

Plan de marketing digital como estrategia de promoción turística para el municipio de Cuítiva,

Boyacá

Leiry Carolina Rojas Cruz

Andrea Juliana Atuesta Hernández

Trabajo de Grado para Optar al Título de Profesional en Turismo

Directora

Laura Victoria Buitrago Álvarez

Administradora Turística y Hotelera

Universidad Industrial de Santander

Instituto de Proyección Regional y Educación a distancia

Programa académico Profesional en turismo

Bucaramanga

2022

Dedicatorias:

Queridos padres

Es con gran emoción y agradecimiento que dedico esta tesis a ustedes. Sin su amor, apoyo y guía, nunca habría llegado tan lejos en mi educación. Cada logro que he alcanzado en la vida es gracias a su constante aliento y motivación.

Esta tesis representa no solo mi dedicación y esfuerzo, sino también su sacrificio y trabajo duro. Espero que al leer estas palabras, sientan el orgullo que yo siento por ustedes y por todo lo que hemos logrado juntos.

Con todo mi amor,

Andrea Juliana Atuesta Hernández

Le dedico el resultado de este trabajo a mi familia en especial a mis padres Fanny Cruz y Gustavo Barrera ellos que me apoyaron y me enseñaron a afrontar las dificultades que la vida nos pone, me enseñaron a luchar por mis sueños y no morir en el intento.

También le dedico este trabajo a mi hijo Jared Santiago Barón, desde su nacimiento me ha impulsado a seguir adelante sin duda alguna él es lo mejor que me ha pasado, fue mi motivación para terminar este proyecto y seguir adelante.

Carolina Rojas Cruz

Agradecimientos:

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han contribuido a la realización de esta tesis. En primer lugar, a mi familia, quienes han sido mi apoyo constante en todo momento, gracias por creer en mí y en mis sueños, por brindarme amor, comprensión y paciencia en los momentos difíciles. Su inquebrantable apoyo y aliento han sido mi fuente de inspiración y motivación para alcanzar este logro. Sin su ayuda y colaboración, este trabajo no hubiera sido posible.

A mi compañera de tesis, Carolina, gracias por ser una aliada fiel en este camino lleno de desafíos. Juntas hemos compartido risas, momentos de estrés, horas de trabajo y hemos superado obstáculos que parecían insuperables. Esta tesis no habría sido posible sin tu apoyo incondicional y compromiso con el proyecto. Gracias por esa bonita amistad.

Por último agradecer a mi directora de tesis por su orientación, paciencia y apoyo constante a lo largo de todo el proceso. Gracias por compartir su experiencia y conocimiento, y por motivarme a superar mis límites.

Andrea Juliana Atuesta Hernández

Primero que todo agradezco a Dios por darme sabiduría para poder afrontar los retos que la carrera me ponía, a mis padres Fanny Cruz y Gustavo Barrera por creer en mí y en este sueño de ser profesional en turismo y estar presentes en mi formación ayudándome a lograr mi meta.

A mi hijo Jared Santiago Barón, sin ti mi vida sería un desastre, cada vez que te veo siento esas ganas de trabajar y seguir mis objetivos trazados, tú eres mi principal motivación para salir adelante.

Mis hermanas Diana Paola Rojas y Sandra Milena Rojas a pesar de las peleas o los desacuerdos agradezco por estar presentes aportando buenas cosas a mi vida y a mi crecimiento personal ustedes han sido una parte fundamental en mi proceso.

A mi compañera de tesis Andrea Juliana Atuesta porque decidimos emprender este camino juntas lleno de dificultades y obstáculos, sin ti este proyecto no hubiera sido posible gracias a tu entrega y dedicación, por ser paciente conmigo y saber lidiar con los momentos de estrés y seguir adelante con el trabajo.

Los docentes que hicieron parte fundamental siendo mi guía y apoyo en mi formación profesional, compartiendo sus conocimientos y experiencias vividas aportando así a mi evolución académica.

Y por último pero no menos importante a mi amada Universidad Industrial de Santander la cual me ofreció, medios y herramientas para lograr mis metas.

Carolina Rojas Cruz

Tabla De Contenido

Resumen.....	15
Abstract	16
1. Problema	17
2. Objetivos.....	19
2.1 <i>Objetivo General</i>	19
2.2 <i>Objetivos Específicos</i>	19
3. Justificación.....	20
4. Marco De Referencia	22
4.1 <i>Marco Conceptual</i>	22
4.2 <i>Marco teórico</i>	23
4.3 <i>Marco Legal</i>	25
5. Metodología	28
5.1 <i>Población Objetivo</i>	28
5.2 <i>Técnica De Recolección</i>	29
5.3 <i>Instrumentos De Recolección</i>	29
5.4 <i>Cuadro Metodológico</i>	30

5.5 Presupuestos	32
6. Generalidades.....	33
6.1 Reseña	34
6.2 Localización.....	35
6.3 Información Poblacional.....	36
6.4 Características Físicas Del Territorio	37
7. Conectividad Y Accesibilidad Geográfica	38
7.1 Geografía	38
7.2 Rutas De Acceso.....	40
7.3 Actividades Económicas Y Productos	41
8. Planta Turística Y Superestructura Del Municipio	43
8.1 Planta turística.....	43
8.2 Superestructura.....	44
9. Eventos, Ferias Y Fiestas	45
10. Propuestas Con Base Al Turismo.....	46
10.1 Propuestas Cumplidas Basadas En El Plan De Desarrollo Municipal	46
10.2 Propuestas Por Cumplir Basadas En El Plan De Desarrollo Municipal.....	47
11. Listado De Inventario Turístico Del Municipio De Cuitiva, Boyacá	49
12. Análisis DOFA.....	55

13. Buyer Person.....	58
13.1 Segmentación De Mercado.....	58
13.2 Plantillas Buyer Person	60
13.2.1 Encuestas A La Comunidad.....	60
13.2.2 Entrevista A Prestadores De Servicio.....	68
13.2.3 Encuestas A Los Turistas.....	69
Análisis General.....	76
14. Mix De Marketing.....	77
14.1 Producto.....	77
14.2 Distribución.....	77
14.2.1 Canales De Distribución.....	77
14.3 Promoción.....	78
14.3.1 Publicidad	78
15. PROPUESTA.....	79
15.1 Estrategia De Marketing Digital.....	79
15.2 Propuesta De Página Web (Prototipo).....	80
15.2.1 Análisis De La Página Web.....	82
15.3 Propuesta De Instagram (Prototipo).....	83
15.3.1 Colores A Usar En El Diseño.....	86

15.3.2 Análisis Del Perfil De Instagram	88
15.3.3 Logo.....	90
15.3.4 Slogan Del Producto O Servicio	91
16. Estrategia Y Táctica	91
16.1 Propuesta De Códigos Qr.....	91
16.2 Análisis De La Propuesta De Códigos Qr	92
16.3 Estrategia Y Táctica	94
17. Conclusiones.....	95
17. Cronograma De Actividades	97
Referencias Bibliográficas	99
Apéndices	102

Lista De Tablas

Tabla 1 Marco legal	27
Tabla 2 Instrumentos de recolección	30
Tabla 3 Técnicas de recolección	31
Tabla 4 Presupuestos.....	32
Tabla 5 Generalidades.....	33
Tabla 6 Información poblacional	37
Tabla 7 Economía	42
Tabla 8 Planta turística.....	44
Tabla 9 Superestructura	44
Tabla 10 Propuestas cumplidas.....	47
Tabla 11 Propuestas por cumplir	48
Tabla 12 Bienes culturales inmuebles y muebles	51
Tabla 13 Inventario gastronómico	52
Tabla 14 Festividades y eventos	54
Tabla 15 Eje socio-cultural	56
Tabla 16 Eje ambiental	57
Tabla 17 Eje económico.....	57
Tabla 18 Segmentación de mercado	59
Tabla 19 Estrategias.....	79
Tabla 20 Análisis página web	83

Tabla 21 Diseño página web.....	87
Tabla 22 Diseño red social de Instagram.....	89
Tabla 23 Código QR.....	94

Lista De Figuras

Figura 1 Marketing web turistico.....	23
Figura 2 Marketing web turístico.....	23
Figura 3 Mapa de Cúitiva	35
Figura 4 Mapa provincia Sugamuxí.....	39
Figura 5 Rutas	41
Figura 6 Edad.....	61
Figura 7 Género	62
Figura 8 Turismo.....	62
Figura 9 Reconocimiento.....	63
Figura 10 Atractivos	63
Figura 11 Gastronomía	64
Figura 12 Crecimiento del municipio	64
Figura 13 Recepción a internet	65
Figura 14 Viviendas.....	65
Figura 15 Redes sociales.....	66
Figura 16 Medio de difusión.....	66
Figura 17 Capacitaciones.....	67
Figura 18 Uso de tecnología	67
Figura 19 Edad de los turistas.....	70
Figura 20 Género de los turistas	70

Figura 21 Departamento de residencia	71
Figura 22 Conocimiento del municipio	71
Figura 23 Medio de difusión.....	72
Figura 24 Datos moviles	72
Figura 25 Redes sociales.....	73
Figura 26 Temporadas	73
Figura 27 Código QR.....	74
Figura 28 Clases de turismo.....	74
Figura 29 Medio de transporte.....	75
Figura 30 Medio de difusión.....	75
Figura 31 Logo.....	91

Apéndices

Apéndice A. Inventario turístico del municipio de Cútiva, Boyacá	102
Apéndice B. Entrevista Coordinadora De Cultura Y Turismo	121

Glosario

Infraestructura turística: se puede decir que está es un conjunto de cimientos y servicios que se prestan para impulsar la economía de un destino haciendo crecer el turismo.

Marketing digital: Es una herramienta que ha tomado mayor fuerza ya que engloba diversas plataformas que permiten mayor interacción por el consumidor.

Revenue management: Es un proceso de fijación de precios el cuál ayuda a maximizar el beneficio de captar clientes de manera didáctica y concreta.

Buyer person: Es un análisis que se realiza a un grupo determinado de personas con el fin conocer sus necesidades a la hora que adquirir un producto o servicio

Resumen

Título: Plan de marketing digital como estrategia de promoción turística para el municipio de Cuitiva, Boyacá

Autoras: Andrea Juliana Atuesta Hernandez y Leiry Carolina Rojas Cruz.

Palabras clave: Marketing digital, Estrategia, Turismo, Destino turístico, Destino turístico

El municipio de Cúitiva Boyacá es uno de los tantos lugares que carecen de reconocimiento, lo cual, aun estando dentro de un territorio con un gran potencial turístico, no se le ha dado la importancia que se merece, y ubicándose entre los municipios de Iza y Aquitania, siendo solo utilizado como lugar de paso. Por esta razón, este proyecto de investigación tiene como objetivo, diseñar un plan de marketing digital para la promoción de los atractivos turísticos que se encuentran en el municipio, teniendo este un gran potencial en turismo de naturaleza, turismo cultural y turismo religioso, haciéndolo apto para todo tipo de público, desde niños hasta adultos mayores, al contar con diferentes tipos de atractivos, se puede trabajar en diversas actividades que estén a favor de la activación turística en la zona.

Por ellos, por medio del marketing digital se puede lograr estrategias que ayuden a la promoción y divulgación de Cúitiva, siendo el marketing una de las tendencias que han ido avanzando en los últimos años, gracias a la facilidad que tiene para llegar al público de manera innovadora y eficaz. Lo cual dentro de las deficiencias que posee el municipio está la falta de conocimiento y apoyo en el tema, siendo esto una desventaja al momento de ofrecer al turista una mejor calidad y así poder mejorar en su infraestructura y superestructura.

Por lo tanto, se identificaron 4 estrategias que ayuden a dar solución a lo que se necesita para lograr una debida promoción en oferta turística como lo son: la realización del diagnóstico, la recolección de datos para los inventarios turísticos, la segmentación de mercado y por último el desarrollo de una propuesta que ayude a promocionar este pueblo boyacense.

Abstract

Title: Digital marketing plan as a tourism promotion strategy for the municipality of Cuitiva, Boyacá

Authors: Andrea Juliana Atuesta Hernandez and Leiry Carolina Rojas Cruz.

Keywords: Digital marketing, Strategy, Tourism, Tourist destination, Tourist destination

The municipality of Cuítiva Boyacá is one of the many places that lack recognition, which, even being within a territory with great tourist potential, has not been given the importance it deserves, since it is located between the municipalities of Iza and Aquitania and is only used as a place of passage.

For this reason, this research project aims to design a digital marketing plan for the promotion of tourist attractions found in the municipality, having a great potential in nature tourism, cultural tourism and religious tourism, making it suitable for all audiences, from children to seniors, since having different types of attractions, you can work on various activities that are in favor of tourism activation in the area. For them, through digital marketing can be achieved strategies that help the promotion and dissemination of Cuítiva, being marketing one of the trends that have been advancing in recent years, thanks to the ease it has to reach the public in an innovative and effective way. Therefore, among the deficiencies that the municipality has is the lack of knowledge and support on the subject, being this a disadvantage at the time of offering the tourist a better quality and thus being able to improve in its infrastructure and superstructure.

Therefore, 4 strategies were identified to help provide a solution to what is needed to achieve a proper promotion in tourism supply such as: the realization of the diagnosis, data collection for tourism inventories, market segmentation and finally the development of a proposal to help promote this Boyacan town.

1. Problema

El departamento de Boyacá se ha venido posicionando dentro del sector turismo como un elemento activo para la economía regional, aumentando la productividad en su población; razón por la cual se ha registrado un incremento de visitantes nacionales e internacionales, volviéndose uno de los mejores departamentos frente al desempeño en gestión de destinos. Dentro del plan sectorial de turismo del año 2018-2022 de Boyacá, se implementaron estrategias como una alternativa para impulsar el sector turístico de todas las regiones, con enfoques en sostenibilidad, innovación, transporte, transformación digital, identidad y creatividad. Razón por la cual el plan de desarrollo departamental de Boyacá da énfasis a la conectividad para el turismo, y propone como objetivo llevar a cabo herramientas tecnológicas modernas, innovadoras e inclusivas para fortalecer la infraestructura turística. (2022, 2018) Sin embargo el municipio de Cuítiva, como una de las tres poblaciones que se encuentran rodeando el lago de Tota, punto referente del departamento y siendo parte de la provincia de Sugamuxí, limitando con los municipios de Iza, Sogamoso, Aquitania y Tota, además de contar con una extensión aproximada de 43Km² y una población de 1.834 personas según las estadísticas del Dane del año 2018 (DANE), solo posee el 3,4% de comercio turístico a pesar de su riqueza histórica y geográfica, ubicándose como un municipio invisible ante las expectativas turísticas de la región.

En la actualidad y dentro de las problemáticas que se han registrado por medio de la Secretaría de Turismo en el año 2020 expone que: A pesar del desarrollo de estrategias de marketing digital a través de procesos de formación de alto nivel impartidas por PROCOLOMBIA y en alianza con la Secretaría de Turismo, su uso e implementación han

sido deficientes, debido a la falta de apropiado uso de herramientas digitales. (Boyacá, 2019).

Para el caso del municipio de Cuítiva, donde a pesar de ofrecer un potencial en turismo cultural y natural, teniendo a su vez tradiciones y costumbres que hace que el municipio aún conserve su identidad, tal como lo es su gastronomía y artesanías, carezcan de una buena implementación turística, aún no existe una política pública que respalde el desarrollo social, económico y cultural en la región, según lo indica el plan de desarrollo municipal de Cuítiva del año 2020-2023. (Boyacá A. d., 2020) Pero con la certeza que mediante programas adecuados y con el uso de canales de visualización, resurgirá el municipio como un destino atractivo para los turistas, siendo necesario recalcar que los prestadores turísticos y emprendedores del municipio desean incluir las nuevas tecnologías como alternativa de promoción y divulgación del territorio para darse a conocer a nivel nacional e internacional.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Diseñar un plan de marketing digital para la promoción de los atractivos turísticos que se encuentran en el municipio de Cuítiva, Boyacá

2.2 Objetivos Específicos

- Elaborar un diagnóstico de la oferta turística disponible en el municipio Cuítiva, Boyacá
- Realizar un inventario de los atractivos turísticos con el potencial de oferta que se encuentran en la zona rural y urbana del municipio.
- Segmentar el mercado actual determinando las necesidades de su población, mediante encuestas y aplicación de Buyer Person
- Diseñar una propuesta para la creación de una página web para el municipio de Cuítiva, Boyacá como medio de difusión e información turística.

3. Justificación

El Departamento de Boyacá ha sido elegido como un lugar ideal para vacacionar se encuentra ubicado en el centro del país, recibiendo para el 2021 en pleno COVID 19 según las estadísticas departamentales de Citur “2,679 visitantes extranjeros no residentes, 47,214 visitantes a parques naturales nacionales y 15,660 total de habitaciones en establecimientos de alojamiento y hospedaje” (CiTur, 2021) solo para enero de ese año, a comparación del año anterior que se registraron pérdidas de 400.000 millones de pesos dejando cada mes 33,000 millones de pesos en pérdidas en el sector del turismo. (CaracolRadio, 2022)

El turismo en Boyacá es uno de los sectores que ayudan activamente a la economía y es algo que el departamento ayuda a reforzar impulsando diversas campañas, una de ellas es el programa llamado “*las 7 maravillas de Boyacá*” desde el 2012 en la gobernación de Juan Carlos Granados Becerra se usó como estrategia publicitaria a nivel nacional e internacional incluyendo lugares con gran reconocimiento como: La Sierra Nevada del Cocuy, Paipa, Piedemonte Llanero, Villa de Leyva, El occidente de Boyacá, el lago de Tota y Tunja. (Pro, 2012)

El municipio de Cuítiva al querer posicionarse como un destino turístico, podría ser incluido dentro de la ruta del anillo turístico de la provincia Sugamuxí, que se encuentra dentro de la guía turística de Boyacá, implementado por Vive Colombia. (Colombia) Siendo esta una oportunidad para poder lograr un mayor reconocimiento porque es uno de los destinos que se asientan sobre antiguos poblados indígenas y es históricamente importante para el País, volviéndolo una oportunidad para el turismo. Así mismo se establecerán canales que permitan visualizarlo, este tiene como fortaleza su ubicación estratégica, encontrándose dentro de la vía que conecta los municipios de Sogamoso, Iza y Tota.

