

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)



**PROYECTO DE DESARROLLO TURÍSTICO DE LA VEREDA MUNDO NUEVO –
MUNICIPIO DE LA CALERA**

JENNY ANDREA LÓPEZ OCHOA

PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MAGISTER EN GESTIÓN DEL TURISMO
SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Diciembre, 2023

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión del Turismo Sostenible

Ing. Mario A. Socatelli P.
PROFESOR TUTOR

Gloriana Reyes Rojas
LECTOR No.1

Karol Casasola Guerrero
LECTOR No.2



Jenny Andrea López Ochoa
SUSTENTANTE

Dedicatoria

A Dios, por mostrarme el camino, fortalecerme en todo momento e iluminarme para culminar este gran propósito.

A mis padres, por guiarme a través de la vida, por mostrarme que todo lo propuesto y la fe puesta en Dios, se hace posible.

A mis hermanitos por siempre estar, por darme una voz de aliento y celebrar cada momento de este camino.

A mi amor, por apoyarme en momentos donde el tiempo no alcanzaba, por instarme a seguir y no desfallecer.

Agradecimientos

A la fundación Grupo Conserva, por permitirme realizar mis estudios y análisis de la mano de ellos, en pro del fortalecimiento de la Vereda Mundo Nuevo.

Al maestro Mario Socatelli que desde el momento en el que lo conocí, fue una gran inspiración, su dedicación y compromiso hacen de esta labor del turismo sea cada vez, más enriquecedora.

A mis compañeras de curso, Jasmine, Yessenia y Anais, con las cuales estudiamos cada tema, trasnochamos cada módulo e íbamos incursionando en nuestros países aprendiendo un poco más la una a la otra, grandes chicas, pronto espero conocer sus hermosos países Perú y España; y en Colombia las espera una enamorada y apasionada por las culturas, la naturaleza al igual que ustedes.

A la Universidad por la oportunidad de obtener la beca, sin ella, este gran logro no fuera posible, sus tutores, especialistas y pensum, hicieron de mi perfil como profesional y persona crecieran de manera enorme, con muchas ganas de continuar aprendiendo y contribuyendo al turismo.

índice de contenidos

Dedicatoria.....	iii
Agradecimientos	iv
índice de contenidos.....	v
Índice de figuras.....	vii
Índice de abreviaturas	x
Resumen ejecutivo	1
1. Introducción	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Problemática.	4
1.3 Justificación	5
1.4 Supuestos	6
1.5 Restricciones	7
1.6 Objetivo General.....	7
1.7 Objetivos Específicos.....	7
2. Marco teórico conceptual.....	8
2.1 Conceptos generales:	8
Atractivo turístico:	8
2.2 Marco Referencial:.....	10
3. MARCO METODOLOGICO.....	12
3.1 Fuentes de información:.....	13
3.1.1 Fuentes Primarias:.....	13
3.1.2 Fuentes Secundarias:.....	13
3.2 Método de Investigación:.....	14
3.2.1 Enfoque cuantitativo:	14
3.2.2 Enfoque cualitativo:	17
4. Desarrollo.....	19
4.1 Contexto Geográfico.....	19
4.2 Atractivos naturales y culturales	21
4.2.1 Inventario de atractivos turísticos	21
4.3 Trabajo Con La Comunidad y Grupos Focales.....	33
4.3.1 Mapa de actores	37
4.4 Entrevista semiestructurada	38
4.4.1 Análisis de percepción de demanda del turismo en la zona oriental de la Calera	38
4.4.2 Análisis percepción de oferta Vereda Mundo Nuevo:	50
5. Matriz DOFA	58
6. Planteamiento Estratégico De Desarrollo Turístico Sostenible Vereda Mundo Nuevo 2023 - 2026.....	60
6.1 Eje estratégico 1. Planeación, Ordenamiento y Operación Turística.....	60

6.1.3 Programa de planes de manejo de los atractivos naturales y culturales	61
6.1.4 Programa de identificación y fortalecimiento a las organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro que promuevan la apropiación y protección del territorio	62
6.1.5 Programa de gestión integral del turismo, para preservar los atractivos turísticos vinculando alternativas de transformación ambiental “economía circular”	62
6.2 Eje estratégico 2. Destino accesible y participativo	63
6.2.1 Programa de infraestructura para el turista y la comunidad	64
6.3 Eje estratégico 3. Fortalecimiento de capacidades técnicas a prestadores de servicios turísticos, comunidad y entidades gubernamentales/no gubernamentales del sector.	65
6.3.1 Programa de sensibilización entorno a la cultura turística y ambiental	65
6.3.2 Programa en manejo de residuos sólidos, líquidos, contaminación auditiva, visual y estructural en territorios rurales	66
6.3.3 Programa colegios amigos del turismo	66
6.3.4 Programa de formación, formalización a familias campesinas y procesos comunitarios	66
6.4 Eje estratégico 4. Producto, promoción y posicionamiento turístico.....	67
6.4.2 Proyecto de estudio de mercado turístico para el territorio	68
6.4.3 Proyecto de promoción y divulgación de los productos turísticas, rutas y su cadena de valor	68
7. Cronograma Plan De Acción	70
8. Planteamiento Estructuración Organizativa en Vereda Mundo Nuevo	72
9. Conclusiones	74
10. Recomendaciones	75
11. Bibliografía	76
12. Anexos	77
12.1 Anexo 1. Acta tesina	77

Índice de figuras

Ilustración 1. Marco metodológico	12
Ilustración 2. Encuesta aplicada – caracterización demanda Vereda Mundo Nuevo	15
Ilustración 3. Encuesta aplicada - caracterización oferta turística Vereda Mundo Nuevo	16
Ilustración 4. Mapa de potenciales turísticos Vereda Mundo Nuevo - Zona de Influencia PNN Chingaza	20
Ilustración 5. Potenciales turísticos Vereda Mundo Nuevo.....	20
Ilustración 6. Patrimonio cultural - material - Camino de herradura.....	22
Ilustración 7. Patrimonio cultural - inmaterial - Arepa Caleruna	23
Ilustración 8. Sitios Naturales - Laguna Brava	24
Ilustración 9. Sitios Naturales - Laguna Chiquita.....	25
Ilustración 10. Sitios Naturales - 7 Cascadas.....	26
Ilustración 11. Sitios Naturales - PNN Chingaza.....	27
Ilustración 12. Sitios Naturales - Quebrada Calostros	28
Ilustración 13. Sitios Naturales - Quebrada Jaboncillos	29
Ilustración 14. Sitios Naturales - Rio Blanco.....	30
Ilustración 15. Sitios Naturales - Cascada Guasimales.....	31
Ilustración 16. Análisis y creación DOFA	35
Ilustración 17. Taller turismo comunitario	35
Ilustración 18. Salida de campo inventarios turísticos.....	36
Ilustración 19. Socialización tesis Institución Educativa.....	36
Ilustración 20. Mapa de actores Vereda Mundo Nuevo	37
Ilustración 21. Análisis cuantitativo percepción demanda – género.....	39
Ilustración 22. Análisis cuantitativo percepción de demanda - edad.....	39
Ilustración 23. Análisis cuantitativo percepción de demanda - lugar de residencia habitual	40
Ilustración 24. Análisis cuantitativo percepción de demanda - lugar de residencia (departamento, país o ciudad)	40
Ilustración 25. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Nivel educativo.....	41
Ilustración 26. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Principal ocupación	41
Ilustración 27. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Principal razón o motivo de visita	42
Ilustración 28. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Sitio visitado	42
Ilustración 29. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Primera vez recorriendo el destino	43
Ilustración 30. Análisis cuantitativo percepción de demanda. Con quien realizó el viaje.....	43
Ilustración 31. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Recomendación de visita	44
Ilustración 32. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Calidad de potenciales turísticos	44
Ilustración 33. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Calidad en los servicios turísticos	45
Ilustración 34. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Valoración calidad - precio.....	45
Ilustración 35. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Medio principal de información	46

Ilustración 36. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Reconocimiento de otro atractivo natural en el territorio.....	46
Ilustración 37. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Análisis cuantitativo percepción de demanda - Volvería a visitar el territorio.....	47
Ilustración 38. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Visito el territorio en compañía de una agencia de viajes	47
Ilustración 39. Análisis cuantitativo percepción de demanda - El recorrido lo realizo con mascotas.....	48
Ilustración 40. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Focos de contaminación	48
Ilustración 41. Análisis de percepción de oferta - Género.....	52
Ilustración 42. Análisis de percepción de oferta - Tipo de emprendimiento	52
Ilustración 43. Análisis de percepción de oferta - Principal ocupación.....	53
Ilustración 44. Análisis de percepción de oferta - Tipo de prestador de servicios turísticos.....	53
Ilustración 45. Análisis de percepción de oferta - Servicio o actividad ofrecida	54
Ilustración 46. Análisis de percepción de oferta - RNT.....	54
Ilustración 47. Análisis de percepción de oferta - Articulación con la comunidad	54
Ilustración 48. Análisis de percepción de oferta - Servicios que se articulan con la comunidad .	55
Ilustración 49. Relación con los Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 1	63
Ilustración 50. Relación con los Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 2.....	65
Ilustración 51. Relación Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 3	67
Ilustración 52. Relación Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 4	69
Ilustración 53. Articulación Público - Privada.....	73

Índice de cuadros

Tabla 1. Valoración atractivos turísticos	32
Tabla 2. Ficha técnica aplicación de encuestas de demanda	38
Tabla 3. Resultado encuesta de percepción de demanda	49
Tabla 4. Ficha técnica aplicación de encuesta de oferta	51
Tabla 5. Resultado encuesta percepción de oferta	56
Tabla 6. Matriz DOFA	58
Tabla 7. Cronograma Plan de acción	70

Índice de abreviaturas

ABREVIATURA	SIGNIFICADO
PNN	Parque Nacional Natural
PNNCH	Parque Nacional Natural Chingaza
CAR	la Corporación Autónoma Regional
EAAB	Empresa de Acueducto y alcantarillado de Bogotá
IEDR	Institución Educativa Departamental Rural
FONTUR	Fondo Nacional de turismo en Colombia
RNT	Registro Nacional de turismo
OMT	Organización Mundial del turismo
SPNN	Sistema Nacional de Parques Nacionales Naturales de Colombia
ODS	Objetivos de desarrollo sostenible

Resumen ejecutivo

La Vereda Mundo Nuevo, ubicada a 29 kilómetros del Municipio de la Calera por el sector oriental, con vía de acceso terciaria destapada, es reconocida por sus atractivos naturales, y frecuentada por visitantes principalmente de origen Bogotano (Ciudad Capital de Colombia), con la intención de disfrutar del entorno natural, la desconexión y observación faunística, aprovechando las bondades de encontrarse en zona de amortiguación de un Parque Nacional Natural; aunque este territorio cuenta con características favorables en paisajismo, sus pobladores no se benefician de la actividad turística, toda vez que la planificación, el involucramiento de la comunidad y fortalecimiento de las capacidades técnicas son incipientes.

Teniendo en cuenta lo anterior, la presente propuesta pretende iniciar un proceso de apropiación y organización de la comunidad con la finalidad de generar beneficios a la población de la Vereda Mundo Nuevo y circunvecinas. A través de la identificación de los recursos turísticos del territorio que podrían constituirse en los atractivos para el establecimiento de lineamientos de desarrollo sostenible que caractericen la Vereda Mundo Nuevo como destino turístico, la conceptualización de los elementos necesarios que conduzcan a la gobernanza turística del territorio para generar un desarrollo turístico el cual vincule la comunidad, las entidades territoriales y nacionales y la estructuración de un proceso articulador comunitario que posibilite la implementación de acciones de economía circular en el territorio con la finalidad de generar apropiación, preservación, protección y relevo generacional en el territorio.

Lo anterior se realizará mediante entrevistas a visitantes del territorio, empresarios turísticos que ofertan los atractivos naturales, reuniones conjuntas con la comunidad y análisis de observación directa en el territorio, lo cual nos brinda herramientas cualitativas y cuantitativas para la generación de una propuesta de desarrollo turístico en la vereda Mundo Nuevo, buscando así, articular los actores gubernamentales, privados y comunitarios, en una gobernanza en el territorio, generando un turismo sostenible y duradero.

A través de las siguientes páginas, se presenta a los lectores, el estado actual del turismo en esta zona, su incidencia en la economía y como se proyecta, mediante el fortalecimiento de la identidad cultural y la salvaguarda del entorno natural. Identificando como a través del desarrollo económico

mediante un turismo sostenible, planificado y articulado, se beneficia una población campesina, ubicada en zona de influencia de un área protegida, en el cual además de buscar una fuente de ingresos que involucre a toda una comunidad, constituyéndose como un aliado de la conservación, puesto que el 80% de la vereda converge como zona de influencia del PNN Chingaza, y zona de reserva nacional natural protectora Rio Blanco, Rio Negro.

A partir de lo anterior expuesto se proponen los siguientes ejes estratégicos:

1. Planeación, ordenamiento y operación turística
2. Destino accesible y participativo
3. Fortalecimiento de capacidades técnicas a prestadores de servicios turísticos, comunidad y entidades gubernamentales/no gubernamentales del sector.
4. Producto, promoción y posicionamiento turístico

Cada uno de los ejes estratégicos establece programas, proyectos y aliados estratégicos que son activos en territorio o que se necesitan involucrar; en el desarrollo de estos ejes, se pensó en las consideraciones actuales en la vereda y el interés de involucrar a mediano plazo las veredas vecinas que hacen parte de la zona oriental del Municipio de La Calera.

1. Introducción

El proyecto se establece bajo la premisa de consolidar una propuesta social que permita el beneficio de las comunidades asentadas en La Vereda Mundo Nuevo- La Calera a partir de ejercicios de integración y propuestas de desarrollo sostenible, a través de la generación de estrategias económicas alrededor de la naturaleza, mejorar la percepción de apoyo a la comunidad y estructurar medidas de medidas de monitoreo y restauración del ecosistema.

Por lo menos el 80% de la vereda se encuentra en área protegida. Una parte es Reserva Forestal del Río Blanco y el Río Negro, encontrando total o parcialmente 62 predios, de igual manera en la Vereda se encuentran ubicados 6 predios del municipio, adquiridos en convenio con la Corporación Autónoma Regional (CAR) y la Gobernación con objetivos de conservación, estos predios son atravesados por varios caminos y senderos, utilizados de manera no organizada ni planificada para el turismo.

La Vereda Mundo Nuevo por su ubicación geográfica es de gran importancia para el aprovechamiento de los servicios ecosistémicos, ya que esta zona cuenta con: exuberantes paisajes, cascadas por doquier, bosque alto andino, diversidad de especies de flora y fauna.

En 1991 se reportaron para el área 472 especies de fanerógamas, 223 géneros y 79 familias vegetales, estimándose un número de especies superior a 3.000. (Según Tomas Esteves 2007). Lo cual prefigura este lugar como un sitio de inducción y educación ambiental,

La Vereda Mundo Nuevo y sus alrededores cuentan con unas mínimas infraestructuras especiales para el desarrollo de las actividades eco turísticas dándonos una gran ventaja para nuestra propuesta, la cual lograría generar en corto plazo aportes para una estrategia de turismo comunitario de Naturaleza Auto sostenible, buscando una alianza estratégica con PNNCH la Empresa de Acueducto y alcantarillado de Bogotá (EAAB) y otras organizaciones que contribuyan con la conservación y preservación del medio ambiente.

1.1 Antecedentes

A través del proyecto Páramos en el año 2015, se realizó un plan estratégico de turismo de naturaleza comunitario para ecosistemas estratégicos de alta montaña y área de influencia de los

páramos de Guerrero, Chingaza, Sumapaz y Cerros Orientales, este documento fue elaborado por el EAAB, Alcaldía de Bogotá, sistema General de Regalías. En este documento se brindan líneas estratégicas de trabajo y fortalecimiento a las comunidades, quedando tan solo en la estructuración del esquema y pasos a seguir, sin seguimiento gubernamental o comunitario.

En La Vereda Mundo Nuevo directamente se han realizado caracterizaciones ambientales y restaurativas, por parte del PNNCH, EAAB, específicamente, todo esto sin brindar continuidad en procesos económicos y sostenibles. sin continuar hacia un proceso económico sostenible. Para el territorio, los procesos han sido independientes, encontrando diversas fundaciones que con el tiempo han cancelado su labor, o algunas fincas que ofrecen servicios de alojamiento, de manera rudimentaria a algunos visitantes que llegan a conocer este espacio.

A partir del año 2022 la Fundación Grupo Conserva hasta la fecha ha sembrado 12.500 árboles entre nativos de bosque alto andino y frutales propios del territorio, aunándolo al proyecto “raíces emprendedoras” liderado por una familia de la comunidad, el cual busca que los habitantes de la comunidad sean quienes vendan las plántulas recogidas del bosque y por medio de este proceso se genere investigación y reconocimiento del espacio natural para su conservación.

Actualmente, toda la zona oriental del municipio de la Calera es de los espacios de mayor reconocimiento por sus atractivos naturales y culturales, para la apropiación y aprovechamiento turístico, sin embargo, los esfuerzos han sido de manera individual y sin beneficio continuo, viendo el poco apoyo gubernamental o de entidades de cooperación internacional, debido a la falta de proyección y conocimiento por las comunidades asentadas en territorio,

1.2 Problemática.

La Vereda Mundo Nuevo, por su ubicación estratégica, es una Vereda que brinda servicios ecosistémicos, a toda una comunidad y entorno de la zona Oriental de La Calera, entre los que se pueden identificar son valor educativo, patrimonio cultural, el agua, hábitat de especies, polinización, arraigo o pertenecía y servicios recreativo y de ecoturismo, los cuales se deben preservar, conservar y difundir de manera sostenible; por lo tanto al contar con un reconocimiento local y regional de los potenciales turísticos sin un planteamiento económico, ambiental y social, mediante una plan de ordenamiento turístico estructurado que permita mejorar la calidad de vida

de la comunidad a través del turismo, genera segmentación económica según los atributos del territorio.

Actualmente la comunidad no se encuentra organizada alrededor de una economía establecida, y el turismo no es ajeno a este desorden, por ende, la población observa como diferentes agencias de viajes de Bogotá y nacionales ingresan a los recursos naturales con turistas, sin beneficiar económicamente a la comunidad, dejando residuos a su paso, sin control y respeto por el entorno visitado.

Teniendo en cuenta lo anterior se identifica que un territorio sin planificación, análisis y diagnóstico, donde el principal actor sea la comunidad y su entorno, genera mayores brechas sociales, económicas y ambientales, generando un declive económico y traslado de los jóvenes rurales a la ciudad, sin arraigo de su territorio; en el momento de crear este proyecto se corroboró la necesidad de establecer lineamientos claros, rutas a seguir y apoyo interinstitucional en el territorio específicamente del sector turístico.

Además de la afectación social, cultural y desplazamiento hacia la ciudad, se pierde poco a poco la biodiversidad del territorio, afectando grandemente los servicios ecosistémicos del territorio, puesto si no se conoce, no se protege, estableciendo a largo plazo, disminución de agua para el consumo, reducción en el hábitat de las especies y polinización que propende por el equilibrio natural en el ecosistema.

1.3 Justificación

La Vereda Mundo Nuevo, hace parte importante de la zona de influencia del PNN Chingaza, y acceso a un reconocido sector de este, para observación de aves, fauna nativa de los ecosistemas de páramo y bosque alto andino, generación de fuentes hídricas, siendo esto un gran potencial turístico que, desarrollado de manera sistémica y articulada, puede generar beneficios no solo económicos, sino sociales, estructurales y de calidad de vida para la comunidad.

Los recursos naturales actualmente visitados en el territorio son:

- Cascada Guasimales
- 7 cascadas

- Laguna brava, laguna chiquita y la chucua
- Recorridos en bicicleta de altamontaña
- Observación de aves
- Acceso de turismo no regulado al PNN Chingaza por sector no autorizado ni reglamentado
– KM 8

A partir del desarrollo de la presente propuesta, se busca minimizar la expansión agrícola y ganadera en el territorio mediante la conservación y reconocimiento de los servicios ecosistémicos que se pueden aprovechar para un beneficio económico y social, buscando de esta manera mayor apropiación del territorio desde los más pequeños en capacitaciones, talleres e inclusión de temáticas ambientales, turísticas en la IEDR Integrado La Calera, con la finalidad de establecer nuevas fuentes de ingresos para las familias asentadas en la Vereda.

En este sentido, y la articulación interinstitucional, se brindarán acciones colectivas, donde la mejora de la vía de acceso, iluminación, prestación de servicios médicos, acueducto y manejo de residuos, será una realidad, puesto que el turismo planificado, ordenado y articulado con los diferentes actores sociales, comunitarios e institucionales, establecen un desarrollo exitoso, sostenible y adecuado para los habitantes de la zona y sus vecinos.

1.4 Supuestos

- ¿De qué manera la población de la vereda Mundo Nuevo, se puede beneficiar a través de la oferta turística?
- ¿Si, se realizará la caracterización de la vereda Mundo Nuevo desde el turismo, es posible generar una alternativa económica alrededor de la prestación de este servicio?
- ¿La población de Mundo Nuevo, se encuentra interesada en fortalecer el turismo en su territorio?
- ¿Además de los recursos naturales ya reconocidos, existen otros espacios naturales o culturales a fortalecer?

1.5 Restricciones

- Poca accesibilidad a información del territorio
- Baja confianza en entregar información y apoyo a nuevas propuestas económicas en la comunidad
- Reconocimiento y apropiación de las potencialidades turísticas
- Desconocimiento específico en la comunidad de turismo y los valores agregados
- Debilidad en trabajo articulado entre la comunidad
- Débil articulación entre las comunidades y las empresas establecidas en el sector

1.6 Objetivo General

Formular un proyecto de desarrollo turístico para beneficiar las comunidades asentadas en La Vereda Mundo Nuevo – La Calera a partir de ejercicios de integración y propuestas de desarrollo sostenible durante el 2023.

1.7 Objetivos Específicos

Identificar los recursos turísticos del territorio que podrían constituirse en los atractivos para el establecimiento de lineamientos de desarrollo sostenible que caractericen la Vereda Mundo Nuevo como destino turístico.

Conceptuar los elementos necesarios que conduzcan a la gobernanza turística del territorio para generar un desarrollo turístico articulador con la comunidad, las entidades territoriales y nacionales.

Establecer una estructura que posibilite la implementación de acciones de economía circular en el territorio con la finalidad de generar apropiación, preservación, protección y relevo generacional en el territorio.

2. Marco teórico conceptual

2.1 Conceptos generales:

Atractivo turístico: Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico, es el componente fundamental del producto turístico. (FONTUR).

Cadena de valor: Es la secuencia de actividades primarias de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. (OMT).

Economía circular: Se sostiene en tres principios: eliminar los desechos y la contaminación desde el principio, mantener los productos y materiales, en unos y regenerar los sistemas naturales. Este modelo es restaurativo y regenerativo por diseño y tiene como objetivo mantener los productos, componentes y materiales en su mayor utilidad y valor en todo momento. (National Geographic)

Gobernanza: Organización para gobernar y ejercer el poder que genere gobernabilidad, bajo principios basados en las estructuras, procesos, reglas y prácticas, eje de las interacciones entre los actores afectados por el ejercicio de gobierno, la manera de tomar decisiones en lo público, buscando la participación de diferentes actores locales. (Figueredo, RM).

Impacto: Es el cambio logrado en la situación de la población como resultado de los productos y efectos obtenidos con el proyecto. Se trata del nivel más elevado de resultados o de la finalidad del ciclo del proyecto, cuando se genera la totalidad de los beneficios previstos en su operación. (Glosario. Departamento Nacional de Planeación de Colombia).

