips where semi-structured interviews were applied to 11 people who have establishments representing local providers, likewise a survey was included aimed at 30 people from the local population of the municipality, which allowed to configure as a result a database of local providers, the characterization of the work they carry out, identifying their problematic situations and finally an analysis of the current state of the organizational structure and articulation of the same.

Keywords: diagnosis, tourist offer, community, associativity and competitiveness.

Objetivos

Objetivo general

Diagnosticar el estado actual de la estructura productiva que exista en la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca.

Objetivos específicos

1. Identificar los prestadores locales asociados a la actividad turística del casco urbano del Municipio de Machetá Cundinamarca.
2. Caracterizar la labor realizada por los distintos prestadores locales asociados a la actividad turística del casco urbano del Municipio de Machetá Cundinamarca.
3. Analizar la percepción que tiene la comunidad local de Machetá frente al estado actual del desarrollo turístico del municipio junto con la participación que tienen los prestadores locales.

Tabla de contenido

Introducción	6
1. Problema de investigación	7
1.1. Planteamiento del problema.	7
1.2. Objetivos	11
1.2.1. Objetivo general	11
1.2.2. Objetivos específicos	11
1.3. Justificación.	11
1.3.1. Propósito de la investigación.	del
1.3.2. Conveniencia del estudio.	Aportes
1.3.3. Aportes sociales.	Marco
teórico	Antecedentes
2.1. Antecedentes documentales	15
2.1.1. Antecedentes Nacionales	15
2.1.2. Antecedentes Internacionales	19
2.2. Bases teóricas y referentes conceptuales.	¡Error! Marcador no definido.
2.2.1. Bases teóricas.	Referentes
2.2.2. Conceptuales.	25
2.2.2.1. Sistema turístico emergente.	Destino
2.2.2.2. Sistema turístico emergente.	26
2.2.2.3. Diagnóstico turístico.	28
2.2.2.4. Prestadores locales.	Metodología
aplicada	de
3.1. Tipo de investigación.	Diseño
3.2. Diseño metodológico.	de
3.2.1. Población de muestra.	¡Error! Marcador no definido.
3.2.2. Técnicas e instrumentos implementados.	Definición de categoría de
3.2.3. Definición de categoría de	

		14
análisis.433.2.4.	Análisis	de
datos.		443.3.
Limitaciones.		37
4. Resultados		38
4.1. Identificación de los prestadores locales.		39
4.2. Caracterización de la labor realizada por los distintos prestadores locales.		524.3.
Análisis de la percepción de la comunidad.¡Error!	Marcador	no
definido.Recomendaciones.¡Error!	Marcador	no
definido.Conclusiones.		68 Referencias
Bibliográficas		65

Tabla de figuras

Figura 1 Cadena de valor del turismo.		23
Figura 2 Ciclo de vida de los destinos turísticos.		28
Figura 3 Variables de estudio		33
Figura 4 Ecuación de variabilidad en la herramienta Alpha de Cronbach.		36
Figura 5 Mapa geográfico.		43
Figura 6 Porcentajes por sectores de los prestadores locales.		45
Figura 7 Prestadores que cuentan con el registro nacional de turismo.		46
Figura 8 Prestadores con conocimiento de proyectos anteriores.		48
Figura 9 Prestadores que han trabajado en alianzas.	¡Error! Marcador no definido.	0
Figura 10 Encuesta de factores internos		55
Figura 11 Encuesta de factores externos		55

Tabla de tablas

Tabla 1 Alpha de Cronbach- Encuestas a la población.	37
Tabla 2 Prestadores locales de Macheta Cundinamarca (Guías y artesanos).	40
Tabla 3 Base de datos de los prestadores locales en el casco urbano de Machetá	¡Error!
Marcador no definido.1	
Tabla 4 Prestadores de servicios	44
Tabla 5 Calificación de Factores internos	56
Tabla 6 Calificación a factores externos clave.	56
Tabla 7 DOFA del municipio	58
Tabla 8 Punto estratégico	¡Error! Marcador no definido.0

Introducción

El tema principal de esta investigación es el reconocimiento de la estructura productiva de la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca. Con respecto a este tema Riveros, R. de Duque y Vélez (2011) plantean que la forma metodológica para consolidar una cadena de valor en destinos turísticos está conformada por tres etapas. La primera etapa, de la cual se va a centrar este estudio, consiste en realizar una evaluación de la estructura productiva donde se estudia la organización y articulación actual del eslabón de la producción empresarial turística del municipio. La segunda etapa es la articulación de la cadena de valor y la tercera es el monitoreo y seguimiento de la misma. Esto se realizó porque se identificó que la cadena de valor del turismo en Machetá no está consolidada ya que hay una ausencia de alianzas y asociatividad entre los prestadores locales, los cuales son identificados como el eslabón de la producción del destino, además no se están comercializando de forma estructurada los atractivos en el mercado turístico.

La metodología empleada en esta investigación es descriptiva de carácter mixto, ya que por un lado se describió la recolección de datos cuantitativos midiendo la percepción que tenía la población local frente al estado actual del municipio en materia de la organización turística

y la articulación de los prestadores locales, también se recolectó información cualitativa por medio de unas entrevistas semiestructuradas realizadas a los prestadores locales.

Este trabajo está conformado por: el capítulo uno donde se puede encontrar el problema de investigación, en donde se describió de forma minuciosa el problema que se presentaba en el municipio de Machetá, junto con la justificación del mismo. En el capítulo dos se encuentran los antecedentes, en donde se presenta el estado del arte del trabajo con antecedentes nacionales e internacionales, además de encontrar las bases teóricas y los referentes conceptuales que ayudan a darle una estructura teórica y científica a la presente investigación, en el capítulo tres se describe a detalle la metodología aplicada y por último, en el capítulo cuatro se encuentran los resultados de la investigación junto con las recomendaciones y conclusiones.

Problema de investigación

1.1. Planteamiento del problema.

En la historia del turismo han existido posturas de varios autores que han conceptualizado al respecto y han tratado de explicarlo teóricamente, como en el Diccionario de la Real Academia de la lengua (RAE) (s.f.), la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (UIOOT) (1967) y la Organización Mundial del Turismo (2005), analizando todas estas definiciones se puede decir que el turismo es una actividad de viajar por placer, la cual está conformada por unos medios para facilitar esta actividad, sumando las relaciones y servicios que se generan en una experiencia completa de viaje debido al desplazamiento por una motivaciones particulares, es aquí donde los prestadores de servicios turísticos tienen una labor muy importante para la producción de la oferta turística ya que son los principales proveedores de la misma.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante analizar la oferta turística en Colombia y su situación actual en el mercado por medio de las siguientes estadísticas: En Colombia para el 27 de mayo del 2022 según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística de

Colombia (DANE), presenta un crecimiento en la hoteles y restaurantes del 31% en comparación al año pasado en el mismo mes, además de un aumento en el Producto Interno Bruto (PIB) de 15,8% para este año 2022, en cuanto a los extranjeros se ve que han crecido un 5,67% (1.036.345 personas) en comparación al año pasado (977.571 personas) en comparación al año pasado (977.571 personas), esto es gracias a que el país contiene una enorme diversidad natural y cultural, además de que se caracteriza por ser acogedor debido a la calidez que viene de las costumbres y tradiciones permitiendo tener ofertas variadas de destinos a lo largo de sus regiones y municipios. La actividad turística es de gran importancia para la economía global ya que se expresa desde diferentes áreas productivas generando un aprovechamiento de los recursos que se encuentran alrededor de los diferentes territorios.

La anterior situación no es la misma en muchos destino locales, como es el caso del municipio de Machetá Cundinamarca, ya que su oferta turística no se encuentra consolidada por ser un destino turístico emergente debido a que es un municipio de categoría establecido así, debido a que su población es de 6,663 habitantes aproximadamente, es decir, inferior a diez mil habitantes, por que los ingresos que se obtienen no son superiores a quince mil salarios mínimos legales mensuales vigentes, conforme a la Ley 617 de 2000, en donde el Ministerio de industria, comercio y turismo de Colombia define:

En Colombia los distritos y municipios se clasificaron en tres grupos: grandes municipios, municipios intermedios y municipios básicos, atendiendo su población, ingresos corrientes de libre destinación y situación geográfica. Los grandes municipios incluyen los de categoría especial y los municipios de primera categoría. Los municipios intermedios incluyen los de segunda categoría, tercera categoría y los de cuarta categoría. Los municipios básicos incluyen los de quinta categoría y los de sexta categoría (s.p).

Dado lo anterior, Machetá se ubica en la 6th categoría y no recibe la misma cantidad de ingresos que otros territorios más desarrollados, además de esto el territorio se describe como destino emergente ya que no tiene una oferta turística desarrollada ni consolidada, a pesar de tener una gran oferta en cuanto recurso de naturaleza y cultura , se presenta como un destino poco conocido en el mercado, según lo investigado en el apartado de antecedentes debido a que en el momento de desarrollar la investigación no se encuentra este destino como un

referente para visitar o realizar planes de actividades turísticas, por otro lado, en gran parte del territorio se evidencia una falta de infraestructura, principalmente de señalización turística esto a partir de las vistas a campo, esto se corroboró en su momento, con la jefa de la oficina de desarrollo social, que es encargada de la situación del sector turístico dentro del municipio.

Esto queda demostrado desde las instituciones gubernamentales puesto que, según el Plan de Desarrollo Municipal de Machetá (2020-2023) “Machetá tiene una gran cantidad de paisajes y zonas que se pueden recorrer y contemplar. El clima y una variedad importante de aves, frutos y plantas silvestres, hacen el territorio atractivo para quien disfrute del aire libre y la naturaleza” (p.49).

A partir de la investigación realizada en el capítulo de marco teórico junto a diferentes salidas de campo y conforme a lo expresado por la jefa de la oficina de desarrollo social de la alcaldía municipal, en una de las entrevistas que se le realizó durante la investigación, se percibe que el fenómeno de la actividad turística se está desarrollando de tal forma en la que no se reconoce de manera adecuada el potencial de los diferentes eventos y atractivos turísticos que se pueden presentar en el territorio, generando una desvalorización de los recursos potencialmente turísticos que hacen parte del territorio ya que no presentan ningún tipo de productos consolidados en materia turística que puedan contribuir para que se empiece a desarrollar la oferta turística en el municipio.

La alcaldía municipal de Machetá (2020) indica:

El 90% de la actividad económica corresponde a la agricultura, seguida por el comercio local, la ganadería, el transporte y la albañilería. Destacan los cultivos de papa, cebolla cabezona, arveja, maíz y café, además de la explotación pecuaria de ganado bovino con doble finalidad: carne y leche; también hay granjas avícolas y de cerdos. (s.p)

Esto refleja que el municipio no considera al turismo como una de sus principales actividades económicas, es por esto que se puede afirmar que no hay un desarrollo turístico en Machetá. Teniendo en cuenta lo anterior, para que un destino turístico emergente como lo es Machetá, en donde no se ve consolidada ni articulada una cadena de valor que identifique al destino, se convierta en un destino reconocido por su alta calidad en la oferta turística, es necesario cumplir una serie de etapas metodológicas en donde se vean comprometidos en su construcción principalmente los entes públicos de gobierno como la alcaldía, y los prestadores locales que se reconocen como la estructura productiva de la oferta turística, ya que son agentes directos en las actividades primarias, caso de los prestadores locales (servicios y logística interna) y secundarias caso de los entes gubernamentales (infraestructura del destino, desarrollo y abastecimiento).

La estructura productiva dentro de la cadena de valor en turismo está conformada por todos los prestadores de servicios turísticos denominados en la Ley 1101 de 2006, estos mismos cumplen la función de proveedores generando insumos de servicio que son consumidos directamente por los turistas y hacen parte fundamental del ciclo de viaje de todo turista desde que planifica el viaje hasta que regresa a su destino de partida con una experiencia vivida, en donde se busca que hubiera sido de su agrado, para que en un futuro este turista recomiende los destinos a otros turistas para que se aumente la demanda.

Debido a lo anterior es pertinente que en los destinos turísticos poco desarrollados turísticamente se utilicen herramientas de análisis como los diagnósticos enfocados en la estructura productiva ya que según Cauqueva (2007)

Estos nos permiten conocer mejor la realidad, la existencia de debilidades y fortalezas, entender las relaciones entre los distintos actores sociales que se desenvuelven en un determinado medio y prever posibles reacciones dentro del sistema frente a acciones de intervención o bien cambios suscitados en algún aspecto de la estructura de la población bajo estudio. (p.1).

Además, a partir de los diagnósticos se pueden generar una serie de estrategias para solucionar las situaciones problemáticas que se presenten. Se identificó que la primera necesidad en materia investigativa relacionada con turismo en el municipio de Machetá es

realizar un diagnóstico de la estructura productiva ya que es la primera etapa para conformar una cadena de valor turística que sea sólida y competitiva por medio de la oferta de productos diferenciadores y de calidad que nazcan del sentido de apropiación en los prestadores locales por medio de alianzas empresariales y así poder lograr que el municipio de Machetá sea un lugar idóneo para el mercado turístico.

En base a esto se plantea la siguiente pregunta:

¿Cuál es la estructura productiva de la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca?

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Diagnosticar el estado actual de la estructura productiva que exista en la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca.

1.2.2. Objetivos específicos

1. Identificar a los prestadores locales asociados a la actividad turística del casco urbano del Municipio de Machetá Cundinamarca.
2. Caracterizar la labor realizada por los distintos prestadores locales asociados a la actividad turística del casco urbano del Municipio de Machetá Cundinamarca.
3. Analizar la percepción que tiene la comunidad local de Machetá sobre la labor que realizan los prestadores locales frente al desarrollo turístico del municipio.

1.3. Justificación.

Esta investigación se hace necesaria pues aunque el municipio de Machetá Cundinamarca cuenta con un gran potencial turístico compuesto por diversos recursos que podrían ser

aprovechados para consolidar en un futuro una oferta turística reconocida a nivel nacional, este al ser un destino emergente tiene características particulares como el no tener desarrollado, ni consolidado el sector turístico dentro de sus actividades, por esto mismo algunos de los prestadores no se encuentran capacitados y asimismo desde la perspectiva de los turistas se podría llegar a recibir un mal servicio, es por esto que gracias a esta investigación se propicia la iniciativa de dar un paso hacia la visión de generar un pensamiento dentro de los prestadores locales para que admiren y consideren la idea de la actividad turística para el municipio.

Por otro lado, se evidencia falta de documentación referente a la actividad turística que dé cuenta de los diferentes recursos, tanto naturales como culturales que de algún modo se presentan dentro del municipio, debido a que se pueden encontrar eventos como el festival de la música guasca y carrilera, senderismo, escalada de montaña, cicloturismo, entre otros, que no han sido estudiados anteriormente. Presentando así una falta de acompañamiento por parte de las autoridades a los prestadores locales para que estos mismos puedan articular las labores que ofrecen, ocasionando una falta de apropiación de los recursos con potencial turístico por parte de los mismos junto con la población alrededor de las actividades anteriormente mencionadas. Dentro de esta investigación se encuentran algunas recomendaciones que se podrían tener en cuenta por parte de la alcaldía para promover o impulsar la participación y organización de actividades para la mejora del sector turístico, ya que es una institución que tiene como fin el coordinar planes, programas y proyectos dentro del territorio.

Tras un sondeo general de la situación del municipio se percibieron aspectos negativos como la poca asociatividad que tienen los prestadores locales y la falta de comunicación que hay entre ellos imposibilitando consolidar una oferta turística diferenciada, es por esto que en la presente investigación se realizó un reconocimiento enfocado en la estructura productiva de la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca, se analizó el estado de articulación actual y su estructura organizacional turística para generar un documento base frente al desarrollo turístico del territorio con el propósito de reconocer

a los prestadores locales y así poder consolidar en un futuro una oferta turística competitiva ante los otros municipios de Cundinamarca.

Esta investigación sirvió para que el municipio de Machetá reconociera una guía para empezar a desarrollar algunos de los aspectos que son necesarios en la actividad turística desde su condición como destino emergente para que en un futuro, en el mercado la oferta de servicios que se brinden en el territorio sean de calidad, además de que los prestadores locales se puedan formalizar en el sector de forma articulada junto con iniciativas y propuestas que impulsen el desarrollo turístico de una forma sostenible y eficiente.

A continuación, se puede encontrar más a detalle los aspectos como:

1.3.1. Propósito de la investigación.

Con esta investigación se buscó desarrollar un diagnóstico de la estructura productiva de la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca con el propósito de que en un futuro se desarrollen las siguientes etapas de la conformación de la cadena de valor para empezar a desarrollar alianzas entre los prestadores y con esto impulsar la oferta turística en el municipio para que deje de identificarse como un destino emergente.

1.3.2. Conveniencia del estudio.

Esta investigación es importante, ya que da a conocer la situación en la que se encuentra el municipio y una parte de la cadena de valor en turismo, desde los prestadores locales, como actores mediadores dentro del sector turístico. Igualmente se quiere que, a partir de este estudio, se empiece a desarrollar un turismo de una manera planificada, donde se tenga en cuenta la participación de todas las partes inmersas en esta actividad que genera un desarrollo tanto económico como social.

Este estudio es conveniente principalmente para los prestadores locales del casco urbano del municipio de Machetá, ya que, culminado la primera fase de la conformación de la cadena

de valor, ellos pueden comenzar fácilmente la segunda, ya que trata principalmente de la articulación y desarrollo de alianzas entre ellos para conformar productos turísticos que los beneficie económicamente tanto a ellos como al municipio en general.