Teniendo esto en cuenta se propone diseñar un plano arquitectónico basado en un modelo

digital donde se muestre de manera detallada y didáctica la infraestructura turística del municipio de Cuítiva, Boyacá, en un sistema de tecnología 3d. La información que estará incluida en la página web será la recopilación de los inventarios turísticos del patrimonio material e inmaterial más el diseño del plano del destino.

Este diseño se distribuirá como estrategia de promoción la herramienta digital de códigos QR ubicados en puntos estratégicos (el transporte público, las estaciones de servicio que conectan al municipio y su parque principal), para así ofrecer una información más completa al turista.

Con el fin de brindar a la comunidad cultívense beneficios que ayuden a su economía como la creación de nuevos empleos en el sector turismo, capacitaciones en las nuevas tecnologías y reconocimiento a nivel nacional e internacional postulándolo como un destino altamente turístico

4. Marco De Referencia

4.1 Marco Conceptual

El marketing digital se ha vuelto una herramienta indispensable para la promoción de productos y servicios, englobando los medios y canales de publicidad digital como lo son las plataformas digitales que permiten desarrollar interacciones con los usuarios, gracias a la amplia difusión en las redes sociales, sin dejar de lado las actividades tradicionales que son vinculadas a la presencia online dentro la promoción de un producto, lo cual se suele agrupar habitualmente en tres categorías en torno al libro, marketing digital turístico Y estrategias de gestión de ingresos para el sector de la hostelería (Travaglini, Puerto, & D'Mico , Marketing digital turistico una panoramica general) como se muestra a continuación:

“Paid media: son los espacios publicitarios de pago que garantizan la presencia en un determinado contexto. Se incluyen en esta categoría las actividades publicitarias desarrolladas offline el display, la publicidad directa y el marketing de afiliación.

Owned media: son los canales de comunicación bajo el control directo del establecimiento. Esta categoría incluye el sitio web, las páginas en las redes sociales, el blog y los mensajes enviados por email a los clientes. Los owned media deben crear una relación con el cliente y convertirse en una especie de punto de referencia donde el establecimiento explica y transmite sus valores con el objetivo de crear un compromiso e informar: tanto existe una comunicación bidireccional entre el establecimiento y el cliente.

Erned media: Canales ganados tras una perfecta integración entre los paid media y los

owned media. El valor añadido generado por las conversaciones de los clientes se convierte en el canal mismo. Dichos canales comunicativos son activados y gestionados directamente por clientes y terceros” (Travaglini, 2016, P.21)

Figura 1

Esta figura nos muestra las diferentes categorías del marketing web turístico

Travaglini (2016)



Figura 1 Marketing web turístico

Nota: Medios para el marketing web turístico

4.2 Marco teórico

Dentro de la propuesta del proyecto de investigación se tendría en cuenta la categoría de Owned media, esta incluye sitios web, también las páginas de redes sociales, blog y mensajes por email, lo que se quiere lograr con el plan estratégico propuesto es captar nuevos visitantes para el municipio de Cuítiva, Boyacá, personas que al usar estos recursos conozcan de los atractivos turísticos que este posee, aumentando el desarrollo económico de los habitantes.

En producción de productos y servicios se desea mejorar el rendimiento de los instrumentos ofrecidos por internet por medio de las cuatro áreas fundamentales del

marketing web turístico, la pirámide del marketing turístico se divide en: presencia, visibilidad, reputación y revenue management.

La presencia es el área fundamental que se debe tener en cuenta en la definición de un planteamiento de marketing turístico en esta área se refiere todos los aspectos relacionados con la presencia online del establecimiento y particularmente nos referimos al sitio web oficial. El sitio web es la base de todas las actividades sucesivas del marketing y debería estar adecuadamente optimizado para dispositivos móviles. (Travaglini, Puerto, & D'Amico, Las cuatro áreas del marketing turístico online)

Visibilidad incluye todas las estrategias para incrementar la visibilidad del establecimiento en internet, para poder interceptar clientes potenciales. Y/o principalmente las optimizaciones vinculadas al posicionamiento en los motores de búsqueda (SEO), las campañas publicitarias y el marketing de medios sociales. (Travaglini, Puerto, & D'Amico, Las cuatro áreas del marketing turístico online)

Tercera área se denomina reputación e incluye todo cuánto está relacionado con la imagen y la marca del establecimiento en los canales online. De manera particular, nos referimos a la gestión de la reputación online, mediante la monitorización de los comentarios escritos por los clientes en los principales canales online dedicados a compartir experiencia de viajes. (Travaglini, Puerto, & D'Amico, Las cuatro áreas del marketing turístico online).

Por último, se encuentra el área del revenue management (la gestión de ingresos) no es exactamente un elemento del marketing turístico, pero está estrechamente vinculada a la presencia del establecimiento en los canales de web. Esta área incluye los componentes principales de la gestión de ingresos moderna y de manera más concreta los precios dinámicos, la distribución y el marketing del producto. (Travaglini, Puerto, & D'Amico, Marketing digital turístico una panorámica general)

Figura 2

Las cuatro áreas del marketing turístico online



Figura 2 Pirámide del marketing web turístico

Nota: Las cuatro áreas del marketing turístico online. Travaglini (2016)

4.3 Marco Legal

En el proyecto de investigación se tiene como objetivo reactivar el turismo en el municipio de Cuítiva, Boyacá, lo cual se recopiló la normatividad presente:

Tabla 1

Normatividad enfocada al turismo.

MARCO NORMATIVO	DESCRIPCIÓN
Ley general de turismo 2068 del 2020	Tiene como objeto fomentar la sostenibilidad implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector. (MinCit, 2020)
Ley 1955 DEL 2019	Establece que las entidades del orden nacional deberán incluir en su plan de acción el componente de transformación digital, siguiendo los estándares que para tal efecto defina el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic, 2019)
Norma Técnica Sectorial Colombiana (NTS-USNA) 006	Esta norma establece los requisitos relacionados con la infraestructura básica que deben tener los establecimientos de la industria gastronómica en áreas de servicio al cliente, áreas de producción y áreas de servicios generales. (MinCit, 2020)
Norma Técnica Sectorial de establecimientos gastronómicos 004 (NTS)	Esta norma especifica los requisitos de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica para los establecimientos gastronómicos. (MinCit, 2020)

<p>Norma Técnica Sectorial Colombiana NTSH 006</p>	<p>La presente norma tiene como objeto definir la clasificación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje y las características de calidad en los servicios ofrecidos y de infraestructura, que deben cumplir los hoteles para obtener su certificado de categorización por estrellas (MinCit, 2020)</p>
<p>Norma Técnica Sectorial de establecimientos004 (NTSH)</p>	<p>Esta norma proporciona los requisitos para ejecutar labores de apoyo en el servicio a huéspedes y clientes y atender entrega y recibo de habitaciones según procedimientos definidos en los establecidos de alojamiento y hospedaje. (MinCit, 2020)</p>
<p>Norma Técnica Sectorial 001 (NTS GT)</p>	<p>Esta norma proporciona los parámetros que deben seguirse para brindar la información, asistir y conducir al usuario y propiciar los medios para su seguridad. (MinCit, 2020)</p>

Tabla 1 Marco legal

Nota: Recopilación de normas relacionadas a la sostenibilidad, establecimientos de hospedaje y restauración.

5. Metodología

En esta investigación de los sitios turísticos de Cuítiva - Boyacá, se requiere hacer un análisis con enfoque mixto de acuerdo con el libro de metodología de la investigación de Sampieri 2003 (Hernández Sampieri, 2003) los tipos de investigación que se unen en este modelo son de tipo cuantitativo y cualitativo, este primero está orientado a la parte deductiva teniendo en cuenta la recolección de datos por medio de encuestas, las cuales pasan a ser evaluadas por números que nos da como resultado las estadísticas y así se puede evaluar correctamente la actitud o comportamiento de una población.

Otro aspecto importante a tener en cuenta es el tipo cualitativo este se orienta en la parte inductiva de una investigación en este se pueden desarrollar nuevas preguntas en el antes, durante o después haciendo una recolección de datos.

5.1 Población Objetivo

La población objeto que hará parte del estudio de investigación del municipio de Cuítiva, Boyacá, se enfocará en las personas locales y externas, como lo son sus habitantes, más los visitantes no residentes (turistas) que recibe el municipio. El tamaño de su comunidad según las estadísticas del Dane del año 2018, cuenta con un total de población de 1.631 personas, siendo el 0,24% de la población total del departamento.

Con relación al turismo que recibe el departamento de Boyacá según las estadísticas de MINCIT en el año anterior, este tuvo un total de 2.679 turistas, a comparación al año 2020 donde fue afectado por la pandemia del COVID 19, sumando 567 personas más al turismo boyacense.

Con todo y lo anterior el municipio de Cuítiva Boyacá al hacer parte del anillo turístico de la provincia de Sugamuxí, puede lograr un alto índice de turismo, al ser este uno de los caminos que conducen a playa blanca, aprovechando los turistas de los municipios aledaños.

5.2 Técnica De Recolección

Para este tipo de investigación es necesario hacer un muestreo no probabilístico a conveniencia, para esto se recolecto datos dentro de la zona del parque principal de acuerdo a la facilidad de acceso y la disponibilidad de las personas. Fue necesario realizar encuestas de tipo descriptivas por medio digital, puesto que con estas se obtendrá un registro sobre las actitudes o comportamientos de la población a encuestar, estas se harían en un momento determinado para recolectar la información, resultan ser la más sencillas debido a que los datos se recolectarán de forma inmediata, se elige que el tipo de pregunta sea de forma abierta y cerrada.

5.3 Instrumentos De Recolección.

Análisis de contenido Cualitativo: Se tuvo en cuenta la información recolectada por medio de los documentos que se encontraron en las páginas web del municipio de Cuítiva, de la gobernación de Boyacá, Informes de la Dian y El ministerio de comercio, cultura y turismo - MINCIT. De igual manera la alcaldía municipal brindo documentación y se realizó una entrevista para una población selectiva (coordinadora de cultura y turismo).

Análisis de contenido Cuantitativo: Dentro de la recolección de información que se realizó dentro del municipio de Cuítiva se tuvo en cuenta diferentes encuestas para la población

interna y externa y la toma de fotografías del entorno, siendo esta una herramienta indispensable para la realización de los inventarios de atractivos turísticos del ministerio de comercio, industria y turismo, la toma de fotografías del entorno.

Tabla 2

Información recolectada a turistas y comunidad en general.

ENCUESTAS INTERNAS	ENCUESTAS EXTERNAS	ENTREVISTAS
20	61	1

Tabla 2 Instrumentos de recolección

Nota: Información recolectada en el municipio de Cúitiva, Boyacá, Santander y Antioquia.

5.4 Cuadro Metodológico

Tabla 3

Técnicas de recolección de cada uno de los objetivos planteados.

OBJETIVOS	ENFOQUES	TIPOS	TÉCNICAS DE INSTRUMENTOS
Elaborar un diagnóstico de la oferta turística disponible en el municipio Cúitiva, Boyacá	Mixto	Investigación descriptiva	Análisis documental
Realizar un inventario de los atractivos turísticos con el potencial de oferta que se encuentran en la zona rural y urbana del municipio	Mixto	Investigación descriptiva	Documentación. Fichas de inventario. Visitas de campo.
Segmentar el mercado actual determinando las necesidades de su población, mediante encuestas y aplicación de buyer person	Mixto	Investigación descriptiva	Buyer person Encuestas Entrevistas
Proponer el plan estratégico de marketing turístico online, abordando presencia, visibilidad, reputación y revenue management municipio Cúitiva, Boyacá	Mixto	Investigación descriptiva	Dofa

Tabla 3 Técnicas de recolección

Nota: Objetivos en la página 20.

5.5 Presupuestos

Tabla 4

Recursos involucrados en el trabajo de grado

RECURSOS INVOLUCRADOS EN EL TRABAJO DE GRADO						
	RUBRO	EST.	UIS	EMPRESA	V/unit.	V/Total
RECURSO HUMANO	Dirección		x			
	Tutor		x			\$1'700.000
	Asesor		x			\$1'700.000
	Estudiante		x		\$400.000	\$800.000
PAPELERÍA E INSUMOS	Computador	x				\$1'200.000
	Internet	x			\$50.000	\$200.000
	Papelería	x				\$20.000
	Cámara Profesional	x				\$1.500.000
	GPS	x				\$400.000
OTROS EGRESOS	Transporte	x			\$112.000	\$224.000
	Alimentación	x			\$100.000	\$200.000
	Hospedaje	x			\$180.000	\$360.000
TOTAL						\$8.304.000

6. Generalidades

Para hablar de un turismo natural y cultural en el municipio de Cuítiva Boyacá es importante iniciar con una historia de combates entre indígenas y españoles de cómo estos ocuparon este territorio, sin embargo, al pasar los años Cuítiva se ha mantenido como un pequeño lugar en el departamento de Boyacá, pero este esconde un gran tesoro que aún no ha sido descubierto. Gracias a su gran ubicación geográfica este cuenta con un gran recurso natural desde sus islas en el lago de Tota hasta sus aguas termales, siendo este un lugar ideal para el descanso y el disfrute ya sea con amigos, en pareja, familia o solos, ya que es muy fácil su acceso por las diferentes rutas con las que cuenta este municipio.

Para realizar un debido turismo y tener la mejor experiencia este destino cuenta con prestadores de servicio turístico que están dispuestos a brindar una asesoría competente con el servicio que estos ofrecen además de esto en los lugares aledaños al municipio podrán encontrar hoteles, restaurantes entre otros.

Tabla 5

Diagnóstico del municipio de Cuítiva

Departamento	Capital del departamento	Municipio	Habitantes	Fecha de fundación	Fundación de terrenos por donación
Boyacá	Tunja	Cuítiva	1.846	19 de enero 1550	Juan de San Martín

Tabla 5 Generalidades

Nota: Generalidades del municipio recolectado en el plan de desarrollo municipal.

6.1 Reseña

El municipio de Cuítiva Boyacá fue fundado en el año de 1595 por Juan de San Martín, pero si lo pensamos o nos devolvemos unos años a la fecha anterior recordaremos a los aborígenes que habitaban en esta región, ellos vivían de los productos que cultivaban tales como: cebolla, papa, maíz entre otros vegetales.

Se quisiera decir que los aborígenes que ocuparon este territorio corrieron con una suerte diferente respecto a los acontecimientos del país en esa época, pero no, como pasó en todas las regiones de Colombia la paz de este lugar se vio interrumpida por los españoles que quisieron adueñarse de esta tierra, los aborígenes sostuvieron combates con las tropas españolas, sin embargo, el 19 de enero de 1550 el pelotón al mando de Juan de San Martín ocuparon este territorio colonizándolos.

Como era habitual una vez que un lugar era colonizado por los españoles se solía evangelizar y catequizar a los aborígenes, por lo cual, en el año de 1555 llegaron los misioneros de san francisco de asís a cumplir su labor con los no muy numerosos naturales del pueblo.

Este lugar no contaba con un nombre hasta que el 8 y 9 de Julio de 1595 cuando el oidor de la real audiencia de santa fe de Bogotá. Andrés Egas de Guzmán establece este resguardo indígena como “Cuítiva” lo que tiene como significado “La tierra de la esposa del capitán” esto porque años atrás de que los españoles ocuparan esta provincia, nuestros antepasados chibchas estaban bajo el mando de un cacique o capitán (por eso, Cuítiva significa capitanía o dominios de la mujer del capitán) que era tributario del Cacique de Suamox (Sogamoso) y obedecía en materia religiosa, al sumo sacerdote del templo del sol. Cuítiva fue erigida como municipio en 1801 por la Real Audiencia de Santafé de Bogotá y a

solicitud de sus habitantes.

6.2 Localización

El municipio de Cuítiva se encuentra ubicado dentro de la cordillera oriental de los Andes, forma parte de la provincia Sugamuxí y está situado a 93.8 km de Tunja, la capital del departamento, y 20 km de Sogamoso, la capital de la provincia Sugamuxí.

Figura 3

Mapa del municipio de Cuítiva.



Figura 3 Mapa de Cuítiva

Nota: Plan de desarrollo municipal de Cuítiva.

Tiene una distancia privilegiada a nivel turístico, a 40 minutos de la capital de la provincia, y a 2 horas aproximadamente de la capital del departamento, ubicado también

dentro de la ruta que conecta los municipios de Iza y Tota.

Sus límites son: por el norte con el Municipio de Iza, por el Oriente con el Municipio de Sogamoso, por el Occidente con el Municipio de Aquitania y por el Sur con el Municipio de Tota. Tiene una extensión de 44 km² y se extiende en sentido norte a sur, el Municipio consta del centro urbano, y se encuentra dividido en once (11) veredas, las cuales son Arbolocos, Lagunitas, Cordoncillos, La Vega, Amarillos, Balcones, Boquerón, Macías, Tapias, Caracoles y Buitreros.