Objetivos de desarrollo sostenible – ODS: Son el plan maestro para conseguir un futuro sostenible para todos. Se interrelacionan entre sí e incorporan los desafíos globales a los que nos enfrentamos día a día, como la pobreza, la desigualdad, el clima, la degradación ambiental, la prosperidad, la paz y la justicia. (Naciones Unidas).

Planificación: Proceso continuo que busca aprovechar las oportunidades, reducir o mitigar las amenazas, potenciar las fortalezas, transformar las debilidades, dar soluciones a problemas y atender las necesidades, a través de estrategias que apunten, de manera eficiente, al cumplimiento de metas y objetivos. (Glosario, Departamento Nacional de Planeación de Colombia).

Prestador de servicios turísticos: Toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere la ley y que se encuentre inscrito en el Registro Nacional de turismo – RNT (Ley 300 de 1996).

Recurso turístico: Es el conjunto de todos los bienes que hacen parte de un ámbito geográfico específico y que son capaces de atraer por sí mismos viajeros haciendo así posible la actividad turística. El recurso turístico es, entonces un elemento esencial para poder explotar un destino turístico. Una vez se ha trabajado en el desarrollo de ese destino, es cuando surgen servicios de alojamiento, restauración, entretenimiento y todos aquellos que engloban al turismo como tal. (OMT).

Servicios ecosistémicos: Son los beneficios que aportan los ecosistemas a los seres humanos para realizarse en todas sus facetas. Cuenta con 4 tipos de servicios ecosistémicos (de soporte, aprovisionamiento, regulación y cultural), (ONU, evaluación de los ecosistemas del Milenio 2005).

Turismo: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (Que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (OMT).

2.2 Marco Referencial:

Plan sectorial de turismo 2022 – 2026, (Turismo en armonía con la vida), Ministerio de Industria, Comercio y Turismo – Viceministerio de turismo, plantea en su eje estratégico 2 – territorios turísticos para la equidad y el bienestar “potenciar el desarrollo territorial del turismo mejorando la gobernanza nacional y regional del turismo, las capacidades de gestión público – privada, las herramientas de política existentes y optimizar las condiciones de la infraestructura, seguridad y atracción de la inversión en los destinos. Es por ello por lo que a través de los programas y proyectos que enmarca este eje, que se plantea el presente indicador a efectos de establecer el resultado del desarrollo e implementación de estos en los territorios y comunidades.”.

Política de turismo sostenible “Unidos por la naturaleza” 2020, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo – Viceministerio de turismo, establece que “Esta Política busca armonizar los objetivos de desarrollo económico y sociocultural del turismo con la necesidad de proteger el capital natural que hace de Colombia un destino atractivo para un alto volumen de turistas y que es una de sus principales fuentes de riqueza y de generación de equidad. Tiene el objetivo de fortalecer el sector, consolidándolo como un negocio económicamente rentable y viable, pero también como un vehículo de desarrollo social, un medio de protección de los modos de vida de las comunidades y un instrumento para la conservación del medio ambiente, la biodiversidad, los paisajes, los ecosistemas y los recursos naturales del país”.

Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia (2012) establece “El turismo comunitario debe comprenderse como una estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas a problemas complejos como la paz y el desarrollo. También se constituye en una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos locales de manera sostenible,

que permiten generar empleo y nuevas formas de generación de ingresos económicos a comunidades con recursos económicos limitados o excluidas”.

Guía para la planificación del ecoturismo en Parques Nacionales Naturales de Colombia,

Este documento desarrolla tres capítulos. El primero, “Lo que significa”, explica la connotación del ecoturismo para la sociedad, la definición específica para Parques Nacionales, los principios bajo los cuales se rige y las directrices (Resolución 531 , 2013), y líneas de acción que deben implementar las instituciones. El segundo, “La conceptualización”, define conceptos básicos para aclarar y llevar a la práctica la planificación del ecoturismo. Por último, el tercer capítulo, “Ejercicio aplicado de planificación”, lleva al planificador a comprender la guía por medio de un ejercicio aplicado en las áreas del SPNN.

Plan de ordenamiento ecoturístico – Parque Nacional Natural Chingaza (2022)

Parques Nacionales Naturales de Colombia “En los últimos cinco años la prestación de servicios ecoturísticos comunitarios del área protegida (AP) se han enfocado en la gestión del patrimonio cultural y natural para comunicar la oferta de valor del PNN Chingaza, siendo el páramo, el bosque andino, el sistema lagunar y especies como el oso andino, el venado y especies de aves, los principales atractivos y potenciadores de visita en el destino. Los servicios prestados por las comunidades locales son fundamentales para considerar al área protegida en el marco de un escenario de integración regional tanto con el distrito, las provincias y los departamentos del Meta y Cundinamarca.

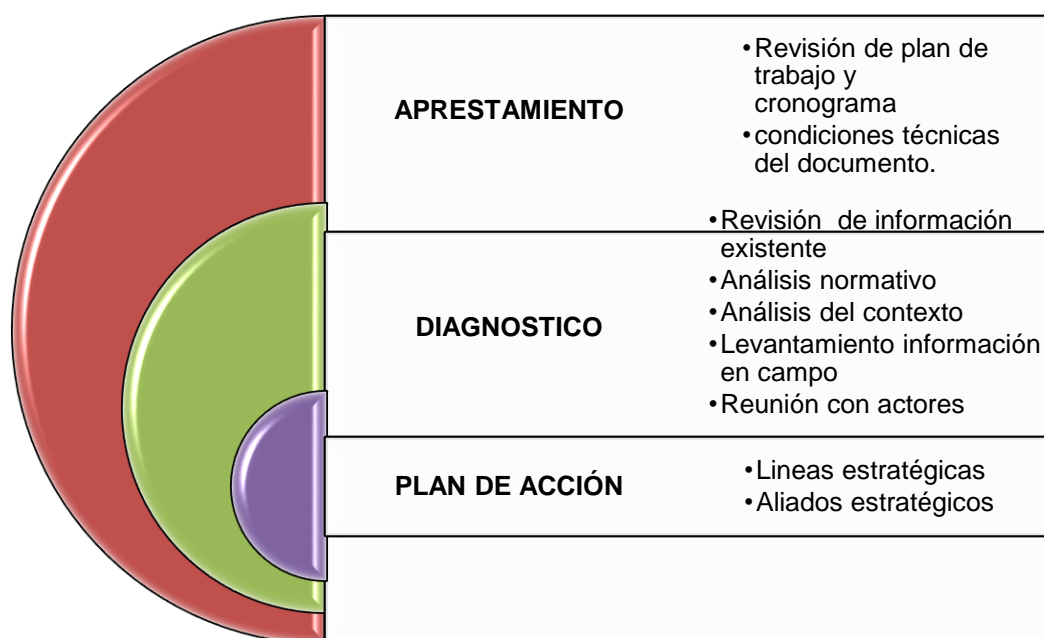
El presente proyecto se alinea a la reglamentación y directrices a partir del gobierno nacional a través de los ministerios adscritos que son el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, con el Viceministerio de Turismo, y el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, con la Dirección General de Parques Nacionales Naturales de Colombia y el Parque Nacional Natural Chingaza, del cual se hace parte importante de su zona de influencia. Todo esto partiendo que el territorio elegido como estudio, se encuentra en etapa incipiente de desarrollo.

3. MARCO METODOLOGICO

Este proyecto de investigación es de tipo mixto, en el cual se interrelacionan lo cualitativo, desde la observación, valoraciones sujetas de estudio y concepto, y lo cuantitativo en donde se interpretan datos estadísticos.

En la siguiente grafica identificamos los pasos tenidos en cuenta para el desarrollo de la presente investigación, se sugieren tres (3) pasos, generando direccionamiento hacia unas líneas estratégicas y planteamiento de aliados para un desarrollo sostenible en el territorio de la Vereda Mundo Nuevo.

Ilustración 1. Marco metodológico



3.1 Fuentes de información:

3.1.1 Fuentes Primarias:

Las fuentes de información primaria partirán del trabajo con los diferentes actores identificados en el territorio. Se destaca la participación de instituciones tanto públicos y empresas prestadoras de servicios ecoturísticos y campesinos que se encuentran ubicados en el espacio a estudiar.

- a. Encuesta de interés operadores de turismo del territorio; herramienta para medir la percepción e interés de los operadores de turismo en cuanto al servicio y encadenamiento.
- b. Encuesta de satisfacción a visitantes atractivos naturales. Herramienta para medir la experiencia del visitante a los atractivos naturales y proyectar estrategias de mejora.
- c. Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos. Esta guía elaborada por el Viceministerio de Turismo propone según los criterios técnicos para la “evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos y recursos de los cuales dispone la región con el fin de seleccionar aquellos susceptibles de uso turístico inmediato o para establecer las acciones de mejoramiento de su calidad que hagan viable su inclusión en el diseño de productos turísticos”.
- d. Observación directa: Se basará en observar de manera concreta el comportamiento de la comunidad alrededor del turismo y su interés en fortalecer este sector de la economía en su Vereda.
- e. Reunión con la comunidad, identificando actores actuales y potenciales, y su interés en el fortalecimiento del turismo.

3.1.2 Fuentes Secundarias:

En el espacio turístico a investigar, han sido pocos los análisis y documentación realizada, entorno a la planificación y organización turística, por lo tanto, los identificados y socializados son:

- a. Plan de desarrollo convencional Municipio de La Calera 2022 – 2032 (Fondo Nacional de turismo, Fontur, Alcaldía de La Calera, Diana Perdomo). Este documento se encuentra en elaboración con recursos de Fontur y la Alcaldía de La Calera, y ejecutado por la consultora

Diana Perdomo, en el cual busca establecer estrategias y proyectos para fortalecimiento del municipio entorno al sector turístico.

- b. Proyecto páramos (2015) – Plan estratégico de turismo de naturaleza comunitario para ecosistemas estratégicos de alta montaña, en el cual se establecieron líneas estratégicas de trabajo y fortalecimiento a las comunidades.
- c. Plan de ordenamiento ecoturístico (POE) 2022 – 2026 – Parque Nacional Natural Chingaza, en el cual establecen lineamientos de fortalecimiento comunitario alrededor del turismo como una estrategia de conservación, en la zona de influencia del área protegida.

3.2 Método de Investigación:

Debido a la baja documentación y análisis del territorio, enfocado específicamente en el aprovechamiento del servicio ecosistémico cultural – recreación y ecoturismo, se decidió, utilizar el enfoque mixto, el cual interrelaciona el enfoque cuantitativo y cualitativo, por medio del cual la proyección y estudio estará vinculante entre datos estadísticos, conceptos y determinación de la comunidad, visitantes y operadores del territorio.

El método mixto representa un conjunto de procesos sistémicos, 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 (metainterferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

3.2.1 Enfoque cuantitativo:

Este enfoque está basado en los estudios de datos, resultados estadísticos, análisis de percepción y valoración de los recursos turísticos a través de los inventarios turísticos. Es el enfoque que usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. (Metodología de la investigación, 5ta edición, Hernández Sampieri, Fernández, Baptista – Mc Graw Hill, pág. 4).

- Encuestas:

Encuestas a visitantes y turistas: Mediante un formato preestablecido, con preguntas diseñadas y enfocadas hacia el destino a visitar, teniendo en cuenta que no se tiene el número de visitantes a la Vereda, se tomo como base la cantidad de encuestas realizadas para el Plan de desarrollo turístico del Municipio de La Calera, las cuales fueron cien (100) y la Vereda Mundo Nuevo es zona rural de este; entre treinta (30) Veredas establecidas. Para este ejercicio se realizaron diecinueve (19) encuestas a visitantes y turistas del territorio, teniendo en cuenta que se estableció el ejercicio en época de lluvias y el acceso a los recursos turísticos es de alta complejidad.

Ilustración 2. Encuesta aplicada – caracterización demanda Vereda Mundo Nuevo

VEREDA MUNDO NUEVO - VEREDA EL MANZANO - VEREDA LA JANGADA - VEREDA EL CERRO	
TURISMO ZONA ORIENTAL LA CALERA	
CARACTERIZACIÓN DEMANDA TURISTICA	
Esta encuesta pretende recoger información de la demanda turística de la zona oriental de la calera como insumo de planificación y organización del territorio	
1. Género a. Masculino _____ b. Femenino _____ c. Otro. Cuál _____	11. Califique en general, la calidad de los recursos turísticos visitados (Se refiere a la forma como están conservados y presentados al público, los sitios naturales, culturales y expresiones del patrimonio (siendo 1 menor valor de conservación y 10 mayor valor de conservación)
2. Edad A. De 18 a 30 _____ C. De 46 a 60 _____ B. De 31 a 45 _____ D. Mayor de 60 _____ E. Ns/Nr _____	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
3. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual? A. Nacional _____ B. Internacional _____ dpto _____ País _____ Ciudad _____ Ciudad _____	12. Califique su nivel de satisfacción de acuerdo con los servicios y atractivos turísticos que haya utilizado durante este viaje (siendo 1 muy poco satisfecho y 10 completamente satisfecho)
4. ¿Cuál es su nivel educativo? A. Primaria _____ D. Profesional Universitario _____ B. Secundaria _____ E. Estudios de Posgrado _____ C. Técnico o Tecnólogo _____ F. Ninguno _____	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
5. ¿Actualmente cual es su principal ocupación? A. Empresario _____ B. Empleado _____ C. Trabajador independiente _____ D. Oficios del hogar _____ E. Rentista y/o pensionado _____ F. Estudiante _____ G. Otro ¿cuál? _____	13. ¿Cuál es su valoración de la relación calidad-precio de los servicios utilizados durante su visita? A. Costoso: precio alto con un servicio de buena calidad B. Caro: Precio alto para un servicio de mala calidad C. Justo: o adecuado a la calidad recibida D. Económico: Precio bajo con una buena calidad de servicio
6. ¿Cuál fue la principal razón o motivo de su visita? A. Contacto con la Naturaleza _____ B. Descanso _____ C. Observación de aves _____ D. Bicicleta de montaña _____ E. Motociclista _____ F. Vecino/propietario _____ G. Otro: ¿Cuál? _____	14. ¿Cuál fue el medio principal por el cual se informo del destino? A. Familia o amigos _____ F. Publicidad en prensa _____ B. Agencia de viajes _____ G. Revistas especializadas _____ C. Por la empresa _____ H. Guías Turísticas impresas _____ D. Publicidad en TV _____ I. Páginas de internet _____ E. Publicidad radio _____ J. Ya conocía La Calera _____
7. Indique con quien realizó el viaje A. Solo _____ D. Compañeros de trabajo _____ B. Pareja _____ E. Amigos _____ C. Familia _____ F. Grupo _____	15. ¿Sabe de la existencia de algún otro atractivo o recurso natural en el territorio? Si _____ NO _____ Cuál _____
8. En la zona, ¿Qué sitio visitó? A. Cascada Guasimales _____ D. Otro. ¿Cuál? _____ B. 7 Cascadas _____ C. Laguna brava, laguna chiquita y la chucua _____ D. Orquideario de aves _____ E. Recorridos en bicicleta de altamontaña _____	16. ¿Volvería a visitar de nuevo este sitio turístico? Si _____ No _____ ¿Por qué? _____
9. Es su primera vez, recorriendo el destino? Si _____ NO _____	17. Si, visito la zona en compañía de una agencia de viajes, favor relacionar el nombre de esta. _____
10. ¿Recomendaría usted a sus amigos o familiares visitar la zona? Si _____ NO _____ ¿Por qué? _____	18. ¿Qué otras actividades o servicios le gustaria encontrar en el territorio? _____
	19. ¿El recorrido lo realizo con mascotas? Si _____ NO _____
	20. Si su respuesta anterior fue Si, favor indique si recibio, indicaciones de control y manejo con su mascota en el lugar. (Disposición de residuos, collar, bozal (si aplica), entre otras. Cuales. _____
	21. ¿Durante el recorrido, encontró focos de contaminación? Si _____ NO _____ Cuales _____
	22. ¿Por qué medio se entero del territorio y los atractivos naturales? A. Página alcaldía B. Redes sociales C. Agencia de viajes D. otro. Cuál _____
Observaciones: _____	



Encuestas a operadores de turismo legalizados: Bajo un formato preestablecido se realizó acercamiento a las agencias de viajes que operan el destino actualmente, de las cuales se establecieron ocho (8) empresas de turismo activas y con oferta hacia la Vereda, de las cuales cinco (5) accedieron a diligenciar la encuesta.

Ilustración 3. Encuesta aplicada - caracterización oferta turística Vereda Mundo Nuevo

VEREDA MUNDO NUEVO - VEREDA EL MANZANO - VEREDA LA JANGADA - VEREDA EL CERRO

TURISMO ZONA ORIENTAL LA CALERA CARACTERIZACIÓN OFERTA TURISTICA

Esta encuesta pretende recoger información de la oferta turística de la zona oriental de la calera como insumo de planificación y organización del territorio

1.	Género		7. Nombre de su empresa, emprendimiento o iniciativa
	a. Masculino	b. Femenino	c. Otro. Cuál
2.	Edad		8. ¿Su establecimiento cuenta con registro Nacional de turismo o Cámara de comercio?
A. ___	De 18 a 30		SI
B. ___	De 31 a 45		N de registro
C. ___	De 46 a 60		
D. ___	Mayor de 60		
E. ___	Ns/Nr		9. ¿Durante su prestación de servicios, articula con la comunidad?
3. ¿Tipo de emprendimiento?			SI
A. ___	Iniciativa		NO
B. ___	Emprendimiento		PORQUE
C. ___	Empresa		QUE SERVICIOS
4. ¿Cuál es su nivel educativo?			
A. ___	Primaria		
B. ___	Secundaria		
C. ___	Técnico o Tecnólogo		
D. ___	Profesional Universitario		
E. ___	Estudios de Posgrado		
F. ___	Ninguno		
5. ¿Actualmente cual es su principal ocupación?			
A. ___	Empresario		
B. ___	Empleado		
C. ___	Trabajador independiente		
D. ___	Oficios del hogar		
E. ___	Rentista y/o pensionado		
F. ___	Estudiante		
G. ___	Otro ¿cuál?		
6. ¿Tipo de prestador de servicios turísticos?			
A. ___	Alojamiento		
B. ___	Agencia de viajes		
C. ___	Recurso natural		
D. ___	Gastronomía		
E. ___	Transporte		
F. ___	otro. ¿Cuál?		



Las encuestas fueron aplicadas de manera presencial, en territorio.

- Inventario turístico: El Viceministerio de turismo de Colombia, cuenta con la metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos con actualización de Abril 2020, basado en esta metodología se hizo el inventario y se realizó la aplicabilidad del puntaje según condiciones de acceso, seguridad, singularidad paisajística y cultural, estado de conservación entre otros análisis que se realizan en los formatos.¹

La metodología cuenta con cinco (5) formatos:

Formulario 1. Patrimonio material – bienes muebles e inmuebles,

Formulario 2. Patrimonio inmaterial

Formulario 3. Patrimonio inmaterial – festividades y eventos

Formulario 4. Patrimonio inmaterial – grupos de especial interés

Formulario 5. Sitios naturales

Para el caso del presente proyecto, se tomaron en cuenta el formulario 1, 2 y 5.

3.2.2 Enfoque cualitativo:

Este enfoque utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación. (Metodología de la investigación, 5ta edición, Hernández Sampieri, Fernández, Baptista – Mc Graw Hill, pág. 4). Esta investigación cuenta con mínimos estudios realizados previamente, sin embargo, se establecen reuniones y observación directa de la población, con la finalidad de generar un análisis propio del territorio.

- Revisión documental Institucional
- Revisión documental conceptual
- Análisis de la cadena de valor
- Reconocimiento de campo

¹ Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, Abril 2020, Viceministerio de Turismo de Colombia.

- Análisis de vulnerabilidad (DOFA)

A partir de lo anterior se definen como técnicas de Investigación, formatos de recolección de información en el cual, a través de encuestas aleatorias a los visitantes de los recursos turísticos, a los operadores identificados que ofertan este destino se medirá la percepción e intensidad de compra y venta, buscando así una estrategia de mejora para la captación de recursos a la Vereda.

De igual manera se realizará la ubicación geográfica de cada uno de los recursos turísticos, con la finalidad de identificar cercanía al casco urbano y vías de acceso vehicular, sendero a este, esta ubicación geográfica se realizará mediante las visitas en campo de los potenciales naturales, en el cual se registrarán las características y fotografías de cada uno de ellos.

A través de los talleres grupales se busca fortalecer las capacidades técnicas del territorio, entorno al turismo, específicamente trabajo comunitario, relacionamiento, atención al cliente y encadenamiento productivo.

Todo lo anterior, nos brindará herramientas para elaborar una matriz DOFA – Debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, las cuales nos llevara a una elaboración de estrategias realizables en el marco del fortalecimiento turístico de la Vereda, enfocada hacia la comunidad con apoyo gubernamental y de organizaciones no gubernamentales.

4. Desarrollo

4.1 Contexto Geográfico.

Vereda ubicada a 2.350 msnm aproximadamente, en el oriente del Municipio de la Calera en el departamento de Cundinamarca, la cual, por su ubicación estratégica, cercanía del casco urbano (27 km de distancia) y su riqueza hídrica son priorizadas por el Parque Nacional Natural Chingaza para su conservación y cuidado. Específicamente por ser parte de la Reserva Forestal del orden Nacional denominada reserva nacional protectora Río Blanco y Negro.

Hacia el oriente limita con los municipios de Fómeque, Choachí y el PNN Chingaza, sector Mangón, Hacia el norte limita la quebrada Buitrago, afluente del Río Blanco, y el municipio de Guasca y el Sistema Rio Blanco de la empresa EAAB.

La zona cuenta con una variedad importante de especies vegetales. Se han registrado no menos de 383 especies de plantas y se estima que la flora total de la vereda puede sobrepasar las 2.000 especies. Entre las más reconocidas y de mayor valor ambiental podemos definir el pyrrhura Calliptera (Periquito aliamarillo) Andigena nigrirostris (Tucán celeste).

Actualmente se accede a la vereda por medio de una vía terciaria que comunica las veredas del oriente (Tunjaque, 36, la Hoya, La Jangada, entre otras) al igual que hacia el municipio de Choachi – actualmente reconocido como mejor aldea turística de Colombia por la OMT durante el año 2022, por su desarrollo turístico y aporte a la economía rural, cuidando y preservando su identidad cultural. Esta vía cuenta con 4 frecuencias diarias en los dos trayectos La calera – Mundo Nuevo – La Calera a un costo de \$8.000 por trayecto.