1.3.3. Aportes sociales.

De esta manera la presente investigación podrá ofrecer unos aportes sociales para los prestadores locales, ya que brinda la posibilidad de integrarse en las dinámicas de la cadena de valor turística del municipio por medio de alianzas que podrían incentivar la creación de proyectos turísticos que desarrollen una sostenibilidad económica, y así brindar posibilidades de empleo a la comunidad local evitando la deserción de los jóvenes. Además, esta investigación ofrece aportes de consulta para la alcaldía a raíz de los hallazgos de esta investigación ya que sirven para la toma de decisiones en torno al desarrollo del turismo en el municipio por medio de la conformación de la cadena de valor turística, así la oficina de desarrollo social de la alcaldía de Machetá obtendrán para su beneficio información confiable sobre los prestadores locales de turismo del casco urbano, de esta forma la alcaldía podría crear una serie de procesos de capacitación usando nuestro estudio para identificar las debilidades que presentan los prestadores locales y poderlas convertir en fortalezas.

Asimismo, se incentivó la idea de llevar a cabo una articulación entre ellos, para poder impulsar el turismo y de esta forma permitir el posicionamiento de la actividad turística en el municipio, además de generar una participación de parte de los habitantes en donde ayudaron en la construcción de la investigación.

Por otro lado, tiene un aporte significativo desde un punto de vista teórico ya que se presenta diferentes datos referentes al sector turístico del municipio, que dentro de lo analizado se percibe como una falencia. A la cual esta investigación le dará solución, analizando el comportamiento de la comunidad, las autoridades y los prestadores locales que representan esa conexión con el turista cuando llegan al territorio, brindando diferentes estrategias para mejorar algunos aspectos y de esta forma que el sector se mueva de manera eficiente y sostenible con su entorno.

Marco teórico

El presente marco teórico, contiene bases de estudios como artículos, revistas, libros y diferentes tesis, estos documentos se consideran importantes para el tema que se describe en esta investigación, que al analizarlas ofreció una guía de cómo hacer el estudio, junto con las herramientas, que se usaron para la recolección de datos e información y que gracias a estos conocimientos previos se logró prevenir cometer y en lo posible evitar cometer errores que urgen en el transcurso del tiempo de la investigación.

Sirve para abarcar de una manera coordinada y coherente, al momento de explicar los resultados centrarnos en el problema y no desviarnos del tema central, tomando así una forma que permita explicar la problemática encontrada en el territorio.

2.1. Antecedentes documentales

A continuación se presenta el marco teórico de esta investigación el cual proporcionará al lector una idea más clara sobre el tema de esta investigación, se encontrarán los antecedentes que propician información histórica sobre diagnósticos turísticos en otros municipios de Colombia y el mundo, además se encontrará la base teórica principal de la investigación la cual es el modelo de sistema turístico de la OMT junto con la de cadena de valor y por último se encontrarán conceptos básicos definidos por autores y organizaciones de prestigio científico.

2.1.1. Antecedentes Nacionales

Un primer trabajo analizado fue el de Pérez Guarín J. (2020). *Diagnóstico del Sistema Turístico del municipio Fallan-Tolima como insumo para la planificación del Turismo* [Tesis de pregrado], Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá D.C. En esta investigación el autor realiza un diagnóstico del sistema turístico del municipio de Galán-Tolima en donde desarrolla un inventario turístico de los atractivos y potenciales del

territorio, así mismo analiza las condiciones del sistema turístico con el objetivo de fortalecer las actividades turísticas y por último visibiliza las diferentes posturas de los actores sociales involucrados en el desarrollo de la actividad turística.

El proceso metodológico de la anterior investigación que tiene como propósito “definir cuáles son los factores que están afectando positiva o negativamente un destino”, está compuesto por dos principales fichas: “Manual para el diagnóstico turístico local y Manual para la asistencia técnica en planificación en turismo”. Esta metodología le contribuye a la presente investigación la herramienta referencial para extraer el proceso de estudio y análisis que se debe tener en los destinos emergentes, por medio de un análisis del sistema turístico de un territorio, lo cual comprende sus atractivos, recursos, actores locales, infraestructura y superestructura, se pueden generar estrategias de planificación para contribuir al desarrollo turístico de los territorios.

Por otra parte, Fino Torres, L, Guerrero Roncancio, D y López Malaver, S. (2019,01,23). *Propuesta de asociatividad entre los prestadores turísticos del municipio de Choachí para el fortalecimiento de la actividad turística* [Tesis de pregrado], Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, Bogotá D.C. Sugieren una propuesta de asociatividad entre los prestadores de servicios turísticos de Choachí Cundinamarca, esto para fortalecer las dinámicas relacionales y las actividades turísticas del territorio, para lograr esto los autores realizaron un diagnóstico de las percepciones de los prestadores turísticos frente a las dinámicas asociativas y relacionales, las metodologías utilizadas fueron entrevistas semiestructuradas y encuentros presenciales con los principales actores turístico.

Además, parte de su metodología consiste en aplicar el branding turístico, según ellos justificando su uso “ya que uno de sus alcances es la identificación de los valores únicos que un destino posee, que, para efectos de esta investigación, contribuye al ejercicio de asociatividad debido a que las personas al tener metas en común se comprometen en mayor medida a trabajar en equipo con el fin de alcanzar sus objetivos”. Este antecedente contribuye a la presente investigación la importancia de reconocer las relaciones asociativas entre los diferentes actores locales del municipio de Machetá con el objetivo de consolidar alianzas

para desarrollar en un futuro productos turísticos de alta calidad como oferta turística competitiva del municipio.

En el documento de Portes Calderón, N y Rodríguez Barrios, A. (2021,06,08). *Factores de posicionamiento turístico de Purificación, Tolima*. [Tesis de pregrado], Universidad colegio mayor de Cundinamarca, Bogotá D.C. Las autoras determinan los factores que impiden el posicionamiento turístico del municipio de Purificación, Tolima, esto lo realizan por medio de una descripción del sistema turístico del municipio, además de caracterizar los atractivos potenciales y establecer las perspectivas de los actores locales frente a las dinámicas turísticas del territorio.

Para lograr estos objetivos las autoras realizaron una serie de entrevistas semiestructuradas a los prestadores locales, de las cuales se pudieron identificar elementos básicos del sistema turístico del municipio como lo fueron los principales atractivos potenciales, los entes compuestos por la superestructura y los principales prestadores de servicios turísticos. Además, estas entrevistas permitieron reconocer las falencias que perciben la comunidad y los actores locales, como lo fueron la falta de atención en la infraestructura vial y una baja calidad en la prestación de servicios de los alojamientos. Este antecedente le contribuye a la presente investigación la metodología aplicada que está basada en el análisis de unas entrevistas realizadas a la población local y los principales actores turísticos, además del desarrollo de unos cuadernos de observación, en donde las autoras anotan datos sobre los atractivos y las dinámicas turísticas del territorio.

Sumado a esta revisión documental se incluye la de Mora Wendy, Lara Yefrey & Urbina Edgar. (2017). *Cadena de valor generada por la oferta turística de la ciudad de Santa Marta durante el periodo 2011 – 2017* [Tesis de pregrado], Universidad cooperativa de Colombia. Esta investigación describió la cadena de valor turística en la ciudad de Santa Marta determinando cuales son los actores que participan en ella, analizando las estrategias propuestas para posterior a ello ejecutar planes de acción para el mejoramiento de la integración de los actores con la cadena de valor generada, ya que según los autores es claro que existe un vacío de información en cuanto a la situación y las características de las

relaciones estratégicas entre los diferentes actores que intervienen en la oferta turística en la ciudad de Santa Marta.

La anterior investigación sirve para reconocer la importancia de la oferta turística en una cadena de valor, además de analizar los papeles directos e indirectos que juegan los diferentes actores involucrados en la oferta turística y así mismo concluir la importancia de las comunicaciones de doble vía para el mejoramiento de la interacción entre los participantes de la cadena de valor turística.

En la investigación de Leira Duarte y José Suarez. (2017,05,25). *Caracterización de prestadores de servicios turísticos del departamento de Boyacá: caso Provincia de Tundama* [Tesis de pregrado], Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia, Duitama. Los autores realizaron una caracterización de los prestadores turísticos de la provincia de Tundama Boyacá, en donde identificaron por medio de mediciones porcentuales la cantidad de prestadores que contaban con el RNT (Registro Nacional de Turismo) y el registro en la cámara de comercio de Bogotá, dentro de los principales tipos de prestadores que analizaron están los de alojamiento, los de transporte, restaurantes y bares, agencias de viajes, servicios de guianza, entre otros.

Esta caracterización comprende no solo su estado legal sino también la forma en la que opera cada uno para conocer la calidad de sus servicios por medio de la descripción del personal, las tarifas que ofrecen por sus servicios y su capacidad. Este antecedente contribuye a nuestra investigación la metodología utilizada para caracterizar a los prestadores de Machtetá de forma asertiva, por medio de un análisis completo de todas sus características operacionales con el fin de desarrollar un documento base que contenga toda la información necesaria para conocer las falencias y debilidades de los prestadores locales para poder mejorarlas por medio de estrategias propositivas.

2.1.2. Antecedentes Internacionales

Con respecto a la documentación internacional relacionada con este trabajo se puede tomar la de Pérez-Hernández, I. (2018,07). *Evaluación turística de la región ACY: inventario turístico y de prestadores de servicios*. *Agro Productividad*, [Artículo científico Agroproductiva, vol. 11, Núm. 8, pag 109-116], Universidad Tecnológica del Centro de Veracruz. Aquí se evalúa cómo el turismo genera diferentes beneficios socioeconómicos, centrándose en la oferta turística de los municipios de Atoyac, Cuitláhuac y Yanga (región ACY), Veracruz, México, que quieren llegar a ser parte del programa pueblos mágicos, a partir de una visualización minuciosa que a través de la creación de un inventario turístico en donde se expone la existencia de recursos naturales y culturales mostrando a la vez diferentes temas o partes que conforman el sistema turístico.

También se levanta un inventario de prestadores de servicios, que en conjunto permite crear una área dinámica de forma sostenible, propiciando con esta unión el desarrollo de la región, creando así un avance en la construcción de una cadena de valor, además de presentarse como un primer acercamiento teórico al territorio en el que se refleja el potencial turístico del mismo; Analizando lo anterior este trabajo da un paso a visualizar la forma en la que se analizó el inventario de prestadores locales con potencial turístico de Machetá y la metodología que posiblemente podamos utilizar en la investigación.

En la investigación de Valdez Quinte, S. X., Segura Chávez, E. O., Cabanilla Vásconez, E. A., & Ruiz Mármol, E. E. (2021,06,05). *Elementos de la cadena de valor que inciden en el desarrollo de la actividad turística del Parque Nacional Yasuní*. [Artículo científico Conciencia digital, vol. 4, Núm 2.2, pág 120-138]. Se da un contexto de la importancia del turismo en las diferentes actividades tanto sociales, culturales y económicas en las que incide y genera oportunidades no solo en los aspectos anteriormente mencionados, también muestra la articulación de la cadena de valor identificando así los elementos que la conforman mostrando cómo modifica o transforma de manera directa a la actividad turística del Parque Nacional Yasuní, el cual es un destino en estado emergente, donde se evidencia las diferentes interrelaciones y vínculos que se dan entre los prestadores de servicios.

Mostrando así parte de la cadena de valor que rodea el parque en cuestión, las diferentes necesidades y con esto generar diferentes estrategias para lograr las metas establecidas en

conjunto. A partir de este documento se entiende mejor cómo se conforma la cadena de valor para así llegar a plantearlo idealmente en el municipio de Machetá, donde se estudia a los prestadores de servicios, analizando las posibles estrategias para empezar a tener un desarrollo turístico desde una perspectiva más detallada y con su respectiva importancia gracias al documento consultado.

Otro antecedente es el de *Gómez Luis, Ramírez Freddy & Zaldívar Martha. (2019, 12, 04) Sistemas productivos locales y turismo. Alternativa para el desarrollo socioeconómico en Cuba. [Artículo científico, Vol 8, Núm 1, Pag 115-130] Universidad de Pinar del Río y Universidad de La Habana. En este artículo se analiza el desarrollo social y económico en Cuba, para poder vincular a las diferentes regiones del país con el turismo, teniendo en cuenta esta actividad como un punto estratégico para impulsar la economía. A partir de esta investigación se identificó que durante el proceso no se pudo lograr lo que inicialmente se quería, gracias a esto se evidenció que hay una contradicción dentro de la necesidad de favorecer procesos articuladores entre el municipio y la actividad turística sectorial con la limitada contribución de las actuales formas productivas locales, teniendo en cuenta esto se puede destacar que para los autores la demanda turística es uno de los elementos más importantes en la naturaleza de las actividades económicas de los habitantes en los diferentes territorios, ya que está muy relacionada con la competencia de los mercados, además de que opera no sólo sobre las necesidades del turista sino sobre los intereses de las empresas turísticas, incidiendo de forma determinante sobre el ciclo del producto turístico, determinando la necesidad de correcciones en el funcionamiento de la estructura del sistema.*

Por otro lado, en la investigación de *Bridi, G., & de Almeida, G. G. F. (2021, 11, 19). La participación de la comunidad en el turismo como estrategia de desarrollo territorial: el caso de Bento Gonçalves, Brasil. [Libro, Revista 10 Congreso internacional de la organización del territorio CIOT, Pág 1167-1181]. Se habla sobre la participación de la comunidad en donde se quiere promover el turismo de una forma sostenible buscando la integración a nivel local y regional, mostrando la realidad del municipio Benro Gonçalves, Brasil, esto a través del compromiso de la población en el desarrollo turístico y el reconocimiento de la importancia y los beneficios que este trae al territorio, recogiendo información a través de entrevistas en donde se presentan situaciones con las diferentes*

instancias tanto públicas como privadas que deben presentar acciones para preservar la participación que es tan importante para tomar la perspectiva de los habitantes e identificar las necesidades que se tienen y abordarlas de manera correcta, para la presente investigación, es el caso de tener este artículo como base; puesto que, presenta la evidencia de la gran importancia que se tiene en el momento de tener la percepción de la comunidad y como esta puede aportar a la actividad que se está presentando de una manera u otra en el municipio de Machetá.

En la investigación de Campoverde, D. A. P., Álvarez, J. C. E., & Zurita, I. N. (2019, 08, 30). *Diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Ricaurte, Azuay*. [Artículo, Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía, Vol. 4, Núm. 1, pag 376-407], los autores plantean un diagnóstico dentro de un destino con potencial turístico y que gracias a esta investigación se promueven el desarrollo social y económico, mostrando las riquezas que tienen como territorio, analizando por una parte si tienen o cuentan con la suficiente oferta para captar a los turistas, capacitando a los establecimientos que brindan servicios turísticos y mejorando la atención a los visitantes, para poder cumplir con el objetivo se llevaron a cabo entrevistas y encuestas para recopilar información real, para después generar un análisis de la demanda y oferta con la que cuenta el territorio junto con estrategias para una planificación turística apropiada, desde este antecedente se muestra una guía de lo que se quiere lograr con la investigación presente en la cual se maneja el término de diagnóstico ante la situación actual del municipio de Macheta Cundinamarca, analizando un parte de la oferta en este caso los prestadores locales que manejan los diferentes establecimientos dentro del casco urbano.

2.2. Bases teóricas y referentes conceptuales.

Las bases teóricas son el pilar del trabajo de investigación, generando un punto de vista o enfoque determinado para explicar el problema planteado, puesto que sobre esto se construye todo el trabajo en el cual se ve el análisis de los resultados obtenidos por el trabajo de campo realizado.

Desde este capítulo se puede ver los elementos que se abordaron y ayudan a generar validez en los puntos a tocar en los resultados y desde estos factores poder definir, debatir, ampliar y concluir con claridad, el tema de investigación dando un orden de coherencia.

2.2.1. Bases teóricas.

Esta investigación tiene como base teórica el concepto de cadena de valor turística el cual fue diseñado a partir de la necesidad de determinar un orden y entendimiento de las diversas actividades turísticas por las cuales los destinos turísticos están compuestos, Según (Tuquinga, J. et al, 2020, P.)

El término cadena de valor de un producto, servicio o empresa en el sector turístico, es un instrumento que examina a nivel sectorial, cada eslabón de la cadena de producción, intentando trazar el diagrama del proceso completo, con el objetivo de determinar en qué etapa se puede captar mayor valor esto implica que los actores estén dispuestos a colaborar construyendo objetivos, metas y estrategias comunes, compartir riesgos y beneficios e invertir tiempo y recursos en pro de la satisfacción del visitante del destino turístico.

De acuerdo con lo anterior se puede decir que las cadenas de valor de los destinos turísticos están relacionadas con la delimitación de un territorio en específico que está compuesto por atractivos, servicios, equipamientos y actores locales que en conjunto tienen la misión de cumplir con las necesidades de los turistas.

Segun Duque, et al (2011)., Se establece una clara diferencia entre cadenas de valor de sectores industrializados y cadenas del sector de servicios turísticos en destinos en proceso de posicionamiento:

En el primer caso, muy seguramente la clave radica en la incorporación de materias primas de forma incremental, esto es porque cada adición de insumos aportará un valor diferente y se espera que sea creciente frente al producto

final. En el segundo caso, el estudio del turismo debe ser emprendido como un sistema en el cual los elementos que lo componen y sus relaciones son parte del funcionamiento. Lo anterior se verá complementado en sus análisis sobre el estudio individual de las unidades productivas o de soporte que conforman el sistema y sus relaciones. (Duque, et al, 2011, p.35).

Lo anterior da claridad de que la cadena de valor se puede estudiar bajo el concepto de “producto destino”, es decir desde un concepto que involucra los atractivos turísticos, prestadores de servicios turísticos, infraestructura y superestructura. Todos estos deben trabajar en conjunto para desarrollar ventajas competitivas mediante una gestión en aspectos “financieros, de política, planificación, mantenimiento y adecuación de atractivos, seguridad, formación y capacitación”, estos no solo mejora la oferta turística de los destinos sino que además contribuye al buen vivir de los habitantes ya que mejora su economía, su infraestructura y la implementación de nuevas políticas públicas que favorezcan al cumplimiento de sus derechos y deberes.