6.3 Información Poblacional

Según los datos suministrados dentro del plan de desarrollo municipal de Cuítiva, Boyacá, se presenta una información documentada por los datos registrado por el censo Dane 2019 en lo cual se evidencia un total de población de 1.846 habitantes según las proyecciones para el año 2020, con una densidad poblacional de 42,09 personas/ Km².

Tabla 6.

Demografía del municipio.

DEMOGRAFIA Cuítiva 2019	
Población Total	1.846 habitantes
Total, población en cabecera	215
Total, población rural	1.631

Total, población mujeres	872
Total, población hombres	974
Población (>15 o < 65 años) - potencialmente activa	1.105
Población (<15 o > 65 años) - población inactiva	741

Tabla 6 Información poblacional

Nota: Datos registrado por el censo Dane 2019

La ubicación de esta población se encuentra distribuida dentro del área urbana y rural, lo cual se muestra que la mayoría de sus habitantes están dentro del área rural, concluyendo que sobresale el género masculino.

6.4 Características Físicas Del Territorio

Dentro del documento titulado “Análisis de situación de salud con el modelo de los determinantes sociales de salud, municipio de Cuítiva Boyacá 2020” (ESE Hospital José Cayetano Vásquez, 2020, P 18) se encontró información respecto al contexto territorial del municipio, como se encuentra a continuación:

Altitud: Posee altitudes que van desde los 2.727 hasta los 3.200 metros sobre el nivel medio del mar.

Clima, Temperatura y Humedad: Cuítiva es un municipio de clima frío, con temperatura que va desde los 5°C en las madrugadas a los 18°C del medio día. Se presentan lloviznas y veranos prolongados Permanentemente se deben soportar vientos húmedos y moderados por el lago de Tota. Según datos obtenidos en las estaciones del túnel y la Vega,

por el Instituto Nacional de Estudios Ambientales.

Hidrografía: El municipio de Cuítiva Boyacá, tiene como principal fuente hidrográfica el Lago de Tota, con el cual limita por el Sur oriente de este nacen las quebradas Macías, el Túnel y Sisisaga por filtración de aguas subterráneas que provienen del Lago, de este se abastecen los municipios de la provincia, además es el de mayor extensión en el país y el tercero en Suramérica; está enclavado en la provincia de Sugamuxí entre los municipios de Aquitania, Tota y Cuítiva, a una altura de con una profundidad máxima de 67.40 metros; lo alimentan el río Tobal, el río Hato Lago, las quebradas Donziquira, Ajies, Arrayanes, El Mohán, Los Pozos, Agua Blanca y cerca de 290 afluentes; allí nace el río Upía.

El Lago de Tota es uno de los recursos hidrográficos más importante del Departamento, abastece los acueductos de los municipios que lo circundan y a la siderúrgica de Paz de Río. (CUITIVA, 2020)

7. Conectividad Y Accesibilidad Geográfica

7.1 Geografía

El municipio de Cuítiva geográficamente está situado dentro de la provincia de Sugamuxí, con una distancia de su capital, Sogamoso, de 20 km de distancia, equivalente a 40 minutos. Por esta razón se facilita el acceso al municipio por tres vías principales de comunicación, dentro de las cuales se encuentra:

- Sogamoso vía Iza, Cuítiva - el Túnel.
- Sogamoso - Iza - Cuítiva - Tota - Aquitania.
- Sogamoso el Crucero - Llano de Alarcón (Cuítiva).

Figura 4

Mapa provincia Sugamuxí



Figura 4 Mapa provincia Sugamuxí

Nota: Imagen encontrada en el terminal de Sogamoso, Boyacá.

Para el acceso al municipio se encuentran dos rutas que salen cada hora desde la ciudad de Sogamoso, inicialmente podríamos tomar la ruta desde el terminal de transportes de 7:00 a.m. a 5:30 p.m. de lunes a viernes y los fines de semana desde las 8:00 a.m. posteriormente estas hacen una parada de 15 minutos en el puente pesca y desde allí se dirige a la calle 11 con dirección al municipio de Cuítiva.

Las empresas que operan esta ruta son dos: Cootracerco y Cootranscondor, provenientes desde la ciudad de Sogamoso, estas tienen una diferencia en sus rutas que son las siguientes: La empresa cootracerco lleva las rutas Tota, Aquitania, Playa blanca Cuítiva e Iza

mientras que la empresa de cootranscondor lleva la ruta exclusiva de Cuítiva - el túnel; el valor del transporte para el presente año es de \$5000 pesos colombianos.

7.2 Rutas De Acceso

Al trazar una ruta para visitar este municipio es necesario tener claro que es posible salir desde Bucaramanga (aeropuerto internacional Palonegro) y llegar a la primera parada en Paipa (Aeropuerto Juan José Rondón) por vía aérea en un vuelo comercial el cual fue inaugurado el 23 de junio de 2022 con el fin de dinamizar el turismo entre las dos regiones actualmente se cuenta con dos rutas en la semana los días Jueves y domingos el valor de este oscila en los \$170.000 pesos colombianos, desde el municipio de Paipa se seguiría la ruta por vía terrestre tomando un bus con destino al municipio de Sogamoso esta ruta tendría un costo de \$7.000 pesos colombianos desde allí se sigue la ruta hasta el municipio de Cuítiva esta tendría un valor de \$5000 pesos colombianos, la duración de todo el recorrido desde Bucaramanga al municipio de Cuítiva es un tiempo aproximado de 2 horas y media.

Pero la segunda opción para poder visitar este municipio es solo por vía terrestre desde Bucaramanga tomando un bus con parada en la ciudad de Tunja, posteriormente un bus público hasta Sogamoso una vez estando allí se toma el bus hasta Cuítiva, este trayecto es un poco extenso siendo un viaje de 12 horas. (Bucaramanga, 2022)

Figura 5

Ruta desde Bucaramanga *hasta* el municipio de Cuítiva

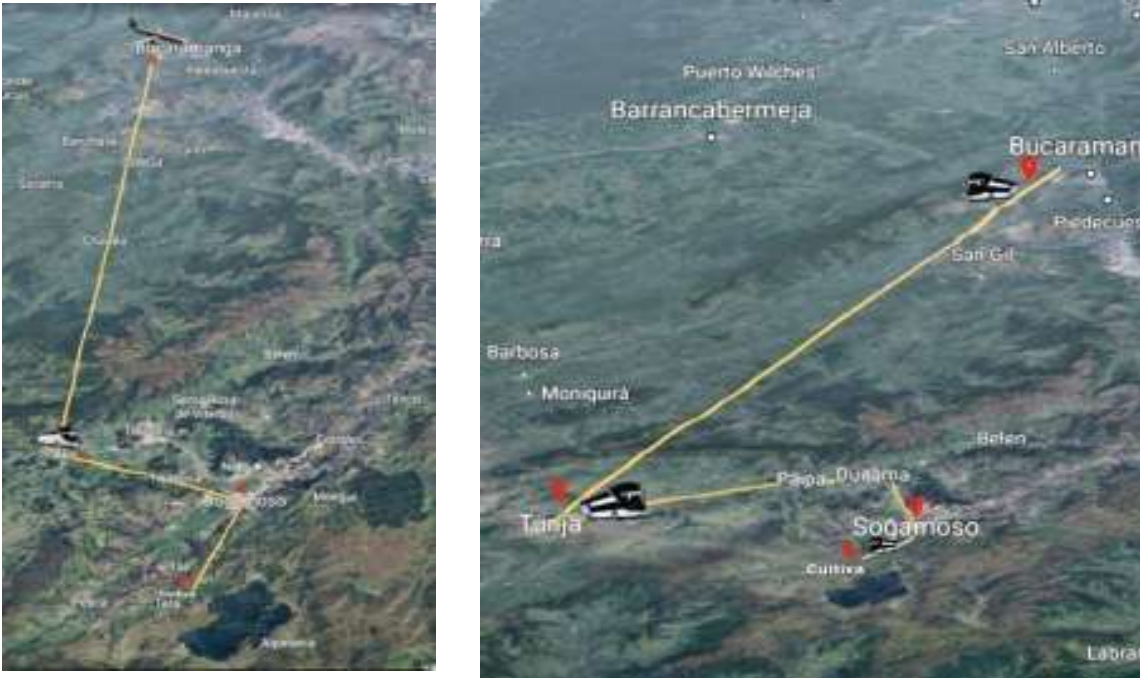


Figura 5 Rutas

Nota: Ruta por vía aérea y terrestre

7.3 Actividades Económicas Y Productos

Dentro del documento del plan de desarrollo municipal se pudo evidenciar información relacionada a las actividades económicas que realiza su población para el sustento en el sector agropecuario, turístico y económico, por lo cual se muestra una mayor competencia en la agricultura, resaltando que es un pueblo rural, provocando una desventaja en el área de turismo y tecnología.

Tabla 7

Actividades económicas del municipio.

Sector agropecuario	Sector turismo	Tecnología
<p>El municipio de Cuítiva es netamente agricultor y ganadero, destacando los cultivos de papa, arveja, cebolla, nabos y hortalizas.</p> <p>En el tema ganadero se vienen adelantando programas de mejoramiento genético, dependiendo de la finalidad que los habitantes quieran dar a sus semovientes, (carne, leche o doble propósito), en las razas normando, ayrshire y jersey.</p> <p>Los habitantes buscan complementar su economía con la pesca artesanal de trucha.</p>	<p>Actualmente el turismo se basa en la prestación del servicio de hospedaje</p> <p>El único lugar que hace referencia a una muestra de identidad cultural turística es la reserva natural pueblito antiguo, donde transporta al turista el tiempo rescatando tradiciones y costumbres.</p> <p>Hay emprendedora que desean armar puente entre lo tecnológico con lo turístico y dar a conocer las virtudes del municipio de Cuítiva mediante instructivos turísticos que sirven de guía al visitante, sobre las actividades que se puede hacer en este Territorio.</p> <p>Existen dos asociaciones de artesanas, donde realizan trabajos con lana de oveja transformándola en guantes, busos, ruanas y otro tipo de artículos relacionados con esta materia prima.</p>	<p>Se realizó un plan estratégico en tecnologías de la información - PETI donde contiene la información establecida por el Mintic (Ministerio de las tecnologías de la información y la comunicación) por medio de guías y plantillas para mejorar la prestación de los servicios de tecnologías de la información que presta la Alcaldía Municipal de Cuítiva - Boyacá, brindando así una oportunidad en el desarrollo económico y turístico del sector.</p>

Tabla 7 Economía

Nota: El sector agrario es la actividad más demandada.

8. Planta Turística Y Superestructura Del Municipio

8.1 Planta turística

Tabla 8

Listados de prestadores de servicios turísticos y hoteleros en el municipio de Cuitiva

Listados de prestadores de servicios turísticos y hoteleros en el municipio de Cuitiva						
N°	Nombre del administrador	Celular	Nombre del establecimiento	Tipo de servicio	de	N° de empleos que genera
1	Eleonora Castro	3212430112	Hotel Y Balneario El Batán	Hospedaje y restaurante		25
2	Oscar Romel Rojas	3125345223	Reserva Natral Pueblito Antigo	Parque natural y restaurante		6
3	Arturo Urrea	3115361161	Camping Y Glamping Los Balcones	Hospedaje y Restaurante		8
4	Andrés Mesa	3138678144	La Quinta Glamping	Hospedaje		6
5	Victoria Ruiz	3153659160	Hotel Refugio Génesis	Hospedaje y Restaurante		9
6	Pilar Bernal	3112737863	Hotel Rancho Tota	Hospedaje, Restaurante, Spa y Centro de Convenciones		20
7	Santiago Rincón	3114827051	Hotel Comercializadora Gran lago	Hospedaje y Restaurante		6
8	Francy	3138886222	Big Day Hotel's	Hospedaje y		10

			Lago De Tota	Restaurante		
9	Mauricio Figuroa	3124581116	Hotel Camino Real	Hospedaje	6	
10	Eulalia Piragauta	3202838624	Restaurante EU	Restaurante	3	
11	Andrea Cruz Riaño	3138724180	Cafetería Bonito	Jogo Restaurante y cafetería	2	
12	Lyda Consuelo Bernal	3215648484	Rocamonti	Hospedaje	6	
13	Diana Pesca	3202307466	El Dorado	Glamping	3	
14	Daniela Velasco	3126467524	El Mirador del Lago	Mirador y Zona de Glamping	4	
15	Astrid Vargas	3102957930	Asdimatours	Operador Turístico	3	

Tabla 8 Planta turística

8.2 Superestructura

Tabla 9

Superestructura del municipio de Cuítiva.

Superestructura	
NOMBRE	DIRECCIÓN
Alcaldía Municipal de Cuítiva	Carrera 4 N° 4-45 Palacio Municipal
Registraduría Municipal de Cuítiva	Carrera 4 N° 4- 45
Punto de atención La Nueva EPS	Carrera 4 N° 4-47
Centro de salud Lago Salud Cuítiva	Calle 4 Carrera 4 Esquina
Policía Nacional de Colombia Estación Cuítiva	Cra 4 N°5- 19 Br. Centro

Tabla 9 Superestructura

Nota: El municipio cuenta con cinco empresas de superestructura.

9. Eventos, Ferias Y Fiestas

Al hablar del municipio de Cuítiva es importante resaltar los dos eventos que hacen parte de su cultura y sus tradiciones, el primer evento que encontramos son las “tradicionales fiestas de llano Alarcón” las cuales se llevan a cabo en el mes de enero con diversas actividades representativas como el gran mercado ganadero, grupos musicales originarios de la región, vísperas religiosas y concursos de destrezas cebolleras, en esta última reúnen a los campesinos de Cuitiva, Iza, Tota y Aquitania haciendo un intercambio cultural de la región. La segunda festividad que se puede encontrar son las “fiestas culturales, artísticas, deportivas y religiosas” que se celebran en el mes de octubre, en esta se incentiva a la comunidad y a turistas a visitar algunos atractivos del lugar incluyendo su cultura y tradiciones, estas fiestas dan inicio con una caminata a uno de los sitios más turísticos como la reserva natural pueblitoantiguo, mercado ganadero, muestras gastronómicas y campeonatos de tejo y mini tejo.

Una tradición que se mantiene viva es el esquila de las ovejas para obtener su lana y así elaborar productos derivados de esta materia prima como guantes, ruanas, buzos, gorros y demás productos, existe en el municipio dos asociaciones de mujeres artesanas que se dedican a la confección de diferentes prendas y artículos relacionados y de esta manera ofrecen recorridos a los turistas interesados en conocer el proceso de la producción.

10. Propuestas Con Base Al Turismo

Dentro del plan de desarrollo municipal del municipio de Cuitiva, Boyacá, en el capítulo cuatro titulados “Plan plurianual de inversiones”, se plantean diversas estrategias que involucran al crecimiento en el municipio, con base al sector turismo, lo cual estas están dentro de diferentes sectores como lo son: Educación, cultura, tecnología, turismo, vías y transporte.

Por lo tanto, por medio de la entrevista que se realizó a la coordinadora de cultura y turismo del municipio (Entrevista en anexos), se dio a conocer las propuestas que se han cumplido y las que están en proceso. Así como se muestra a continuación:

10.1 Propuestas Cumplidas Basadas En El Plan De Desarrollo Municipal

Tabla 10

Cultura, tecnología y promoción del desarrollo.

CULTURA	TECNOLOGIA	PROMOCIÓN DEL DESARROLLO
Crear la oficina de cultura y turismo.	Implementar un convenio anualmente con una entidad prestadora del servicio de internet. (Incompleto)	Realizar cuatro convenios en el periodo de gobierno con instituciones de educación superior en la formación o capacitación turística.

Información turística	Rehabilitar el funcionamiento de los dos kioscos digitales.	Apoyar cuatro eventos en el periodo de gobierno para participar en ferias y vitrinas turísticas.
Crear un plan en busca de recuperar la identidad cuitivense.		Realizar un proyecto de señalización turística en el periodo de gobierno
Apoyar en un 100% las actividades culturales y artísticas desarrolladas en el territorio en cada vigencia.		Realizar un proyecto para la remodelación del ornato municipal con el eslogan “hacer de Cúitiva un jardín”

Tabla 10 Propuestas cumplidas

Nota: Dentro del plan de desarrollo del municipio, se dan a conocer un listado de propuestas que ayudan al reconocimiento del territorio, por lo cual dentro del cuadro se da a conocer las propuestas que han llevado a cabo en los últimos años.

10.2 Propuestas Por Cumplir Basadas En El Plan De Desarrollo Municipal

Dentro de las propuestas anteriores y por medio de la entrevista realizada a la coordinadora de cultura y turismo del municipio de Cúitiva, Boyacá, se afirmó que se ha desarrollado nuevas propuestas con el objetivo de promocionar el municipio, estas han surgido a partir de la creación de la secretaria de cultura y turismo, realizada hace un año y medio, lo cual se han trabajado en el cumplimiento y la innovación de estrategias para el desarrollo de la actividad.

