

Frontera Sua, Soacha Red de Turismo
Estrategia de Divulgación para el Ecoturismo y Turismo de Aventura

Autor:

Laura Melissa Ardila Castañeda

Asesor:

Ana María Camacho Bohórquez

Una Tesis Presentada Para Optar Por El Título De
Tecnólogo en Comunicación Gráfica

Programa de Tecnología en Comunicación Gráfica
Corporación Universitaria Minuto de Dios, Soacha
Mayo 2015.

Frontera Sua, Soacha Red de Turismo
Estrategia de Divulgación para el Ecoturismo y Turismo de Aventura

Autor:

Laura Melissa Ardila Castañeda

Asesor:

Ana María Camacho Bohórquez

Una Tesis Presentada Para Optar Por El Título De
Tecnólogo en Comunicación Gráfica

Programa de Tecnología en Comunicación Grafica
Corporación Universitaria Minuto de Dios, Soacha
Mayo 2015.

Tabla de contenido

1	Resumen.....	5
2	Introducción	6
3	Pregunta de Investigación	7
4	Problema de Investigación	7
5	Interfaz de Investigación.....	10
6	Justificación	11
7	Revisión Bibliográfica	15
7.1	Marco Conceptual.....	15
7.2	Marco Teórico.....	16
7.3	Estado del arte.....	22
8	Objetivo General	24
9	Objetivos Específicos.....	24
10	Límites y Alcances de la Propuesta	25
11	Metodología e Instrumentos De Recolección De Información.....	28
12	Cronograma.....	33
13	Justificación de la pieza gráfica	35
14	Análisis Conceptual	40
14.1	Conceptos formales.....	40
14.2	Conceptos Estructurales.....	41
15	Proceso de fabricación	44
16	Descripción de la Propuesta.....	45
17	Presupuesto	46
18	Implementación.....	47
19	Análisis de la implementación	48
20	Conclusiones	53
21	Bibliografía	55
22	Anexos	59
	Turismo en el municipio de Soacha.....	63
	Turismo en el municipio de Soacha.....	64
	Objetivo: Determinar las características generales de los visitantes a los sitios turísticos ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca	64
	Grupo objetivo: visitantes de los sitios turísticos ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca	64

Agradecimientos

A mi familia, cada uno de ellos hizo un aporte en esta propuesta y son cómplices de mis ideas.

Agradezco a Jennifer Rocha Murcia por su asesoría en el desarrollo del diseño y a Angélica

Reyes por su tutoría para la construcción de la primera fase del documento, y a todas las

personas que participaron en las encuestas realizadas por su tiempo e interés en el tema.

Finalmente, a mi ángel por iluminarme.

1 Resumen

El presente proyecto de grado desarrolla una estrategia para la difusión de los destinos de turísticos ubicados en Soacha Cundinamarca y tiene como grupo objetivo jóvenes entre los 18 a 25 años de edad residentes del municipio. Los conocimientos adquiridos en el transcurso del proceso académico en el pre grado de Tecnología en Comunicación Gráfica son implementados en el desarrollo de la propuesta que está compuesta por tres factores: una red de turismo que vincula una entidad gubernamental y los prestadores de servicios turísticos, un sitio web y redes sociales como medio de difusión de la red y un programa de fidelización para incentivar el consumo de turismo entre el nicho determinado.

Palabras claves: Ecoturismo, Soacha, Red de turismo, sitio web, identidad, economía.

Abstract

This draft grade develops a strategy for the dissemination of ecotourism destinations located in Soacha Cundinamarca and It has a young target group between 18-25 years old living in the municipality. The knowledge acquired during the academic process in graduation of Technology in Graphic Communications are implemented in the development of the proposal consists of three factors: a network of tourism linking a government agency and providers of tourist services, website and social networks as a means of dissemination of the network and a loyalty program to encourage tourism consumption between certain niche.

Keywords :Ecoturismo, Soacha , network tourism website, identity, economy.

2 Introducción

Soacha es el municipio con el mayor número de habitantes en Cundinamarca y ocupa el tercer lugar entre las economías del departamento. No obstante, hoy no existe un mecanismo para promover los destinos turísticos dentro de él. (Periodismo Público , 2015). En consecuencia con lo anterior, este proyecto desarrolla una iniciativa para promover el turismo en el municipio, teniendo como punto de partida el desconocimiento de estos espacios por los jóvenes de 18 a 25 años residentes del sector.

Dentro del documento se desarrolla la propuesta que tiene como objetivo diseñar una estrategia de divulgación de los destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca entre el grupo objetivo.

En la fundamentación se destacan los beneficios del turismo en los países en desarrollo, el aporte que hace en la generación de empleos directos e indirectos y la creación de conciencia sobre los problemas ambientales y la importancia del cuidado y apropiación del territorio.

Finalmente se expone la marca desarrollada, Frontera Sua, Soacha Red de Turismo explicando cómo está articulada y como plantea una solución a la problemática visibilizada.

Soacha merece una inversión de recursos económicos y humanos en la construcción de iniciativas que resalten sus puntos a favor, no solo entre los habitantes de Bogotá o municipios aledaños, sino demás y como prioridad, a su comunidad, para así inculcar el sentido de pertenencia como base para el cambio.

3 Pregunta de Investigación

¿Cómo dar a conocer los destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca, a los jóvenes de edades entre los 18 a 25 años residentes del sector?

4 Problema de Investigación

Soacha, con más de 468.000 habitantes, es el municipio con el mayor porcentaje de población de Cundinamarca, incluso superior en relación con ciudades como Villavicencio, Pasto y Montería. Ocupa el tercer lugar entre las economías del departamento puesto que representa el 17,8% del PIB-Producto Interno Bruto (CEPEC Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas , 2010). Sin embargo, no cuenta con una política para el diseño e implementación de proyectos sostenibles de turismo (Periodismo Público , 2015). En el municipio de Soacha Cundinamarca se encuentran ubicados cinco destinos de ecoturismo: Parque Nacional Natural Chicaque, Boquemonte parque arqueológico y ecoturístico, Canoas sector ecológico y arqueológico, (Vargas, 2013).Desierto de Zabriskie, territorio cambiante de color por su alta concentración de hierro y aluminio (Valbuena , 2014) y Parque Ecológico La Poma. Estos lugares además de hacer parte de la geografía del sector, cuentan su historia y algunos están declarados como reservas naturales. Dentro de ellos se pueden realizar diferentes tipos de turismo: ecoturismo, cultural y turismo de aventura, en actividades como el senderismo o caminatas ecológicas, escalada en roca natural, rappel o descenso por pendientes verticales, tirolesa que consiste en

cruzar de un punto a otro por medio de poleas, arborismo o escalada en árboles, ciclo montañismo, avistamiento de fauna, flora y arqueología entre otros. Chicaque, Boquemonte y La Poma son territorios cuentan con administración y los recursos recibidos se utilizan para la conservación de los mismo, por el contrario, Canos y el Desierto de Zabriskie son destinos públicos que no cuentan con una entidad que gestione su mantenimiento. En ellos operan empresas prestadoras de servicios turísticos las cuales hacen uso del territorio para ofertar sus productos turísticos.

El 20 de octubre de 2014, se realizó una encuesta preliminar con el fin de determinar si dichos destinos turísticos son reconocidos y visitados por los jóvenes entre 18 y 25 años de edad. La muestra se realizó a 20 estudiantes de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede Soacha y los resultados permitieron evidenciar que, el 65% de los encuestados desconoce los sitios turísticos ubicados en el sector y el 80% no había realizado ninguna actividad deportiva o turística durante los seis meses anteriores a la aplicación del método.

Para fortalecer y ampliar los resultados, en mayo del 2015 se aplicó una nueva encuesta a 100 jóvenes residentes del municipio en un rango de edades entre 16 a 32 años, donde se señala que el 47% de los participantes no conoce ninguno de los destinos de ecoturismo ubicados en el municipio.

El 61% practicó alguna actividad de ecoturismo en el último año, del cual el 50% lo hizo en el municipio, es decir, de las 100 personas encuestadas solo 30 realizaron una actividad de ecoturismo dentro el municipio de Soacha en el último año.

En la información sociodemográfica, se revela que el 83% de la muestra vive en el municipio de Soacha entre 5 y más de 20 años, sin embargo solo 14 jóvenes son soachunos y 68 bogotanos, los demás vienen otros sectores del país. Entonces, ¿Por qué una persona que ha pasado la mayor

parte de su vida en un sector determinado no se anima a conocer los atractivos turísticos existentes en él?

Otro de los parámetros indagados se refiere al sentido de pertenencia, donde solo 14 jóvenes lo clasifican como Alto, los restantes se ubican entre Medio, Bajo y Le es totalmente indiferente con porcentajes de participación del 51%, 33% y 2% respectivamente.

Por otro lado, en un informe sobre la Percepción del habitante de Bogotá sobre Soacha realizado en el 2010, el 29,54% de los encuestados, su mayoría jóvenes entre 18 y 25 años, opina que Soacha es un municipio que se caracteriza por ser Desordenado y Caótico. Otro de los resultados negativos alude a los destinos turísticos, donde el 73% (365 personas) no cree que Soacha cuente atractivos importantes para ofrecer en el mercado turístico. El 27/% restante menciona entre otros: La Poma, Chicaque, los lugares arqueológicos y naturales. (Gustavo Toro, 2010).

Con los datos anteriormente expuestos, se concluye que Soacha demanda un impulso para los destinos ecoturísticos que están dentro de él, no solo por los beneficios económicos propios del sector turístico, sino además por la importancia de que sus habitantes tengan conocimiento del territorio, lo que se puede convertir en un factor importante para dignificar la imagen del municipio.

5 Interfaz de Investigación

Dentro de las interfaces de investigación establecidas en la Corporación Universitaria Minuto de Dios, como estrategia para la elaboración de los proyectos de grado de los estudiantes, se encuentra la *de Competitividad y Desarrollo Económico*, orientada a incrementar la competencia en la región.

En consecuencia, el presente documento se desarrolla bajo esta interfaz relacionada directamente con el propósito del proyecto, que sustenta teóricamente el diseño de una estrategia de divulgación de los lugares turísticos ubicados en el perímetro de Soacha y de las empresas que operan en dichos espacios.

La relación entre el proyecto y la interfaz de Competitividad y Desarrollo Económico está dada por la intención diseñar una estrategia para dar a conocer los servicios de calidad existentes en el municipio Soacha, que logren involucrar de manera funcional entidades gubernamental y las empresas privadas que actualmente operan en los espacios turísticos de manera independiente; consiguiendo que los usuarios encuentren en estos atractivos, opciones de recreación y ocio que satisfagan sus necesidades de esparcimiento y empleo del tiempo libre. Adicionalmente, al impulsar el turismo en el municipio Soacha divulgando estos escenarios y a la vez incentivando el consumo de estos servicios, se genera activación de la economía local, ya que las empresas que ofrecen estos servicios incrementarían sus ingresos y requerirían ampliar su capacidad de operación estimulando la vinculación laboral de más recuso humano, contribuyendo a bajar la tasa de desempleo en el municipio.

6 Justificación

El presente documento se justificará de manera socioeconómica, a través de argumentos cuantitativos y cualitativos obtenidos a través de investigación de campo e implantación de las técnicas de recolección de datos.

La OMT¹ define el turismo como un fenómeno social y económico, en constante crecimiento que iguala o supera las exportaciones de petróleo, productos alimenticios o automóviles. De esta manera, representa una de las principales fuentes de ingresos en los países en desarrollo, en consecuencia genera el 9% del PIB mundial y genera 1 de cada 11 empleos en todo mundo. (OMT, 2015). Adicionalmente, la OMT sugiere el turismo como un oportunidad para la atenuación de la pobreza, por medio de la generación de empleo directo o indirecto en la población local, abastecimiento de bienes y servicios a los turistas, la gestión de pequeñas empresas y empresas comunitarias, etc., con el consecuente impacto positivo en la reducción de la pobreza. (OMT, 2015).