En la siguiente figura se puede observar cómo está conformada una cadena de valor en turismo según Rosa Isabel R., Rafael R y Marta Lucía V.

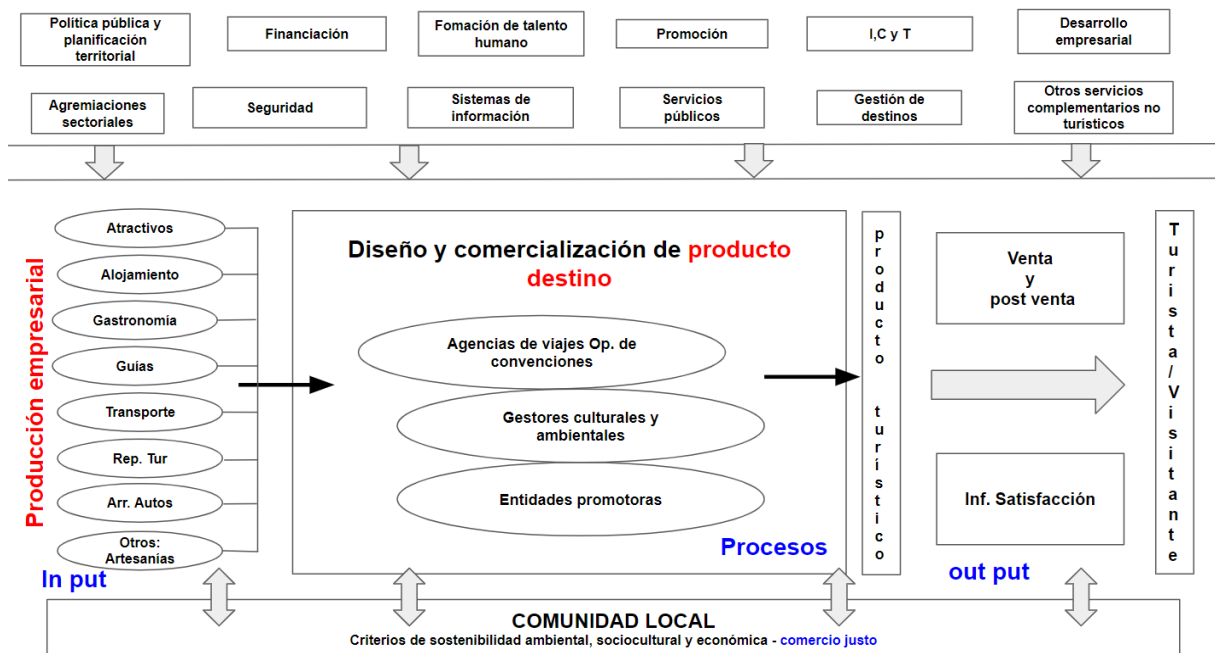


Figura 1. Cadena de valor del turismo. Nota. Tomado del Libro cadena de valor en turismo. (2011)

Con base a lo anterior se puede decir que los prestadores locales hacen parte de la producción empresarial de las cadenas de valor de los destinos turísticos, en estos casos ellos juegan un papel como proveedores ya que son los que ofrecen los servicios que el turista consume de primera mano y sin ellos la oferta turística no podría estructurarse ya que son la base de toda cadena de valor.

Lo anterior justifica la importancia que tienen los prestadores locales para consolidar una oferta competitiva en el mercado que identifique a un destino como producto turístico de alta calidad, es aquí donde se puede mencionar lo dicho por Duque, et al, (2011) sobre la competitividad sistémica la cual se describe como:

Una teoría relevante al incluir no solo el desempeño de las organizaciones productivas, sino también de los factores de apoyo en relación con las políticas de estado, los recursos de producción y la demanda, sino la capacidad de la sociedad para organizarse y darle valor a sus condiciones socioculturales. Tal capacidad de organización de la sociedad se estudia con base a la conceptualización de Capital social, entendido como un factor que contribuye a la competitividad a partir de la generación de redes sociales que originan lazos de confianza y promueven el bienestar económico y social.

(Duque, et al, 2011, p.11-12).

Según Duque, et al, (2011). Las etapas metodológicas para la conformación de la cadena de valor son: “1. Articulación de la estructura productiva (Organización y articulación actual), La cual está constituida por los factores de diagnóstico y evaluación de la estructura organizacional y el estado de articulación actual de las empresas conformadas por los prestadores de servicios turísticos. 2. Articulación de la cadena de valor, donde se implementan instrumentos de carácter cualitativo, como grupos de discusión, y participativo, como la realización de talleres con los diferentes actores, para llegar a un consenso de proyectos asociativos y 3. Monitoreo y seguimiento, el cual es la elaboración de procesos

participativos, incorporando a todos los actores y sectores de la economía en la realización de planes de desarrollo empresarial” (Duque, et al, 2011, (P. 13).

2.2.2. Referentes Conceptuales.

A continuación, se presentan los conceptos científicos relacionados con el propósito de la investigación con el fin de sustentar teóricamente la pertinencia de la misma de una forma más específica exponiendo aspectos particulares.

2.2.2.1. Sistema turístico.

El modelo de Sistema turístico de la Organización Mundial de Turismo (OMT) (2019) se compone de 4 elementos: La demanda, la oferta, el espacio geográfico y los prestadores de mercado, estos elementos deben tener una interrelación adecuada entre ellos para que se desarrolle la actividad turística en los destinos. Esta investigación enfatizó su estudio en la oferta la cual representa un todo integrado, por productos y servicios netamente turísticos, además de los no turísticos, que se definen como los complementarios los cuales son las actividades de ocio y atracciones turísticas, los servicios públicos además de otros servicios como la financiación del viaje, los seguros de viaje con servicios de información turística y la imagen general del destino, buscan que el turista consiga una experiencia única y satisfactoria del viaje. Dentro de los servicios encontramos a los prestadores locales los cuales prestan su labor para el desarrollo de las actividades turísticas, como son los alojamientos, el transporte, restaurantes, entre otros que se presentan en la página 45.

Raymundo Cuervo, 1967, citado por Netto y Lohmann (2012, P. 63) plantean en la teoría de turismo, conceptos, modelos y sistemas, basados en el primer teórico en proponer un análisis de la teoría de sistemas con enfoque turístico, este teórico define al turismo como un conjunto de relaciones entre los diferentes actores y el turista, además define la clasificación de los servicios e instalaciones que se presentan en el desplazamiento del visitante.

Cuervo propone la teoría turística de conjuntos compuesta por unos subconjuntos presentes en los medios de comunicación, los establecimientos de hospedaje, agencias de viajes, guías de turismo, establecimiento que brindan servicios de alimentos y bebidas, establecimientos comerciales dedicados a la venta de recuerdos, artesanías y centros de diversión. Estas aportaciones se implementaron en la investigación para identificar las relaciones que se presentan entre los diferentes prestadores locales del municipio de Machetá, además se clasificaron los diferentes tipos de servicios que presta cada uno en los subconjuntos anteriormente expuestos y con esto se pudo proponer para el futuro un vínculo entre los diferentes prestadores de servicios turísticos para que así se llegue a formar una cadena de valor en la que no exista en sí la competitividad entre los servicios encontrados en el territorio sino potenciarlo con miras a la competitividad externa del territorio con los otros municipios cercanos al que se va a investigar.

Con respecto a la comunicación, Cuervo, 1967, citado por Netto A., y Lohman, G. (2012, P 80) dice: (El turismo como medio de comunicación humana, 1967) “que esta característica es la más importante de los sistemas turísticos y por ende si no hay una buena comunicación no es posible consolidar un sistema turístico en un destino”.

Para reafirmar su posición, este autor argumenta que el turismo es un sistema de comunicación capaz de transmitir información positiva y útil para la promoción de la paz mundial, pero también puede ser negativo y afectar la armonía de las relaciones humanas. (s.p.)

Esta posición teórica fundamenta la justificación de esta investigación, ya que se identificó la importancia de consolidar en un futuro por medio del diagnóstico de los operadores locales, la necesidad de que ellos desarrollen alianzas entre sí por medio de la comunicación positiva.

2.2.2.2. Destino emergente.

Este concepto se entiende como aquellos destinos que recién son descubiertos cuyo turismo no está desarrollado ni condicionado, además los prestadores de servicios turísticos no están capacitados lo cual hace que lleguen a ofrecer servicios de mala calidad y/o violando las normas y legalidades establecidas en turismo, esto impide realizar las diferentes actividades que se pueden presentar para el sector turístico.

Por esto mismo no se genera un impacto en el desarrollo económico ni social en el ámbito local o municipal; En la página del Centro Europeo de Postgrado de México (2022) se definen a los destinos emergentes como:

Aquellos lugares recién descubiertos que no tienen una oferta turística establecida, tienen un enorme potencial, sin embargo, los prestadores de servicios no están capacitados y tienen una capacidad poco estable para prestar los mismos, no significa que sean malos, solo la demanda del espacio es bastante nueva y su infraestructura es nula, por lo cual se requiere de una planeación a largo plazo para poder mejorar sus condiciones..

Todo esto no define el éxito o el fracaso del destino turístico, por el contrario, da pie a contemplar desafíos, soluciones y oportunidad, como el priorizar los servicios a largo y corto plazo; Aprender a mantener un modelo de economía mixta, pero sobre todo, no exclusiva en torno al turismo; Diversificación a la hora de la contratación de servicios para extender los beneficios a mayor cantidad de personas; dotar la infraestructura y logística, etc.

Analizando esto, se puede llegar a decir que los diferentes municipios que muestran esas características pueden llegar a ser potenciales turísticos ya que al ser identificados como territorios que presenta falencias por tener una organización desarticulada entre los diferentes actores; se puede a partir de esto desarrollar un trabajo en conjunto donde se pretenda generar cambios e iniciativas con diferentes estrategias a realizar para mejorar esta situación y poder generar un desarrollo tanto económico como social.

El concepto de destino emergente se relaciona con la teoría del Modelo del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos (MCVDT), la cual fue formulada en 1980 por el doctor Richard Butler, en esta se describen las siguientes etapas que se puede observar en la figura 2.



Figura 2. Ciclo de vida de los destinos turísticos. Nota. La figura muestra el ciclo de vida de los destinos turísticos. Fuente: Entorno Turístico (2017)

Relacionando esta teoría con la presente investigación, se puede decir que Machetá se encuentra en la primera fase de exploración. Según César Y. Amador-Mercado (2022):

La Etapa 1 de Exploración es la primera fase en donde el destino recibe pocos visitantes, que se interesan por el lugar y son atraídos por sus atractivos naturales y culturales, y precisamente por la falta de infraestructuras, de institucionalización de la actividad, el entorno físico y su población se ven poco afectados por la presencia de visitantes, y los beneficios económicos son limitados. además de que se presenta una relación positiva entre locales y turistas.

2.2.2.3. Diagnóstico turístico.

Este concepto, que en general se entiende como una recopilación de información que relaciona la oferta y demanda de servicios, analizando la estructura turística del territorio, en donde diferentes autores lo han clasificado en tres pasos; el definir la situación actual

turística, el generar propuestas según la información obtenida y comparar la realidad con los resultados recopilados.

Claramente para la investigación que se presenta se relaciona con el concepto ya que necesitamos recopilar la información dentro de la oferta que se encuentra en el caso urbano del municipio de Machetá, en los diferentes servicios que normalmente requieren los viajeros o turistas al llegar, como los establecimientos de alojamiento y restaurantes.

Considerando la definición de diferentes autores que representan teorías y bases metodológicas para la realización de un diagnóstico como Jean Pierre y Jack Fleitman: el diagnóstico es una acción de conocer buscando las causas de los problemas o dificultades, pero también se realiza en el caso en el que no se presenten problemas buscando conocer los orígenes de un comportamiento y ver si es posible mejorar la situación en la que se encuentra.

Por otro lado Espín, Flores & Pinos (2018) plantean que el diagnóstico turístico es una herramienta primordial para la planificación de los destinos o productos turísticos, tomando como base el modelo sistémico y viendo cada uno de los componentes de la actividad turística como un subsistema a identificar y diagnosticar cómo es que se interrelacionan.

Este documento le aporta gran información a cómo abordar el municipio ya que en este caso se realizarán unas fases de diagnóstico a la situación turística del mismo desde los diferentes prestadores turísticos, tomado esto como un pre-diagnóstico ya que no se pueden abordar todos los aspectos turísticos dentro del tiempo estimado.

Según Ricaurte Quijano, C. V. (2009): Mostrándose como una base para conocer el estado en que se encuentra el destino turístico antes de implantar una planificación frente a la actividad que se presente en el territorio. Se presenta el proceso para una planificación dentro del turismo que consiste en:

- A. establecer un estudio preliminar.
- B. Tener en cuenta los objetivos de desarrollo.

- C. Estudios y evaluaciones.
- D. Análisis y síntesis.
- E. La formulación del plan.
- F. Recomendaciones.
- G. La ejecución y gestión.

En este caso se analizará hasta la etapa número D debido al alcance de la investigación.

2.2.2.4. Prestadores locales.

Konfío (2021) plantea que un prestador es la persona física o empresa que ofrece el servicio y es quien realizará las actividades pactadas en favor del cliente analizándola con el enfoque específico de un territorio. Si la planteamos en un destino se presentan dinámicas de relaciones que generan redes de cooperación entre los diferentes prestadores que pueden existir en un destino, esto con el fin de crear alianzas entre ellos para poder fortalecer tanto el sector económico como social y en un punto crear más apropiación sobre los recursos disponibles, todo esto mejorando la calidad de vida de la comunidad en general obteniendo diferentes beneficios como potenciar el lugar de una forma sostenible.

Analizando la importancia de estos actores dentro de la actividad turística, se analiza que es un factor determinante para el desarrollo de la misma, ya que se pueden identificar y articular los diferentes intereses de los actores privados y públicos, donde se pueda generar una oferta de los diferentes productos o servicios en conjunto, todo esto con un manejo de calidad que puede llegar a potencializar el sector y al municipio, por otro lado en el caso de no presentar la asociatividad se puede generar una pérdida de todos esos recursos potencialmente atractivos, debido a no se aprovecha la cadena de valor que se tiene en los territorios, generando una competitividad interna en vez de potencializar los destinos para un bien común.

Desde la investigación según Herrera (2019) “Mejora de la calidad de servicio ofrecido en las mypes de hospedaje ubicadas en destinos emergentes del Perú utilizando el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas”. Se evidencia que los prestadores en destinos emergentes

necesitan de una especial atención y diferentes estrategias para poder llegar hasta ellos, analizando el conocimiento que tienen sobre el manejo que se le da en el sector, identificando las directrices sobre calidad, “evitando así que continúen operando de manera incorrecta y desinformada, y por el contrario comience a brindar servicios con la calidad adecuada y por ende a alcanzar el desarrollo turístico de los destinos donde se encuentran”.

Según la Ley 1101 de 2006 en su artículo 12 donde modifica el artículo 62 de la ley 300 de 1996 “Son prestadores de servicios turísticos: Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras. Las oficinas de representaciones turísticas. Los guías de turismo. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados. Los concesionarios de servicios turísticos en el parque. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico”.

Metodología aplicada

3.1. Tipo de investigación.

La presente investigación se caracterizó por ser de tipo descriptivo de carácter mixto, ya que según Hernández Sampieri (2003), “este tipo de investigación analiza cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes”, que en este caso es el fenómeno de la gestión de los prestadores locales dentro del sistema turístico de Machetá Cundinamarca. “Este tipo de estudio busca especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de

personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.92).

Además, se describió la recolección de datos de forma cuantitativa midiendo el impacto que tiene la población local frente a los factores interno y externos del territorio, y recolectando información cualitativamente por medio de unas entrevistas semiestructuradas realizadas a los prestadores locales. Con respecto a esto, según Hernández (2003):

Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio.

Lo anterior aplica para esta investigación, ya que se trabajó a partir de los métodos cualitativo y cuantitativo, el enfoque cualitativo se abarcó ya que se necesitó un análisis de la población además de identificar y comprender la realidad en la que viven los individuos lo más cerca posible y así conocer su perspectiva hacia la actividad turística. En conjunto se evidencio el método cuantitativo con el fin de generar datos representados en estadísticas, gráficos y tablas, que permitieron dar una validez a los comportamientos y el fenómeno que presenta el territorio al ser un destino emergente; también se evidenció la utilidad de la información para la toma de decisiones que se den después de la investigación. Así se generó una tesis holística y completa, donde se refiere darle más entendimiento y profundidad al análisis de las diferentes preguntas que surgieron en el transcurso de la investigación.

3.2. Diseño metodológico.

Como enfoques para el proyecto, se planteó el método descriptivo debido a que este método hace referencia a que la investigación quiere llegar a definir, clasificar o caracterizar por medio de un registro, análisis e interpretación la situación actual del municipio en contexto sobre la actividad turística y como está siendo desarrolla en el territorio, esto desde la parte

de la oferta que se tiene actualmente en la cabecera municipal para poder dar una razón de su estado actual frente a la actividad turística. Según Hernández (2003):

Dentro de los diseños metodológicos no experimentales se encuentran los diseños transaccionales descriptivos. Los diseños de investigación transeccional recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p. 208)

A Partir de la anterior postura, se puede identificar que la presente investigación describe variables específicas de un grupo poblacional, que en este caso son los prestadores locales relacionados con la actividad turística del municipio de Machetá. A partir del estudio de estas variables se obtuvieron una serie de resultados como sustento ante la utilidad de esta investigación, a continuación se presenta en la figura 3 el diseño metodológico de la presente investigación como una serie de pasos que se cumplieron a lo largo de la misma.