Tabla 11

Propuestas diseñadas para cumplimiento

TECNOLOGIA	VIAS	Y	PROMOCIÓN	EDUCACIÓN
	TRANSPORTE		DEL DESARROLLO	
Garantizar anualmente el funcionamiento y transparencia del portal web y sus contenidos integrados.	Construir 600 metros de placa huella.		<p>Crear una estrategia de promoción turística.</p> <p>Realizar un proyecto de señalización turística en el periodo de gobierno.</p> <p>Crear una política pública de turismo.</p> <p>Formular un plan de acción cada año promoviendo el turismo.</p> <p>Diseñar un plan de reactivación económica en el sector turismo producto de la afectación por el Covid 19.</p>	<p>Convenios con entidades de educación superior con énfasis a un turismo bilingüe.</p>

Tabla 11 Propuestas por cumplir

Nota: Propuestas de tecnología, vías transporte, promoción del desarrollo y educación

11. Listado De Inventario Turístico Del Municipio De Cuitiva, Boyacá

Dentro de los objetivos planteados en el proyecto de investigación, se identificó un análisis del municipio de Cuitiva Boyacá en cuanto a los atractivos turísticos que posee el territorio tanto a nivel natural, cultural y gastronómico. La recolección de estos datos facilita el diagnóstico y se llevaría a cabo una posible estrategia como medio de difusión y promoción del territorio ayudando así a la economía de sus habitantes.

Los atractivos turísticos se realizaron por medio de formatos de inventarios estos formatos se clasifican en patrimonio cultural material, patrimonio cultural inmaterial y sitios turísticos, recolectando 17 fichas en total con el fin de incluirlas dentro de una plataforma que ayuda a facilitar la información del turista en cuanto a su oferta turística.

Tabla 12

Atractivos turísticos que posee el municipio de Cuitiva Boyacá

SITIOS TURÍSTICOS		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Parque Principal	Este lugar es el más llamativo para los visitantes desde el monumento a Bachué y una pequeña réplica del Lago de Tota que se ubica en el centro del parque	Casco urbano
Iglesia Santo Cristo	En el interior de esta	

	<p>iglesia se puede observar cuadros que fueron llevados al municipio desde la colonia y manteniendo su arquitectura.</p>	Parque Principal
Edificio Administrativo	<p>La infraestructura de este es medianamente nueva ya que anteriormente se encontraba en el antiguo palacio municipal.</p>	Parque Principal
Capilla San Antonio	<p>Esta capilla es una construcción nueva que se realizó para los habitantes de la vereda Buitreros y alrededores, siendo una alternativa para su población, teniendo en cuenta que era difícil ir a la Iglesia principal.</p>	Vereda Buitreros
Antiguo Palacio Municipal	<p>La infraestructura de este sigue estando igual que en los años de la colonia, anteriormente desde allí se lideraba el mandato del municipio.</p>	Casco Urbano
Templo Colonial	<p>Justo al lado de la iglesia santo cristo se ubica un pequeño templo que fue consagrado a la virgen de los dolores, su fachada es de estilo colonial al igual que su interior.</p>	Casco Urbano
Termales el Batán	<p>Este es un complejo turístico que ofrece servicios de alojamiento, alimentación, con su</p>	Vereda la Vega

	factor agregado que son las aguas termales que este posee y hacen de este un lugar muy llamativo para los turistas.	
Isla Santo Domingo	Esta pequeña isla consta de 3,4 hectáreas, actualmente para llegar a este lugar es necesario llegar en lancha, pero solo se puede rodear ya que no está habilitada al público en general	Llano Alarcón
Isla Santa Helena	La isla santa helena es la hermana menor de la isla santo domingo, tiene una extensión total de 3,1 hectáreas, pero igualmente no está permitido el ingreso de turistas no se encuentra adecuado para alguna clase de turismo.	Llano Alarcón

Tabla 12 Bienes culturales inmuebles y muebles

Nota: Atractivos turísticos del municipio a nivel cultural y natural.

Tabla 13

Gastronomía representativa dentro del municipio de Cuitiva, Boyacá.

GASTRONOMÍA REPRESENTATIVA		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Preparación derivada del	El maíz ha estado presente en la región desde siempre por lo tanto los	Cútiva

maíz	habitantes de esta en muchas de sus preparaciones incluyen el maíz, ya sea para la chicha, en panes etc.	
Trucha arcoíris	En el Lago de Tota ha sido muy popular encontrar la famosa trucha arcoíris en sus diversas preparaciones razón por lo cual los habitantes de Cuítiva, Aquitania y Tota tienen criaderos para mantener esta especie y poder disfrutarla	Cuítiva

Tabla 13 Inventario gastronómico

Nota: Atractivos turísticos del municipio a gastronómico.

Tabla 14

Fiestas y eventos realizados dentro del municipio.

FESTIVIDADES Y EVENTOS		
NOMBRE	DESCRIPCIÓN	UBICACIÓN
Tradicionales ferias y fiestas	En estas se realizan celebraciones religiosas, procesiones alrededor del parque con los santos, presentaciones artísticas, encuentros deportivos, exposición ganadera, verbenas populares en las que participan sus habitantes y algunos visitantes que asisten a estos eventos.	Cuítiva
	Se lleva a cabo en el mes	

Fiestas de la virgen del Carmen	de julio en la vereda cordoncillos para honrar a esta virgen dándole agradecimientos por sus favores con misas y otras representan los sentimientos de sus feligreses.	Cuítiva
Aguinaldo Cuitivense	Estas fiestas comienzan el 16 de diciembre con las novenas de aguinaldos, donde participan las veredas del municipio, donde presentan disfraces, bailes, coplas y demás actividades que caracterizan la región y se convierten en ambientes propicios de convivencia habitantes de las distintas veredas.	Cuítiva
Ferias y fiestas en las veredas	En enero se realizan las fiestas en la vereda Buitreros, sector de Llano de Alarcón en homenaje a San Antonio, realizando actividades como: celebraciones eucarísticas, eventos deportivos y Vísperas de iglesia y presentación de grupos regionales.	Cuítiva
Feria ganadera	Se realiza en la última semana de febrero donde se reúnen ganaderos de toda la región para comerciar y tiene gran importancia dentro de la zona.	Cuítiva

Día del campesino	Se realiza el día del campesino para honrar la labor de este, como base fundamental de su vida cotidiana.	Cútiva
--------------------------	---	--------

Tabla 14 Festividades y eventos

Nota: Fiestas y ferias del municipio.

12. Análisis DOFA

El siguiente cuadro representa toda la información recopilada a lo largo de nuestra investigación en el municipio de Cuitiva, Boyacá, donde resalta los diferentes factores a nivel interno y externo del territorio, que tiene único objetivo dar a conocer a nivel general todo su potencial y a su vez las fallas que deben mejorar para que sea un destino reconocido dentro del departamento.

Tabla 15

Análisis del Eje socio- cultural del municipio.

EJE SOCIO-CULTURAL	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● El municipio de Cuitiva se encuentra dentro de la ruta turística de la provincia de Sugamuxí. ● Cuenta con prestadores de servicio. ● Se están realizando estrategias para capacitar a la población para una concientización del territorio. ● Ornato y embellecimiento del municipio ● Se crearon escuelas de formación artística y cultural. ● Se han puesto vallas publicitarias 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprovechamiento de los turistas que se comunican con los municipios aledaños a través de las 3 vías de acceso a Cuitiva. ● Interés en el desarrollo turístico del municipio a través de universidades externas. ● Oportunidades de fortalecer y valorar la cultura y tradiciones locales. ● Facilitar la comunicación e información del municipio por medio de contenidos digitales que ayuden a la promoción a nivel nacional.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Radio municipal. ● Promoción turística en el 	<ul style="list-style-type: none"> ● Destinos turísticos con mayor

municipio de Cuítiva.

- La limitación de medios de difusión diferentes a la página web del municipio.

- La conectividad en la población del casco urbano.

- Superestructura (Bancos)

- Pérdida de costumbres tradicionales.

- Ayuda por parte de la gobernación de Boyacá.

desarrollo.

Tabla 15 Eje socio-cultural

Nota: Información sacada dentro de nuestra investigación, con ayuda de la alcaldía municipal.

Tabla 16

Análisis del Eje ambiental del municipio.

EJE AMBIENTAL	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● Vías de acceso en buen estado. ● Potencial turístico a nivel natural y cultura ● Presencia de belleza escénica. ● Identificación de tres senderos con la colaboración de la Universidad Libre 	<ul style="list-style-type: none"> ● Mayor visibilización del patrimonio cultural ● Activación turística motivando a visitar sus atractivos turísticos

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● señalización turística. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contaminación generada por los turistas

Tabla 16 Eje ambiental

Nota: El municipio cuenta con potencial para reconocimiento, teniendo en cuenta que esta conectado con municipio reconocidos en el territorio.

Tabla 17

Análisis del Eje económico del municipio

EJE ECONÓMICO	
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ● La empresa de transporte Cootracero cuenta con una ruta establecida que comunica con el municipio de Sogamoso con el municipio de Cúitiva con un valor de seis mil pesos. ● Los pobladores de la Comunidad se dedican a la agricultura y ganadería que son las mayores fuentes de ingreso. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Al ampliar los proyectos con base al turismo se reactiva la economía beneficiando a la comunidad. ● Se realizó una inscripción a la estrategia departamental que tiene como nombre: los pueblos más lindos de Boyacá, arreglando así, las fachadas de las casas y los jardines.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Los recursos del municipio se han enfocado en las fiestas y ferias del pueblo. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Recesión económica en el municipio debido a la pandemia. ● Incremento de competencias con lugares turísticos y posicionados en el sector.

Tabla 17 Eje económico

Nota: Información adquirida en la entrevista realizada a la secretaria de cultura y turismo

13. Buyer Person

Para identificar a que publico es ideal ofrecer el servicio turístico se necesita hacer una segmentación de mercado en la cual se puede encontrar la geografía, demografía y psicografía, esto se ve reflejado en encuestas realizadas a turistas, a la comunidad y a los prestadores de servicio, ya teniendo esto es posible tener una idea más clara sobre qué es lo que quiere el turista de igual manera la comunidad esto nos permite ofrecer un servicio a fines de las personas.

13.1 Segmentación De Mercado

Tabla 18

Segmentación de mercado para identificar el servicio más acorde al potencial del territorio

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS		
1.1.1 Geográfica	País	Colombia
	Región	Andina
	Ciudad	Cuitiva, Boyacá
	Área rural	X
	Edad	14- 50 años

1.1.2 Demográfica	Género	Femenino/Masculino
	Ingresos	Un salario mínimo
1.1.3 Psicográfica	Personalidad	Amante de la historia, naturaleza y tecnología
	Estilo de vida	Activo
1.1.4 Conductual	Actividades, intereses, opiniones	Recreación al aire libre
		Tecnología Turismo Ecoturismo Turismo cultural Turismo religioso
	Actitudes	Actitud integradora Actitud emotiva
	Beneficios que espera el cliente del producto	Tranquilidad, nuevos conocimientos, buena experiencia
	Frecuencia de uso	Todas las ocasiones posibles

Tabla 18 Segmentación de mercado

Nota: Información adquirida en las encuestas realizadas a los turistas

13.2 Plantillas Buyer Person

Para el desarrollo del proyecto se realizaron un total de tres encuestas dirigidas a la comunidad cuitivence, prestadores de servicio y turistas por medio de la plataforma de Google forms, de igual manera se llevó a cabo una entrevista con la secretaría de cultura y turismo, lo cual nos facilitó información acorde a lo propuesto.

13.2.1 Encuestas A La Comunidad

Para analizar la oferta turística del municipio se realizó una encuesta dirigida a un total de 20 habitantes de diferentes edades entre los 14 y mayores de 50 años ubicados dentro de la zona urbana de Cuítiva, por lo cual se pudo evidenciar que la mitad de los encuestados (50%) creen que el destino aún no está capacitado para el turismo pero posee un gran potencial turístico. Como se observa en la pregunta cinco los atractivos a nivel natural son los más representativos en el municipio, con un 33% en la laguna de Tota y los termales de batán y un 34% en el pueblito antiguo, pero que aún carece de compromiso por parte de su población, ya que estos aún no están enfocados en el turismo como una oportunidad económica, según se pudo evidenciar en la salida de campo, resaltando el sector agropecuario como fuente de mayor ingreso.

Teniendo esto en cuenta, entre las problemáticas que se identificó en la recolección de los datos, encontramos la falta de promoción con un 25%, detectando como posible consecuencia la debilidad que tiene la comunidad con la accesibilidad a internet en un 20%,

siendo este un inconveniente para el debido proceso de un crecimiento turístico, lo cual hace que tengan una mala gestión hacia los visitantes, desaprovechando la oferta en temporadas altas (julio, diciembre), y de igual manera atrasando el desarrollo del uso de contenido y promoción web que es la tendencia que se está llevando a cabo en estos últimos años.

Por otra parte, el municipio necesita la reconstrucción de la planta turística (Hoteles, restaurantes) como lo indico el 10% de los encuestado y se evidencio en el trabajo de campo creando así un mayor porcentaje de negocios que sin duda ayudaría a un crecimiento común, como lo sería el desarrollo de nuevos prestadores de servicio turísticos, todo lo anterior enfocado a un compromiso por medio de sus habitantes para ser reconocidos a nivel departamental y de este modo, se pueda lograr que Cúitiva se encuentre dentro de los pueblos más visitados de Boyacá.

Figura 6

Edad que oscila entre los 14 a 50 años

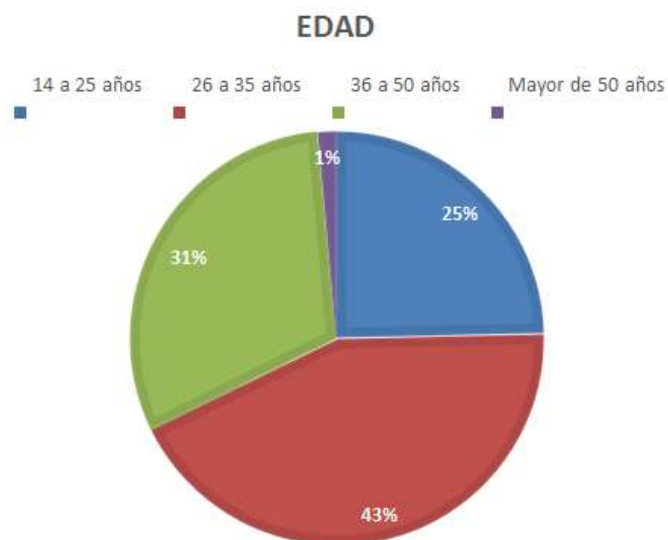


Figura 6 Edad

Nota: Dentro de los encuestados el 43% es de personas entre los 26 a 35 años.

Figura 7

Identificar el género de la población

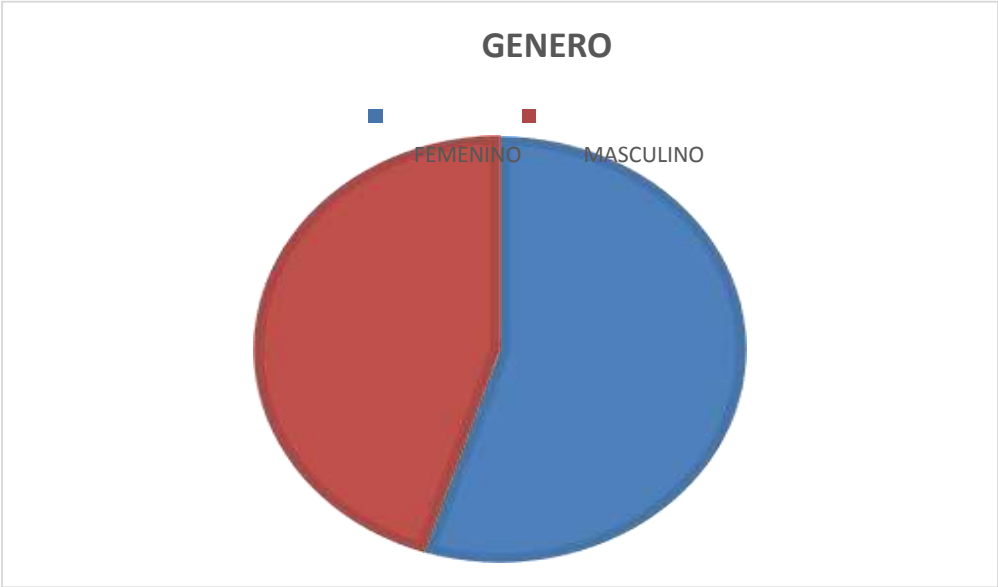


Figura 7 Género

Figura 8

Opinión de los habitantes acorde al turismo

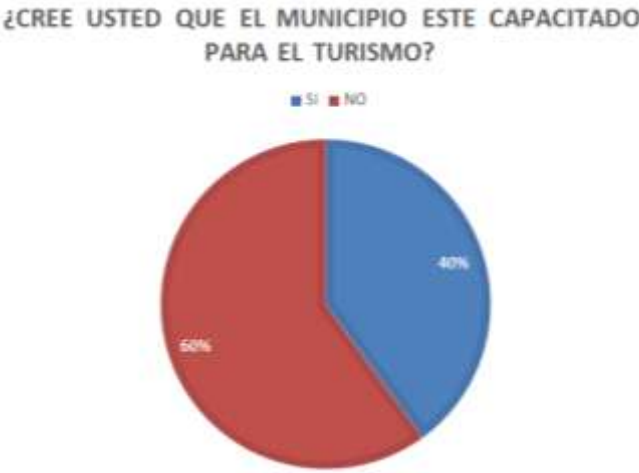


Figura 8 Turismo

Nota: El 60% dio a conocer que el municipio no estaba capacitado para la activación del turismo.

Figura 9

Opiniones de los habitantes ante las necesidades del municipio



Figura 9 Reconocimiento

Nota: Mayor sentido de pertenencia por parte de la comunidad y promoción turística.