Ilustración 4. Mapa de potenciales turísticos Vereda Mundo Nuevo - Zona de Influencia PNN Chingaza

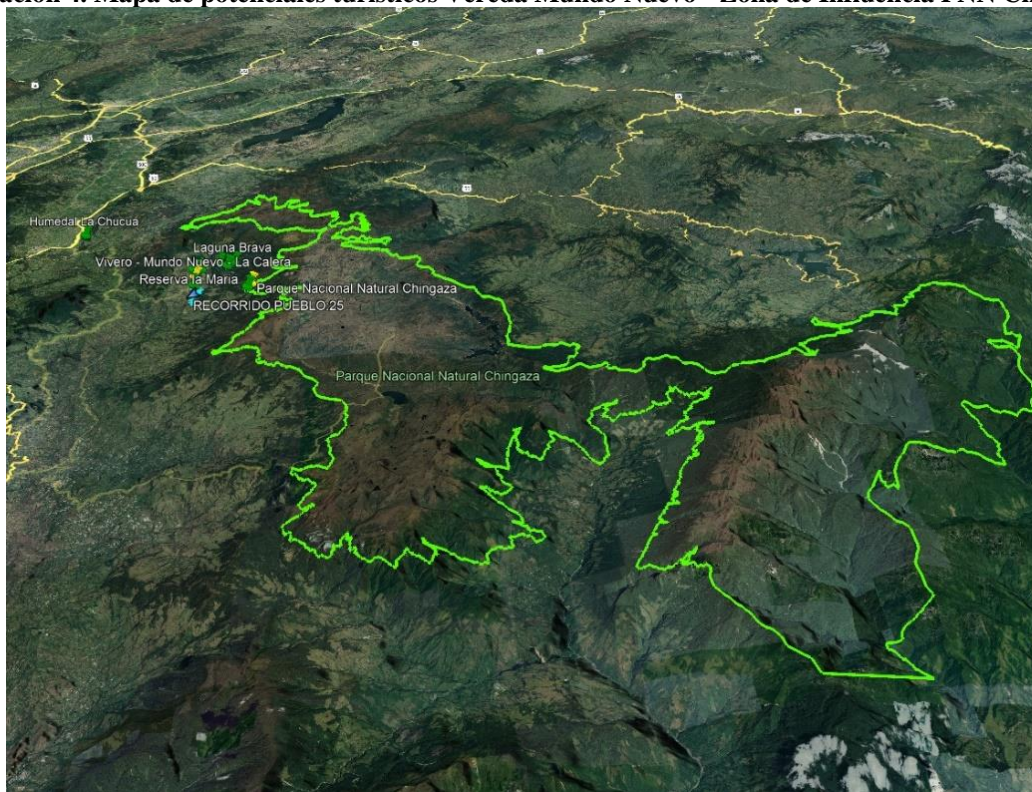


Ilustración 5. Potenciales turísticos Vereda Mundo Nuevo



4.2 Atractivos naturales y culturales

Con la finalidad de determinar acciones en los recursos turísticos, su enfoque, caracterización y priorización se realiza el inventario de los atractivos naturales y culturales que pueden ser sujetos a valoración y validación, proyectando a ser atractivos turísticos, bajo unos parámetros y beneficios. Para esta caracterización se tuvo en cuenta la metodología de inventarios de atractivos turísticos del Viceministerio de Turismo, su última actualización en abril 2020.

4.2.1 Inventario de atractivos turísticos

Para la realización de los inventarios de atractivos turísticos, se tuvo en cuenta los principales destinos de visita por parte de turistas y operadores del territorio. Teniendo en cuenta lo anterior se tomaron como referencia los formularios 1. Patrimonio Cultural – Patrimonio material – bienes culturales inmuebles y muebles, formulario 2. Patrimonio Cultural – Patrimonio inmaterial y formulario 5. Sitios naturales, cada uno de los formularios cuentan con puntajes de valoración, según determine su caracterización.

4.2.1.1 Formulario 1. Patrimonio Cultural – Patrimonio material – bienes culturales inmuebles y muebles:

Se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionado y percibido sensorialmente, constituido por el territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat humano; los hechos construidos, las manifestaciones físicas de la estructura productora y de los procesos de poblamiento; los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes, entre otros; y todo el universo de herramientas, utensilios, máquinas y demás objetos que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos. (Viceministerio de Turismo, Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, 2020)

Ilustración 6. Patrimonio cultural - material - Camino de herradura

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles			
A. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Camino de herradura		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Mundo Nuevo		
1.5. Administrador o Propietario	N/A		
1.6. Dirección / Ubicación	N/A		
1.7. Teléfono / Móvil	N/A		
1.8. Datos de Georreferenciación	4°39'24"N 73°52'06"W	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el parque principal la Calera son 28 kilómetros aproximadamente, se dirigen a el paradero de los buses transbónaire la Ruta Mundo Nuevo. Sube por la iglesia y a mano derecha encuentra el camino de herradura, el cual cruza el pueblo y se puede continuar hasta el municipio de Choachi, o cruzar al PNN Chingaza		
B. CARACTERÍSTICAS			
2.2. Código	25.377.1.1.1.3.1.		
2.2. Descripción	Estos caminos fueron las arterias por las que recorrieron las montañas llevando y trayendo productos de nuestros pueblos y caceros ubicados a lo largo de la cordillera, siendo base fundamentales para la economía y desarrollo de estos poblados, siendo estos un representante cultural tanto para campesinos, como comunidad en general.		
C. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Estado de Conservación (21)			15
Constitución del Bien (21)			15
Representatividad General (28)			20
	Subtotal		50
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12
	TOTAL		62
		Fuente:	Jenny Andrea López
		Fecha:	1/10/2023
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO COMPLEMENTARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO MATERIAL Bienes Culturales Inmuebles y Muebles			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido		Extremadamente frío
	Medio	X	Subnival
	Frío		Nival
	Muy frío		
Horario	Ingreso		
	Acceso	Restringido <input checked="" type="checkbox"/>	Entrada libre, si el acceso no es por predios privados
		Permanente <input checked="" type="checkbox"/>	
		Visita exterior <input type="checkbox"/>	
	Visita interior <input type="checkbox"/>		0
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)	Entrada	Gratuita - Libre	
Estado del atractivo	Satisfactorio		Son caminos recorridos por los lugareños, por ende se encuentran transitables en algunos tramos, sin embargo, para el turismo, hace falta adecuación con señalización, seguridad y espacios de atención al turista, como oferta de café, refrigerio, hidratación, de igual manera para primeros auxilios y atención de seguridad es mínima
	Buena	X	
	Regular		
	Mala o ruinoso		
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos		Descripción
	Culturales		Historico - cultural
	Artísticas		
	Físicas		
	Recreativas		Senderismo
Otras		N/A	
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, etc.)	Tipos		Descripción
			N/A
			N/A
			N/A
			N/A
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, Colombia travel, Google Maps, página web del municipio, youtube, otros	Tipos		Descripción
			N/A
	Publicaciones		
	Publicaciones Youtube		N/A
Otros		N/A	
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA EDAD, OTROS)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehiculo para personas de movilidad reducida, otro	Tipos		Descripción
			N/A
			N/A
			N/A
			N/A
Otros		N/A	
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre		Varios
	Dirección / Ubicación		
	Correo electrónico		
	Teléfono(s)		
Redes Sociales	Página Web		
	Facebook		
	Twitter		
	Instagram		
Referencia Bibliográfica	Otra		
Observaciones	Fundación Grupo Conserva - 2023		
Teniendo en cuenta que son caminos antiguos, actualmente cruza varias propiedades privadas, y PNN Chingaza, por lo cual se debe iniciar un estudio de factibilidad de rutas y espacios turísticos, acordes a la recuperación de la historia del territorio.			
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fecha:	1/10/2023



4.2.1.2 Formulario 2. Patrimonio Cultural – Patrimonio inmaterial:

Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folklore (entendido como sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad. (Viceministerio de Turismo, Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, 2020)

Ilustración 7. Patrimonio cultural - inmaterial - Arepa Caleruna

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO 2. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	La Arepa Caleruna				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	N/A				
1.5. Administrador o Propietario	N/A				
1.6. Dirección / Ubicación	N/A				
1.7. Teléfono / Fax	N/A				
1.8. Datos de Georreferenciación	La Calera pueblo y zona rural	1.9. Tipo de Acceso			
1.10. Indicaciones para el acceso:	Terrestre	X	Acuático	Aéreo	
2. CARACTERÍSTICAS					
2.2. Código Asignado	25.377.1.6.2.1				
2.2. Descripción	De acuerdo con la investigación realizada por Pérez y Carrillo (2020), en los municipios de la provincia de Oriente – Cundinamarca, en donde se encuentra el municipio de La Calera, "aún existe en el seno de las familias el deseo por obtener de forma fácil y rápida los ingredientes para la realización de esas preparaciones y lograr volver a obtener platos como la arepa de laja, amasijos a base de coyo y malanga, sopas y sudados a base de sagú, coyo, chonque y malanga, sorbetes de frutas silvestres como son los nisperos y arrayanes, entre otras" (p.46). De esta manera, en la zona central del municipio de La calera, La arepa de maíz pelado característica del territorio, hace parte de la oferta actual de diferentes establecimientos gastronómicos que comercializan arepas de maíz pelado, así mismo Barreto (2022), hace referencia al "festival a comer arepa en la Calera, siendo la arepa de maíz pelado uno de los platos típicos de la calera en su cultura gastronómica." (p.55)				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD			PUNTAJE		
Colectiva (14)			10		
Tradicional (14)			8		
Anónima (14)			14		
Espontánea (14)			10		
Popular (14)			14		
Subtotal			56		
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12		
TOTAL			68		
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fuente:	Alcaldía de La Calera		
		Fecha:	oct-23		
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO COMPLEMENTARIO 2. PATRIMONIO CULTURAL-PATRIMONIO INMATERIAL					
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES					
N/A					
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS					
Actividades	Tipos		Descripción		
	Culturales	Festival a Comer arepa			
	Artísticas	N/A			
	Físicas	N/A			
	Recreativas	N/A			
Otras	N/A				
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO					
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, página web del municipio, youtube, otros	Tipos		Descripción		
	Youtube	https://www.youtube.com/watch?v=2vwmt2Jm1nE			
Redes Sociales	Otros		N/A		
	Página Web	N/A			
	Facebook	N/A			
	Twitter	N/A			
	Instagram	N/A			
Otra	N/A				
Referencia Bibliográfica	Barreto (2022). Lineamientos para la creación de un archivo histórico: estudio de caso municipio La Calera. Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia. https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1099&context=maest_gestion_documental Pérez & Carrillo, (2020). Lo que no se narra se olvida : de la semilla a la mesa y para el mundo. Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA. ISBN: 978-958-15-0572-2 Bogotá, Colombia, 2020. https://repositorio.sena.edu.co/handle/11404/7487				
Observaciones	N/A				
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fecha:	oct-23		

4.2.1.3 Formulario 5. Sitios Naturales:

Contemplan las áreas geográficas (conjunto de atractivos con sus componentes) y los recursos naturales (que por sus características no permiten ser agrupados) de importancia e interés para el turismo. (Viceministerio de Turismo, Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, 2020)

Ilustración 8. Sitios Naturales - Laguna Brava




FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Laguna brava		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Mundo Nuevo, El Manzano, El Cerro		
1.5. Administrador o Propietario	Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá - PNN Chingaza		
1.6. Dirección / Ubicación	No aplica		
1.7. Teléfono / Fax	No aplica		
1.8. Datos de Georreferenciación	4°40'50.642"N 73°51'1.191"W	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso	Desde el parque principal la Calera son 28 kilómetros aproximadamente, se dirigen a el paradero de los buses transbore la Ruta mundo nuevo en el paradero de la quebrada calostros y caminando por el sendero la Chucua se dirige a la laguna brava		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado	25.377.2.4.3.1		
2.2. Descripción	Es un Sitio Sagrado de los indígenas Suaque, la leyenda cuenta que existe un camino alrededor de la laguna Brava donde se llega a un templo subterráneo y este se dirige al centro de la tierra. También se pueden escuchar leyendas de animales en oro. Fue explorada para excavaciones por esas leyendas atrayendo Guaqueros de diferentes partes del país. Se puede identificar fauna y flora del ecosistema de páramo. Especies como el oso, venado soche, cola blanca.		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD	PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)	10		
Sin contaminación del agua (10)	10		
Sin contaminación visual (10)	10		
Estado de conservación (10)	10		
Sin contaminación sonora (10)	10		
Diversidad (10)	10		
Singularidad (10)	6		
	Subtotal	66	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internaci	6		
TOTAL	72	Fuente:	Comunidad Mundo Nuevo
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fecha:	oct-23
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido		Extremadamente frío
	Medio	X	Subnivial
	Frio		Nival
	Muy frío		
Horario	Ingreso	No aplica	
	Acceso	Restringido	Días y horas de visita
		Permanente	X
		Visita exterior	
		Visita interior	
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros)	Entrada	Gratuita libre	
Estado del atractivo	Satisfactorio		
	Buena	X	
	Mala o ruinosa		
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos		
	Culturales	Se realizan pagamentos	
	Artísticas		
	Físicas	Senderismo, avistamiento de aves	
	Otras		
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo	Tipos		
		Su acceso es libre, y no cuenta con servicios que brinden comodidad al turista, para esto hace falta mejorar las condiciones de acceso y articulación de la comunidad con los operadores de turismo o familias que llevan visitantes a este espacio	
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO			
Folleto y guías, publicaciones, TripAdvisor, Colombia travel, Google Maps, página web del municipio, youtube, otros	Tipos		
		No cuenta con promoción de manera directa.	
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehículo para personas de movilidad reducida, otro	Tipos		
		No cuenta con servicio y facilidades de acceso para personas con dificultad de movilidad o comunicación.	
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre	Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá - PNN Chingaza	
	Dirección / Ubicación		
	Correo electrónico		
	Teléfono(s)		
	Página Web		
Redes Sociales	Facebook		
	Twitter		
	Instagram		
	Otra		
Referencia Bibliográfica	"Alcaldía Municipal de la Calera, Inventario Turístico 2019.		
Observaciones	Se hace necaria una articulación entre la comunidad, operadores y propietario del humedal, con la finalidad de brindar una mejor planeación del territorio		
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23

Ilustración 9. Sitios Naturales - Laguna Chiquita

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS				
FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES				
1. GENERALIDADES				
1.1. Nombre	Laguna Chiquita			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Mundo Nuevo, vereda el Manzano, Vereda El Cerro			
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Municipal de la Calera - Secretaria de medio ambiente y desarrollo Rural - programa de Guardabosques Ley 99 de 1993			
1.6. Dirección / Ubicación	No aplica			
1.7. Teléfono / Fax	No aplica			
1.8. Datos de Georreferenciación	4°40'34.086"N 73°51'12.996"W	1.9. Tipo de Acceso	<input checked="" type="checkbox"/> Terrestre <input type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso: Desde el parque principal la Calera son 27 kilómetros aproximadamente, se dirigen a el paradero de los buses transboaire la Ruta mundo nuevo que toma carrera 1 este y girar a la derecha 3.5 kilómetros hasta encontrar una "Y" en la que se debe cruzar a la izquierda avanzar 7 kilómetros hasta la siguiente Y y a la izquierda 2.4 kilómetros en la bifurcación a la izquierda continuar por esa vía por 1.7 kilómetros hasta la Y tomar nuevamente la izquierda por 2.7 kilómetros hasta la bifurcación en la que se cruza a la izquierda y se avanza 2.1 kilómetros allí se hace una U a la izquierda continuar 1.4 kilómetros cruzar a la derecha y seguir 10.4 kilómetros hacer nuevamente una U hacia la izquierda hasta el paradero la quebrada Calostros y se sube por el camino de la izquierda, camino la Chucua hasta la ramificación de la y de carpatoles y la Chucua desviando a mano izquierda 500 metros aproximadamente.				
2. CARACTERÍSTICAS				
2.2. Código Asignado	25377.2.4.3.2			
2.2. Descripción	Es un resumidero de aguas por gravedad y escorrentia se llena por temporada de lluvias y se desaparece en temporada seca, la Laguna tiene unas dimensiones aproximadas de 250 metros de ancho y 300 metros de largo especies de aves migratorias, es un camino obligado para llegar a la chucua y Laguna Brava. Es en un terreno serripastoril y actualmente se encuentra en restauración. Se encuentra a 2800 msnm las especies de fauna que se pueden observar o aves como, pyrruras, el pato de paramo Anas andium Hgloosa humeralis, colibríes, Garza Chiflón, Garza Real, y demás especies migratorias y especies de flora como Frialción Grandiflora, estrella de paramo, puya entre otras.			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN				
CALIDAD	PUNTAJE	 <p>imagen 1</p>		
Sin contaminación del aire (10)	10			
Sin contaminación del agua (10)	10			
Sin contaminación visual (10)	10			
Estado de conservación (10)	10			
Sin contaminación sonora (10)	7			
Diversidad (10)	6			
Singularidad (10)	6			
	Subtotal			63
	TOTAL			69
4. SIGNIFICADO				
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6	Fuente: Comunidad Mundo Nuevo		
		Fecha: oct-23		
Diligenciado por:	Jenny Andrea López			

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido		Extremadamente frío
	Medio	X	Subnival
	Frío		Nival
	Muy frío		
Horario	Ingreso		
	Acceso	Restringido	X
		Permanente	
		Visita exterior	
Días y horas de visita			
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)	Entrada	Gratuita libre	
	Satisfactorio		Espacio en alto estado de conservación, su acceso es camino de herradura de los habitantes.
	Bueno	X	
	Regular		
Malo o ruinoso			
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos		
	Culturales	Pagamentos se guaqueaba anteriormente	
	Artísticas		
	Físicas		
	Recreativas	Senderismo	
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos, alojamiento, otros)	Tipos		
	Descripción		
	No cuenta con servicios turísticos, los finqueros denotan invasión y bajo beneficio por estas visitas.		
	Otros		
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros	Tipos		
	Descripción		
	Otros		
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehículo para personas de movilidad reducida, otro	Descripción		
	Otros		
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre	Alcaldía Municipal de la Calera - Secretaria de medio ambiente y	
	Dirección / Correo		
	Teléfono(s)		
	Página Web		
	Facebook		
Redes Sociales	Twitter		
	Instagram		
	Otra		
Referencia Bibliográfica	*Alcaldía Municipal de la Calera, Inventario Turístico.2019.		
Observaciones	Se hace necesaria una articulación entre la comunidad, operadores y propietario del humedal, con la finalidad de brindar una mejor planeación del territorio		
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23

Ilustración 10. Sitios Naturales - 7 Cascadas


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 5.			
SITIOS NATURALES			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Siete Cascadas		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda Mundo Nuevo, vereda el Manzano, Vereda El Cerro, Vereda La Jangada,		
1.5. Administrador o Propietario	Milton Cifuentes		
1.6. Dirección / Ubicación	No aplica		
1.7. Teléfono / Fax	No aplica		
1.8. Datos de Georreferenciación	4°40'46.505"N73°51'30"	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:			
Desde el parque principal la Calera son 28 kilómetros aproximadamente, se dirigen a el paradero de los buses transboaire la Ruta Mundo Nuevo hasta el cementerio se toma la carretera terceria a mano izquierda sentido sur norte 1 kilometro hasta la tienda 7 cascadas			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado	25.377.2.5.1.1		
2.2. Descripción	La quebrada la Chucua nace en el páramo de Chingaza. Se puede evidenciar una zona ganadera, hace parte de una Reserva Natural Privada, en la primera cascada se prohíbe bañarse, es un atractivo de dificultad media alta dependiendo la temporalidad climática, hasta llegar a la Chucua propia; un humedal natural con alto grado de conservación. Reconocido por celebrar el festival del agua dirigido para niños y jóvenes, sin embargo, ya no se realiza. Ecosistema de paramo de donde se puede identificar especies de flora como: Frailejón, uva camarona, palma boba, estrellita de paramo, huesito, y palma de cera. Especies de fauna como borujo, oso andino, venado soche, variedad de aves como mirlas, Yátaros, tangaras, mirlas, alcaravanes etc...		
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD	PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)	10		
Sin contaminación del agua (10)	10		
Sin contaminación visual (10)	10		
Estado de conservación (10)	8		
Sin contaminación sonora (10)	10		
Diversidad (10)	10		
Singularidad (10)	9		
Subtotal			67
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12		
TOTAL			79
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fuente:	Comunidad Mundo Nuevo
		Fecha:	oct-23
			
imagen 1			
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido <input type="checkbox"/>	Extremadamente frío <input type="checkbox"/>	
	Medio <input checked="" type="checkbox"/>	Subnival <input type="checkbox"/>	
	Frio <input type="checkbox"/>	Nival <input type="checkbox"/>	
	Muy frio <input type="checkbox"/>		
Horario	Ingreso <input type="checkbox"/>	No aplica <input checked="" type="checkbox"/>	Días y horas de visita: Ingreso previa reserva con el administrador
	Acceso <input type="checkbox"/>	Restringido <input checked="" type="checkbox"/>	
		Permanente <input type="checkbox"/>	
		Visita exterior <input type="checkbox"/>	
		Visita interior <input type="checkbox"/>	
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)	Tarifa única: \$ 6.000		
Estado del atractivo	Entrada <input type="checkbox"/>	Cuenta con adecuaciones en escalinatas y sendero, cuenta con señalización de ingreso	
	Satisfactorio <input type="checkbox"/>		
	Regular <input type="checkbox"/>		
	Malo o ruinoso <input type="checkbox"/>		
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos		Descripción
	Culturales		
	Artísticas		
	Físicas		
	Recreativas		Senderismo - Hiking
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos, alojamiento, otros)	Tipos		Descripción
			Tienda
			baños
	Otros		
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros	Tipos		Descripción
	Google maps		https://www.google.com/maps/place/siete+cascadas+de+La+Chucua/@4.6793389,-
	Otros		
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehículo para personas de movilidad reducida, otro	Descripción		
	No cuenta con adecuaciones para personas en condiciones de discapacidad o especiales		
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre	Milton Cifuentes	
	Dirección /	Vereda el cerro	
	Correo		
	Teléfono(s)	3214042936	
	Página Web		
Redes Sociales	Facebook		
	Twitter		
	Otra		
Referencia Bibliográfica	"Alcaldía Municipal de la Calera. Inventario Turístico.2019.		
Observaciones	Se hace necaria una articulación entre la comunidad, operadores y propietario del atractivo natural		
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23