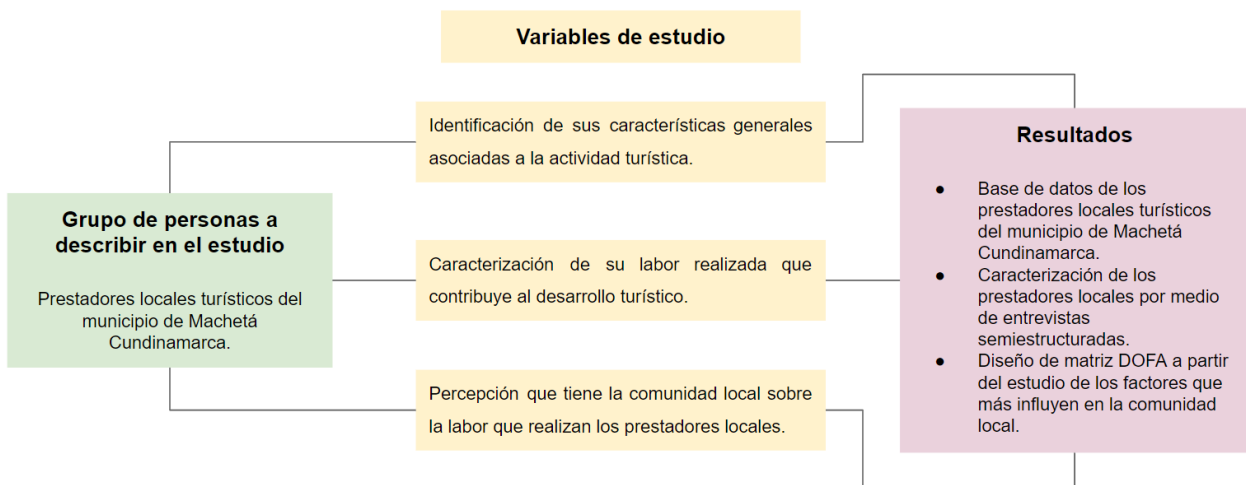


Figura 3. Diseño metodológico de la investigación Fuente: Elaboración propia.

3.2.1. Población de muestra

Para esta investigación se tomaron dos grupos poblacionales, en primer lugar, para la implementación de las entrevistas semiestructuradas la muestra fueron 11 prestadores locales

los cuales están especificados en la base de datos de la investigación, estas personas son las propietarias de los establecimientos relacionados con la actividad turística que operan en el territorio. Para implementar las encuestas se tomó una muestra de 30 habitantes locales de edades entre los 20 a los 60 años de edad, estas personas han vivido en Machetá un largo tiempo justamente esto les hace tener el criterio de responder las preguntas de la encuesta de forma asertiva con la compañía de las investigadoras que también en este caso toman el papel de encuestadoras.

3.2.2. Técnicas e instrumentos implementados.

Los instrumentos de recolección de datos que se implementaron en este trabajo son en primera parte encuestas, aunque normalmente son rígidas, para este trabajo se abordó este instrumento de una forma flexible para que el encuestado se sienta en libertad de opinar y así generar nuevas ideas sobre el tema propuesto en conjunto permitió presentar estadísticas sobre la situación actual del municipio frente al desarrollo del sector turístico involucrando la situación de los prestadores locales, con una certera veracidad.

Por otra parte también se realizaron entrevistas a 11 prestadores locales del municipio de Machetá, en este caso fueron semiestructuradas, ya que estas permiten tener respuestas reales de las personas que en este caso fueron los prestadores locales que se encontraban en la cabecera municipal de Machetá, esto con el fin de que el entrevistado en cuestión tuviera la libertad de responder de acuerdo a sus conocimientos y percepciones, además de que ayuda a representar esa parte cuantitativa y cualitativa que se mencionó anteriormente, de esta forma se generaron los instrumentos para dar validez al trabajo propuesto.

3.2.3. Definición de categoría de análisis.

La categoría de análisis de la presente investigación es la gestión de los prestadores locales la cual es estudiada por medio de tres dimensiones: la primera, la identificación de los prestadores locales, la segunda, la caracterización de la labor que realizan y por último la percepción que tiene la comunidad local de Machetá sobre la labor que realizan frente al desarrollo turístico del municipio. En el caso de la identificación, los indicadores que son la

base de datos donde encontramos su información de contacto, ubicación e información general de su actividad, después se encuentra la caracterización de su labor, en donde se presentó el indicador en el análisis de las respuestas de los prestadores locales en las entrevistas semiestructuradas, y por último la percepción de la comunidad local sobre sus labores, donde se evidencio el indicador en el documento de análisis DOFA diseñado a partir de la matriz Alpha de Cronbach en donde se recolectó toda la información suministrada por la implementación de las encuestas y se generó una visión general de los prestadores locales utilizando esto para desarrollar propuestas que mejoren las falencias que se encontraron.

3.2.4. Análisis de datos.

Se utilizaron como técnica de análisis de datos la herramienta de Alpha de Cronbach la cual según Mendoza (2018) se trata de:

Un coeficiente que funciona como indicador de confiabilidad y validez de escalas psicométricas el cual es el más usado en ciencias sociales, en este caso el alpha de cronbach da una medida formando una escala. Si esta medida es alta, suponemos tener evidencia de la homogeneidad de dicha escala, es decir, que los ítems están “apuntando” en la misma dirección. Por esta razón, el alpha de cronbach suele interpretarse como una medida de unidimensionalidad de una escala, por tanto, de que estamos midiendo de manera consistente *algo* con ella. Sin embargo, para poder hacer cualquier afirmación con respecto a la dimensionalidad de una escala, primero necesitamos evidencia de su validez, lo cual es importante tenerlo en mente para evitar interpretaciones erróneas del alpha de cronbach.

El Alfa de Cronbach se obtiene a partir de la covarianza (intercorrelaciones) entre ítems de una escala, la varianza total de la escala, y el número de reactivos que conforman la escala. La fórmula para calcular el Alpha de Cronbach usando una ecuación que permite encontrar la varianza necesaria para el estudio, es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left(\frac{\sum_{i=1}^K \sigma_{Y_i}^2}{\sigma_X^2} \right)$$

Figura 4. Ecuación de variabilidad en la herramienta Alpha de Cronbach. Fuente: Artículo Alfa de Cronbach- Psicometría con R Mendoza (2018).

En este caso se analizaron las respuestas obtenidas en las encuestas por medio de un cuadro en donde se relacionaron las preguntas de las encuestas con el número de encuestados para medir la varianza de las respuestas y con esto indicar el factor que más tiene influencia en las personas y poder crear una estrategia en base a ese factor por medio de la herramienta DOFA. Teniendo en consideración, que se quiere tomar esta herramienta como parte de análisis para calcular las limitaciones de un desarrollo que se pueden presentar dentro del territorio y obtener resultados que permitan el direccionamiento de una futura planificación y la toma de decisiones, asimismo ayuda a identificar las principales oportunidades y debilidades de esta forma que enfrente el origen del problema de la desarticulación de la oferta turística.

Tabla

1

Alpha de Cronbach- Encuestas a la población.

ENCUESTAS	BASE DE DATOS										TOTAL
	i1	i2	i3	i4	i5	i6	i7	i8	i9	i10	
1	3	3	3	4	2	3	1	3	3	4	29,0
2	2	4	3	3	3	3	3	3	1	3	28,0
3	3	4	2	2	2	1	3	3	2	3	25,0
4	2	4	1	3	3	1	4	3	1	3	25,0
5	2	1	3	1	4	1	2	3	2	3	22,0
6	2	4	1	3	3	1	1	3	1	3	22,0
7	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	35,0
8	2	1	3	3	4	2	4	3	4	4	30,0
9	2	4	3	3	1	2	1	2	3	4	25,0
10	2	3	1	2	4	3	3	2	3	4	27,0
11	1	2	4	3	4	2	4	4	4	4	32,0
12	2	2	3	3	1	1	2	2	1	2	19,0
13	2	4	3	4	4	2	4	4	4	4	35,0
14	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	26,0
15	2	2	2	2	4	2	3	2	4	4	27,0
16	2	4	3	2	3	3	2	1	2	4	26,0
17	3	4	2	2	2	2	4	2	4	2	27,0
18	3	3	3	3	4	2	3	2	1	3	27,0
19	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	33,0
20	2	3	3	3	3	2	4	4	4	4	32,0
21	4	4	3	3	4	1	3	2	3	3	30,0
22	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	30,0
23	2	2	2	1	3	1	3	1	1	2	18,0
24	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34,0
25	1	4	2	1	4	2	4	2	4	4	28,0
26	3	4	1	2	3	1	4	1	1	1	21,0
27	2	2	3	4	1	1	2	4	2	4	25,0
28	2	3	3	3	3	1	4	2	4	2	27,0
29	1	3	3	4	4	2	4	4	2	3	30,0
30	2	3	1	2	4	1	4	3	1	3	24,0
STADISTICOS											
VARIANZA	0,4781609195	0,8229885057	0,8057471264	0,8057471264	0,9471264368	0,5574712644	1,029885057	0,8379310345	1,550574713	0,6850574713	

Nota. Elaboración propia.

En el caso de las entrevistas semiestructuradas realizadas a los prestadores locales del territorio de Machetá, se analizaron los datos obtenidos por medio de un análisis temático que según Escudero (2020), “el Análisis temático (AT) es una técnica de investigación para identificar, analizar e informar patrones, es decir, temas dentro de los datos recopilados empíricamente. Organiza y describe mínimamente el conjunto de datos en detalle, e interpreta aspectos del tema”.

3.3. Limitaciones.

Se presentaron limitaciones en el diseño de los respectivos instrumentos debido a que las preguntas debían ser precisas para obtener la validez y fiabilidad para que no se dieran malentendidos o inconvenientes a la hora de acercarse a los prestadores del municipio y en conjunto a este límite estuvo el reto de llegar a todos, además de que todos quieran participar y se pudiera hacer el análisis e interpretación de los datos de una manera correcta, además

que se presentaron algunos problemas ya que el entrevistado respondía desde lo que recordaba o pensaba y perdía la distancia de ese recuerdo a lo que estaba pasando actualmente en el territorio.

Debido a que algunas preguntas ya estaban establecidas a la hora de acercarse a los habitantes y prestadores se presentaron nuevas preguntas después del análisis requerido no se pudo dar una solución tan certera como se esperaba, también se presentó el límite de no contar con los recursos económicos suficientes para poder realizar todos los trabajos de campo que se hubieran querido, además de que no se tuvo todo el conocimiento necesario por parte de las investigadoras en cuestión a la hora de abordar a los sujetos del proyecto y en algunas preguntas se generó una mala interpretación.

En una de las actividades a realizar se encontró como limitante no poder desarrollar un grupo focal que se tenía previsto para los prestadores locales que participaron en las entrevistas semiestructuradas, en donde se hablaría como tema principal sobre la cadena de valor en turismo, debido a diferentes situaciones como la falta de apoyo en la convocatoria por parte de la alcaldía municipal y una falta de compromiso de asistencia por parte de los prestadores que aunque muestran interés por participar en el sector, al momento de la práctica, no pudieron asistir debido a que no se encontraban en el territorio o estaban laborando en el día propuesto para el encuentro. Analizando esta situación se ve la falta de articulación y compromiso por parte de los prestadores que están dentro de la cadena de valor potencialmente turística.

Resultados

En el presente capítulo se expone la interpretación y análisis de los resultados que se obtuvieron dando respuesta a cada uno de los objetivos planteados. Después de haber aplicado los instrumentos de recolección de datos en este caso la entrevista y encuestas, además de haber realizado una convocatoria para realizar un grupo focal, donde se trató de delimitar los factores que impedían el surgimiento del turismo en el municipio de Macheta.

4.1. Identificación de los prestadores locales.

Desde el concepto de cadena de valor se puede ver la necesidad de generar un orden y entendimiento de la actividad de los prestadores ya que son parte de la misma, donde se analizará si los actores estarán dispuestos a colaborar en cuanto a los objetivos, las metas, a compartir riesgos o beneficios, inversión de tiempo y recursos, trabajo en conjunto para realizar estrategias en común, en busca de la satisfacción de los visitantes en el destino turístico (Tuquinga, Bohórquez, Mendoza y Rosales, 2020)

Teniendo en cuenta que un prestador es la persona que ofrece diversos servicios y realiza actividades en favor del cliente (Konfío, 2021), dentro de un destino y en conjunto pueden llegar a presentar dinámicas que generan redes de cooperación y de esta forma la posibilidad de crear alianzas para fortalecer tanto el sector económico como social, buscando la apropiación de recursos y mejorando la calidad de vida de la comunidad.

Desde lo dicho anteriormente y con respecto al objetivo específico número uno, se diseñó una base de datos, en donde se pudo identificar los prestadores locales asociados a la actividad turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca. Esta se realizó desde fuentes secundarias como páginas web, la página oficial de la alcaldía y, google maps, entre otros. Junto con fuentes primarias esto se puede encontrar con detalle dentro del anexo A. Diario de campo, en las diferentes salidas de campo realizadas, en donde se fijaron unos establecimientos que se pensaron como potenciales turísticos.

En total se identificaron 10 establecimientos relacionados al sector turístico, a lo largo de la investigación se reconocieron dos establecimientos que brindan el servicio de restaurante, que ofrecen platos caseros y tradicionales del municipio, además se encontró un establecimiento que presta los servicios de restaurante y alojamiento.

Por otro lado, se identificaron tres hoteles que brindan servicio de hospedaje de calidad a sus huéspedes, de igual forma se encontró una cafetería-heladería y dos establecimientos de comida rápida.

También se encontró un establecimiento en el que se brinda información sobre las actividades o eventos, que se presentan en el territorio, adicionalmente ofrece productos autóctonos y representativos de la cultura machetuna, que desde la perspectiva de las autoras se podría instaurar en un futuro como un punto de información turística.

Durante el transcurso de las diferentes entrevistas que se realizaron a los prestadores locales se logró obtener, por medio de información suministrada por ellos, diferentes contactos de 2 guías y 2 artesanos que lamentablemente se encuentran como independientes y se localizan en las diferentes veredas, por lo cual no se pudo realizar la respectiva entrevista a estos actores que se presentan como actores conectados a la cadena de valor, esta información se presenta en la tabla 2.

En Tabla 3, se presenta la base de datos de los prestadores locales identificados en este estudio, en donde se presentan los nombres de los propietarios, junto con sus datos para poder contactarlos como su correo y su número de celular, también se podrá encontrar información relevante que sirve como insumo para analizar el tipo de servicio de cada establecimiento, como el nombre del lugar, la dirección, el tipo de establecimiento, los servicios que ofrece, su capacidad de aforo, la forma en la que promocionan su oferta y si cuenta o no con el registro nacional de turismo (RNT), además de la cercanía geográfica en la que se encuentran para poder interpretar qué tan viables serían unas futuras propuestas de alianzas entre ellos.

Tabla 2

Prestadores locales de Macheta Cundinamarca (Guías y artesanos).

Prestadores locales de Machetá Cundinamarca (Guías y artesanos)		
Nombre del prestador	Servicios que ofrece	Numero de contacto
Santiago	Guía de Caminatas y senderismo, además de la iniciativa de Geocaching	301 6095696
Accesorios DieCam	Elaboración de manillas artesanales hechas en lana	302 2149255
Apisbellam	Elaboración de productos naturales a partir de miel (función de apicultores)	310 3156389
Martha Muñoz	Guía de Caminatas y senderismo.	320 3899504

Nota. Elaboración propia.

Tabla 3

Base de datos de los prestadores locales en el casco urbano de Machetá

BASE DE DATOS DE PRESTADORES LOCALES - MACHETÁ												
DATOS PERSONALES DEL PROPIETARIO O ADMINISTRADOR			DATOS DE LA EMPRESA O ESTABLECIMIENTO									
	NOMBRES COMPLETOS	CELULAR	CORREO ELECTRÓNICO	NOMBRE DE LA EMPRESA	DIRECCIÓN	TIPO DE ESTABLECIMIENTO	SERVICIOS	CAPACIDAD DEL ESTABLECIMIENTO	RUT/NIT	RNT	REDES SOCIALES (LINK)	OBSERVACIÓN
1	Maria Flores	3209416204	-	Hotel los miradores	Carrera 2 #3a-42	Hotel	Servicio de hospedaje	15	-	-	-	Cómo llegar: Pasos abajo de la estación de gasolina, sobre la vía central
2	Victor Gomez	3162498084	julian.adolfo@gmail.com	GL (Gonzalo León) hotel Machetá	Diagonal 6 # 5- 23	Hotel	Servicio de hospedaje	20	-	82095	https://elhotelmacheta.com/	Cómo llegar: Se encuentra cerca de la estatua de Candelaria Forero.
3	Alcira Cruz Muñoz	3115116068	-	Restaurante - Hotel Los Tocayitos	Calle 7 No. 9-31	Restaurante	Ofrece desayunos y almuerzos caseros criollos	15	20730299-1	-	-	Cómo llegar: sobre la vía, cerca a la estación de gasolina
4	Alexander Vargas	3167377203	-	Appaloosa Pizza - Bar	Calle 7 21-25 , Dg. 6 #5-	Restaurante-Bar	Pizzeria y venta de bebidas alcoholicas	25	-	-	facebook.com/112368823376060	Cómo llegar: Se encuentra sobre la calle principal cerca de la estatua de Candelaria Forero.
5	Maria Isabel Torres	3192604349	-	Comidas Donde Tolin	Calle 5-84	Heladeria	Servicio de postres.	10	-	-	-	Cómo llegar: Cerca al parque principal. Recomendaciones: Comidas Rápidas, churrasco, pechuga. Frutería y Heladería
6	Obando Sierra	3212968029	pedromanuelsierraperez@gmail.com	Restaurante Emmanuel	Calle 7 No. 10-42	Restaurante	Platos a la carta, Pollo y desayunos	30	-	-	-	Cómo llegar: sobre la vía principal, en la entrada al casco urbano.
7	Marcela Casallas	320 4311703	estoyaquimacheta@gmail.com	Estoy aquí Macheta	Cl. 7 #6-2 a 6-36, Machetá	Punto de información Turística	Información turística sobre el municipio, fotografía, divulgación de las artesanías y los festivales que se realizan, conmemoración de la historia y literatura de Machetá.	4	-	-	https://www.facebook.com/Estoy-Aqui%C3%AD-Machet%C3%A1-107698437594768/	Cómo llegar: Se encuentra en la vía principal de machetá cerca a la plaza central.
8	Ana Rubiela Castro	3143951075	-	Restaurante Puerta de Oro	Cra. 7 #5-04 Machetá	Restaurante	Ofrece desayunos y almuerzos caseros criollos	15	-	-	-	Cómo llegar: Se encuentra sobre la plaza principal de Macheta.
9	Leidy Andrea Balcazar	3167377203	-	Hotel Almeidas	Carrera 2 #3a-40	Hotel	Servicio de hospedaje	10	-	-	-	Como llegar: Pasos abajo de la estación de gasolina, sobre la vía central
10	Efrain Villalobos	3127883489	-	Don pollo rico Machetá	Carrera 2 #3a-43	Restaurante	Comida Rapida y pollo Broaster	40	-	-	https://www.facebook.com/Don-Pollo-Rico-macheta-2035892579956431/	Cómo llegar: sobre la avenida principal, pasos antes de la estación de servicio terpel.
11	Fernando Rodriguez	3507794236	-	Agencia de transporte Valle de Tenza - La macarena Machetá	Via principal el sigsa-Machetá	Transporte	Transporte intermunicipal	-	-	-	-	Cómo llegar: sobre la avenida principal en la entrada al municipio junto a la panadería Amasijos valle tenzanos.
12	-	3153354658	hilo.p123@gmail.com	Restaurante la Tablitas	Calle 2 #3-55	Restaurante	Ofrece desayunos y almuerzos caseros criollos	30	-	-	https://www.facebook.com/Las-Tablitas-Machet%C3%A1-114033516983469/	Cómo llegar: El lugar queda Sobre la vía central, atras del salon cultural.
13	-	319 3444864	mavital37@hotmail.com	La casita del Café	Casablanca, Dg. 6 #5-2	Cafeteria	Gastronomicos a partir de un producto muy emblematico no solo para Macheta sino para Colombia, el café.	20	-	-	https://www.facebook.com/CasitadelCafe/	Cómo llegar: El lugar se encuentra cerca al parque principal del municipio diagonal a la iglesia nuestra señora de la candelaria.
14	-	-	-	Candelaria Heladeria-Café	Cl. 7 #6-2 a 6-40	Cafeteria	Cafeteria, heladeria y postreteria.	15	-	-	https://www.facebook.com/profile.php?id=100054514658066	Cómo llegar: Se encuentra al lado de estoy aquí Macheta cerca a la plaza principal.