Figura 10

Atractivos más representativos del municipio

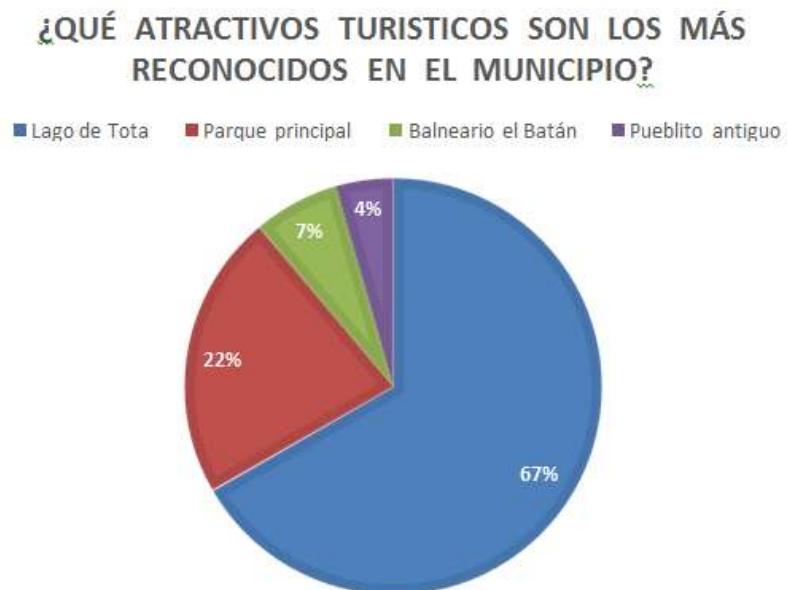


Figura 10 Atractivos

Nota: El 67% afirmo que el atractivo más representativo del municipio es el lago de tota.

Figura 11

El turismo gastronómico como opción para el turismo.

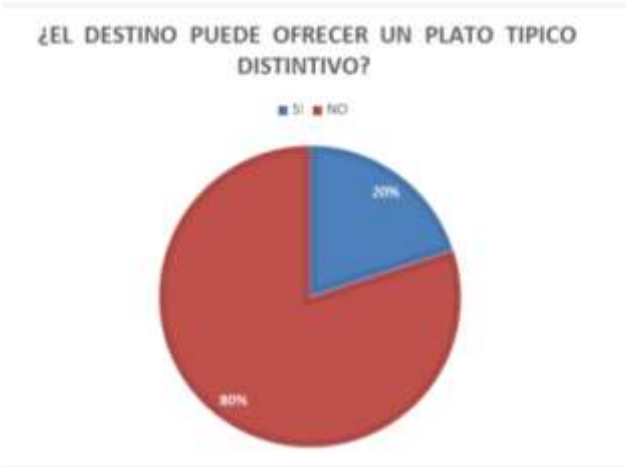


Figura 11 Gastronomía

Nota: El municipio no tiene un plato típico distintivo

Figura 12

El turismo como opción de crecimiento económico en el municipio



Figura 12 Crecimiento del municipio

Nota: Los habitantes están a favor de usar el turismo como potenciador económico en el territorio.

Figura 13

Acceso de internet en el municipio.

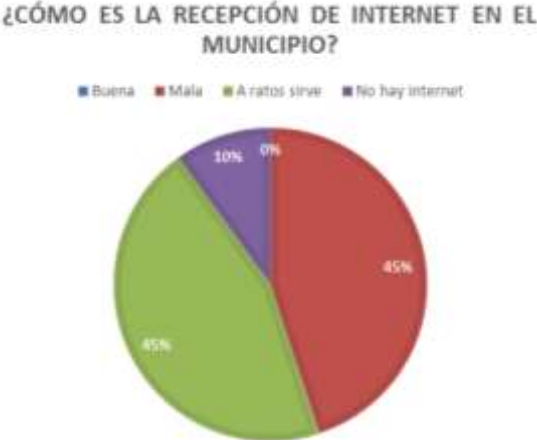


Figura 13 Recepción a internet

Nota: Se evidencia que la recepción de internet en el municipio es deficiente.

Figura 14

Acceso de internet dentro de las viviendas

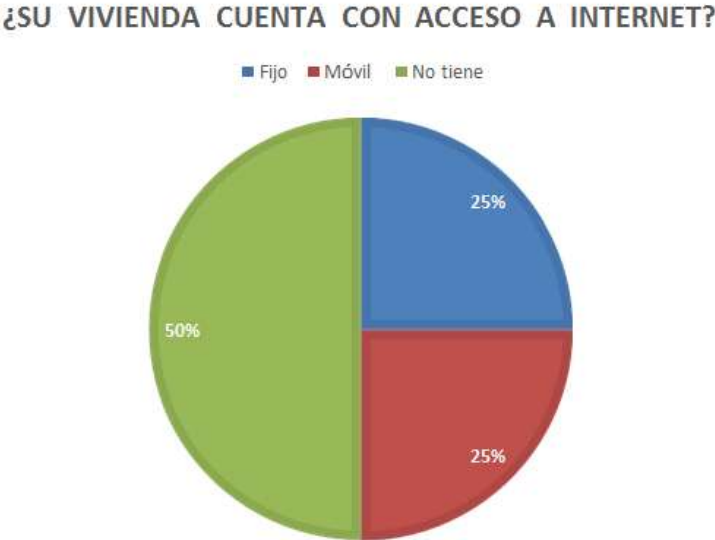


Figura 14 Viviendas

Nota: El 50% de los habitantes encuestados no tienen internet

Figura 15

Redes sociales más utilizadas en el municipio.

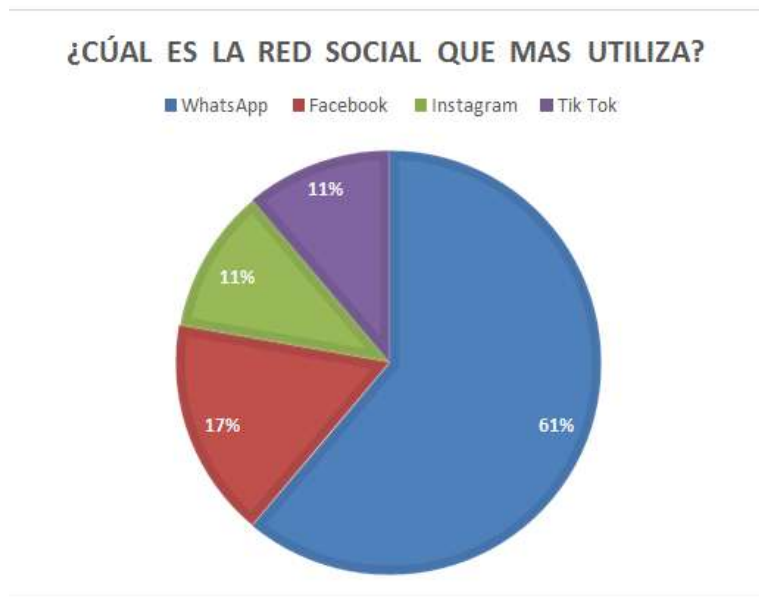


Figura 15 Redes sociales

Nota: El 61% de los encuestados afirmo que WhatsApp es la red social que más utilizan.

Figura 16

Medio de difusión usado para enterarse de la información del municipio



Figura 16 Medio de difusión

Nota: El 40% de los encuestados no se utilizan los medios digitales para estar al tanto de las novedades del municipio.

Figura17

Tipo de capacitaciones promovidas por parte del municipio

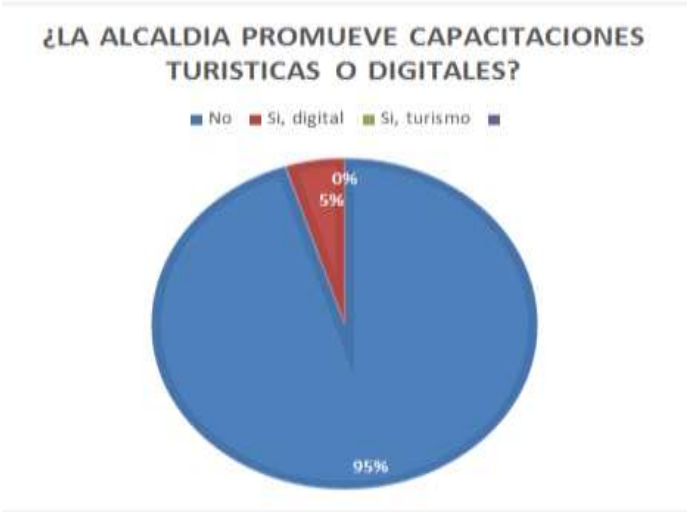


Figura 17 Capacitaciones

Nota: Según el 95% de sus habitantes afirman que la alcaldía no promueve ese tipo de capacitaciones.

Figura 18

La tecnología como impulso turístico en el municipio

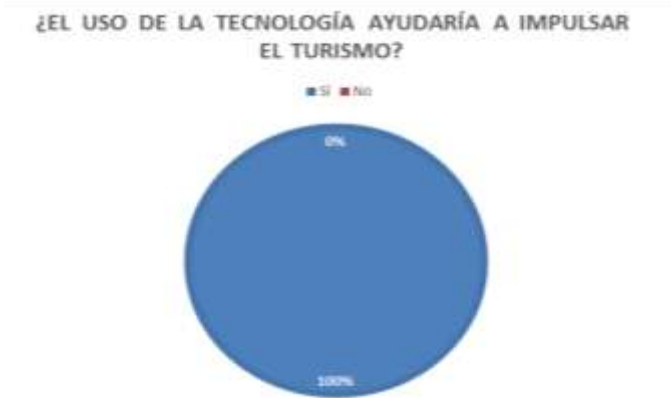


Figura 18 Uso de tecnología

Nota: La tecnología, como una estrategia de divulgación.

13.2.2 Entrevista A Prestadores De Servicio

Dentro de la encuesta de prestadores de servicio se pudo notar la carencia que tiene el municipio de Cuítiva, en la construcción de nuevos establecimientos que ayuden al progreso comercial incentivando el sector turismo, por esta razón solo se realizó la recolección de datos de un solo restaurante que está situado en la cabecera municipal, y a medida que realizamos el reconocimiento del lugar dentro del trabajo de campo, éste era el único establecimiento gastronómico que se encuentra en el casco urbano.

Por lo tanto, se pudo evidenciar que el “restaurante Eu” solo está enfocado en la venta de almuerzos para la misma comunidad, por lo que su atención es de lunes a viernes y por encargo, siendo esta una gran desventaja a la hora de ofrecer un servicio de calidad dirigido al turista, teniendo este como alternativa alimentarse en otro de los municipios aledaños, ocasionando una pérdida tanto económica y en el sector turismo.

Además, el municipio también contaba con otros establecimientos como lo era el hotel Tivacui y las artesanías Asotejidos, pero se encontraban cerradas, debido a que sus trabajadores tienen otras labores, como la agricultura, y según el listado de prestadores de servicios turísticos que se encuentra en el numeral 3, asociados al tema de la infraestructura, estos no poseen el certificado de turismo, y se encuentran alejadas al centro histórico.

Lo cual se pudo notar, que dentro de la zona del parque principal del municipio ubicado en el caso rural solo existe el restaurante de doña Eudalia, pero cabe resaltar que hay establecimientos gastronómicos ubicados en el balneario el batán, en el hotel génesis y cerca de la reserva natural pueblito antiguo.

13.2.3 Encuestas A Los Turistas

Las encuestas fueron realizadas por un total de 61 turistas tanto interno (Que se encontraban en el municipio) como externos (Que se encontraban en otros lugares), lo cual se pudo evidenciar diferentes factores que logran dar un análisis de lo que necesita Cuítiva para ser altamente reconocido y poder posicionarse dentro de los lugares de interés frente a la perspectiva del visitante.

Teniendo esto en cuenta y los factores analizados se pudo obtener una idea más amplia de qué tanto conocen las personas de otros departamentos el municipio de Cuítiva y la provincia, esta encuesta se aplicó a personas con un rango de edad desde los 14 años hasta personas mayores de los 50 años arrojando que el 80% de los encuestados son de Santander, un 11,7% de Cundinamarca, el 6,7% son de Boyacá y con 1,7% en los departamentos de Meta y Antioquia.

Después de todas las respuestas que se obtuvieron se pudo determinar que las personas de esos departamentos no tienen conocimiento del municipio ni de la oferta turística que allí se encuentra por falta de promoción del destino, algo para resaltar es que la era de la tecnología sigue siendo una tendencia y las redes sociales hacen un gran aporte al crecimiento en esta era digital, los encuestados respondieron que su medio para enterarse sobre algún lugar a visitar es por medio de redes y páginas web, lo cual se convierte en una gran oportunidad, siendo una de las metas trazadas por la oficina de cultura y turismo es hacer un video promocional y usar plataformas digitales.

Figura19

Edad que oscila entre los 14 a 50 años

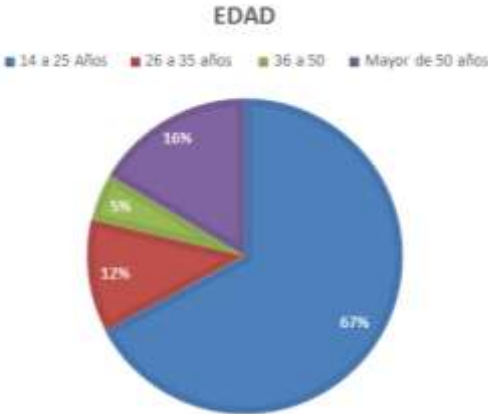


Figura 19 Edad de los turistas

Nota: Dentro de los encuestados el 67% es de turistas entre los 14 a 25 años.

Figura 20

Identificar el género de turistas.

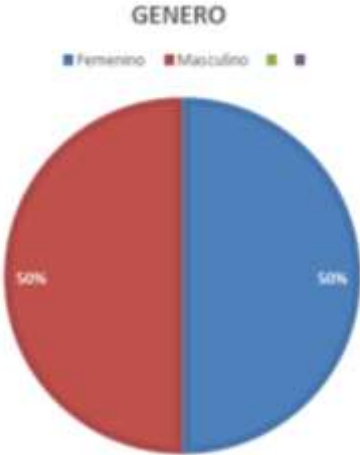


Figura 20 Género de los turistas

Figura 21

Departamentos donde provenían los turistas encuestados



Figura 21 Departamento de residencia

Nota: Dentro de los encuestados el 42% de los turistas provienen de Santander

Figura 22

Reconocimiento del municipio de Cúitva.

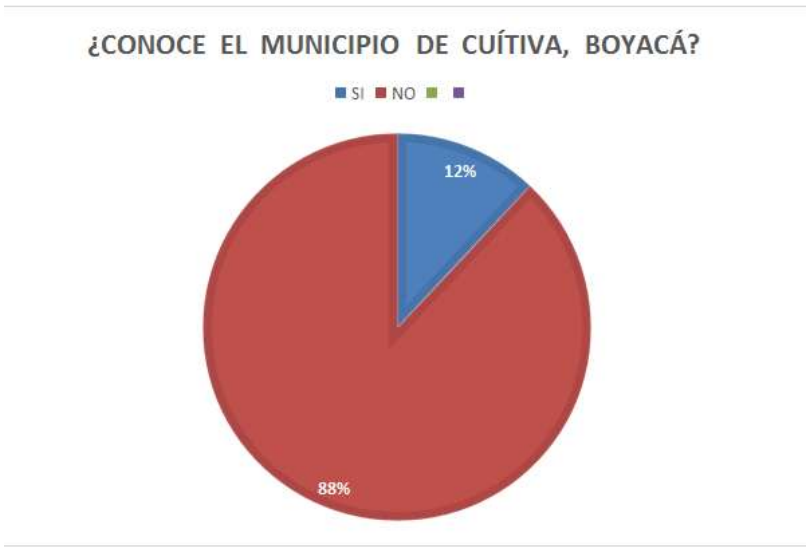


Figura 22 Conocimiento del municipio

Nota: Dentro de los encuestados el 88% de los turistas no conocen el municipio.

Figura 23

Medio de difusión digital y tradicional



Figura 23 Medio de difusión

Nota: Dentro de los encuestados el 80% de los turistas prefieren recibir información de manera digital.

Figura 24

Acceso de datos móviles



Figura 24 Datos móviles

Nota: Dentro de los encuestados el 65% de los turistas viajan con datos móviles.

Figura 25

La red social más usada para buscar información respecto a los viajes o destinos

turísticos.

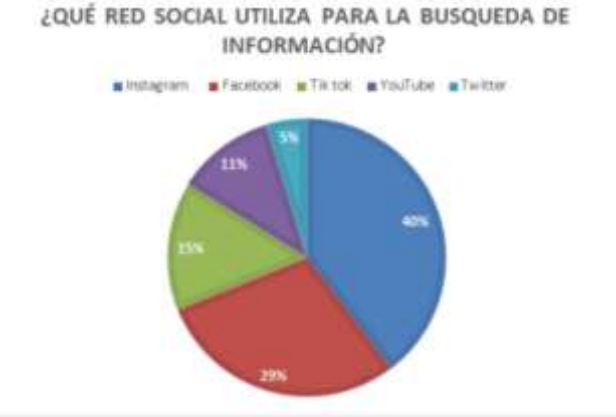


Figura 25 Redes sociales

Nota: Dentro de los encuestados el 40% de los turistas usan la red social de Instagram para indagar sobre destinos turísticos.

Figura 26

Mejor temporada para viajar según encuestas



Figura 26 Temporadas

Nota: Dentro de los encuestados el 45% de los turistas viajan en temporada baja.

Figura 27

Código QR como estrategia de difusión del municipio



Figura 27 Código QR

Nota: Dentro de los encuestados el 94% de los turistas cuentan con código QR dentro de su dispositivo móvil.