Ilustración 11. Sitios Naturales - PNN Chingaza

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO 5. SITIOS NATURALES			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Parque Nacional Natural Chingaza		
1.2. Departamento	Cundinamarca - Meta	1.3. Municipio	Varios (7) Cundinamarca, (4) Meta
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad			
1.5. Administrador o Propietario			
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax			
1.8. Datos de Georreferenciación			
4°37'44.129"N 73°43'29.276"W		1.9. Tipo de Acceso	3165356228
		Terrestre	X Acuático
			Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:			
Desde el párcue principal del municipio tomamos la vía principal vía sopo hacia el norte , en 300 metros aproximadamente des la estación de servicios Terperla la portada, se encuentra una bifurcación vial cementada a la derecha hacia Buenos aires, via desatapada subiendo por las veredas la epifania , buenos aires y manantial donde tomamos por el costado derecho y seguimos por la vía aproximadamente 16 km hasta el sector de piedras gordas, luego nos adentramos 28 kilometros mas hasta el sector de monterredondo. Por el Kilometro 8, se accede desde la vereda de Mundo Nuevo al área protegida			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.2. Código Asignado	25.377.2.10.1.1		
2.2. Descripción			
El PNN Chingaza se encuentra ubicado entre los departamentos del Meta y Cundinamarca, con un área de 76.600 hectáreas conformado por 11 municipios: San Juanito, Cumaral, Restrepo y El Calvario por parte del Meta y Choachí, La Calera, Guasca, Fomeque, Gachalá, Medina y Junín por parte de Cundinamarca. Antes de ser parque eran grandes fincas con actividades de ganadería, agricultura y una parte de minería de cielo abierto con la extracción de piedra caliza para la fabricación del cemento. El expresidente Virgilio Barco inició con el programa Chingaza y luego el 6 de Junio de 1977 se declara PNN Chingaza. En los años 70 se inicia obras civiles como: construcción de vías, construcción de campamentos, se hace la contratación del personal que iban a trabajar en los túneles que conforman el sistema Chingaza el proyecto del embalse de Chuzza se construye el dique o presa goillias aprovechando el cañón por donde pasa el río Chuzza para hacer lo que hoy conocemos como sistema de acueducto Chingaza surtiendo a Bogotá y 11 municipios a su alrededor. Chingaza fue un lugar de gran importancia para los Muscas y los Guayupes quienes visitaban las lagunas sagradas como las de Siecha y Chingaza para hacer pagamentos y ofrendas a sus dioses, para los guerreros jóvenes era un orgullo morir durante estas competencias. Se dice que visitar estas montañas era una forma de estar más cerca a sus dioses (sua, sie, faoba, etc.) La flora y la fauna son de gran representación e importancia, dentro de estas destacan: el oso andino (tremaoctos ornatus) Venado cola blanca (odocoileus virginianus) Cóndor andino (vultur gryphus) 5 especies de fraición dentro de ellas una endémica, el espeletia uribei, árboles, arbustos, Musgos y líquenes conforman diferentes ecosistemas dentro de este hermoso parque. Hace parte de la lista verde a nivel internacional.			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)		10	
Sin contaminación del agua (10)		10	
Sin contaminación visual (10)		10	
Estado de conservación (10)		10	
Sin contaminación sonora (10)		10	
Diversidad (10)		10	
Singularidad (10)		10	
Subtotal		70	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		18	
TOTAL		88	
Diligenciado por:		Fuente: Comunidad Mundo Nuevo	
Jenny Andrea López		Fecha: oct-23	
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima			
Cálido		Extremadamente frío	
Medio		Subnival	
Frío		Nival	
Muy frío		X	
Horario			
Ingreso		7:00 AM - 12:00 M	
Acceso		Restringido	
		X	
Visita exterior		X	
Visita interior			
Días y horas de visita: Ingreso previa reserva con PNN Chingaza, contratación guía y compra de póliza			
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)			
Adultos mayores de 25 años: \$ 22.500		Adultos extranjeros: \$ 62.000	
Niños de 25 años: \$ 19.000			
Estado del atractivo			
Entrada		Alto estado de conservación	
Satisfactorio		X	
Bueno			
Regular			
Malo o ruinoso			
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades		Tipos	
Culturales		Pagamentos previa autorización y bajo requerimientos específicos de	
Artísticas			
Físicas		Restringido	
Recreativas		Senderismo interpretativo por 5 senderos habilitados e incluye, a de control, Avistamiento de fauna y flora, Toma de fotografías, Avitur	
Otras			
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, sats temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, estaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos,alojamiento, otros)		Tipos	
Tienda		Sector Monterredondo	
Baños		Sector Monterredondo - Sector Siecha	
Restaurante		Sector Monterredondo	
Alojamiento		Sector Monterredondo	
Otros			
F. PROMOCION DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros		Tipos	
Trip advisor		ttraction_Review-g294074-d13373412-Reviews-Parque_Nacional_Na	
Colombia travel		ps://colombia.travel/es/bogota/visita-el-parque-nacional-natural-chingaza	
Google maps		https://www.google.com/maps/@4.6312585,-73.764433,15z	
Página oficial		goy.co/portal/es/ecoturismo/parques/region-amazonia-y-orinoquia/par	
Otros			
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehículo para personas de movilidad reducida, otro		Tipos	
Sendere los sentidos		Sector Monterredondo	
Otros			
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor		Nombre	
		Juan Carlos Clavijo	
Dirección /		Calle 74 # 11-84 Bogotá	
Correo		juan.clavijo@parquesnacionales.gov.co	
Teléfono(s)		3165356228	
Página Web		goy.co/portal/es/ecoturismo/parques/region-amazonia-y-orinoquia/par	
Redes Sociales		Facebook	
Twitter			
Instagram		https://instagram.com/parquescolombia?igshid=YmMyMTA2M2Y=	
Otra			
Referencia Bibliográfica		Parques Nacionales Naturales de Colombia	
Observaciones		Se hace recarria una articulación entre la comunidad, y normalización del ingreso por el km 8, desde la vereda Mundo Nuevo	
Diligenciado por:		Fecha:	
Jenny López		oct-23	



imagen 1

Ilustración 12. Sitios Naturales - Quebrada Calostros

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 5.			
SITIOS NATURALES			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Quebrada Calostros		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Mundo Nuevo		
1.5. Administrador o Propietario	Liceo Martinez, Florez, Martinez, Cifuentes - servidumbre de Tránsito		
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax			
1.8. Datos de Georreferenciación	4°39'50.8"N 73°51'53.6"W	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el parque principal la Calera son 27 kilómetros aproximadamente, se dirigen a el paradero de los buses transbonaire la Ruta mundo que toma carrera 1 este y girar a la derecha 3.5 kilómetros hasta encontrar una 'Y' en la que se debe cruzar a la izquierda avanzar 7 kilómetros hasta la siguiente Y y a la izquierda 2.4 kilómetros en la bifurcación a la izquierda continuar por esa vía por 1.7 kilómetros hasta la Y tomar nuevamente la izquierda por 2.7 kilómetros hasta la bifurcación en la que se cruza a la izquierda y se avanza 2.1 kilómetros allí se hace una U a la izquierda continuar 1.4 kilómetros cruzar a la derecha y seguir 10.4 kilómetros hacer nuevamente una U hacia la izquierda nuevo hasta el paradero la quebrada Calostros		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado	25.377.2.5.4.1		
2.2. Descripción	Esta quebrada nace en el Parque Nacional Natural Chingaza en el páramo de Torzón hace parte de la cuenca del río Blanco y cuenta con una bocatoma del Acueducto de Bogotá EAAB cerca al silencio kilómetro 8. Es una de las aguas más cristalinas de la Calera y la más fría. Ecosistema de páramo, bosque alto andino, 2.300 msnm hasta 3.500 msnm aproximadamente, especies invasoras como la trucha arcoiris, aves, mamíferos, Actividades ganaderas. Toma de aguas en la parte baja el culo de Heli donde se toma para la empresa Dimex y un acueducto veredal el Manzano		
3. PUNTAJES DE VALORACION			
CALIDAD		PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)			9
Sin contaminación del agua (10)			8
Sin contaminación visual (10)			10
Estado de conservación (10)			10
Sin contaminación sonora (10)			10
Diversidad (10)			8
Singularidad (10)			5
	Subtotal		60
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			6
	TOTAL		66
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fuente:	Comunidad Mundo Nuevo
		Fecha:	oct-23
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido		Extremadamente frío
	Medio	<input checked="" type="checkbox"/>	Subnival
	Frio		Nival
	Muy frío		
Horario	Ingreso		
	Acceso	Restringido	
		Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>
		Visita exterior	
		Visita interior	
Estado del atractivo	Satisfactorio		
	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Regular		
	Malo o ruinoso		
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos		
	Culturales		Descripción
	Artísticas		
	Físicas		
	Recreativas		Pesca, senderismo
Otras			
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos, alojamiento, otros)	Tipos		
	Tienda		Descripción
	Baños		
	Restaurante		
	Alojamiento		
F. PROMOCION DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros	Tipos		
	Trip advisor		Descripción
	Colombia travel		
	Google maps		
	Página oficial		
Otros			
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehiculopara personas de movilidad reducida, otro	Tipos		
	Sendero los		Descripción
	Otros		
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre	Liceo Martinez, Florez, Martinez, Cifuentes - servidumbre de Tránsito	
	Dirección / Correo		
	Teléfono(s)		
	Página Web		
Redes Sociales	Facebook		
	Twitter		
	Instagram		
	Otra		
Referencia Bibliográfica			
Observaciones	Espacio natural, con alta demanda de visitantes sin control alguno o beneficio para los propietarios		
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23

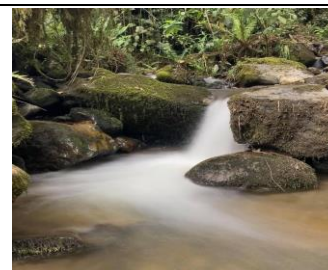


Ilustración 13. Sitios Naturales - Quebrada Jaboncillos


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 5.			
SITIOS NATURALES			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Quebrada Jaboncillos		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Mundo Nuevo		
1.5. Administrador o Propietario			
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax			
1.8. Datos de Georreferenciación	4°40'55.953"N73°51'42.915"W	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el parque principal la Calera son 28 kilómetros aproximadamente, se dirigen a el paradero de los buses transbonaire la Ruta mundo nuevo hasta el paradero el cementerio		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.2. Código Asignado	25.377.2.5.4.2		
2.2. Descripción	La Quebrada más caudalosa de la Calera. Es el principal tributario del Rio Blanco; famosa por su dificultad al caminarla y las piscinas naturales, además de la actividad de pesca : cuenta con un puente famoso por su durabilidad y el proceso de construcción.		
			
		imagen 1	
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD	PUNTAJE		
Sin contaminación del aire (10)	9		
Sin contaminación del agua (10)	8		
Sin contaminación visual (10)	7		
Estado de conservación (10)	6		
Sin contaminación sonora (10)	10		
Diversidad (10)	8		
Singularidad (10)	5		
	Subtotal	53	
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6		
	TOTAL	66	
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fuente:	Comunidad Mundo Nuevo
		Fecha:	oct-23
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido		Extremadamente frío
	Medio	<input checked="" type="checkbox"/>	Subnival
	Frio		Nival
	Muy frío		
Horario	Ingreso		
	Acceso	Restringido	
		Permanente	<input checked="" type="checkbox"/>
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)	Entrada	Gratuito - libre	
	Satisfactorio		
Estado del atractivo	Bueno	<input checked="" type="checkbox"/>	Se encuentra en el acceso a ua de las ccascadas más visitadas, se encuentra en buen estado de conservación; sin embargo la alta demanda de ingresos, corre riesgo de afectar su buen nivel de conservación
	Regular		
	Malo o ruinoso		
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos	Descripción	
	Culturales		
	Artísticas		
	Físicas		
	Recreativas	Pesca, senderismo	
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos,alojamiento, otros)	Otras		
	Tienda	Descripción	
	Baños		
	Restaurante		
	Alojamiento		
	Otros		
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros	Tipos	Descripción	
	Trip advisor		
	Colombia travel		
	Google maps		
	Página oficial		
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehiculopara personas de movilidad reducida, otro	Descripción		
	NO cuenta con espacios adecuados para personas en condición especial o de discapacidad		
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre		
	Dirección / Correo		
	Teléfono(s)		
	Página Web		
	Facebook		
Redes Sociales	Twitter		
	Instagram		
	Otra		
Referencia Bibliográfica			
Observaciones	Espacio adecuado para establecer un punto de hidratación y alimentación para los visitantes.		
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23

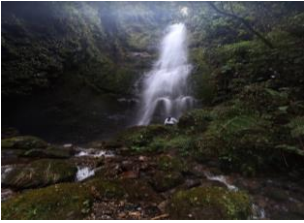
Ilustración 14. Sitios Naturales - Rio Blanco

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO 5.			
SITIOS NATURALES			
1. GENERALIDADES			
1.1. Nombre	Rio Blanco		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Mundo Nuevo, Manzano, Cerro, Jangada, Junia Baja		
1.5. Administrador o Propietario			
1.6. Dirección / Ubicación			
1.7. Teléfono / Fax			
1.8. Datos de Georreferenciación	4°40'18.1"N 73°52'01.9" W	1.9. Tipo de Acceso	
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso:	Desde el parque principal la Calera son 28 kilómetros aproximadamente se dirigen a el paradero de los buses transboreaire la Ruta mundo nuevo hasta el el puente de rio Blanco		
2. CARACTERÍSTICAS			
2.2. Código Asignado	25.377.2.5.5.1		
2.2. Descripción	Este rio nace en el PNN Chingaza en el sector de Buitrago y se une con la quebrada de piedras Gordas, es rio se transforma en el rio negro en el municipio de Fomeque en el corregimiento de la Unión, que a su vez desemboca en el Guayuriba meta, metica y Orinoco; una de las microcuencas más importantes de la Orinoquia Reconocida por la riqueza natural de fauna y flora, usada también para actividades agrícolas como cultivos y estético en algunas fincas.		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD		PUNTAJE	
Sin contaminación del aire (10)			8
Sin contaminación del agua (10)			2
Sin contaminación visual (10)			9
Estado de conservación (10)			5
Sin contaminación sonora (10)			10
Diversidad (10)			7
Singularidad (10)			6
	Subtotal		47
SIGNIFICADO			
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12
	TOTAL		59
		Fuente:	Comunidad Mundo Nuevo
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fecha:	oct-23
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS			
FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES			
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES			
Clima	Cálido		Extremadamente frío
	Medio	<input checked="" type="checkbox"/>	Subnival
	Frio		Nival
Horario	Muy frío		
	Ingreso		
	Acceso	Restringido	
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)	Entrada	Gratuito - libre	
	Satisfactorio		
	Bueno		
Estado del atractivo	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	
	Malo o ruinoso		
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS			
Actividades	Tipos		Descripción
	Culturales		
	Artísticas		
	Físicas		
	Recreativas		Pesca, descenso en rio en neumatico
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, gulanza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos,alojamiento, otros)	Tipos		Descripción
	Tienda		
	Baños		
	Restaurante		
	Alojamiento		
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO			
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros	Tipos		Descripción
	Trip advisor		
	Colombia travel		
	Google maps		
	Página oficial		
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)			
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehiculopara personas de movilidad reducida, otro	Tipos		Descripción
	Sendero los		
	Otros		
H. OTROS			
Datos Propietario/Tenedor	Nombre		
	Dirección / Correo		
	Teléfono(s)		
Redes Sociales	Página Web		
	Facebook		
	Twitter		
	Instagram		
Referencia Bibliográfica	Otra		
Observaciones			
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23



imagen 1

Ilustración 15. Sitios Naturales - Cascada Guasimales

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO 5.							
SITIOS NATURALES							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Cascada Guasimales						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	La Calera				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Mundo Nuevo						
1.5. Administrador o Propietario	Distribuidora DIMEX						
1.6. Dirección / Ubicación							
1.7. Teléfono / Fax							
1.8. Datos de Georreferenciación	4.665802259666777, - 73.8572049985396	1.9. Tipo de Acceso					
1.10. Indicaciones para el acceso:	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuático	<input type="checkbox"/> Aéreo				
Desde el parque principal la Calera son 28 kilómetros aproximadamente, hacia la vereda Mundo Nuevo, desde el cacerío se regresa caminando 100 metros por carretera, a mano derecha se encuentra un desvío paralelo a la quebrada calostros, por 2 kms aproximadamente hasta encontrar el ingreso a mano izquierda hacia el sendero de la cascadaguasimales.							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.2. Código Asignado	25.377.2.5.5.1						
2.2. Descripción	Cascada Guasimales, nace en el predio las lagunas, con una caída de 30 metros, con belleza paisajística, y de desconexión. Durante el recorrido del sendero se escucha las caídas de agua de la quebrada calostros.						
							
				3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
				CALIDAD	PUNTAJE		
				Sin contaminación del aire (10)	10		
				Sin contaminación del agua (10)	10		
				Sin contaminación visual (10)	10		
				Estado de conservación (10)	10		
				Sin contaminación sonora (10)	10		
				Diversidad (10)	9		
				Singularidad (10)	9		
Subtotal		68					
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12						
TOTAL	80						
Diligenciado por:	Jenny Andrea López	Fuente:	Comunidad Mundo Nuevo				
		Fecha:	oct-23				
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO COMPLEMENTARIO 5. SITIOS NATURALES							
D. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES							
Clima	Caldo		Extremadamente frío				
	Medio	<input checked="" type="checkbox"/>	Subnival				
	Frio		Nival				
	Muy frío						
Horario	Ingreso						
	Acceso	Restringido	<input checked="" type="checkbox"/>				
		Permanente					
		Visita exterior					
		Visita interior					
Tarifas (niños, adultos, adulto mayor, extranjeros, estudiantes, con cita previa, otra)	Según la agencia - ingreso no regulado						
	Entrada	Gratuito - libre					
Estado del atractivo	Satisfactorio	<input checked="" type="checkbox"/>					
	Bueno						
	Regular						
	Malo o ruinoso						
E. ACTIVIDADES Y SERVICIOS							
Actividades	Tipos		Descripción				
	Culturales						
	Artísticas						
	Físicas						
	Recreativas	Senderismo - observación de fauna y flora					
Otras							
Servicios que se ofrecen en el lugar donde se encuentra ubicado el atractivo (tienda, salas temporales, audioguías, guianza, baños, auditorio, restaurante, café-cafetería, parqueadero, material promocional, regalos, alojamiento, otros)	Tipos		Descripción				
	Tienda						
	Baños						
	Restaurante						
	Alojamiento						
	Otros						
F. PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO							
Folletos y guías, publicaciones, TripAdvisor, colombia travel, Google Maps, pagina web del municipio, youtube, otros	Tipos		Descripción				
	Trip advisor						
	Colombia travel						
	Google maps						
	Página oficial						
Otros							
G. SERVICIOS PARA PERSONAS EN CONDICIÓN DE DISCAPACIDAD O CONDICIONES ESPECIALES (EMBARAZADAS, TERCERA)							
Rampas, baños, sistema de discapacidad auditiva, sistema de invidentes, ascensores, puertas, elementos de movilidad, vehiculopara personas de movilidad reducida, otro	Tipos		Descripción				
	Sendero los						
	Otros						
H. OTROS							
Datos Propietario/Tenedor	Nombre						
	Dirección / Correo						
	Teléfono(s)						
	Página Web						
Redes Sociales	Facebook						
	Twitter						
	Instagram						
	Otra						
Referencia Bibliográfica							
Observaciones	Atractivo natural aprovechado por agencias de viajes de Bogotá el cual no solicitan permiso, ni generan ingresos a la comunidad, el propietario no esta interesado en fortalecer el turismo						
Diligenciado por:	Jenny López	Fecha:	oct-23				

4.2.1.4. Resumen inventario de atractivos turísticos

Tabla 1. Valoración atractivos turísticos

Potencial	Puntaje/ Valoración	Uso	Oportunidad de mejora	Natural/ Cultural
Parque Nacional Natural Chingaza	88	Senderismo Observación de fauna y flora Toma de fotografías Pesca de control	Se hace necesaria una articulación entre la comunidad, y normalización del ingreso por el km 8, desde la vereda Mundo Nuevo	Natural Cultural
Cascada Guasimales	80	Senderismo Observación fauna y flora	Articulación interinstitucional Articulación con la comunidad Plan de ordenamiento Inventario de fauna y flora	Natural
Siete cascadas	79	Senderismo	Plan de ordenamiento Adecuación de senderos Inventario de fauna y flora Articulación interinstitucional y comunidad	Natural
Laguna brava	72	Senderismo Avistamiento de aves	Inventario de flora y fauna Inventario de aves Plan de ordenamiento Articulación interinstitucional y comunidad	Natural
Lagua chiquita	69	Senderismo Histórico- cultural	Inventario de flora y fauna Inventario de aves Plan de ordenamiento Articulación interinstitucional y comunidad	Natural- Cultural
Arepa Caleruna	68	Gastronómico	Recuperación de cocinas tradicionales	Cultural
Quebrada calostro	66	Senderismo Pesca	Plan de ordenamiento Articulación interinstitucional	Natural
Quebrada jaboncillos	66	Pesca – senderismo	Articulación interinstitucional	Natural

Camino de herradura	62	Senderismo Histórico-cultural	Establecer ruta y circuito histórico-cultural Creación de guion metodológico Inventario de fauna y flora Articulación predios privados e interinstitucional	Cultural
Rio Blanco	59	Pesca Descenso en rio neumático	Articulación interinstitucional	Natural

Teniendo en cuenta el anterior cuadro, de los atractivos naturales y culturales, podemos identificar que los recursos turísticos con mayor potencialidad, por su reconocimiento, protección y visitas, son:

- Parque Nacional Natural Chingaza
- Cascada Guasimales
- Siete cascadas
- Laguna brava

A partir de esto, se puede identificar valores, y acciones de inicio para el proceso de proyección turística de manera sostenible, organizada y planificada, conjunto con la comunidad.

4.3 Trabajo Con La Comunidad y Grupos Focales

Durante la realización del proyecto se desarrollaron encuentros con la comunidad en algunos espacios naturales y espacios académicos, con la finalidad de conocer su percepción, intención e ideas acerca de un turismo en el territorio.

En el proceso se realizaron:

- Tres (3) reuniones con la comunidad en general: con participación de 20 personas aproximadamente.
- Dos (2) con la junta directiva de la junta de acción comunal: con la participación del presidente, vicepresidente, fiscal y uno de los vocales, en el cual se trató la opción de

establecer un comité de turismo, desde la junta de acción comunal y así beneficiar de manera equitativa al territorio.

- Dos (2) con el comité de padres de familia de la institución educativa de Mundo Nuevo y actores interesados en generar una dinámica turística responsable en el territorio; participación de 10 personas entre padres de familia, docentes y rectores, este espacio se realizó con la finalidad de abrir el camino de establecer talleres y salidas de campo con los estudiantes entorno al turismo.
- Dos (2) salidas de campo con la comunidad y estudiantes de la institución educativa, en el cual acompañaron a levantar algunos de los formatos de inventarios turísticos en la Cascada Guasimales y Rio Blanco.
- Tres (3) talleres con la comunidad enfocados en turismo; los cuales se estableció la siguiente temática: Cadena de valor y cartografía social, turismo comunitario, potenciales – atractivos. En el marco de los talleres, participaron un promedio de 15 personas, interesadas en turismo, con ánimo de fortalecer la economía en el territorio, en los talleres tuvimos apoyo por parte de Parques Nacionales Naturales de Colombia y la profesional Adriana Mayo, quien es una líder del turismo comunitario en el país.

En el desarrollo de los talleres, se identificaron los aspectos a mejorar y potenciales que se tienen como comunidad, de igual manera, quienes son las personas o empresas interesadas en hacer parte de la cadena de valor del turismo y su enfoque articulador.

De estos ejercicios, resulto la implementación de encuestas, la matriz DOFA, para dar como resultado un plan de acción al territorio, que lo direccionara a un desarrollo sostenible y organizado del turismo.

Ilustración 16. Análisis y creación DOFA



Ilustración 17. Taller turismo comunitario



Ilustración 18. Salida de campo inventarios turísticos



Ilustración 19. Socialización tesis Institución Educativa



4.3.1 Mapa de actores

A través de talleres y encuentros con la comunidad de Mundo Nuevo, se determinaron los siguientes actores, que son activos, con reconocimiento e interés en fortalecer el turismo de manera articulada.

En estos talleres, se pidió a la comunidad que identificaran los servicios principales y complementarios que se han prestado o se encuentran interesados en prestar; esto teniendo en cuenta que es un destino incipiente, por lo tanto, servicios de alojamiento, alimentación, transporte o guía turística de manera profesional y constante no se brinda. Por lo tanto, en la siguiente ilustración se identificarán, según la cadena de valor, los principales servicios a prestar, teniendo en cuenta el tipo de turismo que más se enmarca en el territorio que es el de naturaleza con las actividades, de senderismo, trekking, observación de aves, fauna y flora de Páramo y Bosque Alto Andino.

La intención de este reconocimiento de cadena de valor es iniciar a través del plan de acción un proceso de fortalecimiento técnico en capacidades y adecuación de sus espacios, en pro de un servicio de calidad y enfocado desde los gustos, conocimientos y validaciones de la comunidad.

Ilustración 20. Mapa de actores Vereda Mundo Nuevo



4.4 Entrevista semiestructurada

4.4.1 Análisis de percepción de demanda del turismo en la zona oriental de la Calera: Teniendo en cuenta que se desconoce la cantidad de visitantes que recorren el territorio, y enmarcados en el estudio de mercado generado al municipio de la Calera, donde se aplicaron 100 encuestas, a partir de esto, se determinó, como muestra aleatoria 19 encuestas para la zona a estudiar. ²

Este estudio de demanda, del turismo zona oriental la Calera se realizó con la finalidad de conocer la percepción del turista hacia la Vereda Mundo Nuevo y Veredas circunvecinas.

Esta encuesta tuvo como objetivo principal entrevistar a las personas que visitan el territorio en compañía de guías turísticos, operadores o solos, determinando de manera aleatoria la percepción, la forma de visita, tipología de visitantes, buscando así, parámetros el cual desde la comunidad se puedan estructurar para ofertar servicios y atender de manera adecuada este mercado. A partir del análisis y estudio.