Nota. Elaboración propia.

A partir de esta información, se interpretó que el territorio presenta una falta de oficina turismo en la alcaldía, debido a que por ahora el sector turístico está siendo manejado desde la oficina de desarrollo social, que como departamento de la institución está manejando o gestionando muchos temas como la agricultura, el transporte y el trabajo, desde diferentes puntos de acción y por lo cual no se está llegando a completar las metas establecidas en el plan de desarrollo municipal en el apartado de turismo.

También se analiza la falta de un punto de información turística, ya que los visitantes llegan a perderse de las diferentes actividades, atractivos y eventos a conocer por la falta de publicidad de la información turística dentro del casco urbano, que es donde los turistas tienen el primer contacto con el territorio. Además, se logró identificar que todos los prestadores locales se encuentran cerca geográficamente uno del otro lo que facilitaría la creación de alianzas entre ellos.

Con respecto a la capacidad de los establecimientos se observó que los hospedajes y la heladería no cubren la demanda de turistas que tiene actualmente el municipio ya que actualmente trabajan individualmente, pero si realizaran alianzas entre los miembros del mismo gremio se podría llegar a cubrir esta demanda. En comparación con los establecimientos de restaurantes, ellos cuentan con una capacidad aceptable.

Adicional a esto se evidenció que solo cuatro de los prestadores identificados promocionan sus servicios y oferta por medio de redes sociales principalmente en Facebook, Instagram y un único caso de página web oficial el cual es del hotel Gonzalo León, esto da a entender que hay una falta de promoción de los servicios turísticos del municipio a lo cual sería ideal crear una campaña estratégica de marketing virtual y e-commerce para impulsar la llegada de turistas a estos establecimientos operacionales de turismo.

A continuación, se presenta un mapa del municipio de Machetá en donde se ubicaron todos los establecimientos identificados en la base de datos conectados entre sectores, haciendo ver que la cercanía espacial entre ellos es una gran fortaleza para que en un futuro puedan desarrollar alianzas entre sectores.

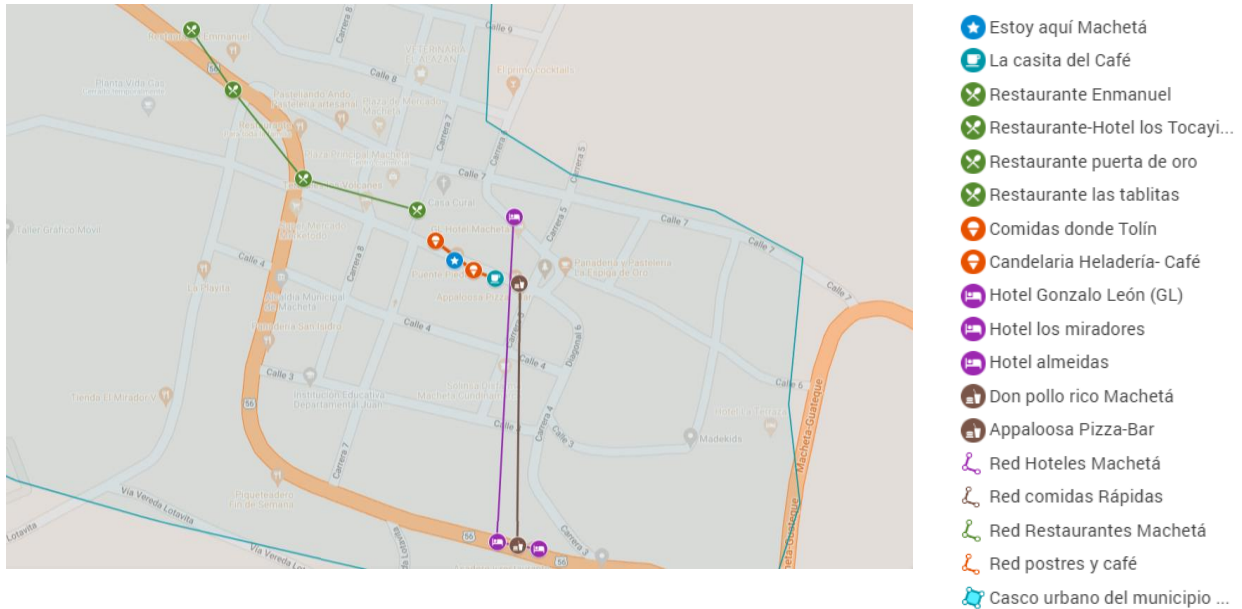


Figura 5. Mapa Geográfico. Nota. El presente mapa muestra la ubicación de los diferentes prestadores encontrados en el territorio. Fuente. Elaboración propia.

4.2. Caracterización de la labor realizada por los distintos prestadores locales.

Teniendo en cuenta la posición de Porter y Rodríguez (2021). Comentan que, en su investigación, con el fin de analizar las perspectivas de los prestadores locales y junto con el objetivo de encontrar las diferentes falencias u oportunidades que se encontraban en el territorio, en relación con la actividad turística, se realizaron una serie de entrevistas semiestructuradas a los prestadores locales.

Para el caso de esta investigación, con el objetivo de caracterizar la labor realizada por los distintos prestadores locales asociados a la actividad turística del casco urbano del Municipio de Machetá Cundinamarca, se diseñó una entrevista semiestructurada dirigida hacia los prestadores locales, en donde se implementaron 10 preguntas asociadas a la indagación de las labores que presta cada uno, sus conocimientos de los atractivos turísticos del municipio

y sus intereses por desarrollar alianzas con otros prestadores asociados a la industria turística. Para conocer todas las preguntas que se formularon ver el anexo B.

La primera pregunta se formuló de la siguiente manera: ¿Qué servicios ofrece su establecimiento o empresa? A partir de las respuestas obtenidas se puede decir que 3 establecimientos pertenecen al sector de restaurantes, otros 3 pertenecen al sector hotelero, 1 pertenece al sector de heladería, otro se identifica como punto de venta de artesanías, oferta de servicio de fotografía y punto de recolección de información de atractivos turísticos y los últimos 2 pertenecen al sector de comidas rápidas como se puede evidenciar en la tabla 4.

Tabla 4

Prestadores de servicios

Restaurantes	Restaurante - Hotel Los Tocayitos Restaurante Emmanuel Restaurante Puerta de Oro
Alojamientos	Hotel los miradores GL (Gonzalo León) hotel Machetá Hotel Almeidas
Cafeterías y heladerías	Comidas Donde Tolin
Establecimiento de servicios turísticos	Estoy aquí Machetá
Comidas rápidas	Don pollo rico Machetá Appaloosa Pizza - Bar

Nota. Elaboración propia.

Porcentajes por sectores de los prestadores locales de servicios turísticos
Machetá Cundinamarca

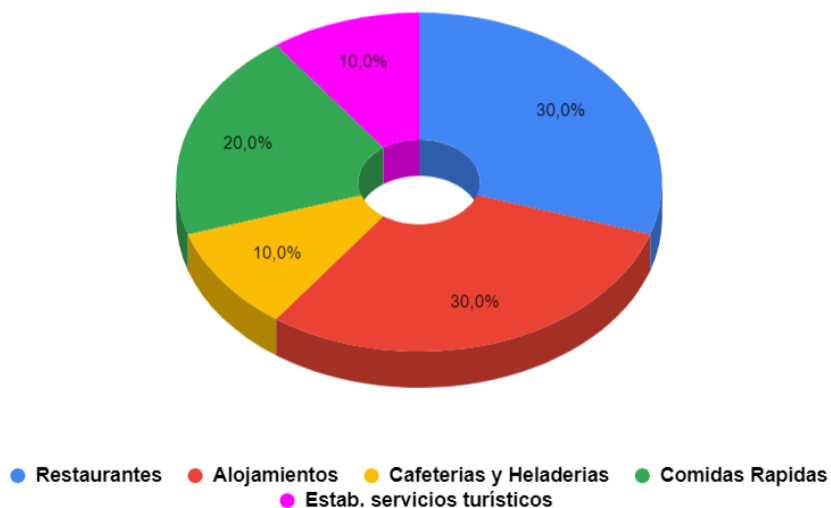


Figura 6. Porcentajes por sectores de los prestadores locales de servicios turísticos. Fuente. Elaboración propia.

Para identificar la forma en la que se perciben ellos mismo en el entorno turístico del municipio, se les formuló la pregunta 2 ¿Piensa que su labor puede ayudar en el desarrollo turístico del municipio? En este aspecto todos los prestadores locales presentan una respuesta positiva donde se analiza que ellos piensan que con sus labores ayudan al desarrollo turístico del municipio.

Además, se logró caracterizar el interés que tienen los prestadores por crear alianzas formales que fortalezcan la oferta turística dentro del sistema turístico del municipio de Machetá, en este proceso que logró identificar que muchos de los prestadores entrevistados hablaron de propuestas con un gran potencial de poder implementarlas a la realidad, estas propuestas se encaminaron en la unión y alianzas de todos los prestadores.

Con respecto a la pregunta 8: ¿Usted ha trabajado en alianzas con algunos prestadores del municipio relacionados con turismo?. Siete de los diez prestadores turísticos respondieron que no han realizado alianzas con otros prestadores, los demás comentaron que si tenían alianzas pero no son formales ya que solo funciona como una recomendación mutua entre ellos, con respecto a esto se puede analizar que los prestadores del municipio de Machetá

necesitan de un plan estratégico para empezar a desarrollar alianzas formales entre ellos ya que la mayoría de prestadores no tienen o han tenido algún tipo de alianzas o asociatividad con otros prestadores del sector, como se observa en la figura 9, lo que es característico de destinos emergentes como este, donde según la teoría del ciclo de vida de los destinos en su fase de exploración los prestadores tienen poca o nula asociatividad entre ellos.

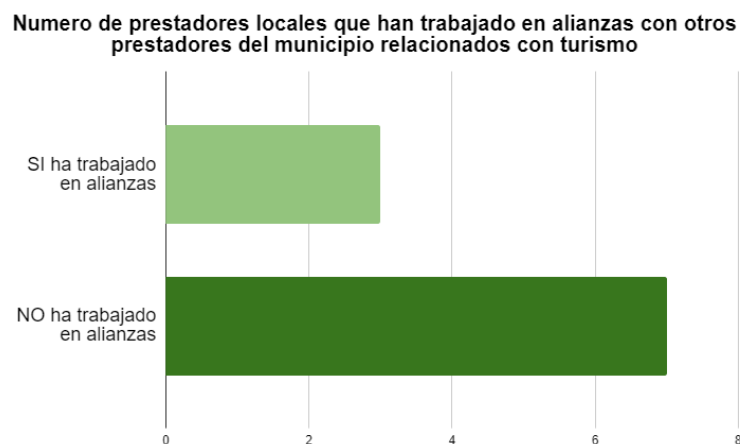


Figura 7. Prestadores que han trabajado en alianzas. Fuente. Elaboración propia.

El resultado de las respuestas anteriores se contradice al momento en el que se realiza la pregunta 10: ¿Considera que las alianzas entre otros prestadores podrían contribuir al desarrollo del turismo en el municipio?. Ya que, todos los prestadores turísticos estuvieron de acuerdo en que las alianzas entre ellos podían contribuir al desarrollo turístico del municipio. Esto se puede interpretar como el hecho de que los prestadores locales turísticos sí quieren realizar alianzas pero no las llevan a cabo.

Relacionado a lo anterior se les preguntó en la pregunta número 5 a los prestadores locales si ¿Consideraban que los prestadores de servicios del municipio participan para ayudar al desarrollo turístico?, en donde la mayoría de las respuestas muestran que algunos de los prestadores presentan una mentalidad o ideal de ayudar al desarrollo turístico desde las diferentes actividades que genera cada establecimiento.

Para indagar sobre la asociatividad y alianzas entre ellos, se les preguntó en la pregunta 9:

¿Cómo considera usted que pueda existir un trabajo en conjunto con los demás prestadores del municipio?. Todos los prestadores turísticos a excepción de uno dieron una propuesta similar para desarrollar un trabajo en conjunto con los demás prestadores. Esta fue que por medio de la unión y el diálogo entre todos los dueños de los establecimientos se pudiera trabajar en conjunto con un mismo objetivo teniendo en claro lo que cada uno propone y ofrece para así brindar un servicio de calidad por medio de capacitaciones con el fin de desarrollar productos turísticos, como lo puede ser un paquete turístico en donde todos se vean beneficiados económicamente.

Con respecto a la pregunta 4 la cual se formuló de la siguiente manera: ¿Qué actividades piensa que se podrían empezar a realizar para potencializar el sector turístico en el municipio?, los prestadores locales en general respondieron que se podría generar más atractivos para la visita de los turistas junto con iniciativas desde la alcaldía que motive a la población a ser parte de la actividad turística certificándose.

Por otro lado, se encontró que una de las principales características negativas de los prestadores es que un gran número de ellos no cuentan con RNT (Registro Nacional de Turismo), como se puede observar en la figura 7, además se presenta una falta de capacitación para brindar a los turistas un servicio de calidad, desde la infraestructura para poder abarcar o abordar a todos los turistas y poder ayudarlos a satisfacer sus necesidades hasta las falencias en la organización de las actividades con respecto al servicio al cliente, por eso es necesario dar una capacitación para guiar a los prestadores en el campo del servicio al turista.

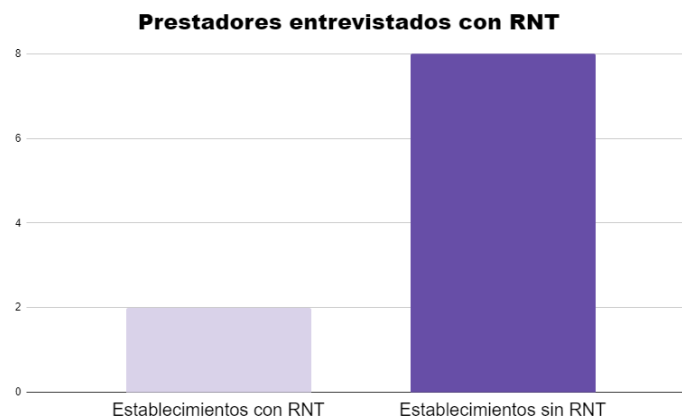


Figura 8. Prestadores que cuentan con el registro nacional de turismo. Fuente. Elaboración propia

La importancia del incumplimiento de lo anterior se sustenta por medio del artículo 13 de la ley 1101 de 2006 donde se modifica el artículo 61 de la ley 300 de 1996 y que dice así

“El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, podrá delegar en las Cámaras de Comercio el Registro Nacional de Turismo, en el cual deberán inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos contemplados en el artículo 12 de esta ley, que efectúen sus operaciones en Colombia y el recaudo de la contribución parafiscal de que trata el artículo 1 de la presente ley. El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determinará la remuneración que las Cámaras de Comercio percibirán por concepto de dicho recaudo”.

Con esto se puede decir que muchas de las posibles iniciativas, propuestas y emprendimientos que tengan los prestadores locales podrían financiarse con beneficios de incentivos tributarios consagrados a su favor. Es por esto que en gran parte se puede justificar la razón por la cual no se ha empezado a desarrollar la actividad turística en el municipio de Mchetá.