Durante el 2013, el turismo en Colombia representó el 5,2% del PIB y generó el 6.2% de los empleos directos del país. (Portafolio, 2014). “Las divisas generadas por el turismo en el 2013 ascendieron a 4.758 millones de dólares, y en el primer trimestre, a 1.211 millones de dólares según el reporte del Ministerio de comercio, Industria y Turismo”. (Patiño, 2014). En la siguiente tabla se muestra el número de visitantes a las áreas protegidas con vocación ecoturística en los últimos tres años. En ella se evidencia un aumento del 2014 del 3,6% en relación con el 2013 y del 10,3% del 2012. (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2015)

¹ Organización Mundial de turismo, organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.

2012	2013	2015
825.443	878.842	910.110

Tabla 1 Número de visitantes a AP (áreas protegidas) con vocación ecoturística en 2012, 2013 y 2014. Fuente (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2015)

El ecoturismo, bajo el cumplimiento responsable de las políticas, se considera un negocio sostenible pues reúne, además del ámbito económico, beneficios a nivel social y ambiental, puesto que genera planes de educación y cuidado sobre el medio ambiente, el cuidado de la biodiversidad y de la cultura de lugar, siendo estos los principales atractivos para el consumidor. (Ministerio de Comercio, Industria y turismo , 2011)

Actualmente, el municipio de Soacha no cuenta con una política para la administración de los sectores turísticos y se encuentra en la construcción del Consejo Consultivo de turismo del municipio, el cual tiene como objetivo “contribuir al mejoramiento del bienestar de la comunidad, animando y apoyando los procesos de desarrollo turístico y liderar y asesorar al Gobierno local en la formulación y ejecución de las políticas de turismo en cuanto a diseño, implementación y evaluación..” (Periodismo Público , 2015). Dentro de la entrevista realizada por Periodismo Público a Jairo Ramírez, Director de Desarrollo Económico de la secretaria de planeación de Soacha, se afirma que el municipio carece de medios de difusión de sus espacios turísticos.

Pero, ¿la comunidad de Soacha considera importante un impulso al sector turístico dentro del municipio? De acuerdo a la encuesta realizada a 100 habitantes la respuesta es SI, el 98% de los encuestados considera importante que los habitantes de determinado sector conozcan y visiten los espacios de turismo y deporte ubicados dentro del mismo. Entre los argumentos

expuestos se destacan los siguientes: generación de identidad y sentido de pertenecía, cambio de la imagen negativa del municipio, ampliación de las opciones para realizar actividades de recreación, evolución económica y cultural, la importancia de conocer y cuidar el territorio, fomento de la práctica de actividades sanas, generación de conciencia sobre la importancia del cuidado ambiental, entre otros que definitivamente avalan la importancia de difundir los espacios de ecoturismo en el municipio de Soacha Cundinamarca.

Otro de los resultados de la encuesta permite analizar que, de las personas que aseguran tener un sentido de pertenencia bajo o totalmente indiferente, el 65% no conoce ninguno de los cinco destinos de ecoturismo relacionados al proyecto. Por otro lado, el 64% de las personas que indican que su sentido de pertenecía es Alto, conocen por lo menos uno de los lugares indicados. De lo anterior se concluye que identificar, conocer y visitar los destinos de ecoturismos del sector y realizar las actividades deportivas que en él se ofrecen, favorece los criterios para que una comunidad sienta mayor sentido de pertenencia por su territorio.

Para la selección del grupo objetivo de este documento se aplicó una encuesta a un grupo de los visitantes hallados en los destinos Chicaque, Desierto de Zabriskie y Boquemonte, los resultados arrojan que el 33% de los encuestados se ubican en las edades entre 18 a 25 años y el 36% entre las edades de 26 a 35 años. Adicional se consultaron los informes relacionados en PNN² donde en el Análisis De Encuestas De Satisfacción De Los Visitantes De Las Áreas Protegidas Del Sistema De Parques Nacionales Naturales De Colombia Año 2014, se describen el perfil de los visitantes a parques ecoturísticos, principalmente el rango de edades entre los 16 a 25 años, seguido por los visitantes entre 26 y 35 años. La menor proporción fueron visitantes mayores de 50 años. (Salazar, 2014). Finalmente, y acudiendo a los datos propios y consultados,

² Parques Nacionales Naturales de Colombia entidad encargada de la administración y manejo del Sistema de Parques Nacionales Naturales y la coordinación del Sistema Nacional de Áreas protegidas.

se selecciona como grupo objetivo jóvenes entre los 18 a 25 años de edad residentes del municipio de Soacha.

De acuerdo a los datos expuestos anteriormente, se determina que la actual propuesta de investigación es pertinente dentro del municipio de Soacha, debido a los benéficos económicos, culturales, sociales y ambientales que representa el ecoturismo, como negocio sostenible, siempre y cuando se cumplan con las políticas establecidas para tal fin. Se considera importante generar propuestas de cambio para el municipio de Soacha en donde los jóvenes se vean involucrados y favorecidos, en este caso, el ecoturismo y el turismo de aventura abren un sin número de posibilidades para que los actores del cambio que requiere el municipio sean sus habitantes.

7 Revisión Bibliográfica

7.1 Marco Conceptual

Para entender el turismo como mercado y a su vez el presente documento, se debe tener en cuenta algunos conceptos básicos sobre este negocio. Los términos son obtenidos de un taller virtual brindado por TurisTIC³ basado en información suministrada por la OMT.

El patrimonio está compuesto por bienes tangibles e intangibles ubicados dentro un sector atractivo para un visitante y dentro del él se realizan las actividades turísticas. El producto turístico son los bienes y servicios que se ofrecen alrededor de un patrimonio como son: alojamiento, restaurantes, transporte etc. (Burbano, 2012).

Burbano define el Destino Turístico como el sector donde se ofrecen diferentes productos turísticos, la OMT lo explica básicamente como “el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje” (Organización Mundial del Turismo OMT, 2015). Dentro de esa propuesta de investigación se usará la definición dada por la OMT como referencia de los lugares turístico del municipio de Soacha.

Los viajeros son la unidad básica del turismo, estos se dividen entre los visitantes y otros. Los primeros a su vez se dividen en turistas quienes son aquellos que están en entre una noche y un año en el destino y los excursionistas que son aquellos que no pernoctan en el destino. Los otros se refieren a los trabajadores, emigrantes, fuerzas armadas entre otros. (Burbano, 2012).

La motivación turística se refiere a “el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar” (Organización Mundial del Turismo OMT, 2015). En la clasificación de los motivos, según la

³ TurisTIC es el centro de innovación turística de Colombia.

OMT, ocio, visitas a parientes y amigos, negocios, salud, religión y peregrinaciones, entre otros, donde se ubican aquellos que no tiene cabida en las demás categorías. (Burbano, 2012).

7.2 Marco Teórico

¿Qué es el turismo?

La OMT lo define a la actividad turística:

Como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2015)

Historial de turismo

La actividad del turismo, propia del mundo moderno, se debe a evolución socioeconómica de la humanidad. Enrique Torres Bernier (2006), español destacado en el campo del turismo, determinó tres antecedentes en la evolución del turismo definidos en el desarrollo del tiempo:

- **Antecedentes remotos** en donde se describen las primeras necesidades del hombre por explorar territorios diferentes al propio. Bernier, describe la peregrinación como un fenómeno que antecedió al turismo. Eran actividades masivas, con rutas trazadas, lugares de alojamiento y contaba con organización.
- **Antecedentes directos**, donde se hace relación a los movimientos sociales con fines educativos, científicos, de negocio o salud.
- **La transición de las formas del turismo** donde se mencionan hechos como la construcción de hoteles para albergar visitantes, el inicio del turismo natural dado en el

montañismo o alpinismo, el reconcomiendo del periodo de vacaciones para los trabajadores, además del desarrollo de medio de transporte eficientes como el ferrocarril. Thomas Cook (1808- 1892) fue el primero en desarrollar una modalidad de viajes colectivos con un pago en origen permitía, mediante bonos, liquidar los diferentes servicios durante el viaje, incluyendo hoteles y guías profesionales. (Bernier, Enrique Torres, 2006)

Cook, empresario inglés, creador de la primera empresa de intermediación turística de la historia, se hizo famoso y rico a partir de la organización de excursiones al campo para la clase obrera de las ciudades industriales del centro de Inglaterra, para expandir posteriormente su negocio hacia los tour para burgueses adinerados por Europa, Norte de África y Asia. Entre sus innovaciones figuran elementos clave para el turismo como los *Traveller cheques*⁴. (Bernier, Enrique Torres, 2006)

Los determinantes del turismo en masas

Bernier (2006) indica los factores influyentes para el desarrollo del turismo tal y como se conoce en la actualidad:

- **Factores históricos**, donde se expone hechos como la aparición del proletariado como fuerza social, y de esta manera el reconcomiendo a los derechos de los trabajadores en los años sesenta, entre ellos un periodo de vacaciones lo que contribuyó al desarrollo de actividades turística. También se mencionan las dos guerras mundiales y con ellas el desarrollo tecnología, la invención del coche y del avión, lo que permitió el traslado a lugares distantes en menos tiempo.

⁴ Traveller cheques, talones que se encargan a los bancos y que tienen importes prefijados en moneda extranjera, la mayoría de las veces. Al arribar en destino, se cambian por dinero del lugar a cambio del pago de una comisión bancaria. (Castro, 2011)

- **Factores socioeconómicos** compuestos por diferentes elementos considerados por el autor como causas importantes del desarrollo de la actividad turística. A continuación se describen cada uno de ellos:

- **La urbanización**
- **la revolución del transporte y las comunicaciones**
- **el consumo en masa**
- **las reivindicaciones laborales considerados**

Formas y categorías del turismo

El turismo se clasifica de acuerdo a la relación de sus visitantes con respecto al destino. A continuación se explican las formas de turismo de acuerdo al taller virtual realizado por TurisTIC:

- Turismo Interno: realizado dentro del mismo país por sus residentes, nacionales o nacionales.
- Turismo Receptor: realizado por los visitantes no residentes dentro de un país.
- Turismo Emisor: realizado por los residentes hacia otro país. (Burbano, 2012)

Las categorías del turismo se dan con la mezcla de las formas de turismo, estas se describen a continuación teniendo en cuenta la teoría brindada por la OMT (2015) y la explicación de Burbano (2012):

- Turismo Interior= turismo interno + turismo receptor
- Turismo nacional= turismo interno + turismo emisor
- Turismo internacional= turismo receptos + turismo emisor

Tipologías del turismo

Para definir las tipologías de turismo se tendrá como base la tipificación de Burbano (2012) quien define siete tipos de turismo: turismo de naturaleza, cultural, de salud, náutico, turismo de Congresos eventos e incentivos y de aventura:

Turismo de Naturaleza

Dentro de esta tipología se incluye el agroturismo y el ecoturismo, (Burbano, 2012) atribuye al turismo de naturaleza la contribución que hace a la conservación y cuidado del medio ambiente.

-Ecoturismo: también denominado turismo verde, de caracteriza porque sus consumidores disfrutan de la fauna y flora, respetan el medio ambiente, y el hospedaje se puede dar de diferentes maneras, hoteles rurales, casas, campamentos, refugios, etc. Dentro del documento González cita a Fannell (1999) quien define el ecoturismo como:

Ecoturismo es una forma sustentable de turismo basado en recursos de naturaleza, principalmente enfocado en la experimentación y aprendizaje de la naturaleza, gestionado éticamente para producir un bajo impacto, no consumista, y con orientación local en cuanto gestión, beneficios y escala se refiere. Puesto que normalmente se desarrolla en áreas naturales, el ecoturismo debe contribuir a la conservación y preservación de dichas áreas. Fannell (1999)

-Agroturismo: relacionado a las actividades económicas de la agricultura o la ganadería, el hospedaje se realiza en espacios remodelados o por el contrario semiabandonas con decoración típica del destino. Su atractivo se desarrolla en espacios rurales, sencillos y con la natural hospitalidad de las personas del campo. (González, 2008)

Turismo Cultural

Donde se incluye la visita a sitios arqueología, gastronomía, ferias y fiestas, etnoturismo y turismo religioso, se caracteriza por generar interés en el patrimonio y en la cultura del destino. (Burbano, 2012)

Turismo de Salud

Incluye tratamientos para la salud y la bellezas, como los spas, terapias, cirugías estéticas etc.