Tabla 2. Ficha técnica aplicación de encuestas de demanda

Universo	Visitantes Vereda Mundo Nuevo
Objetivo del estudio	Encuesta para la caracterización de la demanda turística en la vereda Mundo Nuevo
Tipo de muestra	Aleatoria Simple
Tiempo de realización de trabajo en campo	3 fines de semana de carácter presencial
Técnica de recolección de información	Aplicación de formulario estructurado
Grupo objetivo	Visitantes que se encuentren al ingreso de los sitios de interés y casco urbano de la vereda
Tamaño de muestra	19 entrevistas
Encuesta realizada por	Equipo Fundación Grupo Conserva – Jenny Andrea López
Enlace de aplicación	TURISMO ZONA ORIENTAL LA CALERA CARACTERIZACIÓN DEMANDA TURISTICA (google.com)
Fecha de encuesta	Septiembre 2023

² Plan de desarrollo turístico convencional Municipio de La Calera, estudio de mercado – 2022 – 2030, FONTUR – Alcaldía de La Calera.

4.4.1.1 Análisis de encuesta de caracterización de demanda turística Vereda Mundo Nuevo

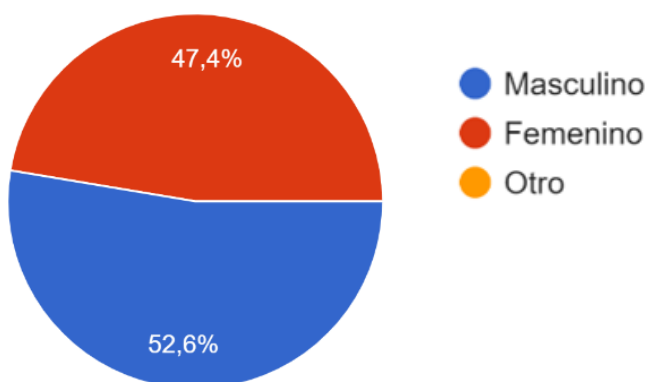
En las siguientes gráficas se encontrará la percepción de los visitantes encuestados al territorio, en el cual se identificarán pasos y estrategias que se tendrán en cuenta en el plan de acción a elaborar para beneficio de la comunidad, el entorno natural, y la recuperación de la cultura.

4.4.1.1.1 Análisis cuantitativo percepción de demanda

Las encuestas semiestructuradas cuentan con el enfoque mixto, en el cual se encontrará una parte cuantitativa a partir de estadísticas y otra cualitativa, a partir de la percepción y gusto del visitante.

1. Género

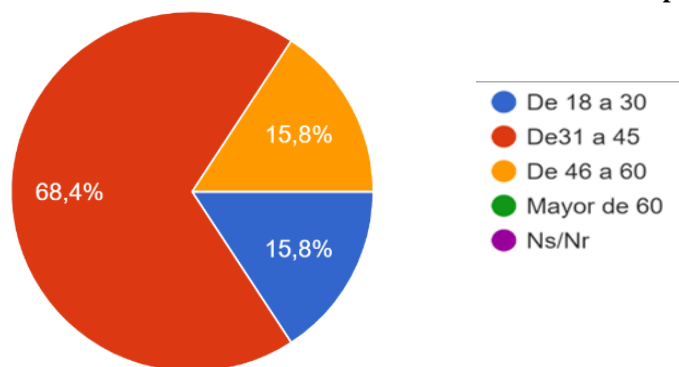
Ilustración 21. Análisis cuantitativo percepción demanda – género



El 52.6% de las personas encuestadas son de género masculino. Sin embargo, muy de cerca con un 47.4% son mujeres, esto establece que el destino es para disfrute de toda persona, sin distinción de género.

2. Edad.

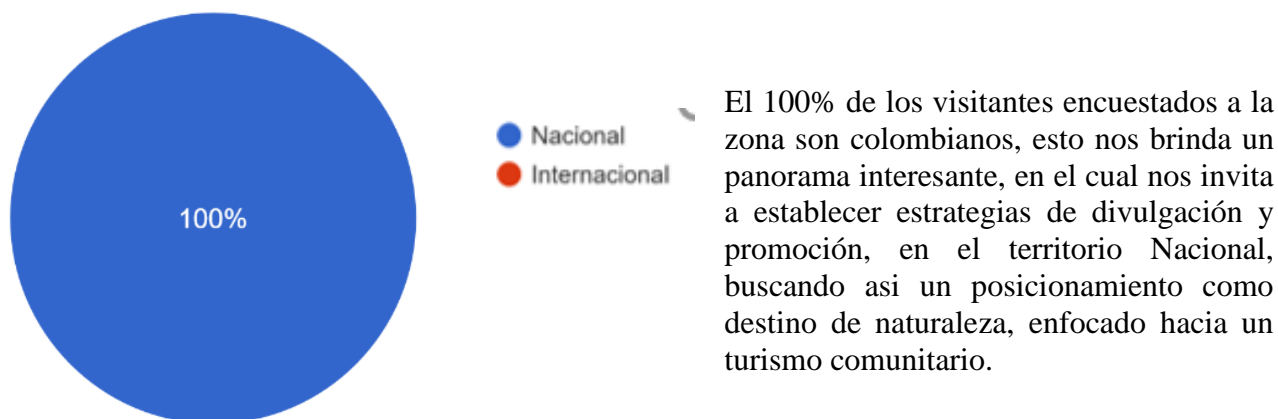
Ilustración 22. Análisis cuantitativo percepción de demanda - edad



El 68,4 % de los visitantes encuestados tienen entre 31 a 45 años, lo cual nos puede dar a entender un nivel educativo y de reconocimiento en la conservación como parte importante en sus vidas.

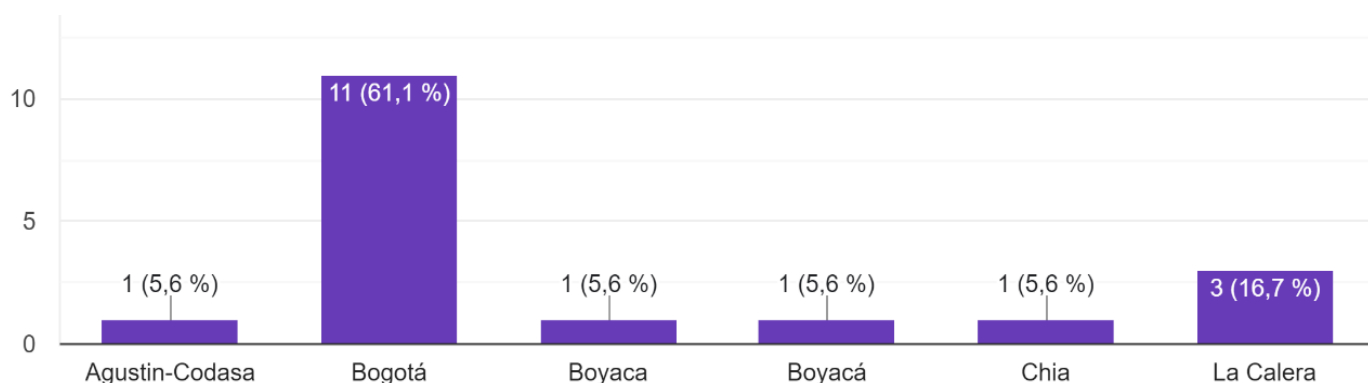
3. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual?

Ilustración 23. Análisis cuantitativo percepción de demanda - lugar de residencia habitual



4. ¿Cuál es su lugar de residencia habitual (Departamento, país o ciudad)

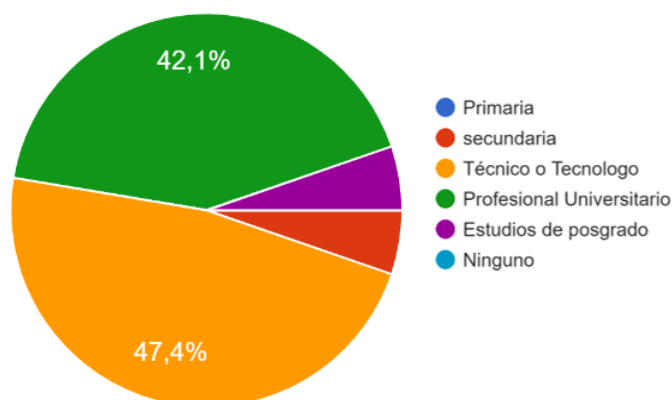
Ilustración 24. Análisis cuantitativo percepción de demanda - lugar de residencia (departamento, país o ciudad)



El 61,1% de los visitantes a la zona provienen de Bogotá seguido la Calera con un 16,7% seguido por visitantes de Boyacá 11,2%, Agustín Codasa, y Chía con 5,6%, este dato nos lleva a reconocer que los recursos naturales, son reconocidos a manera regional; por lo tanto, se tiene un mercado abierto, por zona de influencia del PNN Chingaza y con visitantes Nacionales que llegan al centro del país en búsqueda de actividades turísticas enfocadas en la naturaleza.

5. ¿Cuál es su nivel educativo?

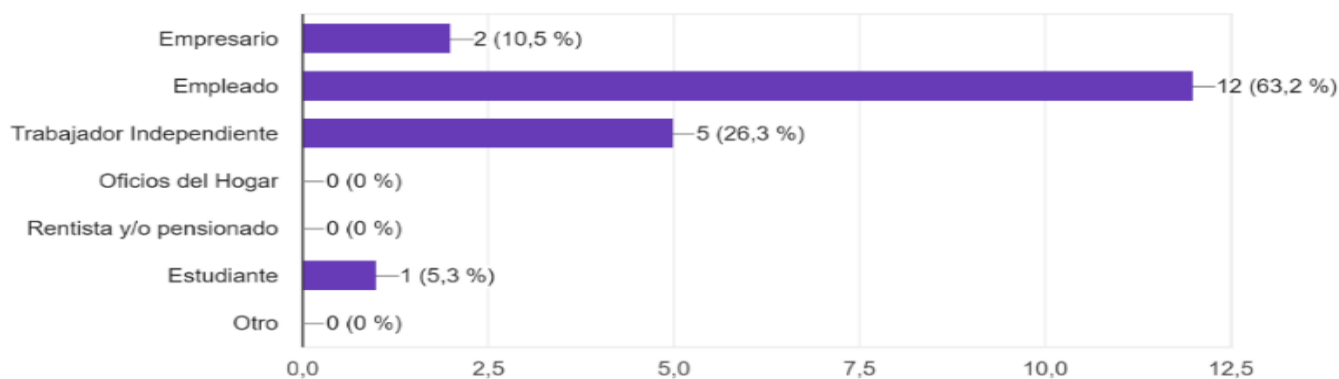
Ilustración 25. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Nivel educativo



El 47.4% de las personas encuestadas son técnicos o tecnólogos, seguidos por un 42.1% profesional universitario; dando así un nivel educativo alto; el cual nos corrobora, lo expuesto según edad, las personas que visitan el territorio, tienen un alto grado de percepción y gusto por la naturaleza, el cual nos lleva a pensar en estructurar un producto de calidad, para que no solo nos visiten, sino que regresen.

6. ¿Actualmente cuál es su principal ocupación?

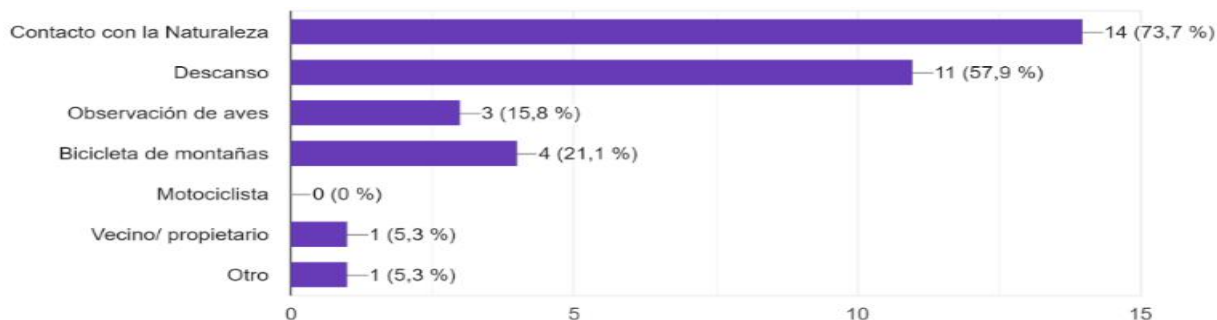
Ilustración 26. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Principal ocupación



El 63.2% de las personas encuestadas es empleado, seguido por trabajadores independientes con un 26.3%,

7. ¿Cuál fue la principal razón o motivo de su visita?

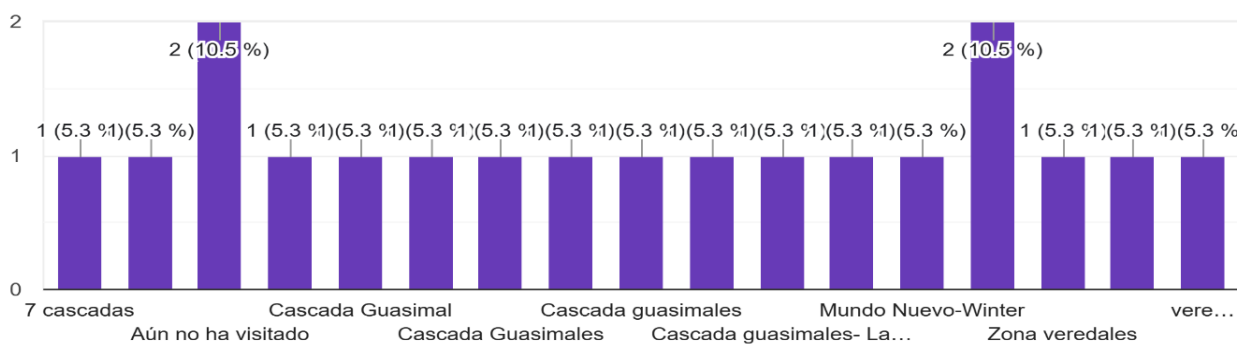
Ilustración 27. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Principal razón o motivo de visita



El 73.7% de las personas encuestadas visitan el territorio por contacto con la naturaleza, valor que, agregado con la edad, características sociodemográficas, nos conlleva a que se tienen un destino con gran potencial a fortalecer.

8. ¿En la zona que sitio visito?

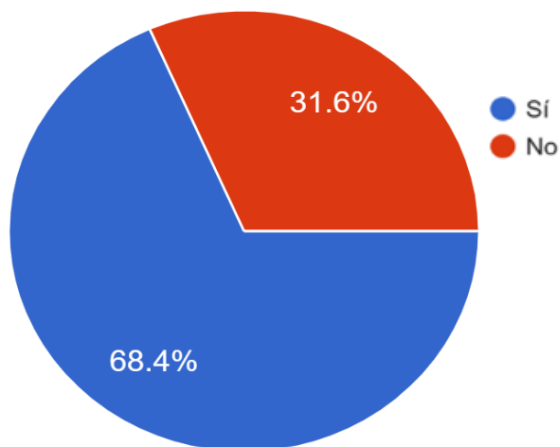
Ilustración 28. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Sitio visitado



El 79.5% de las personas encuestadas visitaron la cascada Guasimales, y las 7 cascadas del territorio, por ende, se determina que al igual que la valoración de los inventarios turísticos, estos dos recursos naturales son los de mayor aceptación y reconocimiento en el territorio.

9. ¿Es su primera vez, recorriendo el destino?

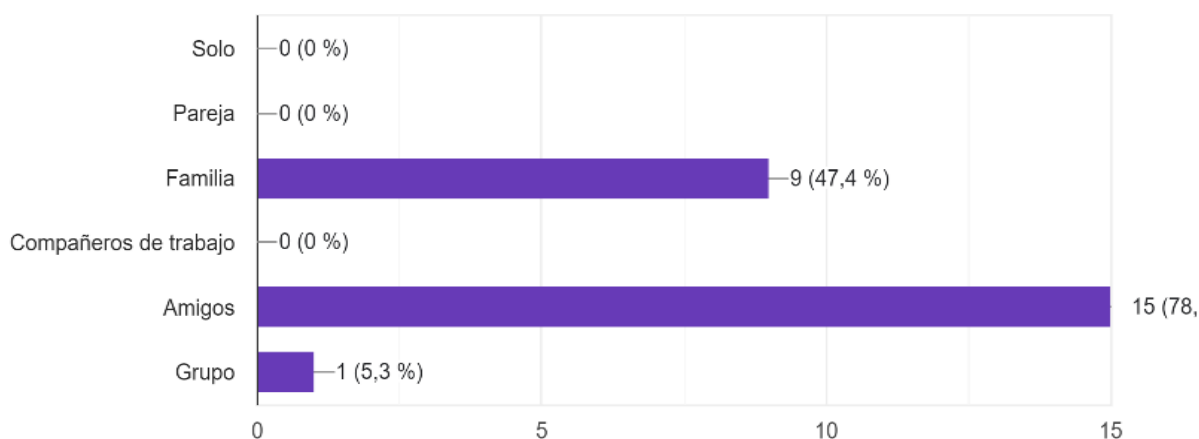
Ilustración 29. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Primera vez recorriendo el destino



El 68.4% de las personas encuestadas visitaron el territorio por primera vez, esto determina que probablemente están visitando la Vereda sin conocer más recursos naturales y no regresan, es una oportunidad de mejora, de establecer lineamientos estratégicos para el regreso al territorio y recomendación.

10. ¿Indique con quien realizó el viaje?

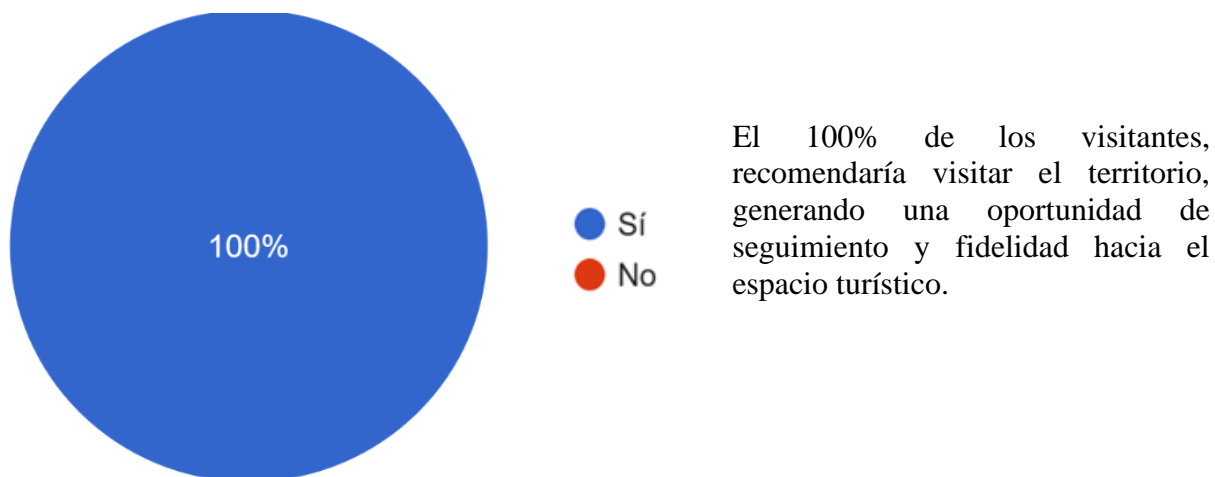
Ilustración 30. Análisis cuantitativo percepción de demanda. Con quien realizó el viaje



El 78.9% de las personas encuestadas visitan el territorio en compañía de amigos, seguidos por familiares y grupo, una oportunidad de generar paquetes, rutas y circuitos con oferta especializada a amigos y familiares.

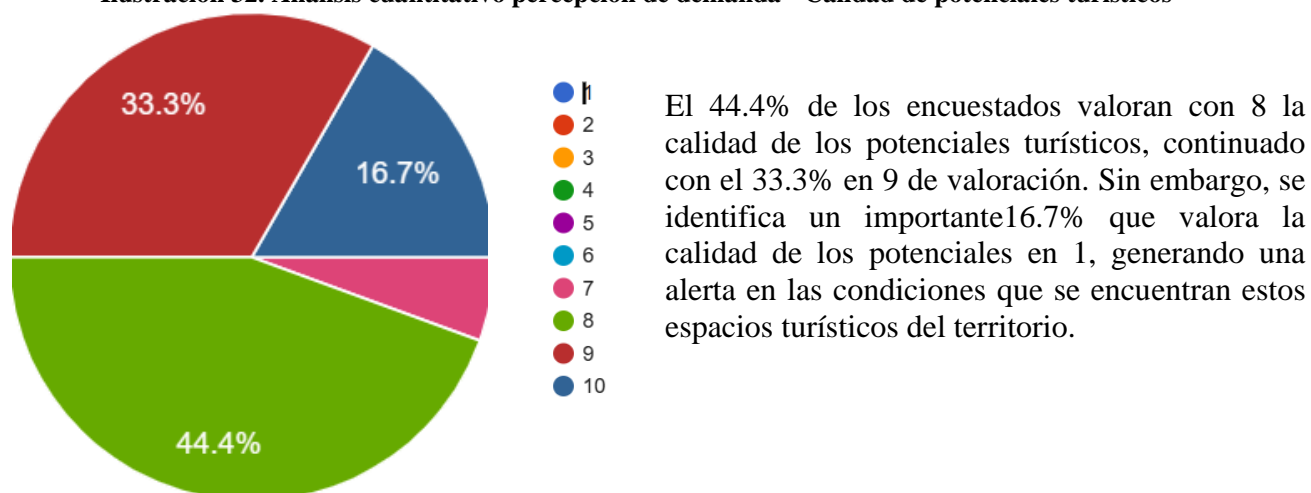
11. ¿Recomendaría usted a sus amigos o familiares visitar el territorio?

Ilustración 31. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Recomendación de visita



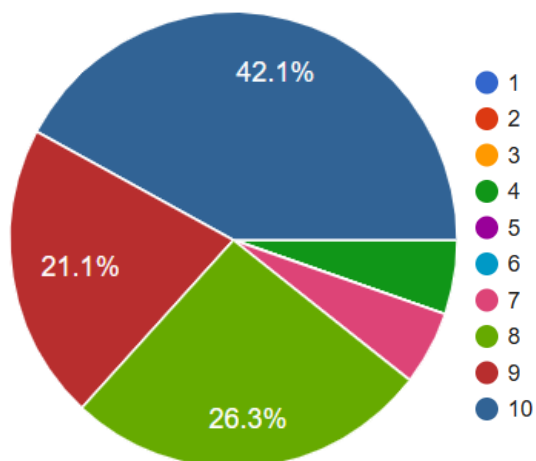
12. Califique en general, la calidad de los potenciales turísticos visitados ((Se refiere a la forma como están conservados y presentados al público, los sitios naturales, culturales y expresiones del patrimonio (Siendo 1 menor valor de conservación y 10 mayor valor de conservación))

Ilustración 32. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Calidad de potenciales turísticos



13. Califique su nivel de satisfacción de acuerdo con los servicios atractivos turísticos que haya utilizado durante este viaje (Siendo 1 muy poco satisfecho y 10 completamente satisfecho).