Se indagaron más falencias con la formulación de la pregunta 3: ¿Cuáles considera que son las falencias para que el turismo pueda desarrollarse en el municipio?. La mayoría de los prestadores comentaron que hay una falta de organización e infraestructura para poder abordar a los turistas además de una ausencia de información de los diferentes atractivos en el territorio.

Para medir qué tanto conocimiento y sentido de apropiación tenían los prestadores locales frente a los atractivos del municipio se realizó la pregunta 7: ¿Según usted qué diferencia turística a Mchetá de los otros municipios? En las respuestas a esta pregunta se encontró que cuatro de los diez entrevistados consideraban a los termales como el principal atractivo del municipio seguido de esto algunos prestadores nombraron los senderos, el clima, la tranquilidad, la amabilidad de las personas, las rocas de escalada profesional con

potencial para desarrollar turismo de aventura, entre otros atractivos potenciales.

En la pregunta 6 donde se pregunta ¿Se han realizado proyectos en el municipio para incentivar al turismo? ¿Cuáles?. De los diez prestadores entrevistados seis dijeron que no tenían conocimiento sobre algún proyecto en el sector turístico que se esté realizando en el municipio como se puede observar en la figura 8, de otra manera el grupo de prestadores informaron que si tenían conocimiento pero muy general sobre proyectos de eventos, un antiguo comité que realizó la anterior administración y las ferias y fiestas que realiza la alcaldía, con este resultado se puede decir que falta incluir más a los prestadores turísticos en la realización de los proyectos turísticos tanto de índole público como privado.

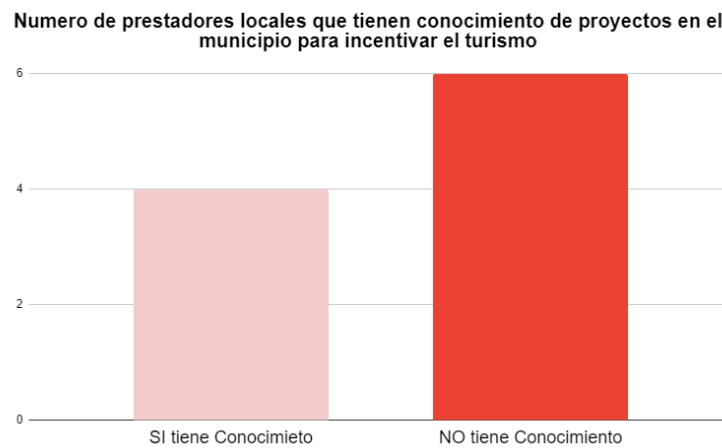


Figura 9. Prestadores con conocimiento de proyectos anteriores. Fuente. Elaboración propia.

4.3. Análisis de la percepción de la comunidad.

Teniendo en cuenta el concepto de destino emergente como un lugar en el que no se ha desarrollado de forma adecuada el sector turístico y que presenta recursos naturales o culturales con potencialidad para atraer visitantes, el estado de no tener a los prestadores o a los actores interesados capacitados, presenta una organización desarticulada entre ellos, impidiendo el desarrollo de la actividad turística y así mismo el de sus objetivos individuales, debido a problemas de competitividad, por esto es de gran importancia captar las diferentes

perspectivas que contienen los diferentes actores que intervienen en el contacto con los visitantes al momento de llegar al casco urbano del municipio.

Además de tener la percepción de los prestadores locales que están asociados a la actividad turística del municipio de Machetá se observó la necesidad de integrar la visión que tienen los habitantes del municipio sobre la situación turística y su interés en las diferentes actividades que se presentan, según Pérez Guarín J. (2020), “el visibilizar las diferentes posturas que tienen los actores involucrados en la actividad, tiene una gran importancia al momento de definir los diferentes factores que afectan tanto positivamente como negativamente”, para analizar este factor se utilizaron encuestas realizadas, esto se ve reflejado en el anexo A. Diario de campo el día 4 de abril del 2022, por otro lado, estas fueron analizadas y verificadas a partir del instrumento Alpha de Cronbach puesto que lleva a dar una estrategia mostrando las principales dimensiones que afectan tanto interna como externamente al territorio en cuanto al turismo.

El análisis se hizo según Ricaurte Quijano, C. V. (2009), con el proceso para una planificación, el cual en este caso se realizó de acuerdo a las etapas: 1 donde se genera un estudio preliminar, 3 estableciendo estudios y evaluaciones y 4 Análisis y síntesis, para así poder analizar la situación en la que se encuentra el destino y la perspectiva que tiene la comunidad con respecto a los prestadores y la actividad turística en el municipio.

La etapa número 1 de generar un estudio preliminar, se hizo a través de un estudio general de la situación en el municipio, según fuentes secundarias y fuentes primarias tomadas de percepciones vistas en las salidas de campo al territorio en el que se adquirieron unos factores internos y externos, que presenta el territorio tanto positivos en donde se evidencia que el municipio muestra un interés por la actividad turística, tiene una potencialidad en cuanto a la pluralidad ecosistémica junto con un patrimonio cultural permitiendo realizar un turismo alternativo.

Por otro lado, los aspectos negativos donde hay una falta de desarrollo municipal y por ende una falta de actualización en estado del municipio en cuanto a documentación, presentando así una falta de información que impide la articulación y la generación de iniciativas que

pueden surgir para empezar a realizar estrategias y así mejorar la situación tanto económica como social.

Como se mencionó anteriormente en esta investigación va a tener en cuenta la perspectiva de la población por tal razón y teniendo la perspectiva de (Bridi y Almeida, 2021). en cuestión de poder promover el turismo de una forma sostenible buscando la integración a nivel local y regional, en donde se vea el compromiso de todos los actores interesados tanto entidades públicas como privadas en el desarrollo turístico y que reconozcan la importancia y beneficios que este trae al territorio, para de esta forma tener un destino articulado, en este caso la recolección de datos se dio a partir desde unas encuestas relacionadas sobre cómo perciben la actividad turística dentro del municipio y como ha sido el actuar de los diferentes actores.

Para dar paso a la etapa número 3 la cual se basa en recoger información referente a la actividad turística y a los elementos que la componen se hizo a través de una encuesta en miras a analizar la percepción de la población donde el formato de la encuesta contiene preguntas específicas para fines estadísticos, pero al igual que la entrevista se trató de generar una encuesta con un formato libre que permitiera así obtener mayor información cuando el encuestado tuviera la confianza de compartir más información acerca de su percepción.

Para la presente investigación y este caso específicamente debido a la muestra de población de 30 personas y lo extenso de las 20 preguntas, se generaron unas encuestas en las cuales se mediría la percepción de la importancia según la perspectiva de la población de donde el 1 correspondía a un valor en absoluto no, el 2 no mucho, el 3 en cierto modo y el 4 era mucho.

Posteriormente para la etapa número 4 se hace un análisis de forma integrada e interrelacionada para determinar la vocación del territorio en el sector turístico, de esta forma se analizaron estas encuestas con la herramienta Alpha de Cronbach que muestra de una forma ordenada las respuestas de las mismas, creando en sí una varianza que presenta el nivel de confiabilidad o validez del instrumento empleado. Respecto a esto se realizó una moda para identificar el valor que más predomina, de acuerdo al instrumento llevado a campo en cada una de las preguntas presentadas, algunas de las que sobresalen en las encuestas a la población son ¿Cree usted que el municipio cuenta o no con potencial para la actividad

turística?, ¿Considera que es la agricultura la actividad más representativa del municipio? o ¿Qué tanto considera que las autoridades públicas están invirtiendo para fomentar el desarrollo turístico del municipio? tomando en cuenta las calificaciones presentadas por los habitantes dándoles una puntuación a cada uno respectivamente junto a los porcentajes presentados a partir de la información recolectada de las fuentes secundarias.

A Continuación, se presentan en la figura 10 y 11 los índices de varianza de las preguntas que se realizaron a la comunidad tanto en factores internos como externos, para ver cómo se formularon las preguntas ver el anexo C.

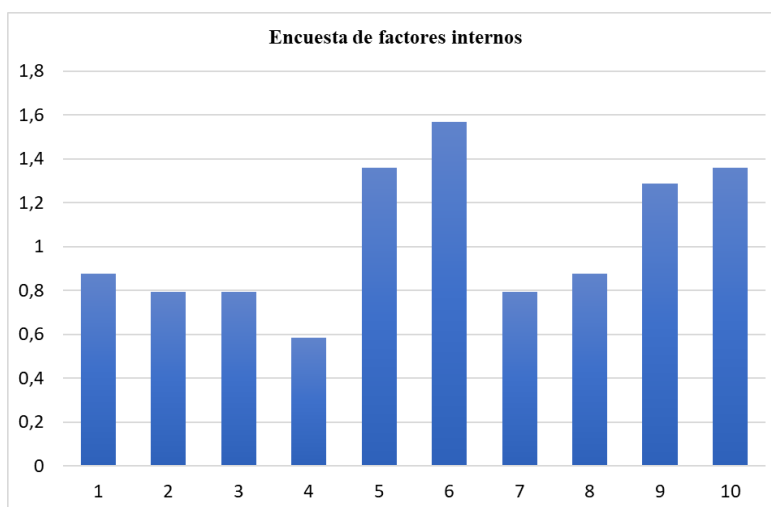


Figura 10. Encuesta de factores internos. Nota. Varianza obtenida en los factores internos. Fuente. Elaboración propia. (2022).

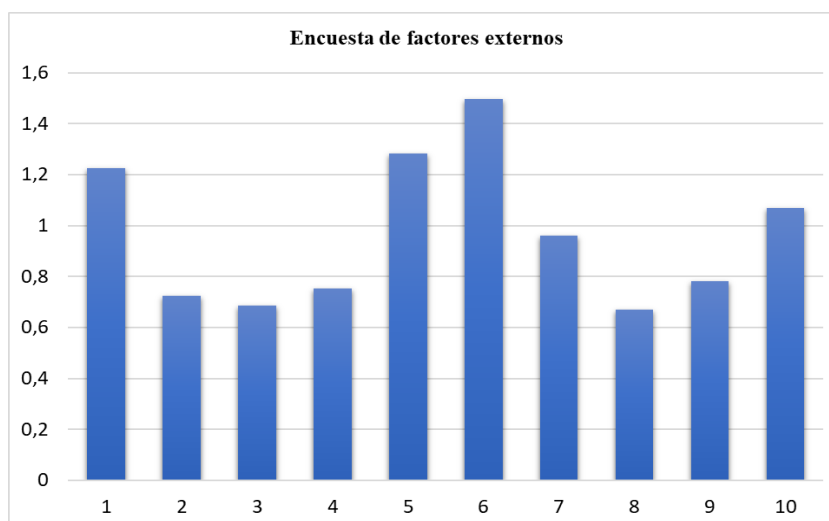


Figura 11. Encuesta de factores externos. Nota. Varianza obtenida en los factores externos. Fuente. Elaboración propia. (2022).

Para cumplir el objetivo específico número tres que dice: *analizar la percepción que tiene la comunidad local de Machetá frente al estado actual del desarrollo turístico del municipio junto con la participación que tienen los prestadores locales*, se diseñaron las matrices de factores internos y externos, que tienen una ponderación porcentual según la importancia de cada factor, estos al sumarse no deben sobrepasar el 100%, estos factores se realizaron con el fin de poder reconocer los aspectos que rodean las situación en la que se encuentra el territorio y poder generar más adelante las respectivas preguntas para la encuesta a la población, a estos factores se le asignaron unos porcentajes y puntajes dados por las investigadoras y la comunidad respectivamente, de esta manera se generó el análisis de las encuestas entregadas y realizadas por la comunidad, evidenciando los factores que resaltan y que son determinantes para la actividad turística que actualmente se presenta en el territorio.

A partir de los anterior se puede analizar que en este territorio, en cuanto al sector turismo hay muy pocos prestadores que cuentan con el registro nacional de turismo y muy poca participación de los habitantes para incentivar el crecimiento de la actividad turística, también se percibe competitividad con los municipios aledaños, pues Machetá se considera como municipio de paso, lo que no permite la permanencia tanto de los turistas como de los habitantes, en un caso más específico se encuentra la deserción por parte de los jóvenes que están en búsqueda de oportunidades de empleo y no las encuentran en el territorio.

Por otro lado se encontró la participación de los prestadores, en donde se identifica como algunos de estos se empiezan a interesar por el desarrollo turístico ya que según la comunidad el destino cuenta con una gran potencialidad de recursos que pueden ser aprovechados turísticamente.

De esta forma se fueron mostrando algunas de sus fortalezas y debilidades respectivamente, seguidamente en la matriz de evaluación tanto para los factores internos como externos, se adjuntó unos porcentajes estipulados según la importancia frente a la actividad, en este caso el turismo, correspondiente al factor establecido.

La calificación de los factores se realizó, en el caso de los factores externos, evaluando la estrategia del 1 a 4 en relación a ese factor, en donde 4 corresponde a respuesta superior, 3 respuesta mayor al promedio, 2 la respuesta es el promedio y 1 respuesta deficiente. Por otro lado en los factores internos se evalúa la estrategia del 1 a 4 en relación a ese factor, 4 respuesta superior 1 respuesta deficiente. Las fortalezas se evalúan entre 3 y 4 y las debilidades 1 y 2.

A partir de estas calificaciones se presentaron unas que mostraban un nivel de 0.4 en adelante que muestra un aspecto a tener en cuenta ya que representa una mayor importancia en cuanto a las calificaciones y los porcentajes brindados, como se puede observar en las tablas 5 y 6.

Tabla

5

Calificación de Factores internos

Factores internos clave		10%	Clasificación	Valor
Fortalezas (entre 5 y 10 factores)				
1.	El municipio cuenta con muchos atractivos naturales y culturales	8%	3	0,24
2.	El destino casi no es conocido por los turistas	10%	4	0,4
3.	La cercanía espacial de los prestadores locales	8%	4	0,32
4.	Algunos prestadores se empiezan a interesar por el desarrollo turístico	15%	3	0,45
5.	Realizar turismo en el municipio no es muy caro ya que todas las ofertas son de bajo precio	5%	4	0,2
Debilidades (entre 5 y 10 factores)				
1.	Casi ningun prestador local cuenta con RNT	10%	2	0,2
2.	Poca participacion por parte de los habitantes frente al desarrollo turístico	4%	1	0,04
3.	Falta de inversion en el municipio por parte de la autoridades publicas	20%	2	0,4
4.	Falta de documentos en cuanto al sector turistico	5%	1	0,05
5.	Poca asociatividad entre los prestadores locales	15%	2	0,3
Total		100%		2,6

Fuente. Elaboración propia. (2022).

Tabla**6***Calificación a factores externos clave.*

Factores externos clave		Importancia	Clasificación	Valor
Oportunidades (entre 5 y 10 factores)				
1.	Interes en la actividad turística	5%	2	0,1
2.	municipio con pluralidad en ecosistemas y patrimonio cultural	5%	3	0,15
3.	Potencialidad de recursos en el municipio	15%	3	0,45
4.	Principal economía : agricultura	20%	4	0,8
5.	Buena ubicación geográfica	15%	2	0,3
Amenazas (entre 5 y 10 factores)				
1.	Municipio de paso	5%	4	0,2
2.	Competitividad con los municipios aledaños	5%	2	0,1
3.	Falta de desarrollo municipal	15%	2	0,3
4.	Deserción del municipio por parte de los jóvenes	10%	3	0,3
5.	Falta de actualización en el estado del municipio	5%	2	0,1
Total		100%		2,8

Fuente. Elaboración propia (2022).

Consecutivo a esto se generó un DOFA desde las diferentes dimensiones tomando las fortalezas para impulsarlas, amenazas para evitar, debilidades para eliminarlas y oportunidades para potenciarlas, resaltadas en color verde como se puede observar en la tabla 7. Estas se diseñaron a partir del análisis de la comunidad, es aquí donde se pueden encontrar las cinco estrategias que pueden ser implementadas por cualquier actor interesado que haga parte de la estructura productiva del municipio para que de esta forma se empiece a incentivar el desarrollo turístico.

En este caso para formar las estrategias se tomaron los factores que puntuaron 0.4 o más ya que estos se presentan como aspectos que necesitan de una intervención y observación más profunda ya que según las encuestas establecidas se perciben de grandes ventajas o desventajas dentro de la actividad turística en el municipio.

En cada uno de los aspectos a analizar se crearon diferentes estrategias que podrían mejorar la condición turística del municipio como el crear campañas de capacitación a los prestadores

locales interesados en incentivar el desarrollo turístico o generar un plan de financiación encaminado a la construcción de iniciativas y actividades turísticas.

Tabla

7

DOFA para el municipio

		Fortalezas		Debilidades	
	1.	El municipio cuenta con muchos atractivos naturales y culturales	1.	Casi ningun prestador local cuenta con RNT	
	2.	El destino casi no es conocido por los turistas	2.	Poca participacion por parte de los habitantes frente al desarrollo turistico	
	3.	La cercania espacial de los prestadores locales	3.	Falta de inversion en el municipio por parte de la autoridades publicas	
	4.	Algunos prestadores se empiezan a interesar por el desarrollo turistico	4.	Falta de documentos en cuanto al sector turistico	
	5.	Realizar turismo en el municipio no es muy caro ya que todas las ofertas son de bajo precio	5.	Poca asociatividad entre los prestadores locales	
Oportunidades		1-Estrategias FO		2- Estrategia DO	
1.	Interes en la actividad turistica	FO1	F4;O3 Crear campañas de capacitación a los operadores locales interesados en incentivar el desarrollo turistico.	DO1	D3;O3;O4 Generar un plan de financiación encaminado a la construcción de iniciativas y actividades turísticas.
2.	municipio con pluralidad en ecosistemas y patrimonio cultural				
3.	Potencialidad de recursos en el municipio	FO2	F2;O3;O4 Diseñar proyectos encaminados hacia la construcción del desarrollo de una oferta de turismo relacionado al turismo de naturaleza como el agroturismo.		
4.	Principal economía : agricultura				
5.	Buena ubicacion geografica				
Amenazas		3-Estrategias FA		4-Estrategias DA	
1.	Municipio de paso	FA1	F2;F4;A3 Elaborar un plan de desarrollo turistico el cual se implemente tanto de forma sustentable como sostenible para las futuras generaciones	DA1	D3;A3 Diseñar una campaña de inversion con fuentes privadas para dinamizar la economia municipal
2.	Competitividad con los municipios aledaños				
3.	Falta de desarrollo municipal				
4.	Desercion del municipio por parte de los jovenes				
5.	Falta de actualizacion en el estado del municipio				

Fuente. Elaboración propia (2022).