(Burbano, 2012)

Turismo Náutico

Se realiza en actividades en aguas, ríos, mares, puertos, cruceros. Con este tipo de turismo se fomenta la recuperación de fuentes hídricas. (Burbano, 2012)

Turismo de Congresos eventos e incentivos

Ligados a actividades de negocios o comercio, beneficios empresariales, agentes turísticos que conocen nuevos destinos y normalmente son de alto nivel adquisitivo y se genera normalmente en lo que se conoce como temporada baja. (Burbano, 2012)

Turismo de sol y playa

Lo que en Colombia se conoce como turismo en tierra caliente. Visita a mares y piscinas.

Turismo de aventura

Donde se fomenta la práctica de actividades deportivas conocidas como deportes extremos.

(Burbano, 2012). Estos deportes “son todas aquellas actividades o disciplinas en su mayoría ya existentes, pero que debido a circunstancias especiales o situaciones particulares implícitas como el peligro y la dificultad para realizarlos, se les consideran extremos” (Jalisco Extremo , 2008)

¿Qué es el turismo sostenible?

Es la actividad turística responsable del medio ambiente, la cultura y la sociedad, que permite disfrutar de manera positiva la experiencia entre el visitante y la comunidad. (Turismo Sostenible ORG , 2015). Esta responsabilidad está dada de manera económica, social y cultural, ambiental y política. (Burbano, 2012)

Dentro de la política para el desarrollo del ecoturismo se indican los principios para que el turismo sostenible:

- Los recursos naturales, históricos, culturales y de otro tipo empleados por el turismo se conservan para su uso continuado en el futuro, reportando así al mismo tiempo beneficios a la sociedad actual.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales en la zona de turismo.
- La calidad ambiental global de la zona turística se mantiene y puede mejorarse en algunos casos.
- Se mantiene un alto nivel de satisfacción turística de forma que los destinos retienen su competitividad y prestigio
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente por toda la sociedad.
- Es esencial también que el turismo sea políticamente aceptable sin poner por ello en peligro su sostenibilidad. Si no se cuenta con una voluntad política de turismo sostenible, los planes turísticos basados en principios de sostenibilidad no se convertirán en realidad. (Ministerio de Comercio, Industria y turismo , 2011)

Competitividad en destinos

La competitividad depende de la eficiencia con la que se administran los recursos disponibles y la imagen del destino turístico que refleja la calidad del mismo. Esta se determina entre la diferencia de la expectativa y la percepción durante el viaje por parte del visitante; si la expectativa es diferente a la percepción se entiende como una calidad baja, si por el contrario ambos factores son iguales se considera un destino de calidad. Para obtener calidad en un destino se deben tener en cuenta cuatro brechas: la primera es no saber la expectativa del cliente, la segunda es el diseño errado del servicio, la entrega del servicio, y por último la comunicación en las ofertas.

7.3 Estado del arte

En este espacio se toma como punto de referencia el proyecto universitario Nakawe, la Red Turística de Pueblos Patrimonio y la Tarjeta Vive Colombia Joven.

Nakawe fue desarrollado en la Corporación Universitaria Minuto de Dios como una iniciativa empresarial la cual ofrece turismo ecológico y deportes extremos en los municipios de Soacha y Sibaté. El proyecto, realizado por Lilia García y Nancy Piñeros, promueve el turismo en ambos municipios y actualmente opera en el sector. (Periodismo Público , 2013)

La Red Turística de Pueblos Patrimonio reúne 17 municipios declarados Bien de interés Cultural a Nivel Nacional, y fomenta el turismo cultural, sostenible, que genere apropiación del patrimonio y la participación de la comunidad en el desarrollo de los municipios. (Pueblos Patrimonio de Colombia, 2015)

Por último se hace referencia la Tarjeta Vive Colombia Joven,

(...) es una iniciativa del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Tiene como objetivo incentivar el turismo entre los jóvenes de 14 a 28 años que viven en Colombia. Es un programa totalmente gratuito que busca beneficiar al sector comercial y a la población juvenil, ofreciendo múltiples descuentos y beneficios en diversos establecimientos aliados al programa.” (Vive Colombia Joven, 2015)

A continuación se exponen las diferencias entre las iniciativas expuestas y Frontera Sua: Nakawe es un proyecto universitario con una iniciativa comercial para la creación de empresa, su enfoque más que dar a conocer los destinos de los municipios Soacha y Sibaté es crear un empresa operadora de servicios turísticos. Por otro lado la Red Turística de Pueblos Patrimonio se inclina por las características distintivas de los pueblos, sus costumbres, su gastronomía, sus productos artesanales entre otros. Este tipo de turismo se conoce como Turismo Cultura. La Tarjeta Vive Colombia Joven promueve el consumo de diferentes mercados a través de descuentos y

beneficios, uno de esos mercados es el turismo pero no es su enfoque primordial ni está ligada a un sector específico.

8 Objetivo General

Diseñar una estrategia de divulgación de los destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca entre los jóvenes de 18 a 25 años residentes del sector.

9 Objetivos Específicos

- **Identificar** los sitios turísticos del municipio de Soacha Cundinamarca.
- **Caracterizar** los cinco destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca consultando los medios de información e identificando las características generales (ubicación, rutas de acceso, tipos de actividades que ofrece, tarifas, planes y horarios) de cada uno.
- **Diseñar** la estrategia de divulgación y el medio de difusión para los destinos de ecoturismos ubicados en el municipio de Soacha.

10 Límites y Alcances de la Propuesta

Con el propósito de analizar los límites y los alcances de la propuesta de investigación, se hace uso del modelo “Triangulo” de José Ángel Maldonado, quien plantea los siguientes conceptos:

- Tiempo: periodo para completarlo, reflejado en la calendarización de tareas.
- Costo: presupuesto, basado en el costo de los recursos y materiales necesarios en cada una de las tareas
- Alcance (Ámbito): conjunto de los objetivos y tareas del proyecto, y el trabajo necesario para realizarlo. (Maldonado, 2014)

Triangulo	Límites	Alcances
Tiempo	<ul style="list-style-type: none"> - Para la implementación del proyecto debe existir una alianza entre los operadores de los servicios turísticos y un administrador público o privado. (No se encuentra dentro de la propuesta) - Oferta de la propuesta a una entidad deportiva en el municipio de Soacha. 	<ul style="list-style-type: none"> - Reconocimiento de los tres de los cinco destinos turísticos ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca
Costo	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación del sitio web: costo del dominio y el hosting. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se determinan los costos de desplazamiento desde un punto de referencia específico dentro municipio, a tres de los cinco

		destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca.
	- Producción de las piezas publicitarias para el sitio web.	
Alcances (ámbito)	- Publicación del sitio web sin la adquisición del proyecto por parte de una entidad pública o privada dentro del municipio.	- Muestra fotográfica de tres de los cinco destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca.
		- Diagramación y diseño del sitio web.
		- Diagramación y diseño de piezas publicitarias, virtuales o físicas, para el sitio web.

Tabla 2 Límites y Alcances de la Propuesta

De acuerdo con la información consignada en el modelo “Triangulo” (Maldonado, 2014), los alcances del proyecto corresponden los objetivos del mismo, la diagramación y diseño del sitio web y el diseño de piezas publicitarias, virtuales o físicas, para la promoción de la estrategia, no obstante, cabe mencionar que se da alcances adicionales como el reconocimiento de los cinco destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca, se determinan los costos de desplazamiento desde un punto de referencia específico dentro municipio, a cada uno de los cinco destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha

Cundinamarca, se determinan los costos de las actividades turísticas o deportivas, así como obtener una muestra fotográfica de los cinco destinos de ecoturismo ubicados en el municipio. En cuanto a los límites en las tres categorías de tiempo, costos y alcances responden a aspectos que sobrepasan los objetivos del proyecto, es importante reconocer que la implementación del proyecto depende del interés de las empresas y entidades relacionadas con el tema del ecoturismo, razón por la cual se pone a disposición la propuesta de que se logre una alianza entre operadores de los servicios turísticos y entidades públicas o privadas.

La propuesta no incluye la Oferta del proyecto a entidades potencialmente interesadas. Adquirir el dominio y el hosting para la publicación del sitio web y la producción de las piezas publicitarias para la promoción del mismo, no se consideran pertinentes, teniendo en cuenta que aún no existe una alianza comercial entre las entidades y empresas.

11 Metodología e Instrumentos De Recolección De Información

Para el correcto progreso de este documento que adopta la investigación participativa para lograr un análisis como consumidor de servicios turístico dentro del municipio de Soacha. Se contacto con los parques u operadores de servicios, se participó en las actividades ofrecidas y además se logró la interacción con otros visitantes con el fin de conocer sus expectativas de los destinos, identificar si reconocen a Soacha como destino turístico y finalmente para evidenciar oportunidades de mejora en la prestación del servicio.

La metodología de investigación desarrollada en el presente documento se considera mixta, debido a que su enfoque es cualitativo y cuantitativo. Con el primero, se identifica la problemática desarrollada y se espera conocer las experiencias de los turistas y excursionistas, y las expectativas del grupo objetivo en cuanto los destinos y actividades que ofrece el municipio. A partir de la metodología cuantitativa, se identifican cifras que aportan a la justificación del proyecto: estadísticas del turismo a nivel nacional e internacional, beneficios económicos, entre otros, además, se debe lograr una muestra medible sobre la percepción del grupo objetivo frente al municipio y la problemática.

Los datos recolectados están clasificados como Información Primaria e Información Secundaria. La primera se obtiene a partir del contacto directo con el objeto de análisis: jóvenes del municipio seleccionados como grupo objetivo y visita a los sitios turísticos; en la segunda no existe un análisis del objeto de estudio, la información es obtenida de investigaciones ya realizadas: estadísticas y artículos del turismo a nivel nacional y mundial, información consignada de los destinos turísticos entre otros. (Moreno & Gallardo, 1999).

Las técnicas utilizadas para la recolección de datos han sido seleccionadas buscando una conexión con la metodología mixta, se requiere la consulta y contextualización de datos estadísticos y teóricos ya existentes y además el hallazgo y análisis como resultado del trabajo de campo. En ambos casos, la finalidad de su implementación es argumentar de manera adecuada tanto la parte teórica como los resultados gráficos que se plantean en el presente documento. A continuación se describen las técnicas utilizadas:

- **Ficha:** procedimiento para recolección de datos o información secundaria, es decir, consignada en libros, archivos, prensa, ensayos, artículos y demás. (Moreno & Gallardo, 1999) En el presente documento se encuentra información recopilada de diferentes fuentes: sitios web de donde extraen datos sobre las cifras y estadísticas de participación del turismo a nivel nacional e internacional, encuesta para determinar las tendencias de participación de los visitantes y sus preferencias en la selección de los destinos turísticos. Esos datos en su gran mayoría se obtendrán del sitio web y documentos contenidos en la OMT y del Ministerio de Cultura y Turismo. También se toma como referencia la información suministrada en la página de la alcaldía de Soacha y de los destinos y/o prestadores de servicios turísticos ubicados en el municipio.
- **Observación:** participativa o no estructural donde el investigador no plantea hipótesis pues no tiene conocimiento del fenómeno por lo tanto no tiene un plan específico. El investigador asume el papel de miembro del grupo investigado y de esta manera debe comportarse como tal. (Moreno & Gallardo, 1999) Esta técnica se implementará en la visita a los destinos turísticos, como un excursionista interesado en el lugar, el investigador ubicará los sitios y contactos para asistir y hará las actividades propuestas por los operadores turísticos, esto con el objetivo de identificar las necesidades,

expectativas de los visitantes y finalmente conocer de manera personal la experiencia que podría vivir un visitante dentro del municipio.