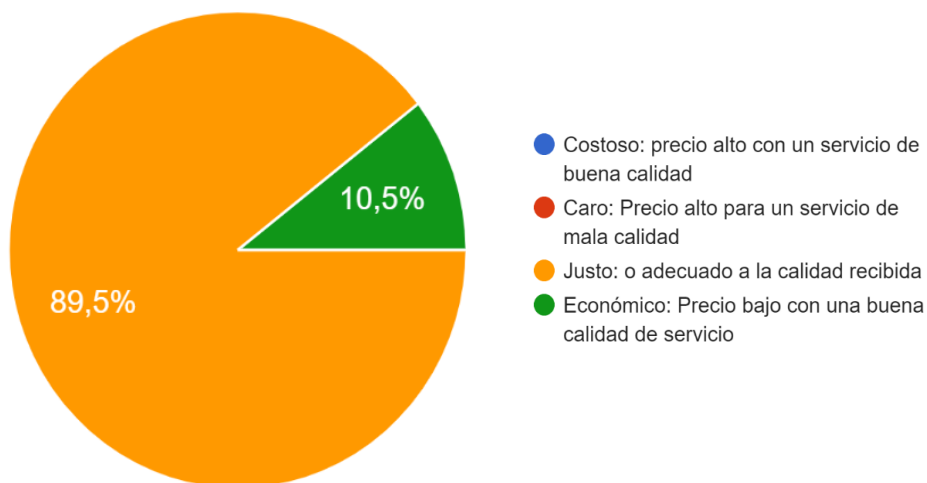
Ilustración 33. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Calidad en los servicios turísticos



El 42.1% de los encuestados valoran con 10 su nivel de satisfacción con respecto a los servicios brindados durante el viaje, seguido por un 26.3% con valoración de 8, lo cual nos representa una gran satisfacción en el

14. ¿Cuál es su valoración de la relación calidad-precio de los servicios utilizados durante su visita a este sitio turístico?

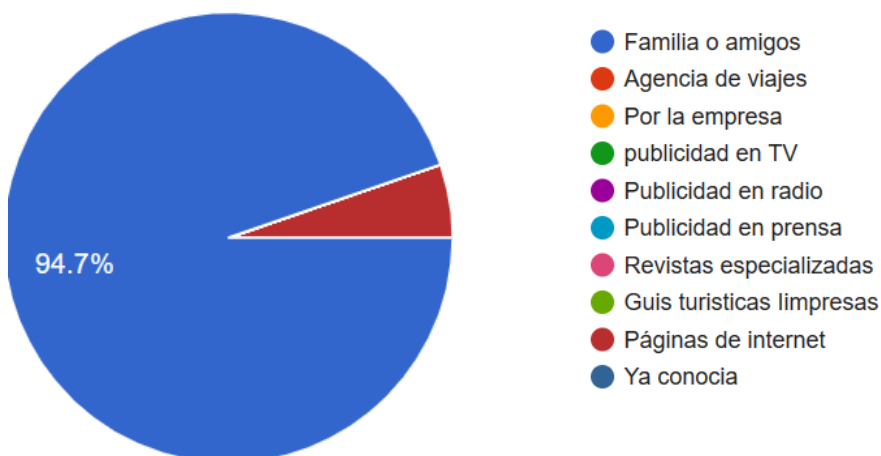
Ilustración 34. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Valoración calidad - precio



El 89.5% de las personas encuestadas les parece justo la calidad y precio que ofrece el territorio.

15. ¿Cuál fue el medio principal por el cual se informó del destino?

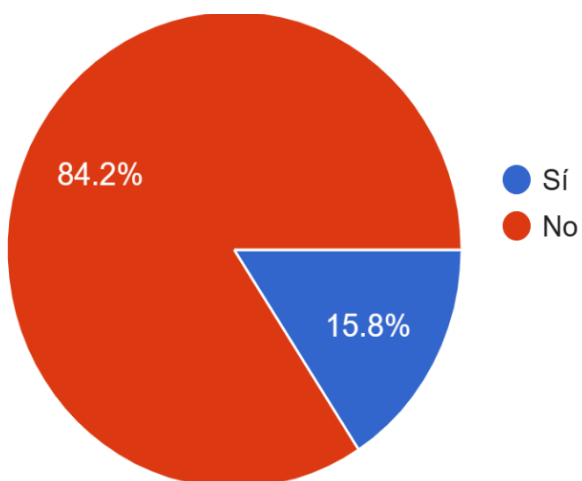
Ilustración 35. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Medio principal de información



El 94.7% de los encuestados se enteraron del territorio, por medio de amigos y familia; siendo esto una oportunidad de involucrar la institución educativa y generar espacios de difusión virtual.

16. ¿Sabe de la existencia de algún otro atractivo natural en el territorio?

Ilustración 36. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Reconocimiento de otro atractivo natural en el territorio



El 84.2% de los encuestados no reconoce la existencia de otro atractivo turístico en el territorio. Siendo esto una oportunidad de generar producto turístico en la región. El 15.8% que, si reconoce algún otro potencial, identifica las 7 cascadas, peña de Tunjaque, Termas de Choachi y el PNN Chingaza.

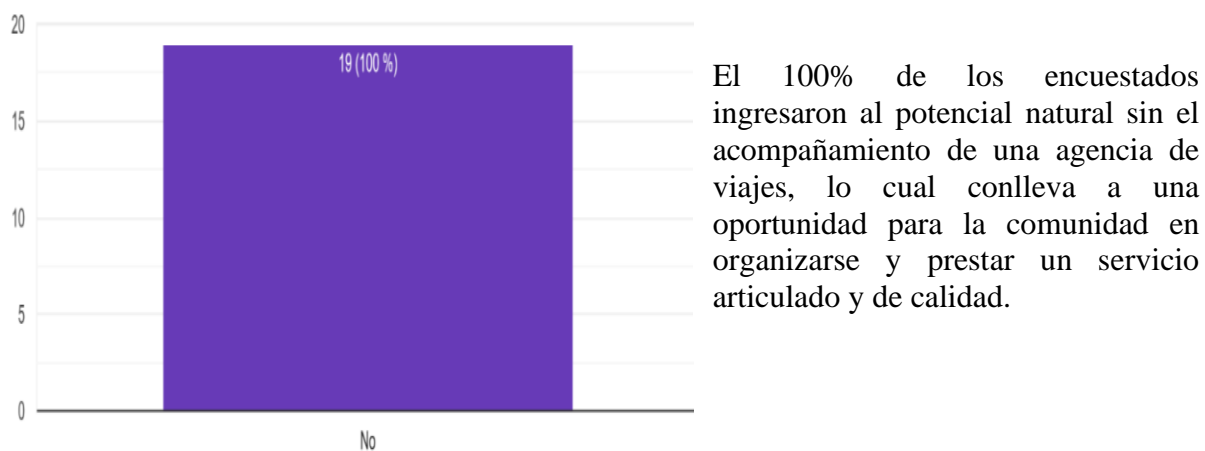
17. ¿Volvería a visitar de nuevo el territorio?

Ilustración 37. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Análisis cuantitativo percepción de demanda - Volvería a visitar el territorio



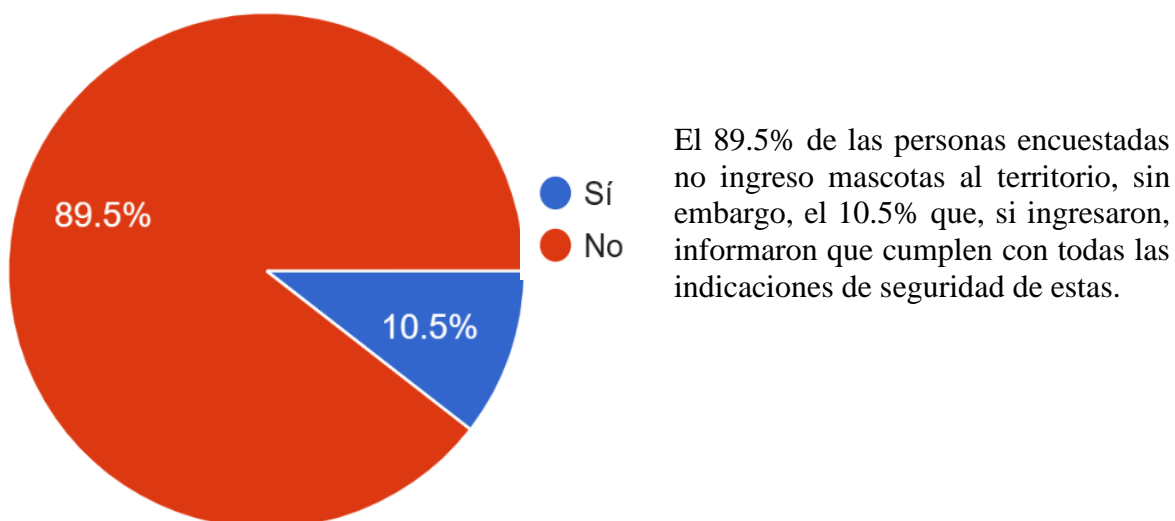
18. Si visito la zona en compañía de una agencia de viajes, favor relacionar el nombre de esta.

Ilustración 38. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Visito el territorio en compañía de una agencia de viajes



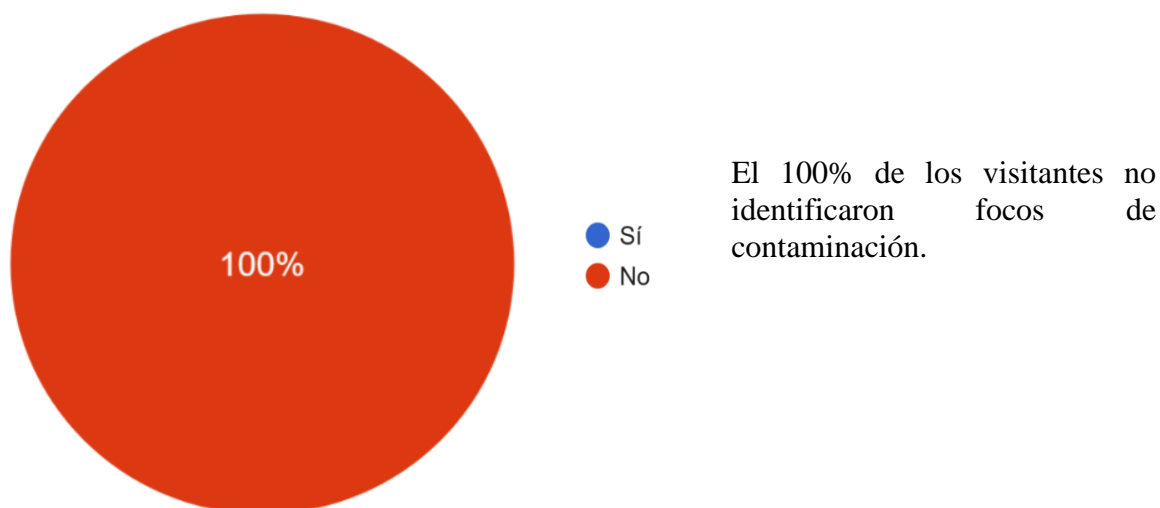
19. ¿El recorrido lo realizo con mascotas?

Ilustración 39. Análisis cuantitativo percepción de demanda - El recorrido lo realizo con mascotas



20. ¿Durante el recorrido encontró focos de contaminación?

Ilustración 40. Análisis cuantitativo percepción de demanda - Focos de contaminación



4.4.1.1.2 Análisis cuantitativo percepción de demanda

- Los visitantes recomendarían visitar el territorio, por:
 - ✓ Entorno natural
 - ✓ Paisaje
 - ✓ Connotación histórica
 - ✓ Espacio ideal para bicicleta de montaña
 - ✓ Desconexión de la ciudad
 - ✓ Diversidad en fauna y flora

- Actividades que le gustaría encontrar en el territorio:
 - ✓ Zona de restaurantes
 - ✓ Servicio de baño
 - ✓ Sitio de parqueo
 - ✓ Bebidas calientes
 - ✓ Punto de información turística
 - ✓ Servicio de alojamiento
 - ✓ Zona de pesca

- Aspectos para mejorar
 - ✓ Señalización
 - ✓ Mejoramiento de la vía

Tabla 3. Resultado encuesta de percepción de demanda

PREGUNTA	RESULTADO
Género	Masculino
Edad	Entre 31 a 45 años
Residencia habitual	Bogotá y el municipio de la Calera
Nivel educativo	Técnicos o tecnólogos, seguidos de profesionales
Principal ocupación	Empleados
Principal razón de visita	Contacto con la naturaleza, seguidos por descanso
Lugares visitados	Zona veredales, cascada guasimales, 7 cascadas
Primera vez de recorrer el destino	Si
Con quien realizó el viaje	Amigos
Recomendaría el territorio	Si

Calidad de los potenciales turísticos visitados	77.7% valoran de manera positiva y alto grado de conservación, sin embargo, se evidencia un 16.6% de alerta por el estado de los potenciales turísticos.
Nivel de satisfacción de acuerdo con los servicios	68.4% de los visitantes califican de gran satisfacción los servicios tomados durante el viaje
Relación calidad – precio	Justo
Principal medio de información	Amigos y familiares
Reconocen la existencia de otro atractivo natural	No
Volvería a visitar el territorio	Si
Visito el lugar en compañía de una agencia de viajes	No
Realizo el recorrido con mascotas	No
Durante el recorrido encontraron focos de contaminación	No

Teniendo en cuenta los anteriores análisis de la percepción de demanda en el territorio estudiado, se puede observar el potencial turístico que se tiene, en el cual los visitantes determinan su agrado por el entorno, la intención de regreso y recomendación, sin embargo, según las respuestas dadas por los encuestados, aún se necesita mayor prestación de servicio, promoción, preparación del destino, para así, tomar los servicios correspondientes con la comunidad, enfocado hacia el mercado Bogotano y de las zonas cercanas a la región,

4.4.2 Análisis percepción de oferta Vereda Mundo Nuevo:

Este estudio de oferta del turismo en la Vereda Mundo Nuevo en la zona oriental del municipio de la Calera se realizó con la finalidad de conocer la percepción de los prestadores de servicios turísticos en el territorio.

Teniendo en cuenta la informalidad de la operación turística en el territorio, se identificaron agencias de viajes que promocionan o divulgan el espacio turístico, a través de redes sociales e internet, en las cuales se identificaron ocho (8) agencias de viajes operadoras, respondiendo al llamado cinco (5).

Tabla 4. Ficha técnica aplicación de encuesta de oferta

Universo	Agencias de viajes operadoras
Objetivo del estudio	Encuesta para la caracterización de la oferta turística en la vereda Mundo Nuevo
Tipo de muestra	Aleatoria Simple
Técnica de recolección de información	Aplicación de formulario estructurado
Grupo objetivo	Agencias de viajes operadoras que oferten el turismo en la vereda Mundo Nuevo
Tamaño de muestra objetivo	8 entrevistas
Tamaño de muestra efectivo	5 entrevistas
Agencias de viajes encuestadas	Caminantes del retorno Yataros Adventure Oso Andino territorio y Conservación Kundirimarka Turismo Ecoglobal expeditios
Encuesta realizada por	Equipo Fundación Grupo Conserva
Enlace de aplicación	TURISMO ZONA ORIENTAL LA CALERA CARACTERIZACIÓN OFERTA TURISTICA (google.com)
Fecha de encuesta	Septiembre 2023

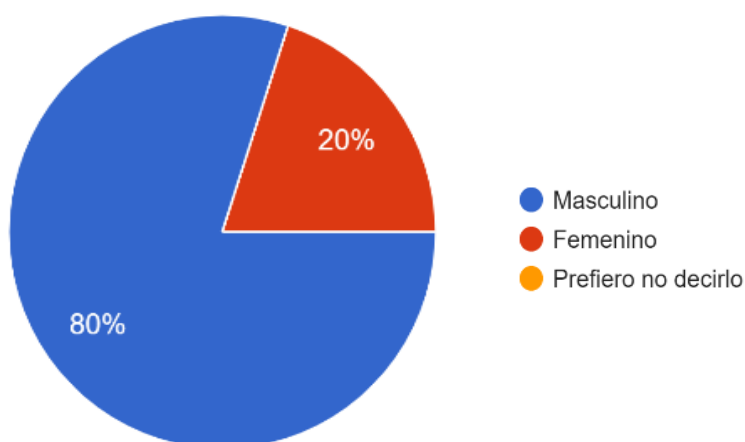
4.4.2.1 Análisis de percepción de oferta del turismo

Este estudio de oferta del turismo en la Vereda Mundo Nuevo en la zona oriental del Municipio de La Calera se realizó con la finalidad de conocer la percepción de los prestadores de servicios turísticos en el territorio.

4.4.2.1.1 Análisis cuantitativo percepción de oferta del turismo

1. Género.

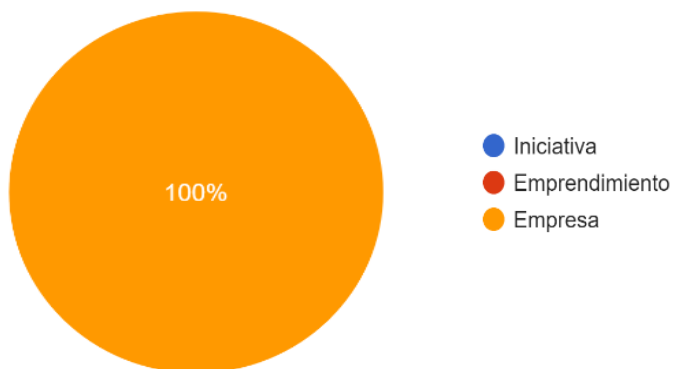
Ilustración 41. Análisis de percepción de oferta - Género



El 80% de los encuestados son de género masculino.

2. ¿Tipo de emprendimiento?

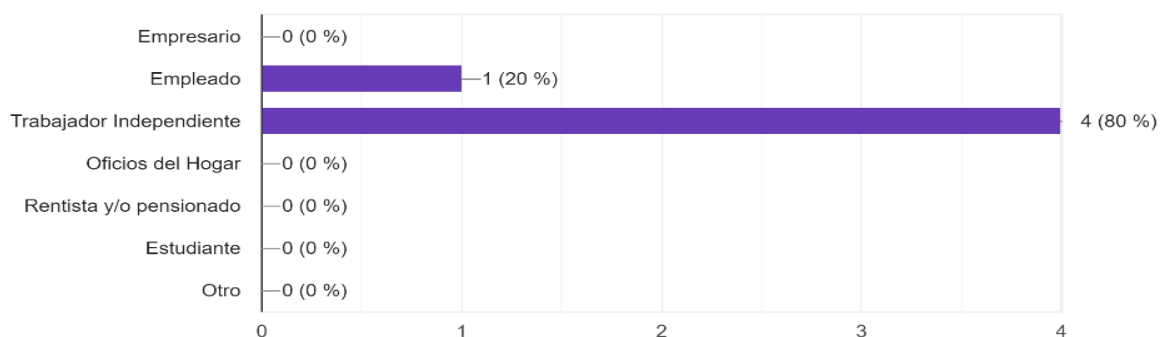
Ilustración 42. Análisis de percepción de oferta - Tipo de emprendimiento



El 100% de las personas encuestadas su tipo de emprendimiento lo identifican como una empresa.

3. ¿Actualmente cuál es su principal ocupación?

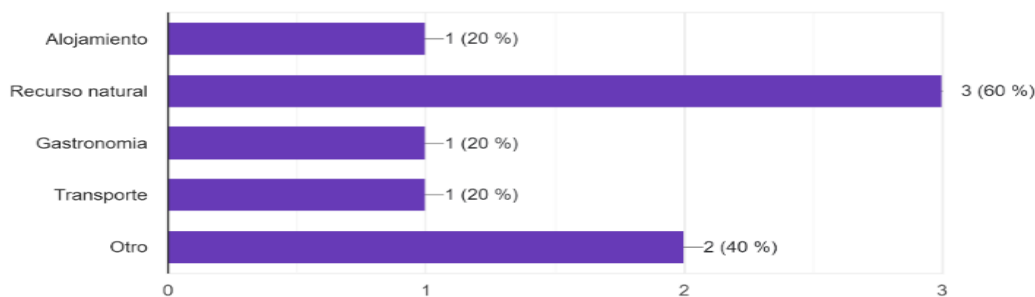
Ilustración 43. Análisis de percepción de oferta - Principal ocupación



El 80% de las personas encuestadas son trabajadores independientes con sus agencias de viajes y el otro 20% son empleados, lo cual nos lleva a pensar que aún su emprendimiento no brinda las condiciones necesarias para independizarse.

4. ¿Tipo de prestador de servicios turísticos?

Ilustración 44. Análisis de percepción de oferta - Tipo de prestador de servicios turísticos



El 60% de las personas encuestadas el tipo de servicio turístico que presta es recurso natural siguiéndole un 40% de otros tipos de servicios los cuales son todos los servicios mencionados anteriormente. Teniendo como otro tipo de servicios, de agencias de viajes.

5. Si su iniciativa, emprendimiento o empresa es agencia de viajes o recurso natural, que tipo de servicio o actividad ofrece.

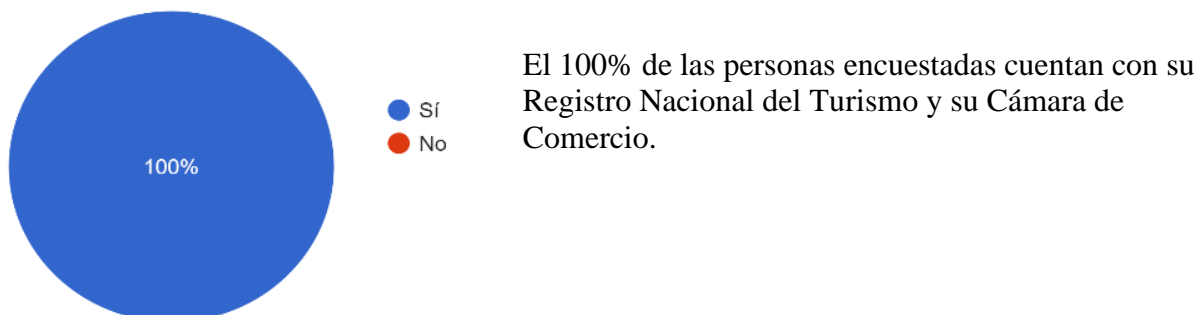
Ilustración 45. Análisis de percepción de oferta - Servicio o actividad ofrecida



El 80% de las personas encuestadas ofrecen en su empresa la actividad de senderismo seguidas de un 20% de guionaje, alimentación y transporte. Otra actividad que ofrecen es el aviturismo.

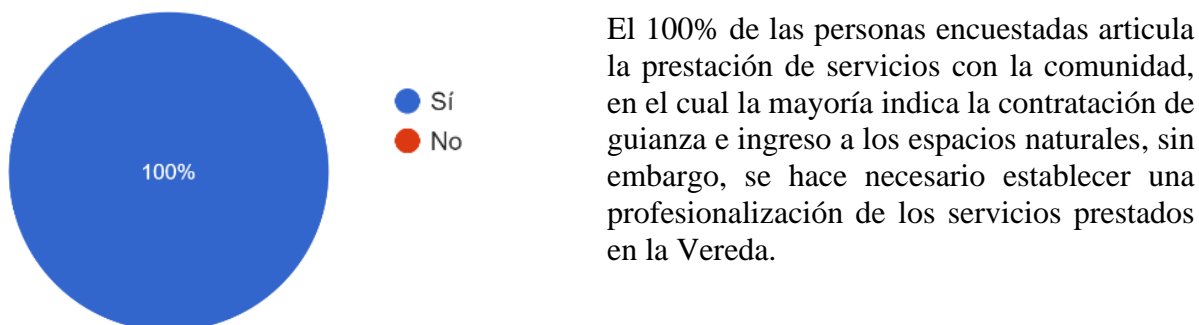
6. ¿Su establecimiento cuenta con registro Nacional de turismo o Cámara de comercio?