Y con esto se implementó una matriz que ayudó a interpretar cuál estrategia es la que necesita mayor atención, esto se analiza desde como los factores pueden afectar a las diferentes estrategias respectivamente y después se multiplicó por el porcentaje que se le dio anteriormente conforme a la importancia que presentaban los diferentes factores tanto internos como externos divididos en oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades,

dando como resultado diferentes puntuaciones como grado de atracción en donde el que indique un mayor puntaje será el punto estratégico al que tocaría poner más cuidado.

En este caso el punto estratégico encaminado como una propuesta para los prestadores fue el siguiente; Diseñar proyectos encaminados hacia la construcción del desarrollo de una oferta de turismo alternativo, ya que obtuvo mayor puntaje con 6,83% Como se puede observar en la tabla 8.

Desde este punto se presenta que los prestadores de servicios como grupo y gracias al trabajo en conjunto podrían incentivar y potencializar un turismo alternativo, claramente no solo dentro del casco urbano sino que al expandirse a las veredas es algo seguro que encontrarán más prestadores de servicios con potencial turístico, pues como se mencionó anteriormente se encontraron gracias a los comentarios de los prestadores, habitantes entrevistados y encuestados en el casco urbano, que brindaron información de la existencia de unos prestadores potenciales para el sector turístico ubicados en las diferentes veredas que se encuentran en el municipio de Machetá

Tabla 8

Punto estratégico

Factores clave de éxito en la industria			Importancia Ponderación		F4;O3 Crear campañas de capacitación a los operadores locales interesados en incentivar el desarrollo turístico.		F2;O3;O4 Diseñar proyectos encaminados hacia la construcción del desarrollo de una oferta de turismo relacionado al turismo de naturaleza como el agroturismo.		D3;O3;O4 Generar un plan de financiación encaminado a la construcción de iniciativas y actividades turísticas.		F2;F4;A3 Elaborar un plan de desarrollo turístico el cual se implemente tanto de forma sustentable como sostenible para las futuras generaciones		D3;A3 Diseñar una campaña de inversión con fuentes privadas para dinamizar la economía municipal	
			PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA	PA	PTA		
Oportunidades (entre 5 y 10 factores)														
1.	Interés en la actividad turística	5%	4	0,2	4	0,2	3	0,15	4	0,2	3	0,15		
2.	municipio con pluralidad en ecosistemas y patrimonio cultural	5%	2	0,1	4	0,2	2	0,1	3	0,15	3	0,15		
3.	Potencialidad de recursos en el municipio	15%	3	0,45	4	0,6	4	0,6	3	0,45	3	0,45		
4.	Principal economía : agricultura	20%	1	0,2	3	0,6	2	0,4	2		4	0,8		
5.	Buena ubicación geográfica	15%	1	0,15	2	0,3	1	0,15	1	0,15	3	0,45		
Amenazas (entre 5 y 10 factores)														
1.	Municipio de paso	5%	1	0,05	1	0,05	1	0,05	2	0,1	2	0,1		
2.	Competitividad con los municipios aledaños	5%	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15		
3.	Falta de desarrollo municipal	15%	4	0,6	4	0,6	4	0,6	3	0,45	4	0,6		
4.	Deserción del municipio por parte de los jóvenes	10%	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3	3	0,3		
5.	Falta de actualización en el estado del municipio	5%	1	0,05	4	0,2	2	0,1	4	0,2	4	0,2		
Total			100%											
Fortalezas (entre 5 y 10 factores)														
1.	El municipio cuenta con muchos atractivos naturales y culturales	8%	3	0,24	4	0,32	2	0,16	4	0,32	3	0,24		
2.	El destino casi no es conocido por los turistas	10%	3	0,3	4	0,4	3	0,3	3	0,3	2	0,2		
3.	La cercanía espacial de los prestadores locales	8%	4	0,32	3	0,24	3	0,24	3	0,24	2	0,16		
4.	Algunos prestadores se empiezan a interesar por el desarrollo turístico	15%	4	0,6	4	0,6	4	0,6	4	0,6	4	0,6		
5.	Realizar turismo en el municipio no es muy caro ya que todas las ofertas son de bajo precio	5%	1	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,1	3	0,15		
Debilidades (entre 5 y 10 factores)														
1.	Casi ningún prestador local cuenta con RNT	10%	4	0,4	4	0,4	3	0,3	4	0,4	3	0,3		
2.	Poca participación por parte de los habitantes frente al desarrollo turístico	4%	2	0,08	3	0,12	2	0,08	3	0,12	2	0,08		
3.	Falta de inversión en el municipio por parte de la autoridades públicas	20%	4	0,8	4	0,8	4	0,8	4	0,8	4	0,8		
4.	Falta de documentos en cuanto al sector turístico	5%	3	0,15	3	0,15	2	0,1	4	0,2	2	0,1		
5.	Poca asociatividad entre los prestadores locales	15%	4	0,6	3	0,45	3	0,45	3	0,45	3	0,45		
Total			100%											
Suma del puntaje total del grado de atracción:				5,79	6,83	5,78	5,68	6,43						

Fuente. Elaboración propia. (2022)

Con base en la información que se pudo recolectar en el capítulo de resultados, se logró identificar que el territorio de Machetá Cundinamarca presenta muchas falencias en su desarrollo y funcionamiento con respecto a la forma en la que están operando las labores que realizan los prestadores locales que se encuentra allí, es por esto que a continuación se presentan una serie de recomendaciones que incluyen a los diferentes actores involucrados en esta actividad para lograr que en un futuro mejore la oferta turística de este municipio.

Conclusiones

- Una de las principales conclusiones de esta investigación fue obtener resultados a partir del trabajo realizado con los prestadores y la comunidad local, en donde se pudo analizar sus opiniones y perspectivas frente a la situación actual que presenta el territorio con respecto al turismo. Es aquí donde a partir de los conceptos de la cadena de valor turística de Michael Porter, el de sistema turístico de la OMT y de Raymundo Cuervo, se identificó el papel tan importante que juegan los prestadores de servicios turísticos en el desarrollo turístico de los destinos.
- Se reconocieron todos los prestadores locales del casco urbano del municipio de Machetá que hacen parte de la estructura productiva de la futura cadena de valor turística que se puede consolidar en este municipio.
- La gran mayoría de estos prestadores locales no cuentan con RNT (Registro nacional de turismo) y las actividades que realizan no están formalizadas en materia legal, por lo tanto, es necesario tomar medidas frente a esta situación.
- Falta una asociatividad formal entre los prestadores locales ya que muchos de ellos no presentan alianzas formales con otros prestadores, lo cual dificulta la formalización de una cadena de valor turística en este territorio. A pesar de lo anterior algunos prestadores empiezan a tener interés por la asociatividad ya que cuentan con contactos de otros prestadores los cuales fueron brindados por parte de ellos en esta

investigación, además muchos prestadores tienen en mente una serie de propuestas de asociatividad, pero no tienen conocimientos, ni iniciativas de cómo ejecutarlas.

- La alcaldía municipal no presenta interés por ejecutar estrategias para impulsar un desarrollo turístico en el municipio, esto se evidencia en la ausencia de una oficina de turismo ubicada dentro de la alcaldía y la falta de un plan de desarrollo turístico, justificando que el municipio presenta otras necesidades según ellos más privilegiadas puesto que el municipio en general se presenta como poco desarrollado.
- El municipio de Machetá se caracteriza por tener mucha fortaleza con respecto a la actividad agroindustrial ya que su suelo es rico en minerales y proteína que hacen cosechar productos de la más alta calidad, además su ubicación es estratégica ya que es la entrada a la provincia del Valle de Tenza y cuenta con muchos atractivos naturales que hacen de este municipio un destino turístico único.
- La estrategia más viable para que Machetá entre a ser un destino competitivo en el mercado es diseñar proyectos encaminados hacia la construcción de una oferta turística alternativa, a partir del diseño de productos especializados para un nicho de mercado específico, implementando de forma sustentable las actividades turísticas específicas que se realicen.
- Como conclusión general se puede decir que el presente documento logra recolectar datos importantes para que puedan ser aprovechados por parte de la alcaldía municipal, los prestadores locales y en general cualquier actor interesado en continuar con el proceso para consolidar una cadena de valor turística en el municipio de Machetá Cundinamarca. Por medio de propuestas de asociatividad entre pequeñas empresas turísticas locales para empezar a diseñar productos turísticos que estén conformados por los atractivos del territorio y consolidar una oferta de servicio de calidad para que en un futuro puedan ser promocionados y comercializados en el mercado turístico nacional.

Recomendaciones

De acuerdo a los resultados obtenidos en la presente investigación se hacen las siguientes recomendaciones con el fin de ofrecer un aporte para empezar a desarrollar la industria turística del municipio de Machetá Cundinamarca a partir de la conformación de una cadena de valor turística que integre tanto actores públicos como privados involucrados en el turismo.

- Se recomienda que los prestadores locales del casco urbano del municipio de Machetá den cumplimiento a la Ley 1101 de 2006 para formalizar su actividad como prestadores de servicios turísticos, para ese efecto se debe ingresar a la siguiente página web <https://rnt.confecamaras.co/home>, en donde encontrarán todo el procedimiento para radicar el formulario de inscripción para obtener el RNT (Registro nacional de turismo) y así se empezará a legalizar sus actividades además de recibir beneficios con incentivos tributarios.
- Se requiere consolidar una oficina de turismo en la alcaldía municipal dirigida por un/a profesional en turismo calificado en la materia para dirigir y coordinar todo el manejo de las dinámicas de turismo y así brindar un apoyo para que el municipio sea reconocido en el mercado turístico.
- Es conveniente que en colaboración con la alcaldía se cree un punto de información turística, en donde se encuentren todos los prestadores turísticos y los atractivos a visitar del municipio para empezar a organizar la oferta turística por medio de portafolios y publicidad dirigida a turistas y operadores interesados en hacer sus productos turísticos en Machetá.
- Se recomienda que a partir de la alcaldía municipal y el instituto de gobernación de Cundinamarca se realicen procesos de gestión para que los prestadores locales del municipio de Machetá empiecen a recibir capacitaciones dirigidas por profesionales, en donde se involucren temas de prestación de servicios de calidad, formas de

promocionar sus servicios y estrategias para comenzar a crear alianzas empresariales entre ellos.

- Se recomienda poner en práctica la cadena de valor turística por medio de alianzas estructuradas y redes de asociatividad construidas por medio del diálogo entre los prestadores locales que hacen parte de la estructura productiva acompañados por la supervisión de un profesional en el sector.
- Para un futuro se recomienda aprovechar los beneficios que genera tener consolidada una cadena de valor turística logrando diseñar productos turísticos que estén promocionados y comercializados para el turista y que generen beneficios económicos directos.
- Se recomienda que en un futuro se generen unos incentivos desde los diferentes entes gubernamentales para que lleguen personas que quieran invertir en la infraestructura turística, como en el diseño de nuevos hoteles y restaurantes al igual que en las propuestas viables que tengan los diferentes prestadores locales para el desarrollo de productos turísticos en el municipio de Machetá Cundinamarca.
- Promover el desarrollo de investigaciones relacionadas con turismo que se desarrollen en el territorio de Machetá, ya que esto puede ser de apoyo para generar un avance en diversas líneas que comprenden el desarrollo turístico tanto en la práctica como en la teoría.
- Se recomienda potencializar las alianzas que hay entre los prestadores locales de Machetá, incentivando la generación de espacios adecuados para formalizar una cadena de valor de turismo de producto destino por medio del compromiso de los actores involucrados en la oferta turística del municipio.
- Una vez que esté conformada la cadena de valor de turismo en Machetá, se recomienda que los prestadores ejecuten las estrategias diseñadas en esta

investigación a partir de la DOFA, cumpliendo la estrategia principal, diseñando proyectos encaminados hacia la construcción del desarrollo de una oferta de turismo alternativo.

- Además, se recomienda cumplir las estrategias secundarias, como lo son la generación de un plan de financiación encaminado a la construcción de iniciativas y actividades turísticas, además de elaborar un plan de desarrollo turístico el cual se implemente tanto de forma sustentable como sostenible para las futuras generaciones.

Referencias Bibliográficas

- (2017) *Modelo alternativo de funcionamiento del sistema turístico: diseño y desarrollo metodológico de la oferta turística.*
- (2021) *Elementos de la cadena de valor que inciden en el desarrollo de la actividad turística del Parque Nacional Yasuní.*
- “La tribu pintoresca” (2020) *Entrevista con el pintor Gonzalo Mahecha, realizado por Soy tribu.*
- Angie Gomez y Victor Moreno. (2017). *Diagnóstico turístico preliminar del casco urbano en el municipio de Cáqueza- Cundinamarca.* Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Betancourt Gutiérrez, E., & López Meneses, L. P. (2019). *Estrategias para la articulación del desarrollo local y el marketing territorial en la comunidad de Suesca Cundinamarca.*
- Boschi, A., & Torre, M. (2012). *Nuevos destinos turísticos emergentes Caso: Alto Valle Provincia de Río Negro - Patagonia Argentina. Gestión Turística.*
- Boschi, Ana Maria, & Torre, María Gabriela (2012). *nuevos destinos turísticos emergentes. caso: alto valle provincia de río negro - patagonia argentina. Gestión turística,* Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=223326490004>

- Bridi, G, y Almeida (2022) *La participación de la comunidad en el turismo como estrategia de desarrollo territorial: el caso de Bento Gonçalves, Brasil. Entidades colaboradoras.*
- Camila Escudero.(2020) *El análisis temático como herramienta de investigación en el área de la comunicación social: Contribuciones y limitaciones* Disponible en: https://repositoriosdigitales.mincyt.gob.ar/vufind/Record/RepHipUNR_2cca819c3a55f680457119172b1c4588#:~:text=Procedente%20del%20Psicolog%C3%ADa%20C%20el%20An%C3%A1lisis,e%20interpreta%20aspectos%20del%20tema.
- Campoverde, D. A. P., Álvarez, J. C. E., & Zurita, I. N. (2019). *Diagnóstico situacional del potencial turístico de la parroquia Ricaurte, Azuay.* Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía
- Carrillo Zambrano, Eduardo, & Gómez Aguilar, Yamile (2017). *Medición de la eficiencia de hoteles: caso de estudio en Colombia.* Revista Virtual Universidad Católica del Norte,
- Colombiaagil.gov.co. (2022). *Categorización municipios | Colombia Ágil* . Disponible en:<<https://www.colombiaagil.gov.co/tramites/intervenciones/categorizacion-municipios#:~:text=Modificaciones-,En%20Colombia%20los%20distritos%20y%20municipios%20se%20clasificar%C3%A1n%20en%20tres,libre%20destinaci%C3%B3n%20y%20situaci%C3%B3n%20geogr%C3%A1fica.>> [Consultado el 23 de septiembre de 2022].
- Crónica viajera Machetá realizado por “Agencia central de noticias” (2018)
- Dieckow, L. (2012) *El uso de las fallas del mercado en los productos turísticos de destinos emergentes. Estudio de caso: destino Iguazú Cataratas (Argentina-Brasil).* Palermo Business Review.

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194252398010>

- Fajardo Ríos, P y Padilla Forero, H. (2021). *Estrategias para fortalecer el turismo en el municipio de Pisba-Boyacá*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Fino Torres, L, Guerrero Roncancio, D y López Malaver, S. (2019) *Propuesta de asociatividad entre los prestadores turísticos del municipio de Choachí para el fortalecimiento de la actividad turística*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Florez Ruiz, D. (2009) *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos*. Universidad de Huelva. Disponible en: <https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/dfr/La%20cadena%20de%20valor%20del%20sector%20turistico.htm>
- *Hernandez Espinosa & vite bustos (2020). Significaciones del turismo desde la perspectiva de la comunidad local: el caso del cip Nayarit, México.*
- Herrera Marín, S. C. (2019) *Mejora de la calidad de servicio ofrecido en las mypes de hospedaje ubicadas en destinos emergentes del Perú utilizando el Sistema de Aplicación de Buenas Prácticas*.
- Hinojosa, I., (2022). *¿Conoces las diferencias entre Destinos Maduros y los Emergentes?* Disponible en: <https://www.ceupe.mx/blog/conoces-las-diferencias-entre-destinos-maduros-y-los-emergentes.html>
- Juan Mendoza (2018) *Alfa de cronbach - Psicometría con R*. Disponible en: <https://medium.com/@jboscomendoza/alfa-de-cronbach-psicometr%C3%ADa-con-r-55d3154806cf>
- Leira Duarte y José Suárez. (2017). *Caracterización de prestadores de servicios turísticos del departamento de Boyacá: caso Provincia de Tundama*. Universidad pedagógica y tecnológica de Colombia.