Figura 28

Tipo de turismo más demandado por parte de los viajeros.



Figura 28 Clases de turismo

Nota: Dentro de los encuestados el 27% de los turistas prefiere el turismo de naturaleza.

Figura 29

Medio de transporte más utilizado para los turistas.

¿QUÉ MEDIO DE TRANSPORTE USA PARA VIAJAR?

■ Transporte público ■ Transporte particular ■ Aéreo ■

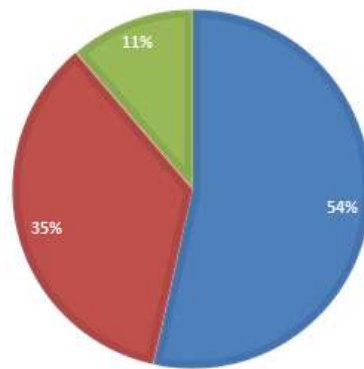


Figura 29 Medio de transporte

Nota: Dentro de los encuestados el 54% de los turistas prefieren viajar por medio del transporte público, siendo favorable para incentivar el turismo.

Figura 30

Uso del código QR como medio de información de página web

¿USTED USARIA UN CODIGO QR PARA OBTENER LA INFORMACIÓN DEL SITIO QUE VISITA?

■ SI ■ NO ■ TAL VEZ ■



Figura 30 Medio de difusión

Nota: Dentro de los encuestados el 83% de los turistas usarían el código QR para conocer un destino.

Análisis General

Para concluir la información recolectada por medio de las encuestas y entrevista realizada a diferentes grupos tanto de la comunidad, turistas y prestadores, se puede destacar el gran potencial turístico que posee el municipio en tanto a atractivos naturales, siendo esta una gran oportunidad para la creación de actividades que involucren este tipo de entorno. De igual manera el uso de las redes sociales son altamente necesarias para la población, beneficiando así nuestra propuesta encaminada a la promoción digital del destino.

La recolección de estos datos pretende identificar la segmentación de mercado necesaria para poder atraer el tipo de turista adecuado para Cuítiva, por lo cual se pudo evidenciar un rango de edad aproximado de los 14 y 50 años, de personas que se interesen en temas relacionados a la naturaleza, siendo esta como se dijo anteriormente, el atractivo que más se posee en el territorio, acompañado de la historia y la tecnología

14. Mix De Marketing

Con el mix de marketing se quiere hacer una combinación de estrategias de promoción con el fin de dar cumplimiento a los objetivos planeados incluyendo el producto que se va a ofertar como los atractivos turísticos del municipio de Cuítiva usando como herramientas el diseño de una página web, por lo cual se deben tener canales de distribución de esta información tales como los códigos QR y promocionado por medio de Instagram.

14.1 Producto

Promoción turística del municipio de Cuítiva Boyacá por medio del marketing digital, como herramienta se utiliza un modelo de página web donde se identificaran los atractivos turísticos del lugar, este medio digital tendría como estrategia de ingreso los códigos QR distribuidos en diferentes puntos altamente recorridos turísticamente y de igual manera incluiría las redes sociales que posee la alcaldía municipal (Twitter, plataforma de la alcaldía, Facebook) y de igual manera se incluye el perfil de Instagram bussines.

14.2 Distribución

14.2.1 Canales De Distribución

La plataforma se distribuirá de manera directa, no se necesita intermediarios para poder hacer que nuestro producto logre llegar al consumidor final, por lo tanto, esta estará distribuida de forma tradicional y digital, lo cual hará que quien la necesite pueda llegar a ella

por medio de puntos estratégicos donde circulan un gran flujo de personas de manera cotidiana. (Estaciones de servicio, Medio de transporte público, Parque principal del municipio) y de igual manera pueda encontrar la información dentro de la promoción en redes sociales.

14.3 Promoción

14.3.1 Publicidad

La plataforma se promociona por medio de códigos QR los cuales estarán ubicados en puntos específicos con el fin de promover y divulgar la información de los atractivos turísticos del municipio de Cúitiva, estos códigos estarán impresos en un material metacrilato, siendo este uno de los materiales mejor adaptados para la intemperie y siendo una alternativa óptima al vidrio.

Estos códigos QR serán generados de manera gratuita para los usuarios lo cual los llevará a una plataforma web con el fin de conectarse con los atractivos turísticos y prestadores servicios turísticos (Establecimientos Hoteleros, Gastronómicos, operadores turístico y demás redes sociales.

15. PROPUESTA

15.1 Estrategia De Marketing Digital

Se considera que es necesario que el municipio de Cuítiva, Boyacá, al contar con diferentes atractivos a nivel cultural y natural, y de igual modo al no tener ningún tipo de promoción tecnológica, analizando los resultados obtenidos en la encuesta de turistas y visitantes (tabla 12) se identifica que la mayor parte de las personas prefieren recibir información turística de manera virtual, con el uso de plataformas digitales como los códigos QR, redes sociales y las páginas web. Debido a esto, las herramientas que ayudarán a un mayor reconocimiento y difusión del territorio a nivel turístico, son las siguientes:

Tabla 19

Estrategias para activar el turismo en el municipio

Propuesta 1	Propuesta 2	Propuesta 3
Vallas publicitarias con Códigos QR como medio de difusión tradicional en puntos estratégicos.	Plataforma web con información detallada del municipio.	Página de Instagram como medio de difusión virtual.

Tabla 19 Estrategias

Nota: Vallas publicitarias, página web y página de Instagram

Por consiguiente, se recomienda la propuesta de una plataforma web, que sea de fácil acceso y comprensión para el usuario, lo cual lo conectará con la red social de Instagram, siendo estos medios aptos para usarse en cualquier dispositivo, como tablets y Smartphone.

Esta plataforma será de uso didáctico, visualmente debe contener fotografías y el video promocional sobre la oferta turística, de igual manera se facilita un mapa de ubicación 3D. Lo cual, se también se promociona por medio de difusión tradicional, en vallas publicitarias que estén en los siguientes puntos estratégicos: Parque principal, estaciones de servicio, terminal de transporte y publicidad interna a los buses que conectan a Cuítiva.

15.2 Propuesta De Página Web (Prototipo)

Una página web es una herramienta que se ha usado de forma tradicional, lo cual ha estado presente como uno del medio de promoción para cualquier negocio y a su vez es fundamental para las entidades gubernamentales, por lo tanto, su diseño debe ser innovador, cumpliendo con los objetivos que se hayan planteado y brindando así, la debida información a los usuarios. La creación de esta plataforma es muy sencilla, teniendo en cuenta que todo ha ido evolucionando en los últimos tiempos, facilitando su diseño, y una vez se encuentre instalada en la web quedará disponible para que millones de personas la visualicen.

Es por ello, que en el estudio de esta investigación se planteó como primera propuesta la creación de una página web municipal para Cuítiva, Boyacá, como plataforma de promoción. La estructura del diseño de la página web contará con las siguientes funciones:

- **Información general:** La plataforma contará con

información de los diferentes sitios de interés que ofrece el municipio, lo cual se realizó una salida de campo para la recolección de los atractivos turísticos mediante los formatos de inventario (Anexos).

- **Mapas de ubicación:** Dentro de la página web se encontrará la ubicación del municipio por medio de un link entrelazado con la aplicación de Google maps y de igual manera se contará con un mapa más específico de los atractivos del lugar y su debida información.

- **Redes sociales:** Se podrá encontrar todas las plataformas que cuenta el municipio de Cuítiva, como lo es la página de la alcaldía municipal, la red social de Twitter, Facebook y la propuesta de la página de Instagram.

- **Galería de imágenes.**

- **Servicio de correo (contacto):** Se hallará toda la información de la alcaldía municipal de Cuítiva, con correo electrónico, dirección, teléfono y la facilidad de enviar un formulario con sus inquietudes.

- **Elección de idiomas:** español e inglés.

15.2.1 Análisis De La Página Web

Tabla 20

Estructura de la página web

Factor	Vive y disfrutaCuítiva
Palabras clave	Cuítiva, ubicación, atractivos turísticos.
Descripción	Ven y disfruta Cuítiva
Dominio	www.venydisfrutacuítiva.co
Público dirigido	A todas las personas con interés en los viajes y lo natural, que busquen información del municipio.
Colores del feed	Toque de gris, índigo y azul celeste.
Letra	Inknot Antigua: 60
Tamaño	K2D: 16
	Libre Baskerville: 60

página web Si

Visualizació

n dispositivos

móviles



Nivel de interacción	Bueno
Nivel de aceptación	Bueno
Sugerencias	<ul style="list-style-type: none"> ● Entrelazar la página web con la plataforma de la alcaldía del municipio. ● Responder las preguntas o sugerencias de los turistas ● Actualizar contenido.

Tabla 20 Análisis página web

Nota: Prototipo de página web

15.3 Propuesta De Instagram (Prototipo)

Con el paso de los años las redes sociales han tomado fuerza en el mundo digital convirtiéndose en una gran herramienta de trabajo para los empresarios o creadores de contenido digital, con el uso de estas se aumentan las ventas disminuyendo los gastos en publicidad tradicional como: radio, televisión, panfletos entre otros.

¿Pero, por qué Instagram en la estrategia de marketing? Anteriormente se realizaron una serie de encuestas tanto internas como externas, aplicadas a la comunidad, turistas y prestadores de servicio y una de las preguntas que se incluyó fue “¿qué red social es la que más usa?”, teniendo en cuenta la encuesta con mayor número de encuestados se concluye que esta red social es la más usada por personas entre los 14 a 35 años.

Teniendo esto claro se propone un perfil de Instagram el cual sería manejado por la misma oficina de cultura y turismo manteniendo actualizados a los seguidores con sitios de

interés, horarios de atención, valor de las entradas a los sitios turísticos y demás inquietudes que tengan los visitantes, para entender un poco más de cómo sería el alcance de esta red social es necesario conocer su funcionalidad.

Instagram es una red social con miles de millones de usuarios alrededor del mundo, los cuales son segmentados mediante sus gustos e intereses y esto es analizado por los likes, las personas que sigue, hashtags, búsquedas, música que usa en sus historias, interacción con los anuncios, interacción con reels entre otros más, pero gracias a esta segmentación que hace la aplicación las personas logran encontrar más fácilmente los perfiles con sus gustos, para que una publicación tenga un mayor alcance y sea visualizado por personas interesadas es necesario contar con lo siguiente:

- **Post creativo:** La publicación debe llamar la atención de las personas ya sea con una foto con un buen ángulo, o con algún tipo de información, que los posts no estén muy cargados con imágenes o mucho texto, encontrándose aburrido para las personas.
- **Reel dinámico:** Está pasando un fenómeno y es que a las personas ya casi no les gusta leer, por lo cual muchas plataformas digitales han implementado un espacio para que las personas creen videos cortos sobre algún tema en específico, Instagram no fue la excepción y creó un espacio llamado reel, allí se pueden subir videos cortos para atraer más visitas a tu perfil, si es muy creativo tendrá un gran alcance en la aplicación
- **Usar hashtag:** Cuando se hace una publicación en post o reel es importante el uso del hashtag, al usarlos facilita que las personas encuentren su publicación e interactúen con ella.

- Estrategia de historias: Instagram ofrece muchas herramientas en sus historias para que estas tengan un mayor alcance de interacciones como, por ejemplo: enlaces, música, gifs, emojis, compartir publicaciones, dibujar, escribir, usar filtros, boomerang, manos libres, función de crear, hashtag, menciones y borradores.
- Feed estético: Hay varios factores que ayudan a que las personas sigan un perfil y entre ellos está el feed, éste es cuando entras a un perfil y ves todas las publicaciones que se han hecho de acuerdo al tema de interés, pero no solo es el orden de las publicaciones, es la armonía que transmite un perfil, desde su foto de inicio, el orden es sus historias destacadas y la sincronía de los posts.

Un perfil de Instagram puede ayudar a impulsar el turismo en el municipio de Cuítiva se tuvieron en cuenta unos factores para el diseño del prototipo del perfil. Lo primero que se debe tener en cuenta son los colores que resaltan en un perfil por lo tanto se tuvo en cuenta lo siguiente:

15.3.1 Colores A Usar En El Diseño

Tabla 21

Diseño de color de la red social de Instagram

COLOR	PANTONE	SIGNIFICADO
Índigo	Color Hex #2450B2	Se eligieron los colores Índigo y celeste porque resaltan fuerza, serenidad, confianza e inteligencia, acorde a lo que queremos transmitir en nuestra plataforma web.
Azul Celeste	Color Spray #76CCCF	
Azul	Color Hex #355CB3	Representa el lago de Tota que hace parte de este Municipio.
Blanco	Color Hex White #FFFFFF	Simboliza la pureza, ética y paz. Integración con dos manos estrechándolas en testigo de la paloma de la paz
Sol	Color Hex #EBCD51	Representa el calor humano del pueblo de Cúitiva y está compuesto por once puntas que equivalen a las once veredas del municipio.

		<p>Como guardia y vigilia del lago de Tota, denominación que indudablemente marca un hecho</p> <p>significativo en la cultura de los antiguos habitantes de la región Cuitivence, comprendieron que la conjunción SOL, ENERGÍA Y AGUA era el principio de todos los seres vivientes de nuestra cultura y en representación de la provincia del sugamuxi.</p>
Verde	#318957	<p>Significa la riqueza que ofrece nuestras tierras aptas para la agricultura y la ganadería</p>

Tabla 21 Diseño página web

Nota: Diseño de color de la red social de Instagram

15.3.2 Análisis Del Perfil De Instagram

Tabla 22

Estructura de la red social de Instagram

Factor		Vive y disfruta Cútiva
Palabras clave		Instagram, Cútiva, Marketing, Publicidad, Promoción, Oferta turística
Descripción		Aventúrate a conocer la magia que esconde Cútiva Boyacá
Público dirigido		A todas las personas con una cuenta de Instagram con interés en los viajes y lo natural
Colores del feed		Fotos de los sitios turísticos con un toque de índigo y azul celeste.
Letra	League spartan:	54,9
Tamaño	Cabin sketch:	135
	Glacial indifference:	21,2
página web		Si

<p>Visualización del perfil</p>	
<p>Visualización de post</p>	
<p>Nivel de interacción</p>	<p>Bueno</p>
<p>Nivel de aceptación</p>	<p>Bueno</p>
<p>Sugerencias</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Mantener actualizado el perfil para los futuros visitantes ● Responder las preguntas o sugerencias de los turistas ● Realizar convenios para hacer

Tabla 22 Diseño red social de Instagram

Nota: Diseño del perfil de Instagram

15.3.3 Logo

Por otro lado, tenemos el logo que es una pieza fundamental en una empresa sin importar del tamaño de este, así ayuda a formar su identidad frente a los clientes y de igual forma a los mismos trabajadores, pero para que este logo sea llamativo, y que las personas lo conozcan, debe tener un conjunto de características como:

Autenticidad: Está bien tomar inspiración de otros logos ya creados y de marcas reconocidas, pero no caer en la copia o en el plagio.

Colores acordes: Si bien existen colores para diferentes cosas o diferentes productos a estos se les llama Pantone, mantener el color exacto por medio de códigos que arrojan cada color.

Para la propuesta de marketing se realizó un logo en forma de ilustración resaltando el monumento de Bochica y la iglesia santo cristo siendo estos dos son los más característicos del municipio, se agregaron los colores corporativos elegidos anteriormente y detallados en la tabla 15, brindando color a la ilustración, en el fondo de la iglesia sobresalen los colores de la bandera de Cúitiva formando así el logo característico de la propuesta.

Figura 28

Logo de la página web y red social.



Figura 31 Logo

Nota: Se resalta el monumento de Bochica y la iglesia santo cristo

15.3.4 Slogan Del Producto O Servicio

“Desconéctate de lo cotidiano y conéctate con la naturaleza de Cuitiva”

16. Estrategia Y Táctica

Diseñar el perfil de Instagram con todos los componentes ya descritos anteriormente y poner en funcionamiento la cuenta involucrando a la comunidad con capacitaciones sobre las nuevas tecnologías, acompañados de la mano de los prestadores de servicio del municipio y así promover el uso de esta.

16.1 Propuesta De Códigos Qr

“Los códigos QR” años atrás cuando mencionamos esta palabra las personas pensaban que era algo complicado, tal vez solo de uso para unas pocas personas, se ignoraba el funcionamiento de esta herramienta tecnológica, pero con el paso de los años todo ha ido cambiando y se ha ido incorporando estas herramientas para impulsar su crecimiento en la web


¿Es arriesgado usar los códigos QR en la estrategia de marketing? de hecho es algo innovador, y que puede ayudar al municipio con la promoción del mismo, pero hay algo que se sigue repitiendo y es esencial, la capacitación y charla a la comunidad para el uso de estas nuevas herramientas, el fomentar también el sentido de pertenencia desde los más pequeños y así crear una nueva cultura involucrando las nuevas tecnologías y tendencias a nivel global. Ya teniendo esto claro se propone como estrategia de divulgación de la información, vallas publicitarias en sitios específicos, para obtener un mayor alcance en cuanto a la promoción del destino, estos serían:

- **Parque principal del municipio:** Inicialmente se colocarían estos kioscos con los códigos QR en este lugar, siendo un punto estratégico para los turistas que al pasar por el municipio suelen hacer un pequeño recorrido por el parque principal, de esta manera sería propicio usar esta estrategia para que ellos puedan escanear el código y de allí puedan obtener la información necesaria para realizar un mejor turismo en Cuítiva.