Ilustración 46. Análisis de percepción de oferta - RNT



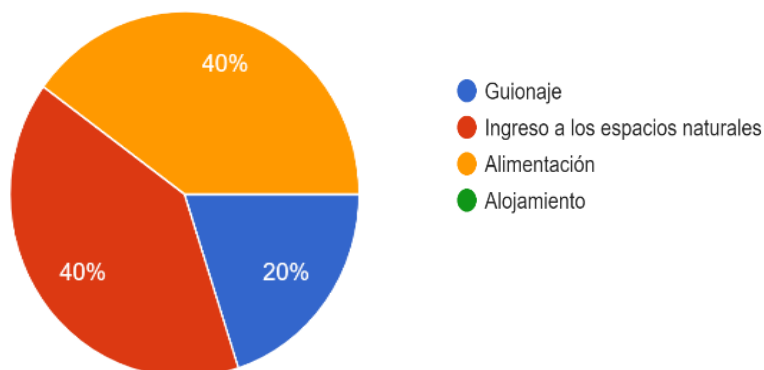
7. ¿Durante su prestación de servicios, articula con la comunidad?

Ilustración 47. Análisis de percepción de oferta - Articulación con la comunidad



8. ¿Qué servicios articula con la comunidad?

Ilustración 48. Análisis de percepción de oferta - Servicios que se articulan con la comunidad



El 40% de las personas encuestadas articulan con la comunidad el ingreso a los espacios naturales y el otro 40% articula en temas de alimentación.

4.4.2.1.2 Análisis cualitativo percepción de oferta

Lugares que promueve turísticamente de la zona oriental de La Calera.

Mundo nuevo
 Chingaza
 Camino del meta
 La laja
 Siete cascadas
 Laguna Chiquita
 Jaboncillos
 El Manzano
 Capitolio
 Cascada Guasimales
 La Chucua
 Calostros
 Finca Apiturismo

¿Por qué cree que articula con la comunidad para la prestación de servicios?

- Me prestan diferentes servicios, guianza, ingresos a las reservas, transporte, alimentación, alojamiento.
- Se contratan los servicios de alimentación y guianza con la comunidad
- Porque se contratan guías que son del territorio.
- Si porque requerimos de sus servicios como el guionaje, el permiso para los ingresos a los espacios naturales y en algunos casos alojamiento.

- En el territorio actualmente solo se conocen cinco (5) agencias de viajes que ofertan servicios, sin embargo, como se pudo evidenciar en la encuesta de demanda, los visitantes generalmente no utilizan sus servicios, de igual manera la desinformación, genera que la comunidad no se beneficie directamente de este renglón de la economía, y al contrario, se incrementen los residuos, contaminación y desinterés de la comunidad en permitir el desarrollo turístico en la Vereda.

Tabla 5. Resultado encuesta percepción de oferta

PREGUNTA	RESULTADO
Género	Masculino, lo cual nos indica que de los encuestados un porcentaje mayor es hombre
Tipo de emprendimiento	Empresa
Principal ocupación	Trabajador independiente
Tipo prestador de servicios turísticos	Recurso natural – guía
Que tipo de servicio o actividad ofrece	Senderismo
Cuenta con registro Nacional de turismo o Cámara de comercio	Si
Articulación con la comunidad	Si
Servicios articulados con la comunidad	Ingreso a espacios naturales Alimentación Guionaje

En el territorio actualmente solo se conocen ocho (8) agencias de viajes que ofertan servicios, sin embargo, como se pudo evidenciar en la encuesta de demanda, los visitantes generalmente no utilizan sus servicios, de igual manera la desinformación, genera que la comunidad no se beneficie directamente de este renglón de la economía, y al contrario, se incrementen los residuos, contaminación y desinterés de la comunidad en permitir el desarrollo turístico en la Vereda.

A partir de los análisis en las entrevistas estructuradas tanto a los visitantes como a los operadores de turismo que ofertan el destino y las reuniones determinadas con la comunidad, podemos determinar que el territorio si cuenta con un gran potencial turístico; en donde sus atractivos naturales y culturales, son demandados por los visitantes, incluso, se determina que existen algunos lugares desconocidos los cuales si se articulan con la comunidad, la institucionalidad



gubernamental y no gubernamental, la academia y organizaciones no gubernamentales, se puede implementar un accionar adecuado para este importante territorio, el cual por su ubicación geográfica, se hace necesario un planteamiento urgente que aterrice los lineamientos gubernamentales con la finalidad de salvaguardar la biodiversidad que lo ocupa.

Por lo tanto, a partir de las reuniones con la comunidad del territorio y las visitas de campo desarrolladas, permitieron que se creara la matriz DOFA, el cual brindara una estructura clara de los pasos a fortalecer y mejorar en territorio, conjunto con las estrategias que generen al territorio un turismo con enfoque sostenible, pero además establezca estructuras económicas duraderas, permitiendo así, el interés por los jóvenes en quedarse y a las personas mayores transmitir el conocimiento.

5. Matriz DOFA

A partir de los análisis realizados en los inventarios turísticos, las reuniones, talleres realizados con la comunidad y las encuestas estructuradas aplicadas al territorio, se determina la siguiente matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), el cual permitirá establecer estrategias de manera efectiva y acertada, para un trabajo conjunto entre comunidad, instituciones gubernamentales, empresarios privados y corporaciones no gubernamentales que tienen acción en el espacio estudiado.

Tabla 6. Matriz DOFA

<p>Factores Internos</p>  <p>Factores Externos</p> 	<p>Fortalezas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Espacios naturales y culturales con potencial turístico. 2. Disposición y entusiasmo de las personas para la articulación del turismo en el territorio. 3. Trabajo articulado entre la comunidad y la institución educativa 4. Interés en fortalecer la economía local y apropiación del territorio 5. Inclusión de la vereda entre zona de potencial turístico para el municipio. 6. Entidades no gubernamentales con enfoque turístico y ambiental instaladas en territorio 7. Guías turísticos profesionales de la comunidad. 	<p>Debilidades</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bajo control en el manejo de los residuos sólidos. 2. Muy poco reconocimiento de la cultura y servicios ecosistémicos del territorio. 3. Bajo conocimiento en primeros auxilios. 4. Los espacios turísticos no cuenta con un plan de ordenamiento. 5. Deficiente adecuación de senderos en infraestructura y señalética 6. Mínima preparación en planificación, atención y ordenamiento turístico por parte de la comunidad. 7. Baja articulación con las agencias de viajes que ofertan turismo en el territorio 8. Actualmente no se oferta servicios turísticos en el territorio de manera organizada 9. No se cuenta con reglamentación turística y ambiental
---	--	--

Amenazas	<p>1.Contaminación del agua y del acueducto</p> <p>2.No se están utilizando los guías del territorio.</p> <p>3.No se respetan los senderos estipulados y caminos veredales para la prestación del turismo.</p> <p>4.Los turistas no respetan la propiedad privada lo cual afecta e incómoda a los propietarios.</p> <p>5.La comunidad no se beneficia de la actividad turística</p> <p>6.No cuenta con un puesto de salud adecuado para la atención de eventualidades</p> <p>7. El estado de la vía no es la adecuada para transito continuo.</p>	Estrategias FA	<p>Identificación y fortalecimiento a las organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro que promuevan la apropiación y protección del territorio F6, A4</p> <p>Mejoramiento de la malla vial F1, F3, F4, F5, A7</p> <p>Formación, formalización a familias campesinas y procesos comunitarios F2, F3, F4, F5, F6, A2, A5</p> <p>Inclusión de la institución educativa de la Vereda en el programa colegios amigos del turismo del Viceministerio de Turismo F2, F3, F4, A5</p>	Estrategias DA	<p>Articulación interinstitucional D6, D5, A6, A7</p> <p>Planes de manejo de los atractivos naturales y culturales D1, D4, D9, A1, A3,A4</p> <p>Programa de gestión integral del turismo, para preservar los atractivos turísticos vinculando alternativas de transformación ambiental “economía circular” D1, A4</p> <p>Proyecto de infraestructura liviana D5, A5</p> <p>Implementación de un puesto de salud D3, A6</p>
Oportunidades	<p>1.Habilitación de los caminos herradura con interés cultural e histórico.</p> <p>2.Trabajo articulado entre la comunidad y las agencias de viajes nacionales y locales</p> <p>3.Buscar apoyo en la alcaldía para el manejo del territorio y un control de las juntas.</p> <p>4.Fortalecimiento del Turismo comunitario legal</p> <p>5.Mejoramiento de la economía local</p> <p>6.Apropiación de la cultura y su territorio</p> <p>7.Interrelación regional</p> <p>8. Articulación con el Parque Nacional Natural Chingaza con vocación ecoturística</p>	Estrategias FO	<p>Identificación y fortalecimiento a las organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro que promuevan la apropiación y protección del territorio F6, F3, F5, O4, O5, O7</p> <p>Programa de gestión integral del turismo, para preservar los atractivos turísticos vinculando alternativas de transformación ambiental “economía circular” F1, F7, O5, O8,</p> <p>Identificación de producto y rutas turísticas a fortalecer F1, F7, O5, O8</p>	Estrategias DO	<p>Programa de gestión integral del turismo, para preservar los atractivos turísticos vinculando alternativas de transformación ambiental “economía circular D1, O1</p> <p>Sensibilización entorno a la cultura turística y ambiental D8, O2, O3, O6,</p> <p>Manejo de residuos sólidos, líquidos, contaminación auditiva, visual y estructural en territorios rurales. D1, D6, O2, O4, O5</p> <p>Estudio de mercado turístico para el territorio D7, D8,O5,O8</p> <p>Promoción y divulgación de los productos turísticas, rutas y su cadena de valor D8, O5</p>

A partir del anterior análisis de la matriz DOFA, se establecieron estrategias, proyectos y programas a realizar, los cuales se aúnan en subtemas o ejes estratégicos, según correspondan por tema, a lo cual se establece pensando en un periodo de tiempo de un año, en el cual se segmenten bases de planificación y articulación sólidas para la comunidad de Mundo Nuevo, como medio para el fortalecimiento turístico, económico y ambiental en el territorio.

En el siguiente capítulo se evidenciarán los ejes estratégicos, explicados uno a uno, conjunto con programas, metas, proyectos y entidades territoriales, nacionales e internacionales, los cuales puedan intervenir en el proceso de manera consciente; de igual forma, se establecen bases para que la comunidad gestione recursos y apalancamientos; teniendo en cuenta de que manera a través de este proceso, se aplica y aporta desde el territorio al cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible.

6. Planteamiento Estratégico De Desarrollo Turístico Sostenible Vereda Mundo Nuevo 2023 - 2026

Este proyecto busca aportar a la comunidad de la Vereda de Mundo Nuevo, a través del fortalecimiento y reconocimiento de los objetivos de desarrollo sostenible, en el cual, la economía circular, la protección del entorno, la valoración cultural y el aprendizaje desde la primera infancia, sea interiorizada y contribuida desde todas las esferas de gobernanza que interactúen en el territorio, y en cada uno de los ejes planteados anteriormente se contrarresta y enfoca a los Objetivos De Desarrollo Sostenible.

6.1 Eje estratégico 1. Planeación, Ordenamiento y Operación Turística

Este eje tiene como objetivo consolidar y desarrollar un modelo de planificación turística para la vereda, de manera articulada e innovadora de acuerdo con las dinámicas del territorio, estructurando una gestión eficiente como comunidad.

Por lo tanto, se propone implementar cinco (5) programas enfocados hacia el ordenamiento, planificación y estructuración de destino, bajo la premisa de la sostenibilidad y relevo generacional.

Los cuales se verán explicados a continuación:

6.1.1 Programa de articulación interinstitucional: A través de este programa se establecerá una mesa conjunta o comité turístico de todos los actores que intervienen en territorio, con énfasis o interés turístico, por su enfoque y objetivo principal u objetivo transversal que concuerde con

estrategias de conservación natural y cultural, buscando fortalecer la gobernanza territorial y articular procesos de acción vinculantes.

Aliados a tener en cuenta para establecer la mesa conjunta: Sena, Alcaldía de la Calera, Parques Nacionales Naturales de Colombia – PNN Chingaza, Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá, Corporación autónoma de Cundinamarca, Cámara de comercio de Bogotá, unidades locales de gestión del riesgo, Junta de acción comunal, organismos no gubernamentales con proyectos turísticos en territorio, empresas privadas que hacen parte de la cadena de valor del turismo.

6.1.2 Programa de priorización de atractivos naturales y culturales de importancia para el territorio a fortalecer: La Junta de acción comunal de la vereda, en conjunto con la comunidad, se priorizarán cuáles son los atractivos naturales y culturales de gran importancia y relevancia para fortalecer desde el punto de vista turístico, con la finalidad de establecer acciones a su protección, divulgación y operativización del territorio.

Este programa se desarrollará a través de la implementación de la guía de planificación turística elaborada por el viceministerio de turismo y lineamientos para la planificación y gestión del turismo de naturaleza en áreas protegidas públicas y otras estrategias de conservación in situ elaborado por Parques Nacionales Naturales de Colombia; el cual luego de tener priorizados los atractivos naturales y culturales, a través de la alcaldía municipal y mediante acuerdo municipal se puede determinar su uso y operación turística, siempre y cuando el área determinada sea público, en caso contrario y pertenecer a un privado, se deberán establecer espacios de dialogo para determinar el interés en convertirse como atractivo turístico.

Aliados estratégicos para la implementación del programa: Alcaldía Municipal de La Calera, Corporación Autónoma de Cundinamarca – Corporación autónoma regional, Parque Nacional Natural Chingaza, Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá.

6.1.3 Programa de planes de manejo de los atractivos naturales y culturales: Al determinar los atractivos naturales y culturales con interés turístico público o privado, se establecerán los planes de manejo, planes de ordenamiento y estructura de operación de cada uno de ellos.

Este programa se proyecta estructurar a través de presentación de proyectos de conservación y protección del entorno natural, mediante la estrategia de conservación como es el ecoturismo,

estos planes de manejo deberán contribuir a la planificación del territorio, mediante los siguientes ítems o indicadores necesarios para un buen desarrollo turístico: Delimitación de senderos, capacidad de carga por cada uno, inventario florístico y faunístico, análisis hídrico y contextualización social. Generando un diagnóstico ambiental local que retome los aspectos sociales y ambientales del territorio.

Aliados estratégicos para la implementación del programa: Alcaldía Municipal de La Calera, Corporación Autónoma de Cundinamarca – CAR, Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá, Viceministerio de turismo – Fontur.

6.1.4 Programa de identificación y fortalecimiento a las organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro que promuevan la apropiación y protección del territorio: Se hace necesario identificar y validar las organizaciones interesadas en prevalecer mediante el turismo la apropiación y protección del territorio. Al identificarlas se estructurará un proyecto de fortalecimiento en capacidades técnicas, prestación de servicios y accionar en la estructura organizativa de la cadena de valor del turismo.

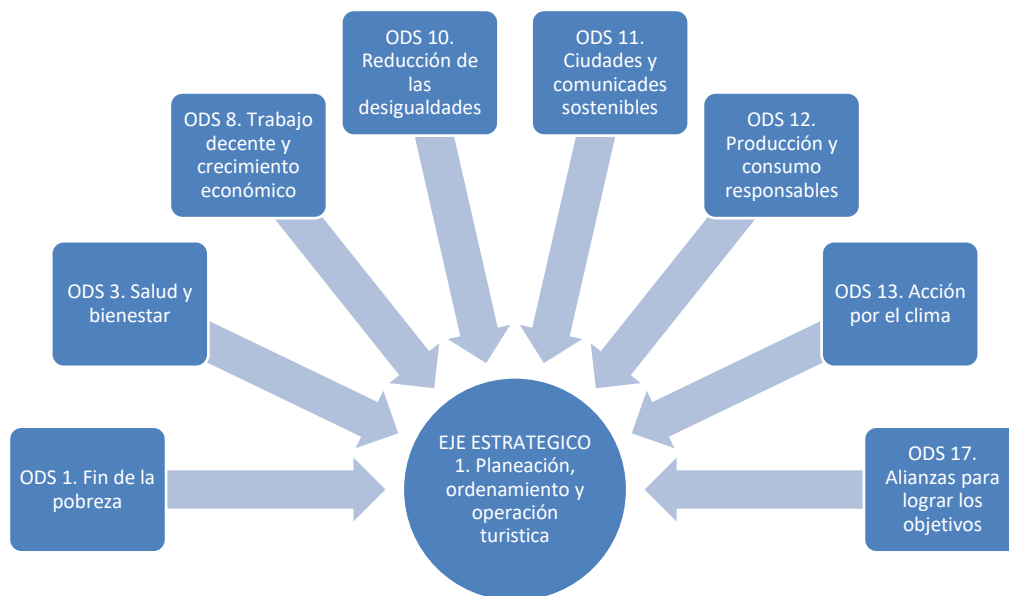
En este caso, los **aliados estratégicos a tener en cuenta son:** Alcaldía de la Calera, Cámara de comercio de Bogotá con jurisdicción La Calera, Gobernación de Cundinamarca, programa de negocios verdes – Ministerio de ambiente y desarrollo rural, Corporación Autónoma de Cundinamarca.

6.1.5 Programa de gestión integral del turismo, para preservar los atractivos turísticos vinculando alternativas de transformación ambiental “economía circular”: Este programa estará estructurado a partir de identificar plenamente la cadena de valor del turismo en el territorio, en el cual, cada actor haga parte estratégica de la oferta del turismo, fomentando la economía circular y el aprovechamiento correcto de los recursos en el territorio, teniendo en cuenta los factores propios en la zona, como son la transformación, mantenimiento y manejo de residuos, conocimiento de plantas nativas, recuperación de los saberes culturales.

Aliados estratégicos: Alcaldía de la Calera, Institución educativa departamental La Calera – Sede Mundo Nuevo, Empresa de acueducto de Bogotá, Gobernación de Cundinamarca.

El proyecto está enfocado hacia el diagnóstico y estructuración de una economía circular en la Vereda Mundo Nuevo, por lo tanto, parte del desarrollo de esta propuesta es analizar como todo esta enlazado hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS, cada uno de los ejes estratégicos al final evidenciara su relación con cada uno de ellos.

Ilustración 49. Relación con los Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 1



6.2 Eje estratégico 2. Destino accesible y participativo

Teniendo en cuenta que el turismo bien planificado y ordenado, genera beneficios de manera directa e indirecta a las comunidades receptoras, este eje estratégico está enfocado en desarrollar proyectos pensados conjuntamente para la comunidad y sus visitantes.

Por lo tanto, a continuación, establecemos cada programa propuesto para generar beneficio positivo y directo a la comunidad de la Vereda de Mundo Nuevo, bajo este eje estratégico, sus programas establecerán alternativas de proyectos que se pueden desarrollar de manera conjunta y articulada interinstitucionalmente.

6.2.1 Programa de infraestructura para el turista y la comunidad

6.2.1.1 Proyecto de mejoramiento de la malla vial:

La malla vial de acceso al territorio está en condiciones deplorables, por ende, se hace necesario estructurar un proyecto de mejoramiento de vía terciaria, en donde se vinculen activamente la Alcaldía de la Calera, Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá, Gobernación de Cundinamarca y la comunidad en general, apropiando esta vía, como eje principal para el desarrollo económico y educativo del territorio.

6.2.1.2 Proyecto de infraestructura liviana

En los atractivos naturales y culturales, se hace necesario la elaboración de estudio, diseño e implementación de infraestructura liviana (adecuación de senderos, instalación de unidades sanitarias), buscando de esta manera minimizar los impactos del turismo en estos espacios naturales y los riesgos de accidente que se puedan ocasionar en los visitantes.

Aliados principales para el desarrollo del proyecto: Alcaldía de la Calera, Gobernación de Cundinamarca, Viceministerio de Turismo – Fontur, Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá, Parque Nacional Natural Chingaza, empresarios privados.

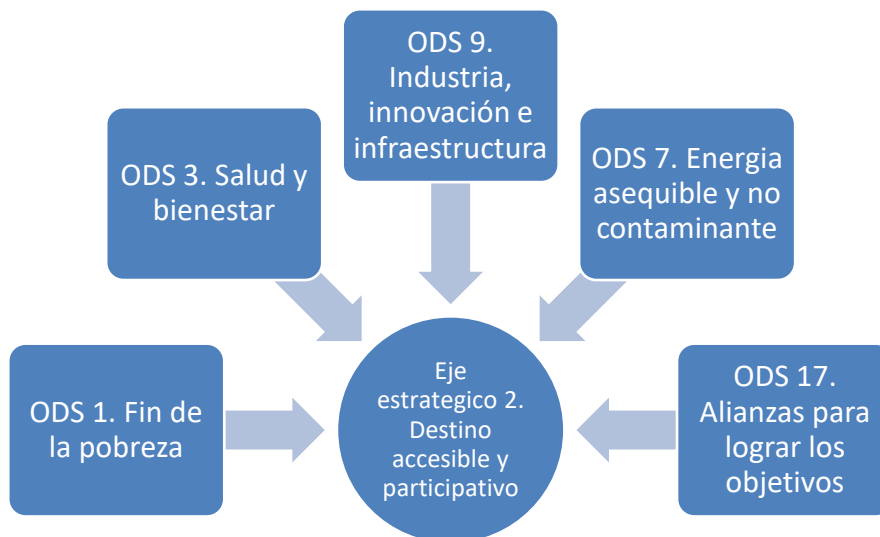
6.2.1.3 Proyecto de implementación de un puesto de salud

La prestación de servicios de salud mínimos, son indispensables para un destino, por lo tanto, se debe iniciar por una articulación con la alcaldía municipal para esta necesidad, teniendo en cuenta que, por el estado de la vía, el puesto de salud más cercano se encuentra en el casco urbano de la Calera, a aproximadamente dos (2) horas, y sin la atención indicada, es un riesgo alto para afrontar con el visitante.

Aliados principales en el desarrollo del proyecto: Alcaldía de la Calera, Gobernación de Cundinamarca, Ministerio de Salud.

El proyecto está enfocado hacia el diagnóstico y estructuración de una economía circular en la Vereda Mundo Nuevo, por lo tanto, parte del desarrollo de esta propuesta es analizar como todo esta enlazado hacia el cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible – ODS, cada uno de los ejes estratégicos al final evidenciara su relación con cada uno de ellos.

Ilustración 50. Relación con los Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 2



6.3 Eje estratégico 3. Fortalecimiento de capacidades técnicas a prestadores de servicios turísticos, comunidad y entidades gubernamentales/no gubernamentales del sector.

Este eje estratégico está enfocado hacia la preparación del territorio para la recepción de visitantes, estableciendo parámetros de atención al cliente, conocimientos en turismo, relacionamiento interinstitucional y vinculación de la academia hacia economías no tradicionales que son estratégicas para la conservación.

Por lo tanto, se encontrará a continuación cuatro (4) programas que brindaran una guía estratégica a tener en cuenta en la planeación y fortalecimiento del sector en la comunidad.

6.3.1 Programa de sensibilización entorno a la cultura turística y ambiental: Al ser un territorio rico en biodiversidad natural y recursos hídricos, la valoración de estos elementos se convierte en algo mínimo y de poco valor, al punto de reconocer solo como gestión de recursos económicos para la subsistencia, labores como la ganadería, trabajos con el gobierno, sin reconocer los servicios ecosistémicos que genera todo el entorno en el que se vive, para esto se hace necesario,

generar espacios de reconocimiento desde el preescolar involucrando a los padres, además de generar una economía alrededor de la conservación de los recursos naturales.

Aliados estratégicos: Parque Nacional Natural Chingaza, Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá, Corporación Autónoma de Cundinamarca.

6.3.2 Programa en manejo de residuos sólidos, líquidos, contaminación auditiva, visual y estructural en territorios rurales: Este programa se desarrollará de la mano, con la primera estrategia de economía circular, a través de aprendizajes colaborativos, donde el manejo de los residuos sea procesado de la manea adecuada, para el entorno en el que se vive, teniendo en cuenta que, a mayor volumen de visitantes, mayor demanda de servicios y por ende, generación de residuos, los cuales manejados de la mejor manera, pueden convertirse en un generador económico positivo.