- Luis Gómez, Freddy Ramírez, Martha Zaldívar (2020). *Sistemas productivos locales y turismo. Alternativa para el desarrollo socioeconómico en Cuba*. Cooperativismo y desarrollo
- Municipio de Machetá – Concejo Municipal (2020) *Plan de Desarrollo Municipal Machetá “el cambio lo hacemos todos”*.
- P. (2017). *El turismo emergente del Meta se visualizará*. Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/negocios/turismo-emergente-del-meta-se-visibilizara-508042>
- Panosso Netto, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría de turismo: Conceptos, modelos y sistemas*.
- Perez Guarín J. (2017). *Diagnóstico del Sistema Turístico del municipio Falan-Tolima como insumo para la planificación del Turismo*. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Portes Calderón, N y Rodríguez Barrios, A. (2020). *Factores de posicionamiento turístico de Purificación, Tolima*. Universidad colegio mayor de Cundinamarca.
- R. de Duque, Riveros y Vélez (2011) *La cadena de valor en turismo*. Universidad externado de Colombia
- Restrepo, I. (2022). *¿Somos sí o no, destino turístico? el quindiano*. <https://www.elquindiano.com/noticia/33071/somos-si-o-no-destino-turistico>
- Robert Bouillo (2006) *Planificación del espacio turístico*
- Roberto Hernández Sampieri. (2003) *Metodología de la investigación*. México: Mac Graw-Hill.
- Rodríguez Javier (2022). *Guía de elaboración de diagnóstico*. Disponible en: <http://www.cauqueva.org.ar/archivos/gu%EDa-de-diagn%F3stico.pdf>

- Sánchez-Rodríguez, Dayanna, & Cepeda-Ladino, Julio-César, & Sánchez-Cárcamo, Ricardo (2017). *Modelo alternativo de inclusión e innovación productiva en Viotá y Girardot (Cundinamarca, Colombia)*. Investigación & Desarrollo, Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26854666006>
- Staff, E., (2022). *¿Cuál es la Teoría del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos de Richard Butler? - Entorno Turístico*. Entorno Turístico. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/la-teoria-del-ciclo-vida-los-destinos-turisticos-richard-butler/>
- Tamagni, L. (2011) *La calidad e imagen de los destinos turísticos emergentes. El destino Iguazú Cataratas*.
- Tamagni, L., Zanfardini, M., Espinosa (2010) *Plan de marketing turístico provincia del Neuquén: EDUCO*.
- Valdez Quinte, S. X., Segura Chávez, E. O., Cabanilla Vásconez, E. A., & Ruiz Mármol, E. E. (2021). *Elementos de la cadena de valor que inciden en el desarrollo de la actividad turística del Parque Nacional Yasuní*.
- Villasante Wilson (2021) *Capacitación turísticas (Asesores en turismo para empresas e instituciones públicas)* Disponible en: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/capacitacion-turistica/>
- Vol. 11, Núm. 8 de agosto. (2018). *Evaluación turística de la región acy: inventario turístico y de prestadores de servicios*.
- Yumisaca Tuquinga, J. E., Bohórquez Armijos, E. A., Mendoza Tarabó, E. A. Gonzabay Rosales, J. (2020) *Cadena de valor del destino Dos Mangas como herramienta para el análisis de la sostenibilidad de la oferta turística*. Universidad y Sociedad. Disponible en: <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n1/2218-3620-rus-12-01-88.pdf>
- Zambrano A., (2019) *Evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico*.

Anexos

Anexo A. Diario de campo de la salida hacia el territorio de Machetá Cundinamarca.

Del 25/01/22 al 11/02/22

Desde el 25 de enero al 11 de febrero empezamos a generar las comunicaciones con la alcaldía de Machetá, con los números que da la página de la institución empezamos una charla para poder concertar una vía de comunicación en la cual la alcaldía diera razón de sus necesidades y a la vez se ayuda generando el documento necesario para darle solución a los problemas existentes en el municipio con respecto a la actividad turística, durante el mes de febrero se habló en el número de WhatsApp encontrado como anteriormente se mencionó y se llegó a la conclusión de hablar con la oficina de desarrollo social debido a que es la oficina donde se establecen las actividades para el turismo por esto mismo se le envió un correo evidenciando nuestro interés de trabajar con ellos y el territorio.

Como respuesta, se pidió hacer una presentación de la propuesta de lo que se haría en el territorio, además de que por parte del seminario se requirió establecer una salida de campo para reconocer directamente las necesidades que podría llegar a tener el territorio, que no se puedan estar percibiendo desde la ciudad, a partir de este momento se generaron dos propuestas para llegar a un acuerdo con la alcaldía, estas se hicieron a partir las fortalezas y oportunidades que se habían investigado hasta el momento sobre el municipio, una de las propuestas era sobre una ruta hacia la laguna del cerro la cual se considera como un atractivo desde el plan de desarrollo del municipio, en este recurso natural se observan diferentes ecosistemas de gran riqueza pero con algunas falencias sobre todo en su infraestructura turística; por otro lado estaba la propuesta de agroturismo evidenciando como tal una de las fortalezas que tiene el municipio que es la actividad agrícola, pues es una las principales actividades económicas, una vez especificadas las propuestas se concertó la reunión con la alcaldía por medio de un correo electrónico.

17/02/22

Como se mencionó antes se estableció la salida de campo hacia Machetá para reunirse en la alcaldía a las 11:00 am, se realizó una reunión con la jefe de la oficina de desarrollo social que es la oficina donde se encuentra el apartado para el sector de turismo, le explicamos en que se basaría las dos propuestas presentadas anteriormente, pero hablando con la jefe de la oficina cuyo nombre es Yennifer Tapia, describió los inconvenientes que tiene el municipio, algunos de ellos es que el municipio se encuentra de sexta categoría por esto no recibe tantos ingresos para poder implementar una infraestructura necesaria para el desarrollo de la actividad turística, también que no se han presentado documentos sólidos sobre la misma, además dio a conocer la dificultad que tendríamos de poder ir y venir del municipio junto con las diferentes veredas que hacen parte de este, después de esto terminamos la reunión, con el compromiso de reflexionar sobre en que se encaminaría nuestra investigación y confirmar en su momento sobre cuál sería el paso a seguir en el municipio, a pesar de las noticias presentadas ese día y aunque por el momento llego a desanimarnos, hizo tener en cuenta las dificultades y necesidades que tiene el municipio y lo mucho que había que trabajar para empezarlo a potencializar en materia turística, debido a todos los recursos que desde nuestra perspectiva podrían ser grandes atractivos turísticos, empezamos a analizar la situación y replanteamos la idea de nuestro proyecto hacia una visualización de los prestadores encontrados en la cabecera municipal, de esta forma centrar la investigación más en el municipio y empezando desde una parte esencial de la actividad turística la cual es la oferta que se da en el territorio desde los diferentes servicios que se pueden prestar.

Después de esta reflexión, realizamos un recorrido en el pueblo para tener más información y conocimiento sobre el lugar y sus diferentes recursos:

Figura 12

Letrero de la marca turística municipal.



Nota.Tomada por Andrea.

Figura 13

Servicio financiero (Banco agrario de Colombia).



Nota.Tomada por Andrea.

Figura 14

Cementerio municipal de Machetá.



Nota. Tomada por Ximena.

Figura 15

Institución educativa departamental Juan José Neira.



Nota. Tomada por Ximena.

Figura 16

Iglesia Nuestra Señora de la Candelaria.



Nota.Tomada por Ximena.

Figura 17

Estatua Candelaria Forero.



Nota. Tomada por Ximena.

Figura 18

Estatua de Miguel de Ibarra y Cafetería la casita del café.



Nota. Tomada por Andrea.

Figura 19

Almuerzo en Machetá.



Nota. Tomada por Ximena.

Figura 20

Plaza de mercado de Machetá



Nota. Tomada por Andrea.

Figura 21

Plaza de toros de Machetá.



Nota. Tomada por Andrea.

04/04/2020

Se llegó al municipio a las 9:03 de la mañana en la cual estaba propuesto el día para la realización de los diferentes instrumentos como las encuestas a la población que gracias a ser un día lunes el día en el que los habitantes se reúnen para dar inicio a la plaza de mercado, además que estaban celebrando el día del padre gracias a esto se reunió una gran cantidad de personas para completar las encuestas establecidas previamente, por otro lado se realizaron las entrevistas a los diferentes prestadores que se reconocieron en la anterior salida de campo realizada y a los que se obtuvo la información desde diferentes fuentes secundarias desde Bogotá, durante la aplicación del instrumento se dio paso a la perspectiva de los prestadores y demás comentarios relacionados con la actividad turística que se presenta en el municipio. claramente esto llevó todo el día debido a la cantidad de población de muestra que debíamos recolectar y a la información que tanto como los prestadores y habitantes brindaron durante y después de la aplicación de instrumentos. Al llegar a Bogotá se dio a la tarea de analizar los datos recolectados durante ese día tan extenso.

Figura 22*Paisaje de Machetá*

Nota.Tomada por Ximena.

Figura 23*Evento del día del padre en Machetá*

Nota.Tomada por Ximena.

Figura 24

Plaza de mercado de Machetá.



Nota. Tomada por Andrea.

Figura 25

Hotel Almeidas de Machetá



Nota. Tomada por Andrea.

Figura 26

Restaurante los Tocayitos



Nota.Tomada por Andrea.

Figura 27

Café Candelaria de Machetá



Nota.Tomada por Andrea.

Figura 28

Entrevista a prestador



Nota.Tomada por Ximena.

Figura 29

Entrevista a prestador



Nota.Tomada por Andrea.

Figura 30

Entrevista a prestador

Nota. Tomada por Ximena.

22/08/2022

Días anteriores a este día se realizó una comunicación con la alcaldía para poder abrir un espacio para la realización de un grupo focal para poder reunir a los prestadores y poder generar diferentes actividades que los capacitarán en cuanto al concepto de la cadena de valor que se presenta de manera importante en el sector turístico para el municipio, pero antes de que pudieran abrir el espacio necesitaban de una sustentación de cómo iba la investigación hasta el momento por lo cual se crearon unas presentaciones para la explicación del análisis de los instrumentos que se aplicaron anteriormente, esta sustentación se dio en horas de la tarde a las 2:00 pm en la oficina de desarrollo social junto con la jefa Yenifer Tapia, la cual dio su aprobación y comentarios, además le presentamos una idea para la convocatoria de los diferentes prestadores ubicados en el territorio, debido a que el territorio pertenece a la 6th categoría como municipio, la alcaldía que no podía comprometerse a cumplir con la idea que se llegue a generar de forma práctica las iniciativas que salgan de la investigación entre los diferentes actores que pertenecen a la actividad turística. Después se dispuso a entregar presencialmente la convocatoria a los prestadores que se encontraban presentes en el casco urbano y de igual manera se envió de forma virtual a estos prestadores y a los que no se encontraban en el momento.

Figura 31

Invitación a grupo focal



Fuente: Autoras.

31/08/2022

Como se había estipulado anteriormente se dio paso para la realización del grupo focal el 31 de agosto, aunque a este encuentro se le dio la hora de la mañana a las 10:00 de la mañana , se llegó al municipio a las 9:48 de la mañana para arreglar el espacio que había brindado la alcaldía , junto con el refrigerio que se había previsto con anterioridad se dio una espera de 25 minutos para que llegaran los prestadores pero lamentablemente no asistió la cantidad mínima esperada, aunque llegó una prestadora y aunque esta se encuentra ubicada en los alrededores del casco urbano más específicamente en la vereda Gazuca alto, brindó información de otros prestadores que podrían ser parte de la base de datos ya que estos trabajan de forma independientes como guías, también se comentó sobre diferentes iniciativas que tiene con respecto a su establecimiento y como en la realización de estas pueden ir incluidos diferentes prestadores de servicios, teniendo así la asimilación del contexto del concepto de cadena de valor y su importancia en el entorno turístico junto con la iniciativa de ayudar a generar en el municipio acciones en temas de competitividad.

Figura 32

Espacio para el grupo focal.



Nota. Tomada por Andrea.

Figura 33

Equipo de trabajo en el grupo focal.



Nota. Tomada por Andrea.

Figura 34

Materiales para el grupo focal.



Nota.Tomada por Ximena.

Figura 35

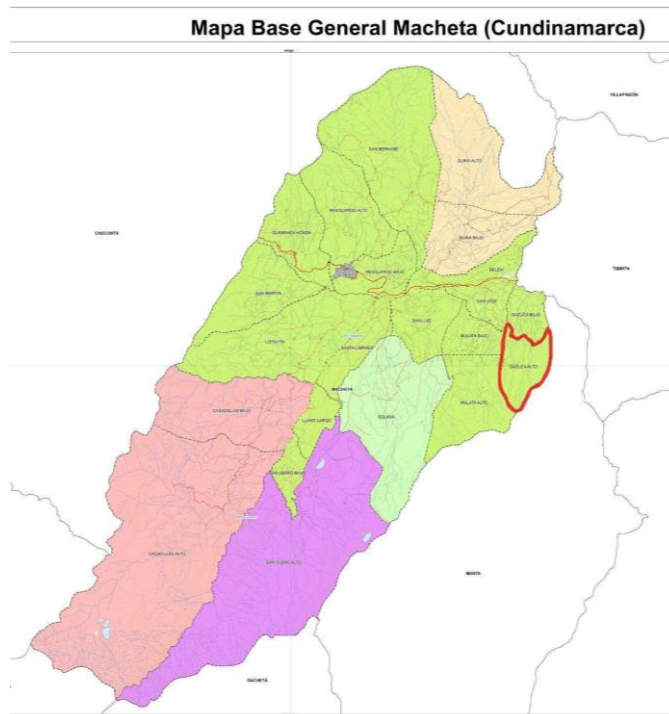
Panorámica del municipio de Machetá.



Nota.Tomada por Andrea.

Figura 36

Mapa de la ubicación de la vereda Gazuca alto



Fuente: Base cartográfica instituto geográfico Agustín Codazzi (s.f.).

Anexo B. Diseño de las entrevistas semiestructuradas realizadas a los prestadores locales de Machetá Cundinamarca.

Entrevista Semiestructurada a los prestadores locales del casco urbano de municipio de Machetá Cundinamarca

Fecha: ____/____/____

Nombre del entrevistado:

Objetivo: Diagnosticar la estructura productiva de la cadena de valor turística del casco urbano del municipio de Machetá Cundinamarca.



1. ¿Qué servicios ofrece su establecimiento o empresa?
2. ¿Piensa que su labor puede ayudar en el desarrollo turístico del municipio?
3. ¿Cuáles considera que son las falencias para que el turismo pueda desarrollarse en el municipio?
4. ¿Qué actividades piensa que se podrían empezar a realizar para potencializar el sector turístico en el municipio?
5. ¿Considera que los prestadores de servicios del municipio participan para ayudar al desarrollo turístico?
6. ¿Se han realizado proyectos en el municipio para incentivar al turismo? ¿Cuáles?
7. ¿Según usted qué diferencia turística a Machetá de los otros municipios?
8. ¿Usted ha trabajado en alianzas con algunos prestadores del municipio relacionados con turismo?
9. ¿Cómo considera usted que pueda existir un trabajo en conjunto con los demás prestadores del municipio?
10. ¿Considera que las alianzas entre otros prestadores podrían contribuir al desarrollo del turismo en el municipio.

Anexo C. Diseño de las encuestas realizadas a la población local de Machetá Cundinamarca.

	<p>UNIVERSIDAD COLEGIO MAYOR DE CUNDINAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES PROGRAMA DE TURISMO</p> <p>Municipio de Machetá Cundinamarca</p>		
	<p>ENCUESTA: RECONOCIMIENTO DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA DE LA CADENA DE VALOR TURÍSTICA DEL CASCO URBANO DEL MUNICIPIO DE MACHETÁ CUNDINAMARCA.</p>		
DATOS PERSONALES			
Nombres completos			
Número de identificación		Celular / Teléfono	
Correo electrónico			
Sexo			

En cada una de las preguntas siguientes, rodee con un círculo el número que mejor se adecúe a su opinión sobre la importancia del asunto en cuestión. La escala que aparece encima de los números refleja las diferentes opiniones.

Pregunta	Escala de importancia			
	En absoluto	No mucho	En cierto modo	Mucho
¿Qué tanto interés presenta usted por la actividad turística que pueda ocurrir en el municipio de Machetá?	1	2	3	4

¿Qué tanto conoce de los ecosistemas y patrimonio del municipio?	1	2	3	4
¿Cree usted que el municipio cuenta o no con potencial para la actividad turística?	1	2	3	4
¿Considera que es la agricultura la actividad más representativa del municipio?	1	2	3	4
¿Qué importancia representa para usted que Machetá cuente con una ubicación estratégica ?	1	2	3	4
¿Piensa usted que el municipio tiene una ausencia de un producto insignia para incentivar a los turistas que lo frecuentan?	1	2	3	4
¿Piensa que el municipio puede llegar a ser una competencia turística para los municipios aledaños?	1	2	3	4
¿Cree que el municipio tiene un desarrollo de turismo aceptable?	1	2	3	4
¿Qué tanto cree que es la falta de innovación en la oferta turística por falta de proyectos?	1	2	3	4
¿Para usted el municipio cuenta con información adecuada sobre la dinámica del turismo?	1	2	3	4
¿Qué tanto cree que están siendo aprovechados turísticamente los atractivos naturales y culturales del municipio de Machetá?	1	2	3	4
¿Considera que el municipio de Machetá sería un destino para la práctica de actividades turísticas?	1	2	3	4

¿Qué tanto considera importante que los prestadores locales del municipio estén cerca unos a los otros?	1	2	3	4
¿Qué tanto siente que los prestadores locales están comprometidos por un desarrollo turístico para el municipio de Machetá?	1	2	3	4
¿Qué tanto cree que realizar turismo en Machetá sea barato?	1	2	3	4
¿Considera adecuado que los prestadores locales con negocios asociados con turismo deben estar en la informalidad?	1	2	3	4
¿Qué tanto considera que la comunidad Machetuna esté comprometida con el desarrollo turístico del municipio?	1	2	3	4
¿Qué tanto considera que las autoridades públicas están invirtiendo para fomentar el desarrollo turístico del municipio?	1	2	3	4
¿Conoce o está enterado del tipo de información que hay sobre turismo en el municipio?	1	2	3	4
¿Qué tanto cree que se asocian los prestadores turísticos locales para desarrollar productos turísticos en donde todos se vean beneficiados?	1	2	3	4