



**Estrategia de Marketing Digital de Turismo Rural y Comunitario de la Finca San Luis**  
**Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental**

Laura Catalina Bernal Reyes

Programa de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, UNIMINUTO

virtual y a distancia

NRC 3933: Opción de grado

Tutor: Jorge Alexander Mora

Abril, 2021

**Estrategia de Marketing Digital de Turismo Rural y Comunitario de la Finca San Luis  
Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental**

Laura Catalina Bernal Reyes ID: 646469

Director: Oswaldo Muñoz Rubio

Trabajo de grado para optar al título Profesional en Administración de Empresas  
Turísticas y Hoteleras

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO

Facultad de Ciencias Empresariales

Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

BOGOTÁ D.C

2021

## **Dedicatoria**

Este proyecto se lo dedico a mi padre que está en el cielo y dejó un legado muy grande en mi vida de siempre crearse retos, ser constante y perseverante y hacer las cosas con cariño. Te amo padre gracias por ser mi padre y mi gran amigo.

### **Agradecimientos**

Agradezco a mis profesores por el acompañamiento en este proyecto y a Don Luis por permitirme realizar este proyecto en su finca. A mi esposo y hermanos por su apoyo incondicional y motivación diaria en el desarrollo de este proyecto tan maravilloso que me dejó muchas enseñanzas y una gran satisfacción de aportar un grano al desarrollo social, económico, cultural y ambiental de la comunidad de mi país.

## **Resumen**

En el presente trabajo de grado se aborda problemáticas relacionadas con actividades turísticas del tipo turístico rural y comunitario, soportado en un marco teórico que da alcance a los conceptos más relevantes en este campo. Por otra parte, esta investigación propone dar respuesta a las necesidades que presenta la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental ubicada en la zona rural, localidad de Ciudad Bolívar de la ciudad de Bogotá, en cuanto a su estrategia de promoción, comunicación y divulgación de sus productos y servicios turísticos. A través de la aplicación de instrumentos de investigación, como el inventario turístico para la adecuada identificación y valoración de los recursos, así como una encuesta de mercado dirigida a los clientes potenciales, se busca elaborar una propuesta de diseño del portafolio de productos y servicios turísticos, así como desarrollar una herramienta de marketing digital para evidenciar el portafolio de servicios turísticos.

### **Abstract**

This undergraduate work addresses problems related to tourist activities from rural and Community-based tourism type, supported in a theoretical framework that gives scope to the most relevant concepts in this study. On the other hand, this research proposes to respond to the needs presented by the San Luis Granja Ecotourism, Therapeutic and Environmental farm located in the rural area, town of Ciudad Bolívar in the city of Bogotá, in terms of its strategy of promotion, communication and dissemination of its tourist products and services. Through the application of research tools, such as tourist inventory for the proper identification and valuation of resources, as well as a market survey aimed at potential customers, it seeks to develop a proposal to design a portfolio of tourist products and services, as well to develop a digital marketing tool to demonstrate the portfolio of tourist services.

## Tabla de Contenido

Introducción .....		14
1. Problema .....		16
1.1 Pregunta de Investigación .....		16
1.2 Descripción del problema .....		16
1.3 Justificación .....		18
2. Objetivos .....		21
2.1 Objetivo general .....		21
2.2 Objetivos específicos .....		21
3. Marco de Referencia .....		22
3.1 Marco Teórico .....		22
3.2 Marco Conceptual .....		25
3.2.1 Turismo rural .....		25
3.2.2 Turismo comunitario .....		25
3.2.3 Inventario turístico .....		26
3.2.4 Marketing digital .....		26
3.2.5 Portafolio de productos y servicios turísticos .....		26
3.2.6 Atractivo turístico .....		27
3.2.7 Recurso turístico .....		27
3.3 Marco Legal .....		27
3.3.1 Ley general de turismo 300 de 1996 .....		27
3.3.1.1 Ley 558 de 2012 .....		28
3.3.1.2 Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020 .....		29