- **Encuesta:** es una búsqueda sistemática de datos donde el investigador pregunta a los encuestados información que requiere conocer para el proceso investigativo. Se caracteriza de las demás técnicas por generar las mismas preguntas en el mismo orden y en una situación social similar. (Díaz de Rada, 2001, pág. 13) Dentro del proceso de recolección de datos, se realizaron tres encuestas, dos de ellas buscaban identificar que tanto conocen los habitantes del municipio de Soacha sobre los destinos turísticos ubicados en el municipio. La tercera tiene como objetivo evaluar los visitantes que se encuentran en los sitios turísticos en el momento de realizar las visitas a estos.

En la siguiente tabla se exponen la conexión entre los objetivos específicos y las técnicas utilizadas para la recolección de datos:

Objetivo específico	Técnica
<p>Identificar los sitios turísticos del municipio de Soacha Cundinamarca.</p>	<p>Ficha: consulta de los destinos por medio de los sitios web del municipio, prestadores de servicios de ecoturismo y turismo de aventura, redes sociales, voz a voz, etc.</p> <p>Entrevista:</p> <p>Encuesta: se realizara una encuesta al grupo objetivo para identificar el nivel de reconocimiento de los destinos de ecoturismos ubicados en el municipio de Soacha y el sentido de pertenencia del sector.</p>
<p>Caracterizar los cinco destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca consultando los medios de información para acceder e identificando las características generales (ubicación, rutas de acceso, tipos de actividades que ofrece, tarifas, planes y</p>	<p>Observación participativa: Cada uno de los destinos de ecoturismo ubicados en el municipio de Soacha deben ser visitados, para ello se requiere realizar el contacto con los operadores de servicios turísticos. Como excursionista, planear la visita y</p>

horarios) de cada uno.

realizar el registro fotográfico.

Diseñar la estrategia de divulgación y el medio de difusión para los destinos de ecoturismos ubicados en el municipio de Soacha.

Encuesta: en cada una de las visitas se debe encuestar a los visitantes que se encuentran en el lugar, el objetivo es determinar las características generales de los visitantes a los sitios turísticos ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca.

Ficha: para la selección del producto que este acorde y relacione directamente con la problemática se realiza la consulta de artículos y documentación.

Tabla 3 Técnicas de recolección de datos

12 Cronograma

En el diagrama de Gantt expuesto a continuación se identifican las fechas y periodos de tiempo propuestos para dar cumplimiento a los objetivos específicos y de esta manera a la aplicación de las técnicas establecidas para dicho fin. A continuación se enumeran los objetivos específicos y las técnicas para ser identificados en el diagrama de manera clara:

Objetivo	Técnica	Fecha Inicial	Duración en Días	Fecha Final
Identificar	Ficha	01/08/2014	60	30/09/2014
Identificar	Entrevista	04/05/2015	1	05/05/2015
Identificar	Encuesta 1	20/10/2014	1	21/10/2014
Identificar	Encuesta 2	04/05/2015	10	14/05/2015
Caracterizar	Observación	04/05/2015	3	07/05/2015
Diseño Toma fotográfica	N/A	04/05/2015	3	07/05/2015
Diseño web	N/A	01/04/2015	10	11/04/2015
Diseñar tarjetas	N/A	19/05/2015	2	21/05/2015
Diseñar Libro	N/A	20/05/2015	3	23/05/2015

Tabla 4Cronograma de actividades

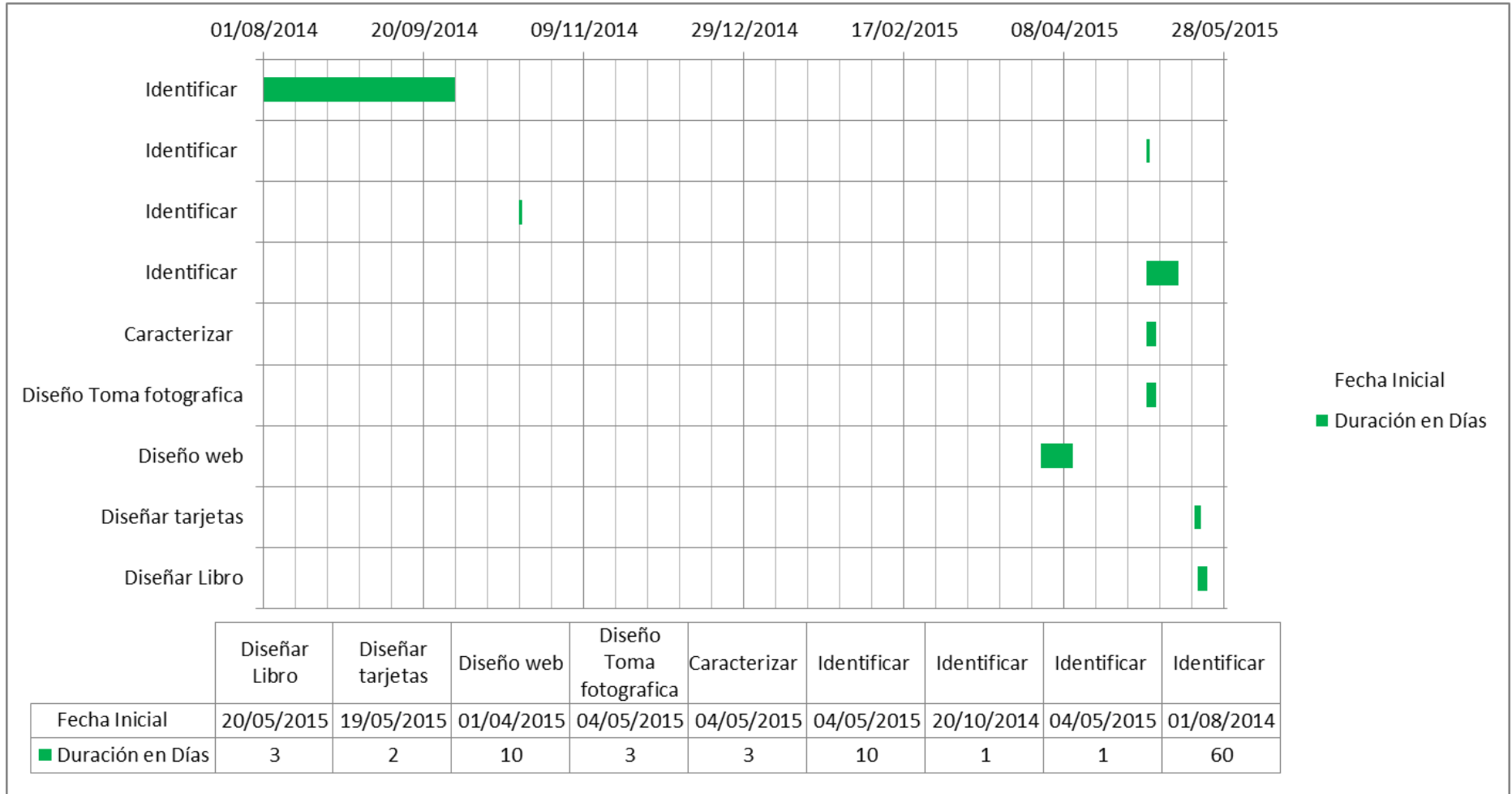


Ilustración 1 Diagrama de Gantt - Datos propios

13 Justificación de la pieza gráfica

La solución a la problemática expuesta en el presente documento está articulada bajo tres puntos: Alianza Estratégica, Medio de Difusión y Programa de fidelización. Los tres desarrollan la estrategia planteada para visibilizar los destinos de ecoturismo ubicados en el sector de Soacha entre los jóvenes entre 18 a 25 años residentes del sector.

Alianza Estratégica: esta alianza propone un vínculo comercial entre la Alcaldía de Soacha Cundinamarca, los destinos privados y las empresas que actualmente son prestadoras de servicios turísticos en el municipio, es decir, entre entidades gubernamentales y no gubernamentales. Esta alianza se conoce como una Red de Turismo la cual tiene como objetivo.

(...) apoyar las iniciativas de los diferentes actores interesados en desarrollar una actividad turística sostenible, fortaleciendo y dando a conocer en el tema las actividades y propuestas que contribuyan al mejoramiento del sector, valorando adicionalmente, el patrimonio tangible e intangible, la construcción del tejido social, además de prever los riesgos sin perder de vista el gran potencial de visitantes que encontraran alternativas en nuevos destinos.” (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2015)

La alianza se consolida bajo la marca denominada Frontera Sua, Soacha Red Turismo, administrada por la Alcaldía de Soacha como entidad no gubernamental y las entidades no gubernamentales divididas en aquellas que actualmente tiene una administración privada Chicaque, La Poma y Boquemonte, y los destinos que son públicos en donde actualmente operan empresas prestadoras de servicios turísticos Desierto Zabriskie y Canoas.

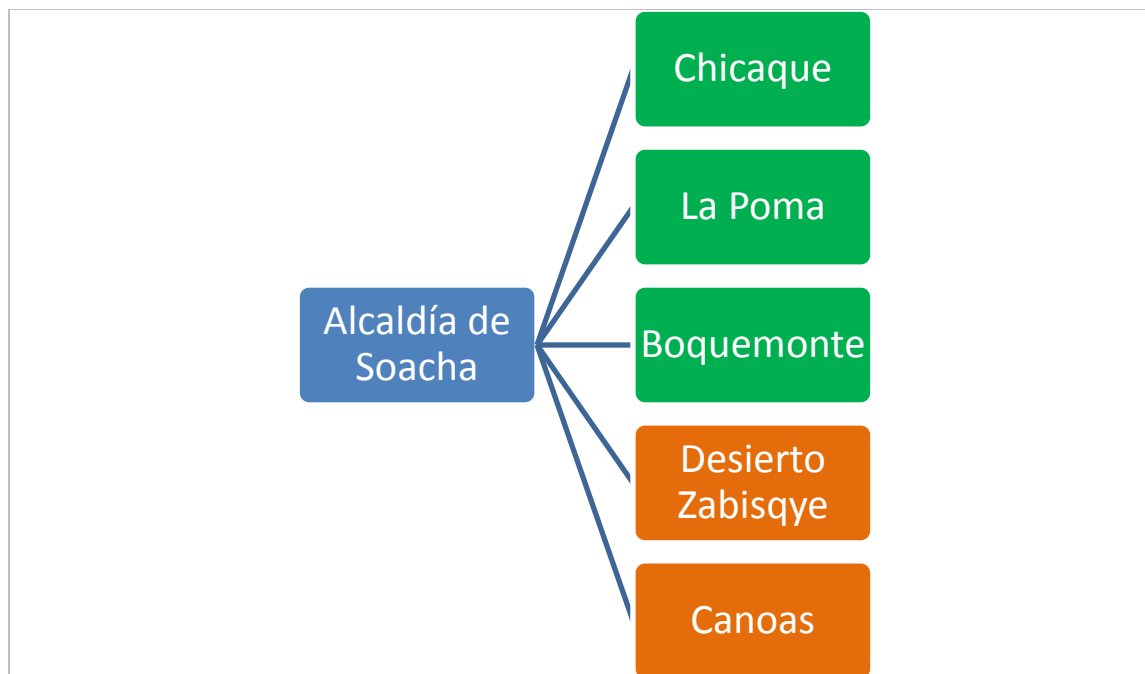


Ilustración 2 Aliados dentro de la Red de Turismo

Medio de difusión: la alianza estratégica será impulsada por medio de un sitio web que tiene como función dar a conocer el objetivo de la red de turismo Frontera Sua, los destinos y las actividades que ofrece el municipio, informar sobre el evento destacado del mes, además de indicar las condiciones del programa de fidelización.

Para la sección del medio de difusión se tienen en cuenta varios aspectos el primero, el Informe del Turismo de Aventura publicado por la Organización Mundial del Turismo indica que el 69% planea su próximo viaje investigando en línea. (ATTA, 2014). Posteriormente, se realizó una encuesta a los visitantes ubicados en los destinos en los destinos turísticos ubicados en el municipio de Soacha, en donde se indaga sobre los medios de información utilizados para la selección de sus destinos turísticos. Los resultados demuestran que el 33% llegó al municipio por el voz a voz, el 36,3% por sitios web y el 27% redes sociales.

Al momento de seleccionar su destino de viaje el 48% lo hace por medio de sitios web y el 24% por redes sociales.