16.2 Análisis De La Propuesta De Códigos Qr

Tabla 23

Estructura del código QR

FACTOR	CÓDIGOS QR
Palabras clave	Publicidad, Kiosco, Código QR, Transporte, Parque principal, marketing
Descripción	Este código está diseñado con el logo corporativo en la parte central de este.
Público dirigido	A todo tipo de público que cuente con lector de código QR, en su aplicativo móvil
Color del diseño	Este será color negro y en la parte del centro el logo llevará las tonalidades de la bandera de Cúitva y el Índigo con azul celeste
Letra	Orbitaron
Página web	Si
Visualización del código	
Visualización en kiosco de información	

Nivel de interacción	Bueno
Nivel de aceptación	Bueno
Recomendaciones	<ul style="list-style-type: none"> ● Contar con conexión a internet ● Hacer un buen uso de la herramienta ● Compartir el código con otros visitantes

Tabla 23 Código QR

Nota: Análisis de la propuesta de los códigos QR

16.3 Estrategia Y Táctica

Diseñar un código QR para ser usado como estrategia de marketing en la provincia de Sugamuxí para aumentar la demanda del servicio turístico, al escanear este código los llevará a una página web que tienen los sitios de interés, el contacto con los prestadores de servicio y adicional a esto si las personas no quieren navegar en la página esta la segunda opción que es la aplicación de Instagram el cual contiene la misma información de la página web con actualizaciones de horario de atención, para estos se proponen tres estrategias de promoción las cuales serán ubicadas en puntos estratégicos para tener un mayor alcance en turistas, estos puntos serían el parque principal, estaciones de gasolina y transporte público.

17. Conclusiones

Por medio de la información encontrada dentro del plan de desarrollo municipal, se pudo evidenciar las oportunidades de mejora y posibles estrategias que tiene el municipio de Cuítiva frente al sector turístico, razón por la cual al realizar la salida de campo, se observó que la alcaldía empezó su proceso adaptándose al turismo, dándole importancia al uso de las tecnologías y la promoción del territorio, invirtiendo en dos vallas publicitarias ubicadas dentro del parque principal y en mejorar su conectividad, aunque es algo que abarca más tiempo y apoyo por parte de las entidades departamentales.

Dentro del reconocimiento del municipio, se analizó el estado actual de los inventarios turísticos que contaban, lo cual fue necesario hablar con la coordinadora de cultura y turismo. Al ser revisados estos inventarios se llegó a la conclusión de que se encuentran desactualizada esta documentación es del año 2016 y no están registrados en ellos

todos los sitios turísticos que el municipio posee, por lo cual en el proceso de investigación se realizó una actualización de esta información.

De igual manera según las encuestas realizadas a la comunidad de Cuítiva Boyacá, se concluye que los habitantes del municipio están de acuerdo con implementar estrategias de marketing digital para promover el destino, brindándole más reconocimiento por parte de los turistas y de esta manera poder promover la economía del pueblo, siendo el turismo un gran dinamizador económico.

Por esta razón, nuestra propuesta se basa en implementar por medio de una estrategia de marketing digital una página web, donde se encuentre vinculada con la página de la

alcaldía municipal y el visitante pueda encontrar toda la información que necesita para una mejor experiencia, teniendo en cuenta los atractivos turísticos que posee el municipio y su respectiva ubicación. Donde se tendría los códigos QR como medio de difusión tradicional, y las redes sociales, con la estrategia del perfil de Instagram como medio de difusión digital.

Referencias Bibliográficas

2022, P. S. (2018). *MinCit*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>

Boyacá, A. d. (31 de 05 de 2020). *Plan de desarrollo municipal de Cúitiva del año 2020-2023*. Obtenido de https://cuitivaboyaca.micolombiadigital.gov.co/sites/cuitivaboyaca/content/files/000166/8298_plan-de-desarrollo-final.pdf

Boyacá, S. d. (24 de 07 de 2019). *Gobernación de Boyacá*. Obtenido de <https://www.boyaca.gov.co/wp-content/uploads/2021/09/1.-E-P-CONVENIO-SUGAMUXI-3.pdf>

CaracolRadio. (21 de 07 de 2022). Caracol Tunja. *Pérdidas de más de \$400.000 millones deja la pandemia al turismo en Boyacá*. Tunja, Boyacá, Colombia: Caracol Radio.

CiTur. (11 de 2021). *CITUR*. Obtenido de https://www.citur.gov.co/estadisticas/df_viajeros_ciudad_destino/all/2#gsc.tab=0

Colombia, V. (s.f.). Guía turística de Boyacá. *Boyacá, Colombia*, 148.

DANE. (s.f.). *Proyecciones 2018 - 2035*.

De Almeida, M. G. (2008). La creación de regiones turísticas el desarrollo local en el espaciobrasileño. Cuadernos de Geografía-Revista Colombiana de Geografía

En A. Travaglini, S. Puerto, & V. D'Amico, *Marketing digital turistico* (págs. 25-26). Marcombo.

González Masip, J. (2018). Los grupos de interés y su importancia en la propuesta de valorde las empresas. Boletín Económico de ICE

Hernández Sampieri, R. (2003). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mc Graw Hill.

MinCit. (31 de 12 de 2020). Gov.Co. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>

MinTic. (25 de 05 de 2019). Obtenido de https://normograma.mintic.gov.co/mintic/docs/ley_1955_2019.htm

OMT. (2019). UNWTO Tourism Definitions. UNWTO Tourism Definitions

Pro, J. M. (Dirección). (2012). *Las Siete Maravillas de Boyacá* [Película]. Colombia.

Ramírez Montañez, J. (2014). El turismo en el desarrollo regional: La experiencia de dosdepartamentos colombianos. Revista Lebret.

Travaglini, A., Puerto, S., & D'Mico, V. (s.f.). Marketing digital turistico una panoramica general. En A. Travaglini, S. Puerto, & V. D'Amico, *Marketing digital turistico y estrategias de gestión de ingresos para el sector turismo* (págs. 20-21). Marcombo.

Travaglini, A., Puerto, S., & D'Amico, V. (s.f.). Las cuatro areas del marketing turistico online.

Travaglini, A., Puerto, S., & D'Amico, V. (s.f.). Sitio web perfecto para un establecimiento turistico . En A. Travaglini, S. Puerto, & V. D'Amico, *Marketing digital turistico* (pág.31). Marcombo.

Apéndices

0-Apéndice A. Inventario turístico del municipio de Cúitiva, Boyacá

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PA TRIMONIO CULTURAL - PA TRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Parque Principal					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cúitiva			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano					
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación	En la zona centro del municipio					
1.6. Teléfono/Fax						
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas , 20 minutos	1.7. Distancia (desde Sogamoso)	18k Aprox. De Sogamoso a Cúitiva			
		1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso	Por carretera central desde Sogamoso Pasando Iza en la vía al lago de Tota en carro particular o transporte bus de la empresa Cootraceró					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.2.2					
2.2. Bien Cultural Mueble	<input checked="" type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input type="checkbox"/>			
2.4. Descripción:						
Adornado con pequeñas plantaciones que le dan colorido al parque; en el lado izquierdo hay un pequeño obelisco (Antiguamente los habitantes lo usaban como muestra de que allí había agua ya que hay una pila alrededor donde propios y visitantes se abastecían del preciado líquido) , en el lado derecho una pila (representación de la vida) con su piso empedrado y en el centro el monumento a Bochica.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)			17			
Constitución del Bien (18)			17			
Representatividad General (17)			16			
Representatividad Turística (17)						
			Subtotal			
			50			
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			18			
			TOTAL			
			68			
FUENTES						
Información sacada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cúitiva del año 2016						
Fotografía: Autoría propia						
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz				Fecha:	oct-22



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL										
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	Iglesia Santo Cristo									
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio		Cuitiva						
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad										
1.5. Administrador o Propietario										
1.6. Dirección/Ubicación	Parque principal									
1.6. Teléfono/Fax				1.7. Distancia (desde Sogamoso)	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva					
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas , 20 minutos		1.9. Tipo de Acceso							
			Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.3.2									
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>							
2.4. Descripción:	<p>Construida en 1700 aprox. Por los Padres franciscanos, consta de una torre, en su interior se encuentra el altar mayor que atrae la atención por la perfección con que fue hecho, en la manera que se conserva; este fue fabricado en Tunja en el año 1730, también se encuentra la pila bautismal situada en la parte izquierda de la entrada principal. Aún mantiene influencia de su estructura colonial.</p>									
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD						PUNTAJE				
Estado de Conservación (18)						15				
Constitución del Bien (18)						16				
Representatividad General (17)						12				
Representatividad Turística (17)						10				
						Subtotal	53			
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12				
						TOTAL	65			
FUENTES										
Información tomada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016										
Fotografía: Autoría propia										
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz					Fecha:	oct-22			



FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Edificio Administrativo						
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco urbano						
1.5. Administrador o Propietario							
1.6. Dirección/Ubicación	Se localiza hacia el costado occidental del parque principal						
1.6. Teléfono/Fax		1.7. Distancia (desde Sogamoso)	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva				
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas , 20 minutos	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático			
				Férreo		Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso	Por carretera central desde Sogamoso Pasando Iza en la vía al lago de Tota en carro particular o transporte bus de la empresa Cootracerero						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.4.1						
2.2. Bien Cultural Mueble	<input checked="" type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input type="checkbox"/>				
2.4. Descripción:							
Se comenzó a construir bajo la administración del alcalde Julio Roberto Cepeda. Dentro de sus instalaciones funcionan las oficinas de la Alcaldía, el Concejo Municipal, personería, Tesorería y Biblioteca							
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)				15			
Constitución del Bien (18)				15			
Representatividad General (17)				16			
Representatividad Turística (17)				13			
				Subtotal			
				59			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)	18			
				TOTAL			
				77			
FUENTES							
Información sacada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016							
Fotografía: Autoría propia							
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz				Fecha:	oct-22	




FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL										
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	Capilla San Antonio									
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Zona Rural									
1.5. Administrador o Propietario										
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda Buitreros, Sector de Llano de Alarcón									
1.6. Teléfono/Fax			1.7. Distancia (desde Sogamoso)	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva						
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas , 20 minutos		1.9. Tipo de Acceso							
			Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Por la vía Crucero a Aquitania en sector Llano de Alarcón en carro particular o transporte cootracero.									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.3.4									
2.2. Bien Cultural Mueble	<input checked="" type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input type="checkbox"/>							
2.4. Descripción:										
<p>Es una estructura nueva, construida por los habitantes del centro poblado de Llano de Alarcón del municipio de Cuitiva, para realizar sus encuentros religiosos para no ir hasta la Iglesia del centro. Cuenta con una torre y dos campanarios, es una estructura religiosa moderna</p>										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD						PUNTAJE				
Estado de Conservación (18)						17				
Constitución del Bien (18)						17				
Representatividad General (17)						14				
Representatividad Turística (17)						10				
						Subtotal		58		
SIGNIFICADO										
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			18				
						TOTAL		76		
FUENTES										
Información sacada de: Fichas de inventario turistico del municipio de Cuitiva del año 2016										
Fotografía: Faura C.										
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz					Fecha:	oct-22			



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS					
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL					
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	Antiguo Palacio Municipal, Arquitectura de la Colonización Española				
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco Urbano				
1.5. Administrador o Propietario	Microempresa Asotejidos				
1.6. Dirección/Ubicación	Parque principal				
1.6. Teléfono/Fax			1.7. Distancia (desde Sogamoso)	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva	
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas, 20 minutos		1.9. Tipo de Acceso		
			Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
				<input type="checkbox"/>	Férreo
				<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootraceró.				
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado	1.1.4.1				
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>		
2.4. Descripción:	La construcción presenta herencia cultural de la colonización española, la mayoría de las edificaciones son propias de la época. Se conservan para darle identidad propia al municipio, estas presentan la tipología de los asentamientos y vida de la colonia así como su Iglesia, la escuela y donde anteriormente funcionaba el centro administrativo.				
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Estado de Conservación (18)					13
Constitución del Bien (18)					16
Representatividad General (17)					13
Representatividad Turística (17)					14
Subtotal					56
SIGNIFICADO					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		12
TOTAL					68
FUENTES					
Información tomada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016					
Fotografía: Autoría propia					
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz			Fecha:	oct-22



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL										
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	Templo Colonial									
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco Urbano									
1.5. Administrador o Propietario										
1.6. Dirección/Ubicación	Está ubicado en el costado oriental del parque principal.									
1.6. Teléfono/Fax										
1.7. Distancia (desde Sogamoso)	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva									
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas, 20 minutos		1.9. Tipo de Acceso							
			Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso:	Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.3.4									
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>							
2.4. Descripción:										
<p>Esta capilla fue consagrada a la Virgen de los Dolores, en el altar mayor tiene un camarino de talla dorada y una estatua miniatura de la Virgen de los Dolores; se conservó este nombre hasta que Cuitiva fue elevada a la condición de parroquia.</p>										
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN										
CALIDAD							PUNTAJE			
Estado de Conservación (18)							14			
Constitución del Bien (18)							15			
Representatividad General (17)							12			
Representatividad Turística (17)							14			
Subtotal							55			
SIGNIFICADO										
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)				12			
TOTAL							67			
										
FUENTES										
Información tomada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016										
Fotografía: Autoría propia										
Diligenciado por:		Leiry Carolina Rojas Cruz				Fecha:	oct-22			

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Termales el Batán					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Vereda La Vega					
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación	Vereda la Vega, Cuitiva Boyacá.					
1.7. Teléfono/Fax	321 242 7511, 312 592 3325		1.8. Distancia (desde la ciudad más	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva		
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas					
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:	No arrojar basura, cuidar el lugar, no contaminar, etc.					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	2.11.3	2.2. Altitud:	2.750 msnm			
2.3. Temperatura Promedio	14°C	2.4. Extensión:	43 km2			
2.4. Descripción:	En Cuitiva, en la vereda de La Vega (más exactamente en el Valle de los Saucés, en los límites con el turístico municipio de Iza) se					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)						9
Sin contaminación del agua (10)						10
Sin contaminación visual (10)						10
Sin contaminación sonora (10)						5
Estado de conservación (10)						10
Diversidad (10)						10
Singularidad (10)						8
Subtotal						62
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12
TOTAL						74
4. SERVICIOS PRESTADOS Y CONDICIONES						
actividades de bienestar						
5. EQUIPAMIENTO, FACILIDADES E INFRAESTRUCTURA EN FUNCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS						
Las debidas instalaciones para el desarrollo de las actividades turísticas.						
6. ACTIVIDADES PARA REALIZAR						
Piscinas de aguas naturales, restaurantes, alojamiento						
7. MERCADOS						
7.1 Perfil del visitante	Personas interesadas en pasar un momento de relajación y bienestar.		7.2 Segmento prioritario	Personas solas, parejas, familias, grupos de amigos.		7.3 Otros segmentos afines
8. OPCIONES DE PRODUCTO						
9. EVALUACIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES						
Participación comunitaria (20)	12	Manejo y control (20)	20	Accesibilidad (20)	20	Relación con el entorno (20)
					18	Valor turístico (20)
						20
FUENTES						
Información tomada de https://termaleselbatan.com/servicios/#programas						
Fotografías: https://termaleselbatan.com/servicios/#programas						
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz				Fecha:	24/10/2022



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO SITIOS NATURALES						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Isla Santo Domingo, HatoLaguna o Isla del Amor					
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cuitiva			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Llano de Alarcón					
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación	Llano de Alarcón					
1.7. Teléfono/Fax				1.8. Distancia (desde la ciudad mas	18k Aprox. De Sogamoso a Cuitiva	
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas, 15 minutos					
1.9. Tipo de Acceso				Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático
1.10. Indicaciones para el acceso:	no arrojar basura en las aguas, tratar de no quitar las flores del ambiente.					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	2.7.5	2.2. Altitud	2.750 msnm			
2.3. Temperatura Promedio	14°C	2.4. Extensión:				
2.4. Descripción:	Tiene una superficie de 3,4 hectáreas, una temperatura de 10.8 grados centígrados. Siendo así el segundo territorio					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD						PUNTAJE
Sin contaminación del aire (10)						9
Sin contaminación del agua (10)						10
Sin contaminación visual (10)						10
Sin contaminación sonora (10)						5
Estado de conservación (10)						10
Diversidad (10)						10
Singularidad (10)						8
Subtotal						62
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						12
TOTAL						74
4. SERVICIOS PRESTADOS Y CONDICIONES						
5. EQUIPAMIENTO, FACILIDADES E INFRAESTRUCTURA EN FUNCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS						
6. ACTIVIDADES PARA REALIZAR						
caminatas ecologicas						
7. MERCADOS						
7.1 Perfil del visitante	Personas interesadas en la naturaleza, en disfrutar de sus paisajes y aguas naturales.		7.2 Segmento prioritario	Parejas, personas solas, familias, grupos de amigos.		7.3 Otros segmentos afines
8. OPCIONES DE PRODUCTO						
9. EVALUACIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES						
Participación comunitaria (20)	12	Manejo y control (20)	20	Accesibilidad (20)	20	Relación con el entorno (20)
					18	Valor turístico (20)
						20
FUENTES						
Información tomada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016						
Fotografías: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016						