3.3.2 Plan sectorial de turismo 2018-2022.....	29
3.3.2.1. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística .....	30
3.3.2.2 Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo. ....	30
3.3.2.3 Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad. .....	31
3.3.3 Política para el desarrollo del ecoturismo:.....	31
3.3.4 Política del turismo de naturaleza .....	31
3.3.5 Política de turismo sostenible: “unidos por la naturaleza” .....	32
3.3.6 Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.....	32
3.4 Marco Geográfico .....	33
3.4.1 Departamento de Cundinamarca.....	33
3.4.2 Localidad de Ciudad Bolívar .....	35
3.4.3 Finca San Luis granja ecoturística, terapéutica y ambiental.....	37
4. Metodología .....	39
4.1 Enfoque .....	39
4.2 Tipo de Investigación.....	39
4.3 Alcance .....	40
4.4 Instrumentos de Investigación .....	40
4.4.1 Entrevista .....	41
4.4.2 Formato de inventario turístico.....	41
4.4.3 Encuesta .....	42

4.5 Muestra .....	42
5.Capítulo I, Inventario Turístico de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental.....	43
5.1 Criterios para la valoración de los sitios naturales.....	43
5.1.1 Calidad .....	44
5.1.2 Significado .....	44
6.Capítulo II, Estudio de Mercado de la Finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental.....	58
6.1 Análisis de la información .....	59
6.2 Análisis y Resultados.....	60
7. Capítulo III, Estrategia de Marketing Digital .....	77
7.1 Creación de Portafolio de Productos y Servicios Turísticos.....	78
7.1.1 Aventuras en la granja .....	78
7.1.2 Mi primera huerta .....	80
7.1.3 Tour el arte del reciclaje .....	81
7.1.4 Servicios.....	82
7.1.4.1 Taller y tour de las abejas y sus colmenas .....	82
7.1.4.2 Camping .....	82
7.1.4.3 Alquiler para eventos .....	82
7.1.5 Productos .....	83
7.1.6 Cálculo precio paquetes turísticos .....	83
7.1.7 Brochure Publicitario .....	87
7.2 Marketing Social Media.....	89

8. Conclusiones .....	91
9. Recomendaciones .....	94
Referencias Bibliográficas .....	96
Anexos .....	109
Anexo 1 Entrevista.....	109
Anexo 2 Formato de Inventario Turístico .....	112
Anexo 3 Formato Encuesta.....	112

## Índice de Tablas

Tabla 1. Asignación de puntajes sitios naturales .....	45
Tabla 2. Resultado Pregunta Número 2 Ciudad de Residencia .....	61
Tabla 3. Tabla Productos .....	83
Tabla 4. Cálculo Precio Paquete Aventuras en la Granja .....	84
Tabla 5. Cálculo Precio Paquete Mi Primera Huerta .....	85
Tabla 6. Cálculo Precio Paquete Tour el Arte del Reciclaje .....	86

## Índice de Figuras

Figura 1 Mapa Político Departamento de Cundinamarca .....	33
Figura 2 Mapa Político Localidades Bogotá D.C .....	35
Figura 3 Mapa Localización Geográfica Finca San Luis.....	37
Figura 4 Formato Inventario Turístico Aula Ambiental .....	52
Figura 5 Formato Inventario Turístico Apiario .....	50
Figura 6 Formato Inventario Turístico Bosque de Niebla .....	51
Figura 7 Formato Inventario Turístico Huerta.....	52
Figura 8 Formato Inventario Turístico Ordeñadero.....	53
Figura 9 Formato Inventario Turístico Parque Infantil.....	54
Figura 10 Formato Inventario Turístico Sendero Ancestral .....	59
Figura 11 Formato Inventario Turístico Sendero Ecológico .....	60
Figura 12 Formato Inventario Turístico Zona Camping.....	61
Figura 13 Mapa Descriptivo de Participación Geográfica.....	59
Figura 14 Gráficas Participación por Género .....	60
Figura 15 Gráfica de Participación por Ciudades .....	64
Figura 16 Gráfica Participación Rango de Edades .....	65
Figura 17 Gráfica Participación Estado Civil .....	66
Figura 18 Gráfica Resultado Pregunta 5 ¿Cuál es su presupuesto para viajes por día y por persona? .....	64
Figura 19 Gráfica Resultado Pregunta 6 ¿Con quién viaja normalmente?.....	65
Figura 20 Gráfica Resultado Pregunta 7 ¿Le gusta el turismo rural? .....	66
Figura 21 Gráfica Resultado Pregunta 8 ¿Cuáles actividades le gustan del turismo rural? .....	67