La Cace, Cámara Argentina de Comercio Electrónico, después de un estudio determinó que el título más vendido por internet son los pasajes y el turismo con ventas por más de 1.700 millones en el 2010, por lo cual la organización convocó un jornada con expertos del tema de donde se destaca la incidencia del internet en los servicios turísticos. Entre las estrategias expuestas dentro de documento se encuentran: el desarrollo para el acceso desde diferentes sistemas operativos, la innovación en redes sociales, planes de segmentación para clientes VIP, implementación de la web 2.0, la exposición de fotos y videos, ofrecimiento de ofertas, entre otros (Cámara Argentina de Comercio Electrónico, 2011).

En decreto 2693 de 2012 se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobiernos en Línea, en él se informa que “Los datos públicos abiertos no deben tener exclusividad para su control y uso, y deben estar libres de licencias, no sujetos a derecho de autor o patentes.”

(Alcaldía de Bogotá, 2012). De acuerdo a lo anterior se selecciona la plataforma Wix para el desarrollo del medio de difusión. Esta plataforma permite la adecuación de la web de manera libre y la adecuación a dispositivos móviles.

Para el posicionamiento del sitio web Frontera Sua se implementará en su desarrollo el proceso SEO (Search Engine Optimization):

Optimización de Motores de Búsqueda, más conocido en inglés como, Search Engine Optimization (SEO) es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web o una página dentro de la web en los motores de búsqueda que utilizan los resultados de búsqueda naturales. (Wix, 2015)

Es decir, SEO es una técnica para hacer que el sitio web sea más atractivo para los motores de búsqueda y de esta manera hacer que llegue a los primeros lugares haciendo uso de palabras claves. (Wix, 2015)

Para lograrlo se han tenido en cuenta las recomendaciones dadas por Wix para lograr un posicionamiento efectivo en los motores de búsqueda después de uno a tres meses de la publicación del sitio web. Entre otros se sugiere incorporar palabras claves orgánicamente, agregar metatags a la descripción de cada una de las páginas, incluir Alt Text (texto descriptivo de las imágenes) a las imágenes contenidas en el sitio web, realizar enlaces a las redes sociales y establecer Etiquetas de encabezado. (Wix, 2015)

Programa de fidelización: consiste en la creación de una tarjeta de fidelización que tiene como objetivo incentivar el consumo de ecoturismo y el turismo de aventura en el municipio de Soacha brindando un descuento al tarjeta habiente. Existirán dos categorías:

	JovenSua	FamiliaSua
Tarjeta habiente	Jóvenes entre 18 y 25 años residentes del municipio de Soacha.	Grupo familiar residente en el municipio de Soacha. Mínimo 3 y máximo 5 personas,
Beneficios	Descuento del 20% en el evento del mes Descuento del 10% en todos los destinos y actividades disponibles en ellos.	Descuento del 30% en el evento del mes Descuento del 20% en todos los destinos y actividades disponibles en ellos. *El descuento se para grupos entre 3 y 6 personas.
Adquisición	Almacén Olímpica del C.C Unisur	

Almacén Jumbo del C.C Mercurio

Taquillas de los parques: Chicaque, Boquemonte y La Poma

Estudiantes nuevos en (2015-2) en Corporación Universitaria Minuto de Dios, sede Soacha, reciben la tarjeta sin costo

Costo: Tarjeta Joven \$3.000, Tarjeta Familia \$10.000

Condiciones de uso La tarjeta se activa automáticamente después de 24 horas. Si no se hace uso de ella durante un período de 6 meses.

Tabla 5 Características de la Tarjeta Sua

14 Análisis Conceptual

Para el desarrollo visual de la propuesta, se hizo necesaria la creación una marca como punto de partida para la pieza gráfica y demás elementos visuales que se hagan necesarios.

14.1 Conceptos formales

Soacha, ecoturismo, turismo de aventura, naturaleza, deporte, energía, identidad, recreación, aire libre, cuidado ambiental, alianza.

Marca: para dar inicio a la construcción del material gráfico se hizo necesario el diseño de una marca como identidad para la red de turismo. Para su diseño se tuvieron en cuenta dos aspectos importantes, el primero alude a la composición etimológica del nombre del municipio; SUA = Sol, CHA = Varón, de donde se toma la palabra muisca Sua con el objetivo de resaltar su historia, el segundo hace referencia a la ubicación de los destinos de ecoturismo, los cuales se encuentran fuera del casco urbano, es decir en la frontera los municipios aledaños. Con las ideas expuestas se da como resultado el nombre Frontera Sua, Soacha red de turismo.

Paleta de Colores: una vez seleccionado el nombre de la marca se da inicio a la construcción del logo, iniciando por la selección del color. Para hacerlo se tuvieron en cuenta dos conceptos de marca: naturaleza, por la relación directa con el producto y economía como referente de la interfaz de la propuesta de este documento. Por lo cual se selecciona el color verde que representa la naturaleza, el crecimiento, salud y libertad, además se relaciona con las ganancias y el dinero. (Bizzocchi, 2015). En representación del sol, se selecciona el color amarillo que traduce optimismo y alegría, (Bizzocchi, 2015). sensaciones que un turista o excursionista siente después de tener contacto con la naturaleza y la aventura.

Tipografía: para la tipografía del logo se buscó un estilo que se relacione con la naturaleza; fresca, libre, ligera. Un trazo que represente el camino recorrido por el turista.

14.2 Conceptos Estructurales

En la siguiente tabla se realiza la descripción de cada uno de las páginas que componen el sitio Frontera Sua. Cada una de ellas busca un concepto natural que invite al visitante del sitio no solo a conocer los destinos sino también generar un ambiente familiar que le recuerde que Soacha es un municipio con muchas cosas por destacar.

Página - Botón	Descripción
Inicio	<ul style="list-style-type: none"> - Se encuentra ubicado Banner con fotografías de los destinos y actividades ofrecidas. - Botón Evento del mes: en él se publica la actividad destacada de cada mes. Cada uno de los destinos incluidos en la red debe plantear un plan con beneficios o descuentos especiales. - Botón Turista Sua: envía al visitante a una nueva hoja en donde se dan recomendaciones para que durante su recorrido por los destinos, sea un turista responsable con el medio ambiente y la cultura del municipio. - Aliados: donde se muestran los logos de los aliados a la red: entidades gubernamentales, parques, prestadores de servicios turísticos etc. Cada uno llevara con usuario al sitio web del cada aliado.
Nuestra Idea	<p>En esta página la red explica en que consiste la red de turismo Frontera Sua y cuál es su objetivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Una Red de Turismo que establece una alianza estratégica entre la</i>

Alcaldía de Soacha, los parques o reservas naturales y las empresas prestadoras de servicios turísticos que operan en los destinos ubicados el municipio.

- *Impulsar la economía de Soacha Cundinamarca por medio del turismo sostenible, además de fomentar las visitas a los destinos ubicados en el municipio entre sus habitantes generando sentido de pertenencia por el territorio y conciencia sobre la importancia del cuidado ambiental.*

Nuestros sitios Este botón es una lista desplegable con los destinos: Chicaque, Boquemonte, Desierto de Zabriskie, Canoas, La Poma. Cada uno llevará al visitante a una nueva página en donde se encuentran los siguientes datos:

- Banner de fotografías
- Descripción del sitio
- Planes
- Mapa de acceso
- Botón Haz tu reserva (link a la pág. Contáctenos)
- Botón Consulta Aquí (link a la pág. Soacha para todos)

Soacha para todos En esta página se describen el objetivo de las Tarjetas Sua, joven y familia, los beneficios, forma de adquirirla y las condiciones de uso. (*Información descrita en la Tabla 5 Características de la Tarjeta Sua*)

Contáctanos Los visitantes tendrán acceso a la red por medio de teléfono, celular y e-mail. Los botones Haz tu Reserva, ubicados en el resto de los sitios, llevarán a esta página.

Blog Dentro del Blog de Frontera Sua se publicarán artículos sobre las

Post actividades realizadas, nuevos destinos, planes especiales etc. Este espacio tiene como objetivo establecer un canal de comunicación para conocer las expectativas de los futuros visitantes y la percepción de aquellos que asistieron.

Al dar clic en algunos de los artículos, se mostrará una nueva página para leer la información completa, además está vinculado con el usuario de Facebook para hacer comentarios.

Redes Sociales La red de turismo cuenta con tres redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. Al igual que el Blog se utilizan como un canal de comunicación con los visitantes e invitan a los consumidores a compartir fotos y videos de sus experiencias.

Además de los 5 botones, el sitio web contendrá los iconos de las redes sociales Facebook, twitter e Instagram. Como valor agregado la página de Wix contará con un blog donde se invita a los participantes de los eventos del mes a contar su experiencia dentro de Soacha y sus destinos, lo que se convierte en un canal de comunicación con los visitantes, lo que a futuro permitirá conocer sus expectativas, y oportunidades de mejora del servicio.

15 Proceso de fabricación

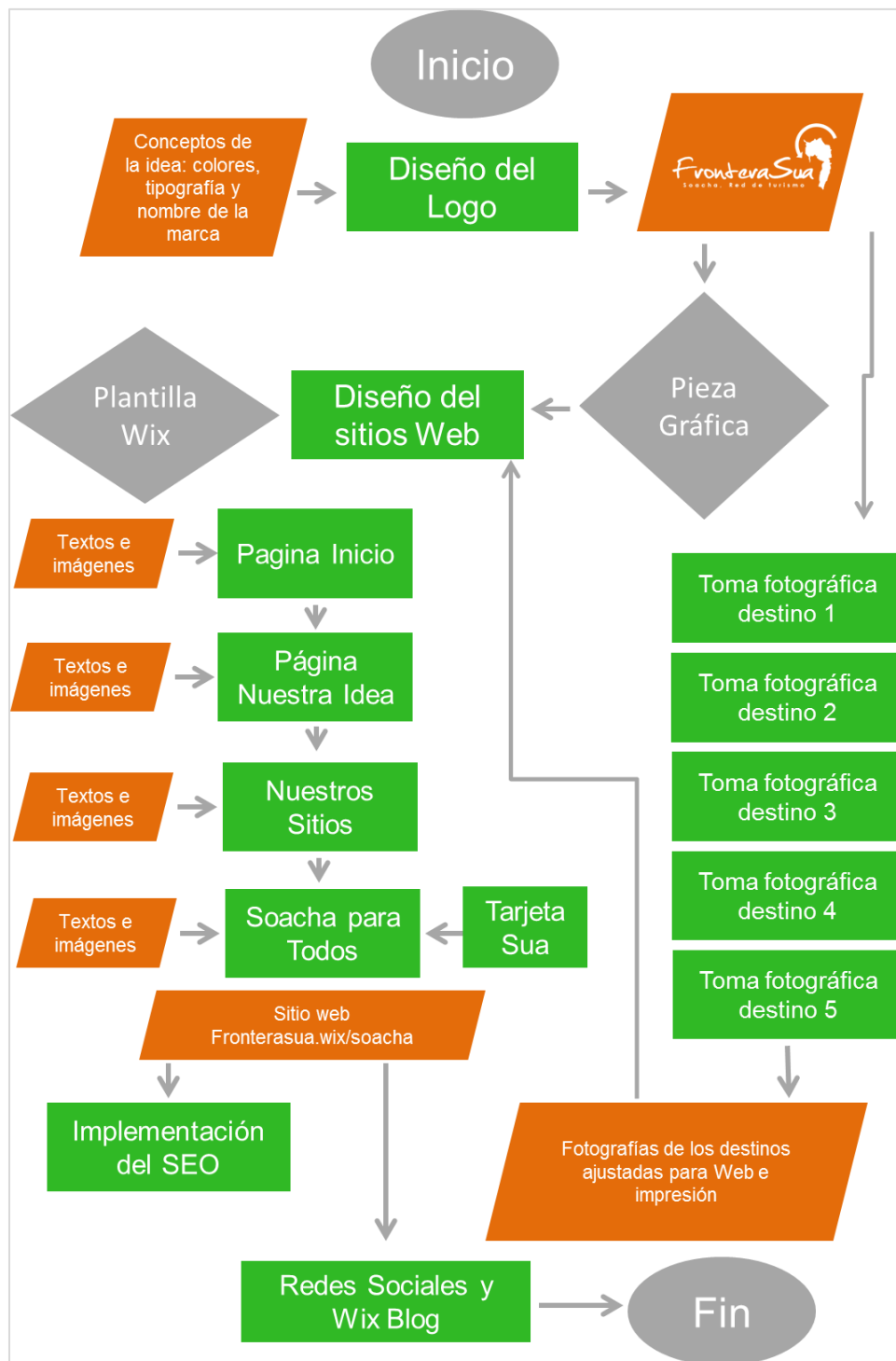


Ilustración 3 Proceso de Fabricación

16 Descripción de la Propuesta

La fabricación del producto gráfico se da inicio con el diseño del logo como identidad de la marca propuesta, Frontera Sua, Soacha Red de Turismo, teniendo como punto de partida los conceptos expuestos en el punto 14.1 de este documento. Una vez definido, se selecciona la plataforma para diseñar la diagramación del sitio web en primera con los bocetos inicialmente realizados. La plantilla seleccionada es modificada para que el producto final aluda a la propuesta gráfica y funcional planteada inicialmente. Para hacerlo se utilizan las herramientas que brinda la plataforma: se modifican los espacios los colores de fondo y de la barra de menú principal, las cajas de texto y se incluyen botones propios. Para cada una las páginas se deben contar como insumo los textos y las fotografías de los destinos que se irán tomando paralelamente. En la página Soacha para Todos se mostrara la imagen de las tarjetas JovenSua y FamiliaSua que se diseñan con fotografías propias. Para finalizar se crean cuentas en tres redes sociales Facebook, Twiter e Instagran para ser vinculadas al sitio web, además un blog como mecanismo de contacto con los usuario de los servicios turísticos. Estas cuentas se crean con fotografías propias.