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
FORMULARIO SITIOS NATURALES									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Isla Santa Helena, La Custodia o la Ballena								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio	Cultiva						
1.4. Corregimiento, Vereda o	Llano de Alarcón								
1.5. Administrador o Propietario									
1.6. Dirección/Ubicación	Llano de Alarcón								
1.7. Teléfono/Fax									
1.8. Tiempo (desde Tunja)	2 horas, 15 minutos	1.8. Distancia (desde la ciudad mas	18k Aprox. De Sogamoso a Cultiva						
1.9. Tipo de Acceso		Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>			
1.10. Indicaciones para el acceso:	no arrojar basura en las aguas, tratar de no quitar las flores del ambiente.								
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	2.7.5	2.2. Altitud:	2.750 msnm						
2.3. Temperatura Promedio	14°C	2.4. Extensión:							
2.4. Descripción:	Tiene una superficie de 3,1 hectáreas, siendo así el tercer territorio insular del departamento por extensión. Se								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD						PUNTAJE			
Sin contaminación del aire (10)						9			
Sin contaminación del agua (10)						10			
Sin contaminación visual (10)						10			
Sin contaminación sonora (10)						5			
Estado de conservación (10)						10			
Diversidad (10)						10			
Singularidad (10)						8			
Subtotal						62			
SIGNIFICADO									
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)						6			
TOTAL						74			
4. SERVICIOS PRESTADOS Y CONDICIONES									
5. EQUIPAMIENTO, FACILIDADES E INFRAESTRUCTURA EN FUNCIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS									
6. ACTIVIDADES PARA REALIZAR									
caminatas ecológicas									
7. MERCADOS									
7.1 Perfil del visitante	Personas interesadas en la naturaleza, en disfrutar de sus paisajes y aguas naturales.	7.2 Segmento prioritario	Parejas, personas solas, familias, grupos de amigos.	7.3 Otros segmentos afines					
8. OPCIONES DE PRODUCTO									
9. EVALUACIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES									
Participación comunitaria (20)	12	Manejo y control (20)	20	Accesibilidad (20)	20	Relación con el entorno (20)	18	Valor turístico (20)	20
FUENTES									
Información tomada de: Fichas de inventario turístico del municipio de Cultiva del año 2016									
Fotografías: Fichas de inventario turístico del municipio de Cultiva del año 2016									
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas cruz				Fecha:	24/10/2022			



FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS									
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - INMATERIAL									
1. GENERALIDADES									
1.1. Nombre	Preparaciones derivadas del maíz y trucha arcoiris								
1.2. Departamento	Boyacá	1.3. Municipio			Cuitiva				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Casco Urbano								
1.5. Tiempo (desde Tunja)	2 horas, 20 minutos			1.6. Distancia (desde Sogamoso)			18 Aprox. De Sogamoso a Cuitiva		
1.7. Tipo de Acceso		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo	
2. CARACTERÍSTICAS									
2.1. Código Asignado	1.6.2								
2.2. Descripción:	El maíz es el elemento esencial para su vivir y con él se prepara una rica variedad de sabrosos								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN									
CALIDAD					PUNTAJE				
Colectiva (14)					1				
Tradicional (14)					1				
Anónima (14)					1				
Espontánea (14)					1				
Popular (14)					1				
					Subtotal				
					5				
SIGNIFICADO									
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)			
					1				
					TOTAL				
					6				
7. MERCADOS									
7.1 Perfil del visitante	Personas con ganas de descubrir nuevos sabores y ya llegan con la idea de probar las bebidas y comidas típicas de Boyacá			7.2 Segmento prioritario	los turistas y las personas que son clientes muy frecuentes del lugar			7.3 Otros segmentos afines	
8. OPCIONES DE PRODUCTO									
Características y situación actual frente al diseño de productos:									
9. EVALUACIÓN GENERAL Y RECOMENDACIONES									
Participación comunitaria (10)	10	Manejo y control (10)		Accesibilidad (10)	8	Relación con el entorno (10)	10	Valor turístico (10)	8
Recomendaciones:									
FUENTES									
Información tomada: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016									
Fotografía: Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016									
Diligenciado por:	Leiry Carolina Rojas Cruz						Fecha:	oct-22	



1. GENERALIDADES													
1.1. Nombre TRADICIONALES FERIAS Y FIESTAS													
1.2. Departamento Boyacá			1.3. Municipio Cuitiva										
1.4. Corregimiento, Vereda o													
1.5. Administrador o Propietario													
1.6. Dirección/Ubicación Parque Principal													
1.7. Teléfono/Fax													
1.8. Distancia (desde el municipio más 18Km aprox. de Sogamoso a Cuitiva)				1.9. Tipo de Acceso									
				Terrestre		X		Acuático		Férreo		Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:													
Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootraceró.													
2. CARACTERÍSTICAS													
2.1. Código Asignado													
2.2. Descripción:													
<p>Se celebra en la última semana de septiembre en honor a Santo Cristo, a la Virgen de los Dolores y a San Isidro Labrador, patrono de los trabajadores del campo, a estas fiestas acuden gran cantidad de feligreses tanto oriundos del municipio como diversas regiones del país.</p> <p>En estas se realizan celebraciones religiosas, procesiones alrededor del parque con los santos, presentaciones artísticas, encuentros deportivos, exposición ganadera, verbenas populares en las que participan sus habitantes y algunos visitantes que asisten a estos eventos.</p>													
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN													
CALIDAD								PUNTAJE					
Organización del evento (30)								28					
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)								15					
Beneficios económicos locales (20)								15					
Subtotal								58					
SIGNIFICA													
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional (30)		18					
TOTAL								76					

Fuente: Faura C.

Diligenciado por:	Jenny Lorena Faura Castiblanco	Fecha:	24 - 12 - 16
-------------------	--------------------------------	--------	--------------

(Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre FIESTAS DE LA VIRGEN DEL CARMEN					
1.2. Departamento		Boyacá	1.3. Municipio		Cuitiva
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad					
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección/Ubicación Vereda Cordoncillos					
1.7. Teléfono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio más			1.9. Tipo de Acceso		
18Km aprox. de Sogamoso a Cuitiva			Terrestre	X	Acuático
				Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:					
Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootraceró.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado					
2.2. Descripción:					
Se lleva a cabo en el mes de julio en la vereda cordoncillos para honrar a esta virgen dándole agradecimientos por sus favores con misas y otras representaciones religiosas que representen los sentimientos de sus feligreses.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Organización del evento (30)					28
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)					15
Beneficios económicos locales (20)					15
Subtotal					58
SIGNIFICA					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		
				TOTAL	76



Diligenciado por:	Jenny Lorena Faura Castiblanco	Fuente: Faura C.	Fecha: 24 - 12 -16
--------------------------	--------------------------------	-------------------------	---------------------------

Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016)

FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS


1.1. Nombre		AGUINALDO CUITIVENSE						
1.2. Departamento		Boyacá		1.3. Municipio		Cuitiva		
1.4. Corregimiento, Vereda o								
1.5. Administrador o Propietario								
1.6. Dirección/Ubicación		Parque Principal						
1.7. Teléfono/Fax								
1.8. Distancia (desde el municipio más				1.9. Tipo de Acceso				
18Km aprox. de Sogamoso a Cuitiva				Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:								
Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootracero.								
2. CARACTERÍSTICAS								
2.1. Código Asignado								
2.2. Descripción:								
PARRANDA-COMPARSA								
Estas fiestas comienzan el 16 de diciembre con las novenas de aguinaldos; donde participan las veredas del municipio, donde presentan disfraces, bailes, coplas y demás actividades que caracterizan la región y se convierten en ambientes propicios de convivencia entre los habitantes de las distintas veredas.								
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN								
CALIDAD						PUNTAJE		
Organización del evento (30)						28		
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)						15		
Beneficios económicos locales (20)						15		
Subtotal						58		
SIGNIFICA								
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			18		
TOTAL						76		



Diligenciado por:		Jenny Lorena Faura Castiblanco		Fuente: Faura C.	
				Fecha: 24 - 12 -16	

(Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año

2016)

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre FERIAS Y FIESTAS EN LAS VEREDAS						
1.2. Departamento Boyacá		1.3. Municipio Cuitiva				
1.4. Corregimiento, Vereda o						
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación Vereda Buitreros, Sector de Llano de Alarcón						
1.7. Teléfono/Fax						
1.8. Distancia (desde el municipio más			1.9. Tipo de Acceso			
18Km aprox. de Sogamoso a Cuitiva			Terrestre	X	Acuático	Féreo
1.11. Indicaciones para el acceso:						
Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootracero.						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado						
2.2. Descripción:						
En enero se realizan las fiestas en la vereda Buitreros, sector de Llano de Alarcón en homenaje a San Antonio, realizando actividades como: celebraciones eucarísticas, eventos deportivos y vísperas de iglesia y presentación de grupos regionales.						
						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD					PUNTAJE	
Organización del evento (30)					28	
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)					15	
Beneficios económicos locales (20)					15	
Subtotal					58	
SIGNIFICA						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)			18
TOTAL					76	

Diligenciado por:	Jenny Lorena Faura Castiblanco	Fuente: Faura C.	Fecha:	24 - 12 - 16
-------------------	--------------------------------	------------------	--------	--------------

(Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre FERIA GANADERA					
1.2. Departamento Boyacá		1.3. Municipio Cuitiva			
1.4. Corregimiento, Vereda o					
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Dirección/Ubicación					
1.7. Teléfono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio más				1.9. Tipo de Acceso	
18Km aprox. de Sogamoso a Cuitiva				Terrestre <input checked="" type="checkbox"/> Acuático <input type="checkbox"/> Férreo <input type="checkbox"/> Aéreo <input type="checkbox"/>	
1.11. Indicaciones para el acceso:					
Por la carretera central desde Sogamoso pasando Iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootraceró.					
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado					
2.2. Descripción:					
Se realiza en la última semana de febrero donde se reúnen ganaderos de toda la región para comerciar y tiene gran importancia dentro de la zona.					
					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN					
CALIDAD					PUNTAJE
Organización del evento (30)					28
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)					15
Beneficios económicos locales (20)					15
Subtotal					58
SIGNIFICA					
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)		18
TOTAL					76
Fuente: Faura C.					
Diligenciado por: Jenny Lorena Faura Castiblanco			Fecha: 24 - 12 -16		

(Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año 2016)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS
FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS

1.1. Nombre		DÍA DEL CAMPESINO	
1.2. Departamento		Boyacá	1.3. Municipio
			Cuitiva
1.4. Corregimiento, Vereda o			
1.5. Administrador o Propietario			
1.6. Dirección/Ubicación			
Parque Principal			
1.7. Teléfono/Fax			
1.8. Distancia (desde el municipio más		1.9. Tipo de Acceso:	
18Km aprox. de Sogamoso a Cuitiva		Terrestre	X
		Acuático	
		Férreo	
		Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:			
Por la carretera central desde Sogamoso pasando iza en la vía al Lago de Tota, en carro particular o transporte en bus de las empresas Transcondor y Cootraceró.			
2. CARACTERÍSTICAS			
2.1. Código Asignado			
2.2. Descripción:			
Se realiza el día del campesino para honrar la labor de este, como base fundamental de su vida cotidiana, la forma en que se desenvuelve en el campo y cómo hace de la tierra su compañera para salir adelante, en un reconocimiento a las labores realizadas por los campesinos, como homenaje al campo y a sus habitantes, se realizan actividades como: carrera de burros, rajador de leña, concurso de hilanderas, concurso de la trucha y de la papa más grande, concurso de la pelada de papas y esquilada de ovejas, se realiza en el mes de octubre y se entregan incentivos a los participantes y a los habitantes del Municipio.			
			
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN			
CALIDAD			PUNTAJE
Organización del evento (30)			28
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)			15
Beneficios económicos locales (20)			15
Subtotal			58
SIGNIFICA			
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (30)
			18
TOTAL			76
Diligenciado por:		Jenny Lorena Faura Castiblanco	Fuente: Faura C.
			Fecha: 24 - 12 -16

(Fichas de inventario turístico del municipio de Cuitiva del año

Apendice B. Entrevista Coordinadora De Cultura Y Turismo

ENTREVISTA A LA SECRETARIA DE CULTURA Y TURISMO DEL MUNICIPIO DE CUITIVA, BOYACÁ

1. ¿Respecto a las estrategias expuestas en el plan de desarrollo municipal en el sector turismo y tecnológico cuales de estas han logrado dar cumplimiento o están en proceso de desarrollo para el siguiente mandato?

- Hace 1 año y medio se llevó a cabo la creación de la oficina de cultura y turismo.
- Se tiene convenio con el SENA para la realización de prácticas.
- Se está realizando un guion interpretativo para socializar junto a la comunidad sobre algunos temas de gran relevancia, teniendo en cuenta que su población aún no tiene conocimiento de su propio territorio, en aspectos históricos, prestadores turísticos, operadores, atractivos turísticos.
- Han avanzado en la identificación de tres senderos con la colaboración de la Universidad Libre, dentro de un proyecto en el cual conlleva el análisis de territorio, para determinar si el turismo de naturaleza es viable en el municipio. (Si lo es)
- Se está iniciando la estrategia de recopilar los mitos, leyendas, tradiciones, saberes de los antepasados, con el propósito de vincular a los adultos mayores.
- Se ha promovido la práctica de actividades artísticas y culturales por medio de las festividades, aun así, teniendo como problema que los recursos del municipio solo se enfocan en fiestas. (Proceso)
- Se crearon escuelas de formación artística y cultural, siendo esto una oportunidad para promocionar el municipio por medio de los concursos a nivel territorial.
- En las capacitaciones se tienen solicitudes dirigidas al SENA enfocadas al turismo, pero estos están en proceso, recalcando la falta de interés por parte de la población sobre este tema, teniendo más relevancia temas de agricultura y ganadería.
- El municipio creó una alianza con la marca sugamuxi, haciendo parte de la estrategia realizada por la gobernación, lo cual tiene como objetivo promocionar destinos del departamento a nivel nacional.
- Están alimentando una base de datos donde las personas puedan encontrar los prestadores que posee Cuitiva.
- No cuentan con un video promocional. No se ha hecho promoción por medio de las redes sociales.
- Se ha invertido en el embellecimiento del ornato.
- Se han puesto bayas publicitarias.
- Se inscribieron a la estrategia departamental que tiene como nombre: los pueblos más lindos de Boyacá, arreglando así, las fachadas de las casas y los jardines.

2. **¿Qué acciones se han tenido en cuenta para el debido cumplimiento de los proyectos digitales en el municipio con base al plan estratégico de tecnologías de la información 2020-2023?**

- No cuenta con un buen servicio de internet para la comunidad, prestadores y turistas, por la mala gestión por parte de la gobernación del departamento.
- El punto vive digital solo servía al inicio, la señal fue empeorando.
- Las escuelas si tienen servicio de internet, pero en el centro no se cuenta con un bien servicio.
- No tienen publicidad para promocionar.

3. **Según el cronograma establecido de las ferias, se llevó a cabo una muestra gastronómica y artesanal por medio de la oficina de cultura y turismo, teniendo esto en cuenta, ¿cree usted que el municipio puede implementar el turismo gastronómico como un atractivo?**

Están pensando en implementar la búsqueda y realizar esa estrategia ya que el municipio no tiene un plato típico. Se han llevado tres muestras gastronómicas, pero ha tenido un resultado positivo por falta de persistencia comunitaria.

4. **¿Se lleva un control de los turistas que visitan el municipio teniendo en cuenta su ubicación, las temporadas del año más visitado y el tipo de turismo que suelen realizar?**

Aún no se ha realizado un estudio de visitantes ni un registro hotelero para poder tener una cifra de visitantes que entren a nuestro municipio, de igual manera solo se tiene un promedio. El municipio recibe turistas por turismo religioso. Segmentación joven y parejas en turismo de naturaleza. Semana santa se ha trabajado estrategia de muestra gastronómica y cultural, este año se recibieron aproximadamente 1500 entre jueves, viernes, sábado y domingo. Receso escolar de Julio y diciembre. Temporadas muertas: Agosto, mayo. Visitan más que todo Antioquia, Bogotá. Y también extranjeros para la temporada de semana santa por lo del Turismo en bicicleta.

5. **¿Qué capacitaciones se ofrece a la comunidad por parte de la oficina de cultura y turismo?**

En las capacitaciones se tienen solicitudes dirigidas al SENA enfocadas al turismo, pero estos están en proceso, recalcando la falta de interés por parte de la población sobre este tema, teniendo más relevancia temas de agricultura y ganadería.

De igual manera se ha iniciado el proceso con el tema de las artesanías involucrándolas en el turismo.

6. **¿Qué se le puede ofrecer al turista para que esté interesado en conocer el municipio?**

No sé a identificado, no se han centrado en un tema en específico, pero dentro de los temas que posiblemente pueden ser de interés se puede encontrar el ecoturismo, ya que se cuenta con varios caminos ancestrales. El tema de Bochica se puede resaltar la ruta "La ultima huella de Bochica" activando su turismo cultural.

7. **¿Se han brindado a los colegios charlas o actividades acorde al turismo, resaltando que desde este punto se puede impulsar el sentido de pertenencia en municipio?**

Se desea vincular a los colegios dentro de la estrategia nacional "Colegios los amigos de turismo" por lo que ya se pasó una carta y la idea es comenzar en enero del próximo año.

8. **¿Ustedes creen que el municipio está capacitado para recibir al turista ofreciendo un servicio turístico como: hospedaje, alimentación, transporte, guianza etc. o creen que aún no están listos**

No, no se cuenta con infraestructura (Restaurantes), superestructura (Bancos, cajeros) Internet.

9. **¿Cuitiva podría ser incluido en la ruta turística de Boyacá?**

A nivel departamental si se le a hecho promoción, y con el tema de la provincia sugamuxi también ya que se aparece en la promoción a nivel departamental, antes no existía. También en el tema de alumbrado navideño están involucrados en el departamento.

10. **cree usted que necesita Cuitiva para ser reconocido como destino turístico?**

Más capacitaciones para la comunidad local para que puedan brindar un buen servicio, y a su vez posean sentido de pertenencia.