Figura 22 Gráficas Pregunta 9 ¿Le gustaría en su excursión recibir charlas de sostenibilidad? ..	68
Figura 23 Gráficas Resultados Pregunta 10 ¿Le llama la atención la apicultura? .....	69
Figura 24 Gráficas Resultado Pregunta 11 ¿Estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo en la parte rural de Bogotá? .....	70
Figura 25 Gráficas Resultado Pregunta 12 ¿Le interesa el agroturismo? .....	71
Figura 26 Gráficas Resultado Pregunta 13 ¿Estaría dispuesto a consumir y/o a comprar productos orgánicos? .....	72
Figura 27 Gráficas Resultado Pregunta 14 ¿Cuándo realiza viajes de turismo de naturaleza le gusta incluir un menú? .....	73
Figura 28 Gráfica Resultado Pregunta 15, ¿Por qué medio realiza consultas de sitios turísticos?74	
Figura 29 Gráficas Resultado Pregunta 16 ¿En cuál red social le gustaría encontrar información de la Finca San Luis Granja ecoturística, terapéutica y ambiental? .....	75
Figura 30 Gráficas Resultado Pregunta 17 ¿Estaría dispuesto a apoyar un proyecto turístico, comprando un paquete turístico para visitar una finca turística en la zona la localidad de Ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá? .....	76
Figura 31 Logo Finca San Luis.....	87
Figura 32 Código QR Facebook Finca San Luis .....	88
Figura 33 Código QR Brochure Digital.....	88
Figura 34 Imagen 1 Página Facebook.....	89
Figura 35 Imagen 2 Página Facebook.....	90
Figura 36 Imagen 3 Página Facebook.....	90

## **Introducción**

El presente documento busca dar respuesta a una pregunta de investigación relacionada con las problemáticas de promoción, comunicación y divulgación que necesita actualmente la finca San Luis, granja ecoturística, terapéutica y ambiental; en donde se desarrollan actividades ecoturísticas, agroturísticas y ambientales. Por estar localizada en la zona rural de la localidad de Ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá D.C., sus actividades están directamente relacionadas con el turismo de tipo rural y comunitario, también teniendo en cuenta que la finca hace parte de una Asociación de productores Agropecuarios Ambientales Rurales (ASOPROAM), la cual posee el registro nacional de turismo que les permite operar. Dando alcance a su funcionamiento actual, se evidencia que el Instituto Distrital de Turismo (IDT), ha venido apoyando este tipo de proyectos en la zona brindando asesoría y abriendo posibilidades de mercado, todo dentro del marco legal que actualmente está impulsando el gobierno colombiano y el cual busca promover el turismo como fuente alternativa de desarrollo social económico y ambiental para las comunidades que habitan en territorios rurales.

Como parte del marco de referencia, se abordarán conceptos relacionados con el turismo rural y comunitario su importancia en el desarrollo de los territorios y comunidades; atractivos y recursos turísticos como parte de los componentes del negocio y marketing digital elemento relevante para el desarrollo de la estrategia de promoción, comunicación y divulgación. Por otra parte, se recurre a la herramienta No 1: entrevista, herramienta No 2: el inventario turístico y herramienta No3: encuesta que son parte de los instrumentos de investigación, los cuales soportarán la investigación para la elaboración de entregables finales y así aportar concretamente a las problemáticas encontradas. Metodológicamente el enfoque de la investigación es del tipo

mixto al tener tanto elementos cualitativos como cuantitativos que contribuyeron al análisis y desarrollo de esta.