17 Presupuesto

COSTOS ELABORACIÓN PROYECTO					
Código	Recurso	Unidades	Costo Unitario	Total	
001	Computador	1	\$ 1.700.000	\$	1.700.000
002	Cámara fotográfica	1	\$ 700.000	\$	700.000
003	Impresión dummy tarjeta	2	\$ 5.000	\$	10.000
004	Impresión trabajo final	1	\$ 120.000	\$	120.000
005	Transportes (Visitas a los destinos)	6	\$ 5.000	\$	30.000
006	Actividades turísticas (Entrada a los sitios)	3	\$ 20.000	\$	60.000
Total			\$ 2.550.000	\$	2.620.000

Costos de mano de obra		
Código	Operación	Tiempo (Horas)
001	Redacción documento	480
002	Diseño Marca	4
004	Visita sitios turísticos y toma de fotografías	24
005	Diseño sitio web	80
006	Recolección análisis de datos	20
001	Diseño de tarjeta	10
002	Diseño y diagramación de libro	30
Total (horas)		648
		\$
*Costo tiempo (hora)		5.417
		\$
Total Costo mano de obra		3.510.000

*Costo tiempo (hora): Calculado sobre un salario de 1.300.000 Mensual

Tabla 6 Presupuesto del proceso de investigación

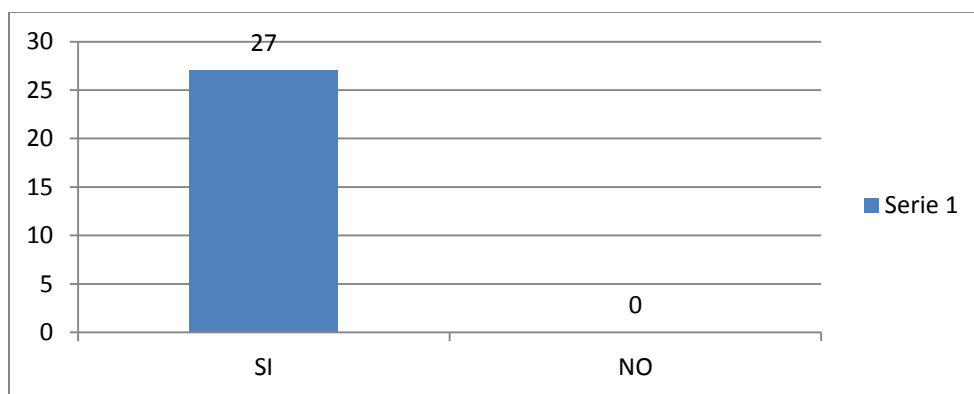
18 Implementación

Para la implementación se hizo la publicación del sitio web a través de Wix, posteriormente se desarrolló una encuesta para medir el impacto que la propuesta tiene en el grupo objetivo y que tan pertinente sería ejecutarla. La encuesta circuló por medio de Facebook, entre jóvenes con las características del grupo objetivo, 18 a 25 años residentes del municipio.

19 Análisis de la implementación

A continuación se relacionan los resultados de la encuesta aplicada a 27 jóvenes residentes del municipio de Soacha.

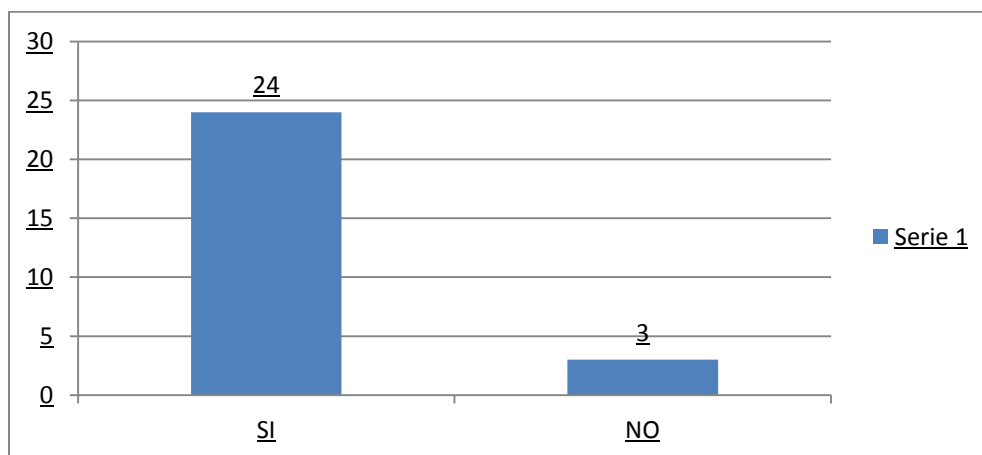
- Frontera Sua tiene como objetivo dar a conocer los destinos turísticos ubicados en Soacha a sus habitantes, ¿Considera esta iniciativa oportuna y favorable para el municipio?



Gráfica 1 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 1

Análisis: El 100% de los encuestados considera que Frontera Sua es una iniciativa favorable para el municipio de Soacha.

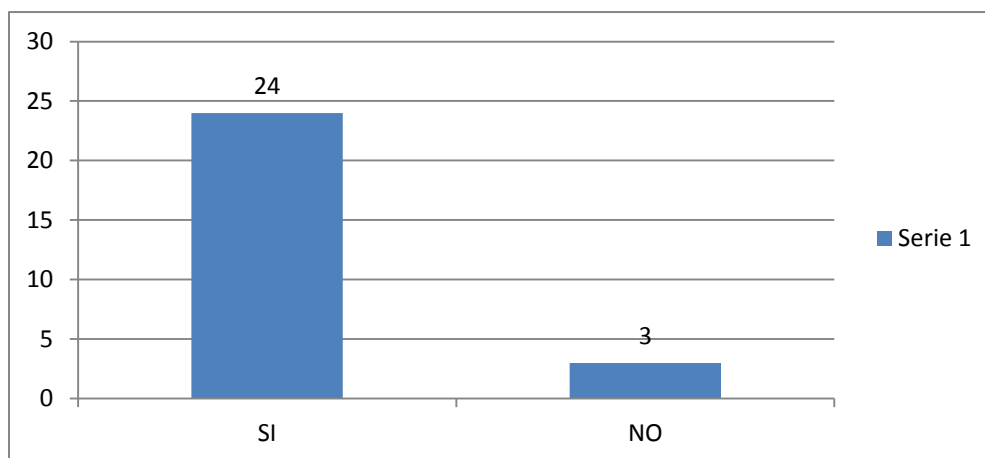
- ¿Cree que el sitio web Frontera Sua promueve el turismo en el municipio de Soacha?



Gráfica 2 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 2

Análisis: El 88.8% considera que Frontera Promueve el turismo en Soacha.

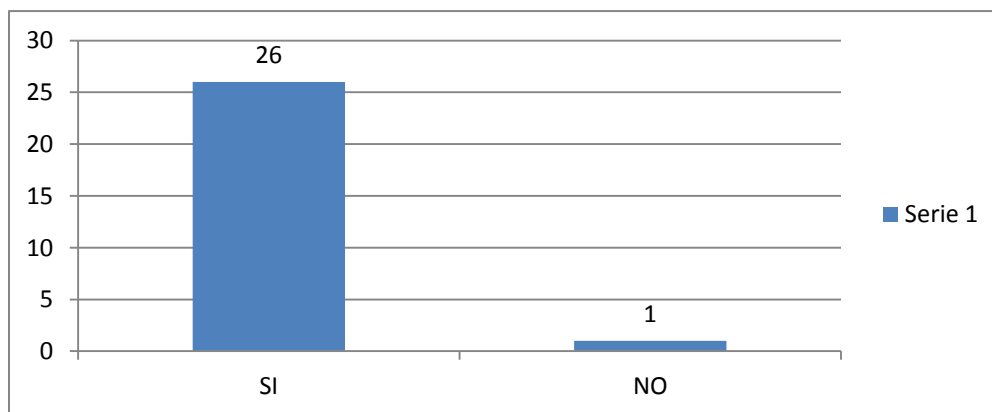
- ¿Cree usted que el sitio web promueve la responsabilidad ambiental en las actividades turísticas?



Gráfica 3 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 3

Análisis: El 88.8% considera que Frontera Promueve el turismo responsable por el medio ambiente.

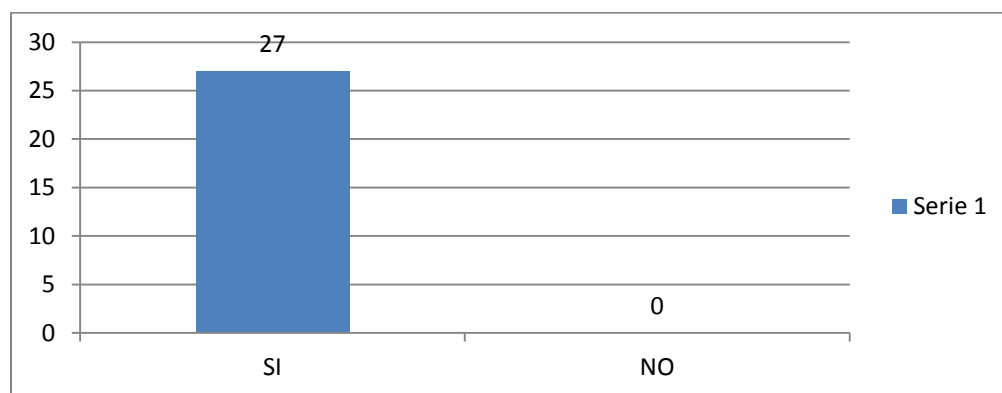
- Como habitante del municipio, ¿Adquiriría la tarjeta Joven o Familiar para obtener descuentos en los destinos turísticos del municipio?



Gráfica 4 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 4

Análisis: El 96.2% de los encuestados adquiriría la tarjeta Sua.