Por esta razón, se hace necesario un estudio de generación de contaminantes a través del turismo, donde se establezcan estrategias de disminución y aprovechamiento de estos.

Aliados estratégicos: Cooperación internacional, Gobernación de Cundinamarca, Alcaldía de la Calera, Ministerio de ambiente y desarrollo sostenible, Corporación autónoma de Cundinamarca.

6.3.3 Programa colegios amigos del turismo: Este programa es una bandera del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través del viceministerio de turismo, si queremos fortalecer las capacidades técnicas del territorio, no solo se debe tener en cuenta a los adultos, sino también iniciar desde la pequeña infancia, inculcando la apropiación del territorio, reconociendo nuevos sistemas económicos y los servicios ecosistémicos que la naturaleza nos brinda.

Este programa se puede hacer realidad mediante alianzas estratégicas entre la alcaldía de la Calera, Institución Educativa departamental Integrada La Calera – Sede Mundo Nuevo, Viceministerio de turismo, SENA

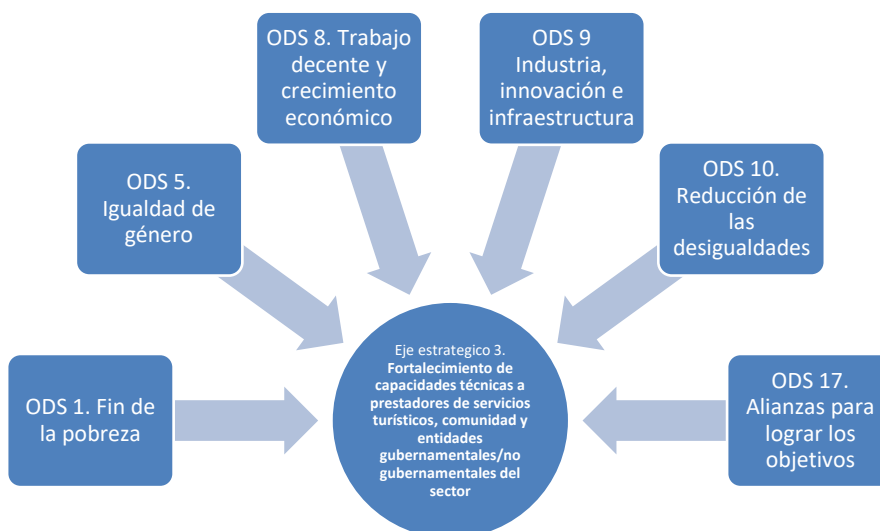
6.3.4 Programa de formación, formalización a familias campesinas y procesos comunitarios: A través de este programa se fomentará la formalización de la cadena de valor del turismo, en el cual, mediante talleres y estímulos a las familias, microempresas y procesos comunitarios, se evidenciará la importancia de estar organizados y legalizados.

En este programa se brindará formación acerca de normatividad turística, normatividad ambiental, normatividad económica e industrial, se apoyará con los procesos de certificación e implementación de buenas prácticas.

Aliados estratégicos del programa: Ministerio de industria, comercio y turismo – programa fortalecimiento empresarial – programa competitividad turística, alcaldía de La Calera, Cooperación internacional, SENA, Universidades, Parque Nacional Natural Chingaza, Gobernación de Cundinamarca.

Este eje estratégico, se relaciona con seis (6) ODS, como lo pueden observar en la gráfica a continuación.

Ilustración 51. Relación Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 3



6.4 Eje estratégico 4. Producto, promoción y posicionamiento turístico

A través de este eje se identificará el producto turístico a fortalecer en el territorio, rutas y circuitos que articularan no solo la vereda Mundo Nuevo, sino todo el sector oriental del municipio de La Calera, recordando que el turismo no tiene fronteras, de igual manera nos ayudara a delimitar el mercado objetivo y fortalecerá alianzas entre las empresas privadas o comunitarias del territorio, con las locales o nacionales que fijan sus planes hacia esta zona del país.

Cómo el mismo nombre lo identifica, este eje establece tres (3) programas claros, para un posicionamiento turístico, avanzando hacia la consolidación de destino y aumento de visitantes en territorio.

6.4.1 Proyecto identificación de producto y rutas turísticas a fortalecer: Identificar el producto turístico estrella, con su oferta de valor, costos, tiempos y rutas identificadas, que generen innovación y diferenciación en el territorio, estableciendo de esta manera oportunidades económicas en la Vereda Mundo Nuevo y comunidad vecina, creando una interrelación entre las comunidades de la zona Oriental del Municipio de La Calera y Zona de Influencia del PNN Chingaza.

Aliados estratégicos: PNN Chingaza, Alcaldía de la Calera, FONTUR, Viceministerio de Turismo, Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá.

6.4.2 Proyecto de estudio de mercado turístico para el territorio: En un proyecto de planificación turística y posicionamiento de territorio, se hace necesario contar con un estudio de mercado turístico, conciso, el cual, nos lleve a conocer las percepciones de los visitantes, sino también, que tipo de turista deseamos, y busca la oferta consolidada. En este caso, se identifica que el turismo debe ser especializado, con enfoque de naturaleza, sin embargo, se necesita un estudio más a fondo con estadísticas comparativas para toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo.

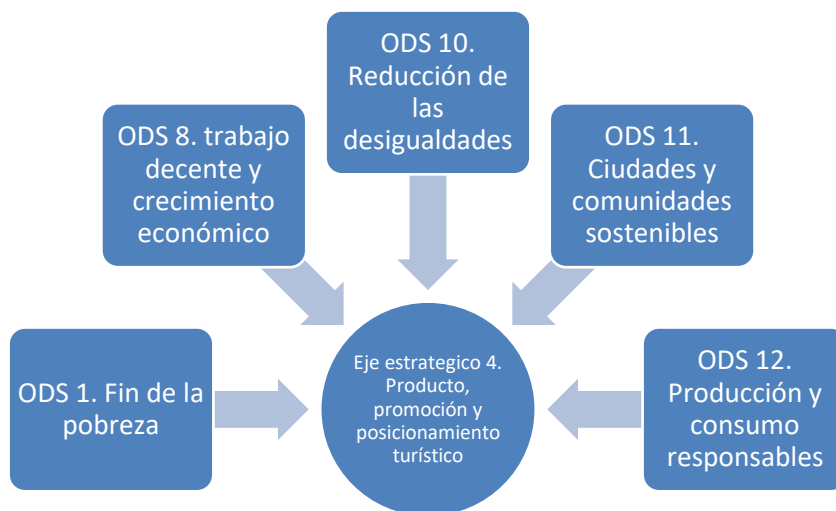
Aliados estratégicos: PNN Chingaza, Alcaldía de la Calera, FONTUR, Viceministerio de Turismo, Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá.

6.4.3 Proyecto de promoción y divulgación de los productos turísticas, rutas y su cadena de valor: Este proyecto será el resultado de los dos anteriores, en el cual nos brindan herramientas claves para el posicionamiento del territorio, a través de la promoción y divulgación de los productos o rutas identificadas.

Aliados estratégicos para el eje, se establecen desde tesis de pregrado, investigaciones a través de las escuelas de administración o turismo, alcaldía de La Calera, Gobernación de Cundinamarca, Corporación autónoma de Cundinamarca y Empresa de acueducto y alcantarillado de Bogotá.

Este eje estratégico apunta a cumplir cinco (5) ODS, según lo explicado en la siguiente gráfica.

Ilustración 52. Relación Objetivos De Desarrollo Sostenible, Eje Estratégico 4



7. Cronograma Plan De Acción

Tabla 7. Cronograma Plan de acción

EJE ESTRATEGICO	PROGRAMA O PROYECTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Planeación, ordenamiento y operación turística	Programa de articulación interinstitucional				
	Programa de definición atractivos naturales y culturales de importancia para el territorio a fortalecer				
	Programa de planes de manejo de los atractivos naturales y culturales				
	Programa de identificación y fortalecimiento a las organizaciones públicas, privadas y sin ánimo de lucro que promuevan la apropiación y protección del territorio				
Destino accesible y participativo	Programa de infraestructura para el turista y la comunidad				
Fortalecimiento de capacidades técnicas a prestadores de servicios turísticos, comunidad y entidades gubernamentales/no gubernamentales	Programa de sensibilización entorno a la cultura turística y ambiental				
	Programa en manejo de residuos sólidos, líquidos, contaminación auditiva, visual y estructural en territorios rurales.				
	Programa colegios amigos del turismo				
	Programa de formación, formalización a familias campesinas y procesos comunitarios				

Producto, promoción y posicionamiento turístico	Proyecto identificación de producto y rutas turísticas a fortalecer				
	Proyecto de estudio de mercado turístico para el territorio				
	Proyecto de promoción y divulgación de los productos turísticos, rutas y su cadena de valor				

8. Planteamiento Estructuración Organizativa en Vereda Mundo Nuevo

Teniendo en cuenta el nivel incipiente de planificación y articulación interinstitucional, aunada a su interés desde hace varios años en la de estructuración de un turismo fortalecido y con planeación estratégica el cual brinde resultados positivos, sin embargo, actualmente en la zona Oriental del Municipio de la Calera se encuentran establecidas varias asociaciones, fundaciones y agencias de viajes entorno al turismo, sin contar con una estructura organizacional fija que determine el horizonte a llegar y específicamente que beneficie a la comunidad, como pretende el presente proyecto establecer parámetros.

Para información establecida en el presente proyecto, se nombrarán algunas de las asociaciones o fundaciones con dirección postal en la zona y las cuales, a la fecha han intentado establecer trabajo conjunto, y lineamientos claros para una proyección turística comunitaria que beneficie la economía, conservación de la Vereda, todo esto sin resultados positivos. De las reconocidas se encuentran:

- Fundación Grupo Conserva
- Grupo ecológico la cascada
- ECOTUMUNDO
- Remanso del Patriarca

Por lo tanto, se recomienda, fortalecer la junta de acción comunal, desde la legalización y escrituración de documentos, acordes a la realidad actual, los sujetos de necesidad del entorno.

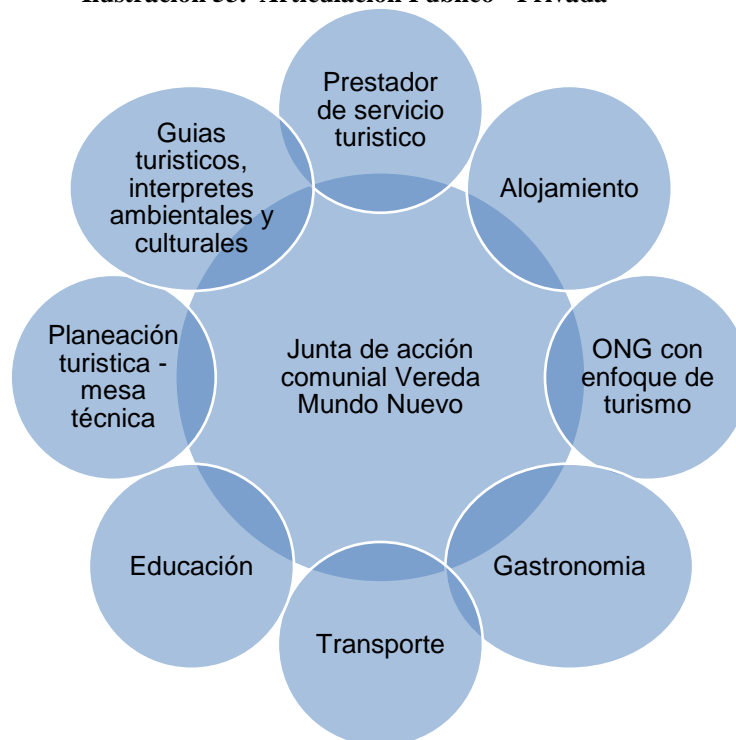
A partir de esta legalización, se pretende constituir comités enfocados al fortalecimiento de la vereda y articulación interinstitucional, esto basado y normatizado bajo la ley 2166 de 2021, capítulo II, artículo 12, Parágrafo 2 “Los organismos de acción comunal podrán hacer alianzas estratégicas con personas jurídicas en procura de alcanzar el bienestar individual y colectivo y el desarrollo de la comunidad, en los términos definidos por la presente ley. Igualmente, podrán establecer relaciones de cooperación con personas jurídicas públicas o privadas de nivel municipal, local, distrital, departamental nacional e internacional”.

Por lo tanto se propone establecer los siguientes comités de convivencia que se articulen en una mesa de turismo Veredal.

- Comité de convivencia
- Comité ambiental
- Comité educativo
- Comité de turismo
- Comité administrativo y financiero

En el cual el comité de turismo, como ente regulador del turismo, adoptara y mejorara el presente documento de planificación; iniciando por la identificación y reunión con todos los actores de turismo, visualizados en la ilustración 49. Generando proyectos y planes de acción que establezcan una línea clara desde el ente gubernamental en territorio, llevándolo a instancias locales, nacionales e internacionales.

Ilustración 53. Articulación Público - Privada



9. Conclusiones

El turismo es una estrategia de conservación y fortalecimiento económico que, en territorio, bien planificada, y articulada con la comunidad, brindaría un nuevo enfoque a la vereda, generando una dinámica transversal, en beneficio de todos, generando mejoramiento y planes de ordenamiento de los ocho (8) recursos naturales, y los dos (2) recursos culturales establecidos y reconocidos por la comunidad, se puede establecer una gobernanza clara y estructurada de manera lógica y con enfoque comunitario los cuales generarían una fácil interlocución de los cooperantes y entes territoriales; Como lo son el Parque Nacional Natural Chingaza y la Empresa de Acueducto y alcantarillado de Bogotá para la preservación de las fuentes hídricas de este territorio, por ende, estrategias de conservación como es el ecoturismo, es una propuesta importante a ejecutar.

En las encuestas desarrollados, la comunidad en general se identifican varios atractivos naturales de gran relevancia y visitancia actualmente, sin embargo, desde lo cultural se identificaron los caminos ancestrales, que los campesinos recorrían para sus intercambios, espacios con historia, donde los más adultos aún identifican estos caminos, como templos de la cultura y unión entre los pueblos del oriente Calerunos y los municipios vecinos; que, desarrollándolos de manera adecuada, se convertiría en destinos turísticos innovadores para el territorio, en especial para los amantes de las caminatas largas entre el bosque alto andino y el páramo.

La comunidad ha identificado la necesidad de fortalecer sus capacidades y generar alianzas estratégicas con la finalidad de establecer un desarrollo turístico planificado, proyectado hacia una conservación ambiental, cultural y social en su espacio, estableciendo arraigo a sus niños, jóvenes y adolescentes mediante el intercambio generacional, que permita una convivencia sana; Mediante la conceptualización y estructuración de un marco de gobernanza en el cual se establezcan lineamientos precisos en capacitación y fortalecimiento de capacidades técnicas en torno a la cadena de valor del turismo, la cultura turística, normatividad ambiental, turísticas y servicios ecosistémicos a toda la comunidad, desde la pequeña infancia, hasta los adultos y empresarios.

10. Recomendaciones

Realizar una mesa interinstitucional, liderada desde la junta de acción comunal de la vereda, con la finalidad de establecer una gobernanza planeada, y generar labores articuladas que apoyen la protección de los atractivos naturales, el beneficio económico aprovechados en la actualidad sin plan u ordenamiento propio.

Establecer acercamientos inmediatos con universidades con academia turística, ambiental u administración pública que lidere la organización entre instituciones a través de proyectos e investigaciones que fomenten una economía circular en territorio.

Generar espacios de tejido social, rescate de identidad cultural e historia del territorio.

Realizar alianzas estratégicas a través de convenios con operadores turísticos actuales y la oferta del territorio, con la finalidad que los visitantes que ingresen sean guiados por personas locales, actores institucionales, academia y comunidad.

Desarrollar proyectos a corto, mediano y largo plazo que gestionen recursos con entidades nacionales y de cooperación internacional

Vincular activamente en las decisiones del territorio a la institución educativa, la cual es quien está enseñando a los niños de hoy y adultos del mañana.

Cada ítem recomendado en el presente documento está planteado y justificado bajo la importancia y gestión a realizar en el territorio, conjuntamente entre actores públicos, privados, organizaciones no gubernamentales.

11. Bibliografía

ESP, E. D.-E. (2015). *Somos páramo, Somos comunidad*.

MINCIT - Ministerio de Comercio, I. y. (4 de Agosto de 2023). *Calidad y Desarrollo Sostenible*.
Obtenido de <https://mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible>

Ministerio de Industria, C. y.-V. (2023). *Plan Sectorial de turismo 2023 – 2026 “Turismo en armonía en la vida”* . Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx>

Planeación, E. a.-E.-E.-S.-S. (2015). *Somos territorio, Somos Naturaleza* .

publica, f. (s.f.). *Ley general de turismo 300/1996 y sus modificaciones*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/>

Proyecto FNTC – 028 -2023 Elaborar el Plan de desarrollo turístico convencional para el municipio de la Calera – Cundinamarca, Vigencia 2022 – 2032. Alcaldía Municipal de La Calera, Fontur

12. Anexos

12.1 Anexo 1. Acta tesina



ACTA PROYECTO FINAL DE GRADUACIÓN (PFG)

Nombre y apellidos: Jenny Andrea López Ochoa
Lugar de residencia: La Calera - Cundinamarca
Institución: Fundación Grupo Conserva
Cargo / puesto: Coordinador de proyectos

Información principal y autorización del PFG	
Fecha: 3 junio 2023	Nombre del proyecto: Proyecto de desarrollo turístico de la Vereda Mundo Nuevo – Municipio de La Calera
Fecha de inicio del proyecto: junio 2023	Fecha tentativa de finalización: octubre 2023
Tipo de PFG: Tesina	
<p>Objetivo General: Formular un proyecto de desarrollo turístico para beneficiar las comunidades asentadas en La Vereda Mundo Nuevo – La Calera a partir de ejercicios de integración y propuestas de desarrollo sostenible durante el 2023</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Identificar los recursos turísticos del territorio que podrían constituirse en los atractivos para el establecimiento de lineamientos de desarrollo sostenible que caractericen la Vereda Mundo Nuevo como destino turístico. Conceptuar los elementos necesarios que conduzcan a la gobernanza turística del territorio para generar un desarrollo turístico articulador con la comunidad, las entidades territoriales y nacionales. Establecer una estructura que posibilite la implementación de acciones de economía circular en el territorio con la finalidad de generar apropiación, preservación, protección y relevo generacional en el territorio. 	



Descripción del producto:

Estos predios presentan problemas de invasión de ganadería y deforestación por parte de los habitantes, en general tienen una baja gobernabilidad. Por lo tanto, al realizar recorridos por estos predios se encuentran varios caminos y senderos, que son utilizados por diversas personas y actores para hacer recorridos de interés natural y cultural, generando una presión ya que esta actividad no está regulada ni controlada por ende se ve la necesidad de organizar y reglamentar dicha actividad en la Vereda y la zona oriental del Municipio de La Calera.

El potencial turístico de la zona de Reserva es alto y cuenta con una variada oferta naturalista que puede ser disfrutada por varios perfiles de visitantes y con varios tipos de actividades (contemplativas, educativas, deportivas, fotográficas e investigaciones científicas, entre otros), que se pueden desarrollar.

Mundo Nuevo por su ubicación geográfica de gran importancia para el sistema nos da la posibilidad del aprovechamiento de los servicios ecosistémicos contando con: exuberantes paisajes, cascadas, bosque alto andino, diversidad de especies de flora y fauna, importantes endemismos, en particular es un sitio rico en diversidad de aves y recurso hídrico.

La zona cuenta con una variedad importante de especies vegetales. Se han registrado no menos de 383 especies de plantas y se estima que la flora total de la Reserva puede sobrepasar las 2.000 especies.

La Reserva y sus alrededores cuentan con unas mínimas infraestructuras especiales para el desarrollo de las actividades turísticas dándonos una gran ventaja para nuestro proyecto, la cual lograría generar en corto plazo aportes para una estrategia de turismo comunitario de Naturaleza Auto sostenible, en las veredas de Mundo Nuevo buscando una alianza estratégica con el Parque Nacional Natural Chingaza y otras organizaciones que contribuyan con la conservación y preservación del medio ambiente.

Todo lo anterior con la finalidad de fortalecer la apropiación del territorio y la economía circular.

Teniendo en cuenta lo expresado, el territorio cuenta con una gran diversidad natural, y además el ser parte de la zona de influencia del área protegida más cercana a la capital Colombiana con vocación ecoturística, es una oportunidad perfecta de generar una estrategia económica alrededor del turismo, específicamente en la tipología turística –



ecoturismo por sus singularidades ecológicas; además de establecer procesos de restauración y monitoreo, generando nuevas expectativas de mejora de vida a través del turismo con enfoque restaurativo, los cuales se proponen desarrollar por etapas, que determinen el nivel de compromiso, resultados de avance y generación de empleo.

Mediante una investigación mixta, la cual permita obtener resultados tanto cualitativos como cuantitativos, estableciendo así patrones, percepciones y características de los visitantes y la comunidad.

El alcance para evaluar sería exploratorio bajo la observación, revisión de fuentes secundarias y estudios previos realizados, el cual nos brindará una visión más amplia acerca del territorio y los posibles avances, procesos y actividades para fortalecer el territorio de manera descriptiva.


Necesidad del proyecto: La Vereda Mundo Nuevo, actualmente experimenta un aprovechamiento de sus recursos turísticos, recibe visitantes y goza de cierto reconocimiento local como destino, sin embargo, el territorio no cuenta con un planteamiento estructurado que permita mejorar la calidad de vida de los lugareños a través del turismo, al tiempo que se hace un uso sostenible y organizado del territorio siendo necesario realizar todo un proceso de planificación e identificación de los potenciales y las capacidades técnicas de sus habitantes, de la misma manera generar un proyecto de desarrollo turístico según los atributos del territorio.

Justificación de impacto del proyecto: La Vereda Mundo Nuevo, hace parte importante de la zona de influencia del área protegida PNN Chingaza, además es un lugar de embotellamiento de agua y un alto interés en sus atractivos naturales, sin embargo, en la actualidad la comunidad no se encuentra organizada alrededor de este sector, y solo observa como diferentes agencias de viajes ingresan al territorio con visitantes, sin beneficiar económicamente a la comunidad.

Los sitios naturales actualmente visitados en el territorio son:

- Cascada Guasimales
- 7 cascadas
- Laguna brava, laguna chiquita y la chucua
- Recorridos en bicicleta de alta montaña
- Observación de aves
- Acceso al PNN Chingaza por sector no autorizado ni reglamentado



Restricciones: <ul style="list-style-type: none"> • Poca accesibilidad a información del territorio • Baja confianza en entregar información y apoyo a nuevas propuestas económicas en la comunidad • Reconocimiento y apropiación de las potencialidades turísticas • Conocimiento específico en la comunidad de turismo y los valores agregados • Debilidad en trabajo articulado entre la comunidad y las empresas establecidas en el sector 	
Entregables: Producto: Diagnóstico del turismo actual <ul style="list-style-type: none"> • Inventario de recursos y potenciales turísticos • Análisis DOFA • Establecer la cadena de valor del territorio Producto: Lineamientos de gobernanza y desarrollo turístico de la Vereda Mundo Nuevo <ul style="list-style-type: none"> ❖ Formulación de programas ❖ Construcción de indicadores basados en metas Producto: Organización comunitaria con bases de trabajo en equipo. <ul style="list-style-type: none"> ❖ Plan de acción comunitario 	
Identificación de grupos de interés: Cliente(s) directo(s): Comunidad de Mundo Nuevo, operadores turísticos Cliente(s) indirecto(s): Visitantes PNN Chingaza, turistas municipio de la Calera, Ciclistas	
Aprobado por: Ing. Mario A. Socatelli Porras	Firma: 
Estudiante: Jenny Andrea López Ochoa	Firma: 