En el primer capítulo se desarrollará el primer instrumento, el cual consiste en la elaboración del inventario turístico, para lo cual se utilizaron herramientas como la entrevista al señor Luis Enrique Ramírez propietario de la finca y el trabajo en campo que consiste en el levantamiento de registros fotográficos e identificación de las zonas de interés. Una vez se consigue elaborar el inventario se aborda el segundo instrumento de investigación que busca realizar una encuesta de mercado enfocada en la perfilación de los clientes que puedan estar interesados en vivir una experiencia de turismo rural y así poder tener indicios de deseo y necesidad del cliente potencial. Todo lo anterior aportará significativamente para la construcción de la estrategia de marketing digital, la cual está compuesta por el portafolio de productos y la mejor forma de promocionar, comunicar y divulgar los productos y experiencias que brinda la finca, todo de acuerdo con lo expresado por el público encuestado para así dar respuesta al propósito de la presente investigación.

## **1. Problema**

### **1.1 Pregunta de Investigación**

La pregunta de investigación que se va a desarrollar durante este trabajo de grado es:

¿Cuáles son los canales más efectivos para la promoción, divulgación y comunicación de los servicios ofrecidos en la Finca San Luis Granja Ecológica, Terapéutica y Ambiental ubicada en la localidad de ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá?

### **1.2 Descripción del problema**

La ONU a través de la Organización Mundial de Turismo (OMT), establece 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible – ODS en el año 2015 (OMT ,2016), los cuales hacen parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Por otra parte, se expone que “El turismo sostenible tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT,2015), es decir de los recursos y partes interesadas en el desarrollo de esta industria.

El turismo rural es definido según los autores Domínguez y Lennartz (2015), como un turismo “Desarrollado en zonas de interior, eminentemente agrícolas, relativamente alejadas de la línea de costa, preferentemente dentro de un entorno natural donde exista una preeminencia de actividades y estilos de vida tradicionales que el turista esté interesado, de alguna forma en conocer o participar”; entre tanto, el turismo comunitario para Jurado et al., (2012:93), es aquel turismo que “está basado en la comunidad local” y que “pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza”, lo cual contribuye sustancialmente al enriquecimiento del capital social de la comunidad.

Es importante tener una perspectiva de cómo la pandemia actual ha impactado en el sector de la industria del turismo y por lo tanto se puede comentar que durante la pandemia del Covid 19, los autores Zhu y Deng (2020), en su artículo de investigación muestran el turismo rural como una opción de bajo costo, con bajo riesgo de contagio para que los turistas en China después de un largo aislamiento salgan a lugares rurales cercanos y al mismo tiempo contribuyan a la activación de la actividad turística y, por otro lado el Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe (FILAC, 2020), afirmó que la pandemia está afectando fuertemente a las comunidades generando un impacto socio-económico en el turismo comunitario. La OMT (2020), afirma que la pandemia es una oportunidad para todos para reiniciar el turismo de una forma más sostenible, inclusiva y resiliente, y que para impulsar la recuperación turística se deben aprovechar la innovación y los avances digitales los cuales ofrecen oportunidades al turismo para mejorar la inclusión, el empoderamiento de las comunidades locales y la gestión eficiente de los recursos.

Desde la perspectiva del gobierno nacional quien ve este tipo de turismo, como la oportunidad de un desarrollo económico y social en el que las comunidades se organizan para prestar servicios a partir de las potencialidades culturales y naturales con las que cuentan Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT 2011) y en el día Mundial del Turismo en el año 2020 se enfoca en estrategias para la activación, desarrollo rural, la sostenibilidad y la construcción de confianza en los viajeros (MinCIT, 2020).