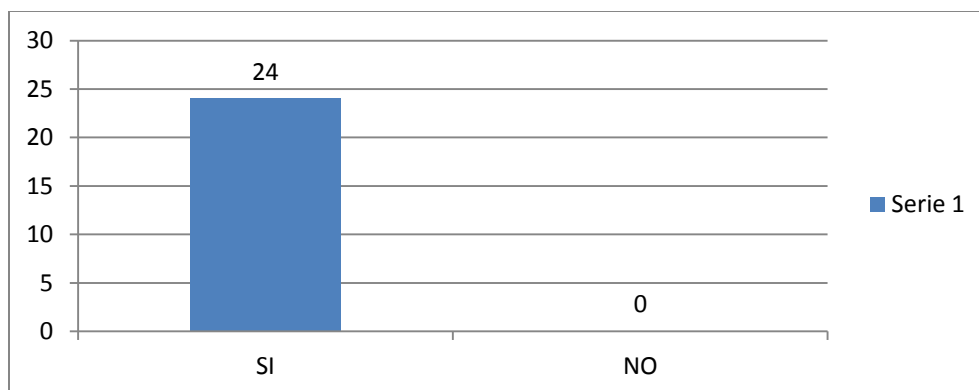
- Navegar en el sitio web de Frontera Sua, ¿Lo anima a visitar alguno de los destinos turísticos ubicados en el municipio de Soacha?



Gráfica 5 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 5

Análisis: El 100% de la muestra se siente animado a visitar los destinos turísticos ubicados en el municipio.

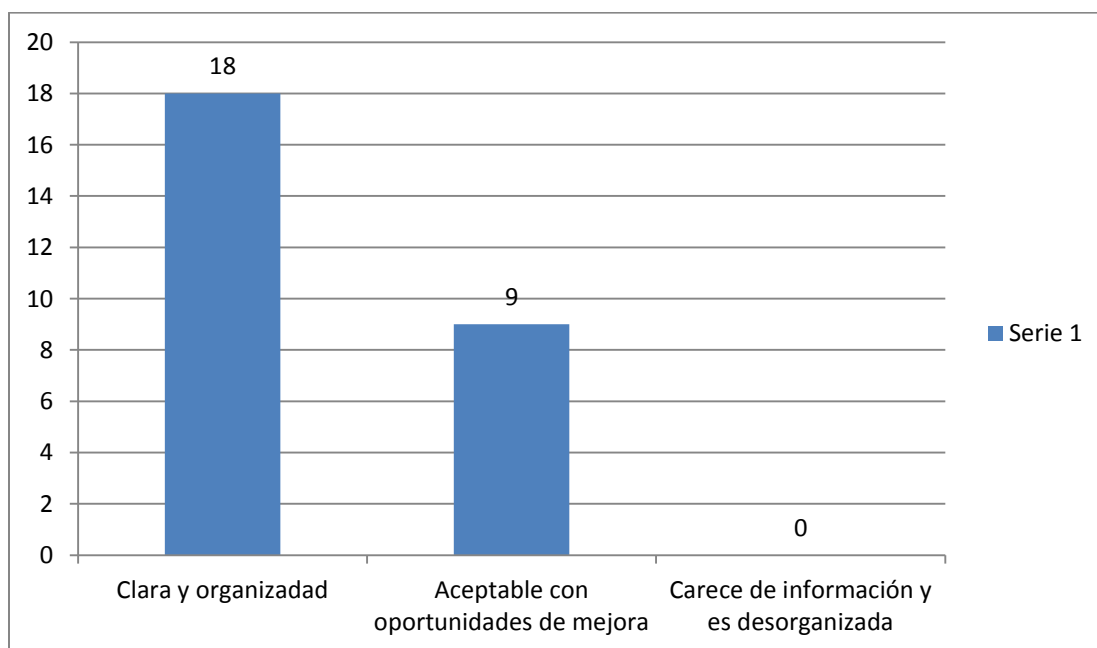
- Cree usted que promover el turismo en Soacha entre sus habitantes genera sentido de pertenencia y una mejor imagen del municipio.



Gráfica 6 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 6

Análisis: el 96.2% cree que promover el turismo en el municipio de Soacha genera sentido de pertenencia.

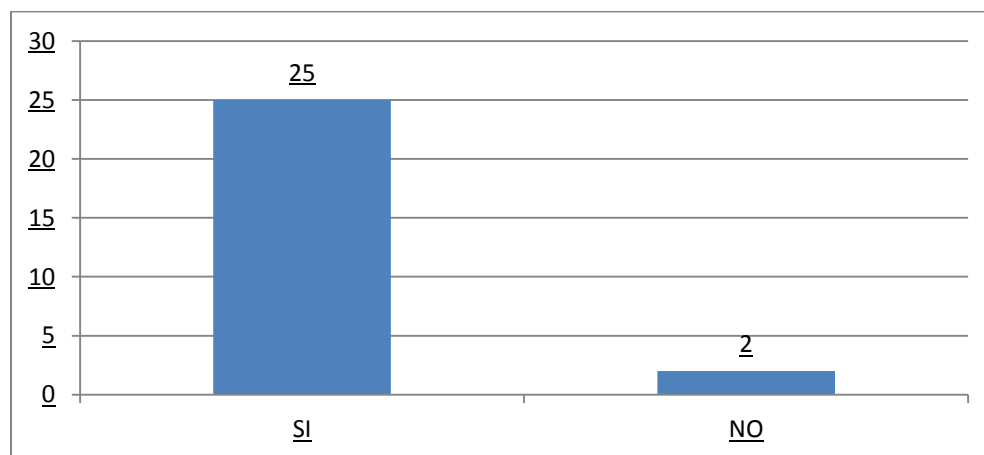
- La información y navegación en el sitio web Frontera Sua es para usted:



Gráfica 7 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 7

Análisis: el 66% considera que la información de la página es Clara y Organizada, el porcentaje restante Aceptable con oportunidad de mejora

- Visualmente considera agradable este sitio web (fotografías, colores, textos)



Gráfica 8 Resultados encuesta de implementación. Pregunta 8

Análisis: El 92.5% considera a Frontera Sua un sitio web agradable.

20 Conclusiones

Este proyecto nació de la percepción una joven del municipio que disfruta el ecoturismo y de los deportes aventura por la adrenalina que genera realizar este tipo de actividades y además por el contacto directo con la naturaleza. Sin embargo, era importante determinar si esta idea le generaba el mismo interés a otras personas y así identificar que tan pertinente era el desarrollo de una propuesta que resolverá el problema de desconocimiento identificado. Una vez diseñada la estrategia de divulgación, se concluye que a los jóvenes de Soacha les interesa conocer los destinos turísticos del municipio y además consideran que esta iniciativa es favorable entre sus habitantes.

Como valor agregado al diseño de la estrategia, se generó la iniciativa en los jóvenes encuestados (100% de la muestra) en conocer los destinos mencionados dentro de la propuesta, el adicionalmente el 96% adquirirían la Tarjeta Sua y considera que promover el turismo genera sentido de pertenencia entre los habitantes y una mejor imagen del municipio, según los resultados arrojados en la encuesta de implementación, siendo estos puntos a favor proceso investigativo. La comunicación gráfica nos permite, por medio de imágenes, comunicar pensamientos e ideas, este trabajo evidencia este significado, puesto que se ha dado una percepción diferente del municipio de Soacha y de los atractivos que tiene para brindar a través de un sitio web como medio de divulgación.

El turismo es un mercado que involucra muchos roles para ser ejecutado de manera efectiva, pero definitivamente la imagen captura a un consumidor y se convierte en un punto clave para generar una expectativa alta o, como en el caso de Soacha, generar un nuevo significado.

21 Bibliografía

- Alcaldía de Bogotá* . (21 de 12 de 2012). Recuperado el 11 de 05 de 2015, de Decreto 2693 de 2012 Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en Línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, y se dictan otras disposiciones.: http://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3586_documento.pdf
- ATTA. (04 de 11 de 2014). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Recuperado el 11 de 04 de 2015, de Global Report on Adventure Tourism: https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Affiliate-members/1-GLOBAL+REPORT+ON+ADVENTURE+TOURISM_online.pdf
- Bernier, Enrique Torres. (2006). Estructura de los mercados turístico. En R. F. Rafael Esteve Secall, *Estructura de los mercados turístico* (pág. 348). Barcelona: UOC (UNIVERSITAT OBERTA DE CATALUNYA).
- Bizzocchi, A. (2015). *Ideas Marketing* . Recuperado el 22 de 03 de 2015, de Los Colores y su Significado: <http://www.ideaschicago.com/los-colores-y-su-significado/>
- Burbano, A. (24 de abril de 2012). *TurisTIC*. Recuperado el 07 de abril de 2015, de Conceptos Básicos de Turismo: <http://turistic.co/formacion/webinars-turistic>
- CACE. (21 de 11 de 2011). *Cámara Argentina de Comercio Electrónico* . Recuperado el 10 de 04 de 2015, de El Impacto de Internet en el Turismo: <http://www.cace.org.ar/comunicados/el-impacto-de-internet-en-el-turismo/>
- Castro, M. (13 de 07 de 2011). *101 viajes increíbles* . Recuperado el 04 de 04 de 2015, de <http://viajes.101lugaresincreibbles.com/2011/07/como-llevar-el-dinero-en-un-viaje-por-el-mundo-travelers-checks/>
- CEPEC Centro de Pensamiento en Estrategias Competitivas . (02 de 2010). *Universidad del Rosario*. Recuperado el 12 de 05 de 2015, de Plan de Competitividad para la provincia de Soacha: http://www.urosario.edu.co/urosario_files/69/695281b9-9135-44bf-90aa-64472eae2ff6.pdf
- Díaz de Rada, V. (2001). Diseño y Elaboración de Cuestionarios para la Investigación Comercial . En V. D. Rada, *Capítulo 1: Introducción: Clarificación conceptual y terminológica* (pág. 13). Madrid: Esic Editorial .
- González, A. (Julio de 2008). *Memoria Digital de Canarias*. Recuperado el 05 de mayo de 2015, de RASGOS CARATERIZADORES DEL TURISMO ACTIVO Y TURISMO DEPORTIVO E IMPORTANCIA ECONÓMICO-SOCIAL Y STRUCTURAL DE NUEVAS FORMAS EMERGENTES: <file:///C:/Users/user/Documents/Melissa/47.pdf>

- Gustavo Toro, H. S. (2010). *Percepción del habitante de Bogotá sobre Soacha*. Bogotá: Tourism Consulting .
- Jalisco Extremo . (07 de abril de 2008). *Jalisco Extremo* . Recuperado el 15 de mayo de 2015, de ¿Cuales son los deportes extremos? : <http://www.jaliscoextremo.com/main/%C2%BFcuales-son-los-deportes-extremos/>
- Maldonado, J. A. (11 de 06 de 2014). *Gestiopolis*. Recuperado el 10 de 04 de 2015, de <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia-2/fundamentos-de-gestion-de-proyectos.htm>
- Ministerio de Comercio, Industria y turismo . (05 de 09 de 2011). *Ministerio de Comercio, Industria y turismo* . Recuperado el 04 de 05 de 2015, de Política de Ecoturismo: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=200>
- Moreno, A., & Gallardo, Y. (1999). *Universidad Libre*. Recuperado el 19 de 02 de 2015, de Aprender a investigar Módulo 3 Recoleccion de información: <http://www.unilibrebaq.edu.co/unilibrebaq/images/CEUL/mod3recoleccioninform.pdf>
- OMT. (09 de 2009). *Mincomercio Industria y Turismo* . Recuperado el 18 de 04 de 2015, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=16384>
- OMT. (2015). *Organización Mundial del Turismo* . Recuperado el 17 de 05 de 2015, de El turismo y la atenuación de la pobreza: <http://step.unwto.org/es/content/el-turismo-y-la-atenuacion-de-la-pobreza>
- OMT. (2015). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Recuperado el 10 de 02 de 2014, de ¿Por qué el Turismo?: <http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo>
- OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo OMT*. Recuperado el 12 de marzo de 2015, de 2015: <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Organizacion de los estados americanos. (2013). *SICE*. Recuperado el 25 de 10 de 2013, de Sistema de informacion sobre comercio exterior: http://www.sice.oas.org/ctyindex/col/colagrements_s.asp
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2015). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 12 de marzo de 2015, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2015). *Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Recuperado el 03 de 03 de 2015, de Red de Turismo Sostenible de Colombia: http://www.parquesnacionales.gov.co/PNN/portel/libreria/php/frame_detalle.php?h_id=2612
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2015). *Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Recuperado el 03 de 04 de 2015, de COMPORTAMIENTO DE VISITANTES A LAS AREAS PROTEGIDAS NACIONALES (AP): <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/INFORME-ANUAL-DE-VISITANTES-EN-LAS-AP-DE-PNN-2014.pdf>

- Patiño, J. A. (27 de 09 de 2014). *El Tiempo* . Recuperado el 01 de 05 de 2015, de El mejor capítulo del turismo en Colombia: <http://www.eltiempo.com/economia/sectores/llegada-de-extranjeros-a-colombia/14600022>
- Periodismo Público . (8 de noviembre de 2013). *Periodismo Público* . Recuperado el 28 de febrero de 2015, de Nakawe, aventura extrema y turismo ecológico para Soacha y Sibaté: <http://periodismopublico.com/Nakawe-aventura-extrema-y-turismo-ecologico-para-Soacha-y-Sibate>
- Periodismo Público . (08 de 05 de 2015). *Periodismo Público* . Recuperado el 07 de 05 de 2015, de En Soacha se conformará el Consejo Consultivo de Turismo: <http://www.periodismopublico.com/En-Soacha-se-conformara-el-Consejo-Consultivo-de-Turismo>
- Portafolio. (19 de 03 de 2014). Turismo y viajes crecerían 6,2 % durante el 2014. *Portafolio*.
- Pueblos Patrimonio de Colombia*. (2015). Recuperado el 17 de febrero de 2015, de Qué es la Red: <http://www.pueblospatrimoniodecolombia.travel/interaccion/glosario/18>
- R&A Marketing. (2015). *R&A Marketing*. Recuperado el 13 de 05 de 2015, de ¿Qué es SEO?: <http://www.ra-marketing.com/que-es-seo.aspx>
- RAE. (10 de 2014). *Real Academia Española* . Recuperado el 04 de 04 de 2015, de <http://www.rae.es/>
- Reyna Ibáñez, Ismael Rodríguez Villalobos. (s.f.). *INECC*. Recuperado el 04 de 04 de 2015, de Instituto Nacional de Ecología y Cambio Climático: <http://www2.inecc.gob.mx/publicaciones/libros/669/tipologias.pdf>
- Salazar, K. M. (2014). *Parques Nacionales Naturales de Colombia* . Recuperado el 03 de 04 de 2015, de Así va el Ecoturismo en parques : <http://www.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2013/11/INFORME-EJECUTIVO-ENCUESTAS-DE-SATISFACCI%C3%93N-Enero-Sept-2014.pdf>
- Turismo Sostenible ORG . (2015). *Turismo Sostenible* . Recuperado el 13 de mayo de 2015, de Definición de turismo sostenible: <http://www.turismo-sostenible.org/docs.php?did=1>
- Valbuena , A. (13 de 07 de 2014). <http://es.scribd.com/doc/233717602/Desierto-de-Sabrinsky-o-Alto-de-Mondonedo#scribd>. Recuperado el 11 de 05 de 2015, de Desierto de Sabrinsky o Alto de Mondoñedo: <http://es.scribd.com/doc/233717602/Desierto-de-Sabrinsky-o-Alto-de-Mondonedo#scribd>
- Vargas, R. (15 de 11 de 2013). *El Mirador* . Recuperado el 11 de 05 de 2015, de Video Canoas - Soacha : <http://rodrigovargasmirador.blogspot.com/2013/11/video-canoas-soacha.html>
- Vive Colombia Joven. (2015). *Vive Colombia Joven*. Recuperado el 25 de Marzo de 2015, de Qué es: <http://www.vivecolombiajoven.com/corporativo/que-es/7>

Wix . (13 de 05 de 2015). *Wix* . Recuperado el 13 de 05 de 2015, de SEO & Estadísticas :
<https://es.wix.com/support/html5/seo-estad%C3%ADsticas/>

Wix . (2015). *Wix* . Recuperado el 13 de 05 de 2015, de ¿Qué es SEO, Optimización para Motores de Búsqueda?: <https://es.wix.com/support/html5/seo-estad%C3%ADsticas/pasos-b%C3%A1sicos-de-seo/kb/%C2%BFqu%C3%A9-es-seo-optimizaci%C3%B3n-para-motores-de>

Wix. (2015). *Wix*. Recuperado el 18 de 05 de 2015, de ¿Cómo se puede encontrar mi página web Wix online y cómo puedo aparecer en los motores de búsqueda como Google?:
<https://es.wix.com/support/html5/seo-estad%C3%ADsticas/pasos-b%C3%A1sicos-de-seo/kb/%C2%BFc%C3%B3mo-se-puede-encontrar-mi-p%C3%A1gina-web-wix-online-y-c%C3%B3mo-puedo-aparecer-en-los-motores-de-b%C3%BAsqueda-como-google>

22 Anexos

Encuesta sobre deportes y actividades extremas en el municipio de Soacha

Corporación universitaria Minuto de Dios sede Soacha

Encuesta Deportes Extremos

1. ¿Ha practicado usted algún tipo de actividad o deporte extremo en los últimos 6 meses?

SI _____ NO _____

Sí respondió SI, indique cuáles _____

2. Si respondió SI en la pregunta anterior, ¿Realizó dicha actividad en el perímetro de Soacha?

SI _____ NO _____

3. ¿Conoce lugares dentro del municipio de Soacha para realizar actividades o deportes extremos?

SI _____ NO _____

4. De la siguiente lista señale con una X los deportes o actividades que usted conoce:

- Rappel
- Ciclo montañismo
- Parkour

- Arborismo
- Tirolesa
- MTB
- Escalada
- Ninguno

5. De los siguientes sitios turísticos dentro del municipio de Soacha seleccione aquellos que ha visitado:

- a. Parque Chicaque
- b. Canoas
- c. Desierto de Zabrinisky
- d. Ninguno

6. Considera pertinente que los estudiantes de la universidad Minuto de Dios, conozcan los deportes extremos que se desarrollan dentro del municipio de Soacha.

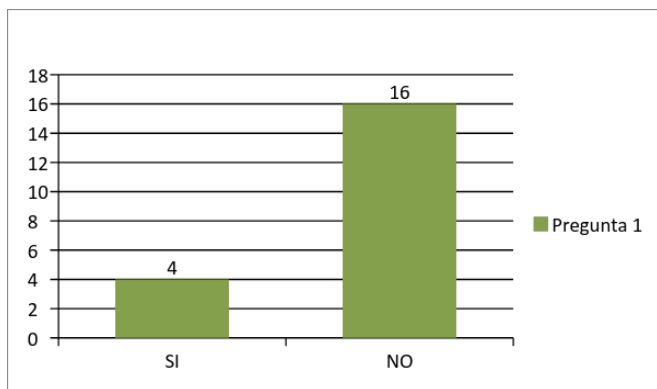
SI _____ NO _____

¿Por qué?

Total encuestados: 20 estudiantes

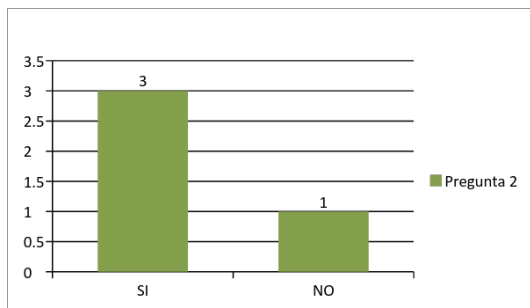
Resultados

1. ¿Ha practicado usted algún tipo de actividad o deporte extremo en los últimos 6 meses?



Gráfica 9 Tabulación Encuesta 1 pregunta 1

2. Si respondió SI en la pregunta anterior, ¿Realizó dicha actividad en el perímetro de Soacha?



Gráfica 10 Tabulación Encuesta 1 pregunta 2

3. ¿Conoce lugares dentro del municipio de Soacha para realizar actividades o deportes extremos?



Gráfica 11 Tabulación Encuesta 1 pregunta 3

4. De la siguiente lista señale con una X los deportes o actividades que usted conoce:

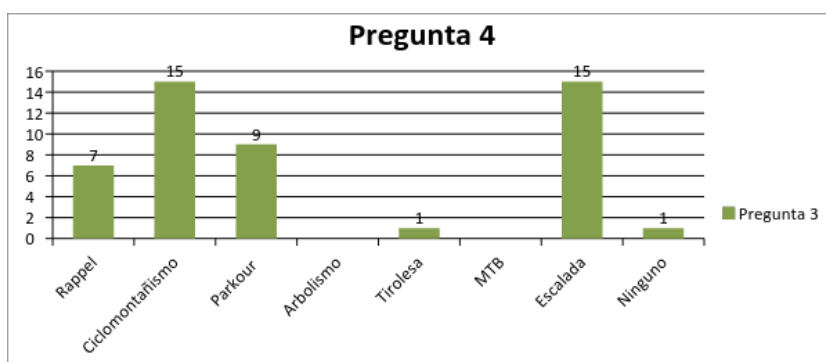


Ilustración 4 Tabulación Encuesta 1 pregunta 4

5. De los siguientes sitios turísticos dentro del municipio de Soacha seleccione aquellos que ha visitado:

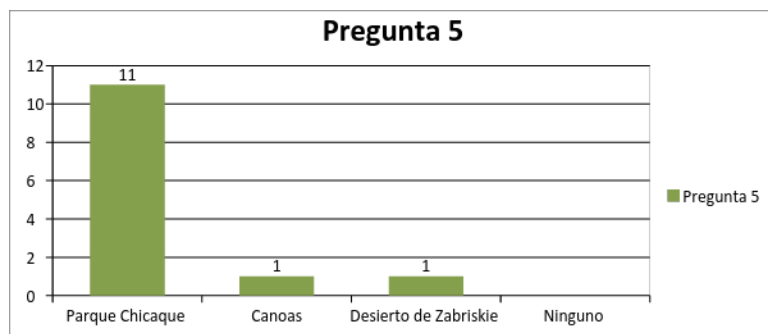


Ilustración 5 Tabulación Encuesta 1 pregunta 5

6. Considera pertinente que los estudiantes de la universidad Minuto de Dios, conozcan los deportes extremos que se desarrollan dentro del municipio de Soacha.

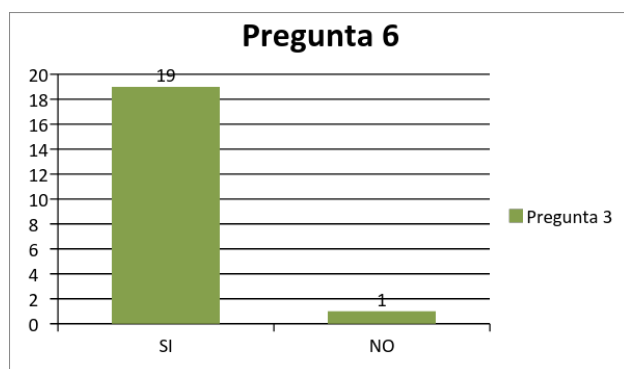


Ilustración 6 Tabulación Encuesta 1 pregunta 6

Turismo en el municipio de Soacha

Objetivo: identificar la asistencia o reconocimiento de los destinos turísticos ubicados en el municipio de Soacha por los jóvenes de 18 a 25 años residentes en el sector.

Grupo objetivo: jóvenes entre 18 y 25 años residentes en el municipio de Soacha Cundinamarca.

[https://docs.google.com/forms/d/16X0uRbYK3ZDwwZRKSgURL4n5_LGXcefEajN0ASFebo/
viewform](https://docs.google.com/forms/d/16X0uRbYK3ZDwwZRKSgURL4n5_LGXcefEajN0ASFebo/viewform)

Turismo en el municipio de Soacha

Objetivo: Determinar las características generales de los visitantes a los sitios turísticos ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca

Grupo objetivo: visitantes de los sitios turísticos ubicados en el municipio de Soacha Cundinamarca

[https://docs.google.com/forms/d/1oIHDne_g3HW8Uzcp7aK2Ki9PXAQ7eE_Y4nZlxMB-
yk/viewform](https://docs.google.com/forms/d/1oIHDne_g3HW8Uzcp7aK2Ki9PXAQ7eE_Y4nZlxMB-yk/viewform)