Ahora enfocando la mirada en la localidad de Ciudad Bolívar, en donde se ha dinamizado un proyecto de turismo rural liderado por el Instituto Distrital de Turismo (IDT) y la alcaldía mayor de Bogotá D.C., con el fin de potencializar el turismo rural y comunitario y así, convertirlo en un importante destino de turismo rural en donde nació la primera Asociación de

Turismo Comunitario. El director del IDT (2013) afirma que “Se requiere continuar apoyando el desarrollo turístico de esta comunidad, en la implementación y prestación de servicios turísticos, así como realizar un fortalecimiento en términos de promoción y comercialización del producto turístico local”.

La finca San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental, ubicada en la zona rural de ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá D.C., la cual se dedica a la actividad turística rural y comunitaria presenta deficiencias en su estrategia de marketing, teniendo en cuenta que no se evidencia un portafolio de productos y servicios turísticos; así mismo, la página web que tiene con la asociación a la que se encuentra afiliada no ha sido actualizada desde el año 2017 y su proveedor amenaza con la eliminación de la misma si no es cubierto un rubro anual con el que no cuenta debido al impacto económico generado por la pandemia del COVID-19, lo que presupone un alto riesgo en la estrategia de comunicación, marketing y la sostenibilidad económica del negocio.

### **1.3 Justificación**

La localidad de Ciudad Bolívar está ubicada en el sur de la ciudad de Bogotá, se caracteriza por su zona montañosa, es la tercera localidad más extensa. Tiene una extensión de 12.998,5 hectáreas, de las cuales 3238,1 hectáreas son suelo urbano, 9608,4 son suelo rural y 152,1 son suelo de expansión. La localidad cuenta con una red de corredores ambientales importantes para la ciudad de Bogotá.

De acuerdo con el diagnóstico de la Secretaría Distrital de Planeación (SDP) en el plan de ordenamiento territorial publicado el 5 de agosto del 2020, se registran problemas ambientales por el mal manejo de residuos, manejo de escombros en las quebradas, afectación de suelos por expansión urbana, se presenta un poblamiento acelerado y poco organizado, receptores de

población desplazada, degradación del paisaje, déficit de equipamientos para el desarrollo y la no satisfacción de las necesidades de los habitantes, altos índices de pobreza y marginalidad, exclusión e inseguridad. “El 76% de los hogares se sitúa debajo de la línea de pobreza, el 25% se encuentra en la indigencia, los grupos poblacionales más pobres y en línea de miseria son los niños de 0 a 5 años y mujeres entre los 15 y 49 años. El analfabetismo alcanza un 8% (el más alto de todo el distrito capital).

Por lo tanto, es importante motivar por medio del turismo comunitario y rural a la comunidad con la participación como anfitriones, concientizándolos de la importancia del cuidado ambiental de su localidad y que a partir de sus logros pueden generar un desarrollo social, económico, cultural y ambiental que va a favorecer en primera medida a la comunidad, generando empleo, educación, sensibilidad, apropiación de su cultura y cuidado del medio ambiente.

De acuerdo con la conversación con el Señor Luis Enrique Ramírez emprendedor y propietario de la finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y ambiental, quien hace parte de esta localidad y que ha venido desarrollando la actividad turística a nivel rural y comunitario en su localidad; manifiesta que no cuenta con los recursos económicos y conocimientos de planificación, marketing digital y creación de un producto turístico para potenciar su producto en el mercado. El señor Ramírez, de manera muy abierta se interesa por la implementación de estrategias que le permitan mejorar la calidad de sus productos y servicios, para que así mismo, se puedan dar a conocer sus productos en el mercado digital y así poder llegar al mercado nacional e internacional, logrando sostenibilidad y crecimiento generando empleo, educación y conciencia ambiental y social en su vereda.

Para poder lograr esto se requiere en primer lugar la creación de un inventario turístico, de un portafolio de servicios turísticos de la finca y definir una estrategia de marketing utilizando diferentes herramientas entre ellas las redes sociales. Con esta investigación se pretende dar una solución a su problemática creando un portafolio de productos y una red social los cuales deben apalancar su estrategia promocional incluyendo en estas los precios, descripción del producto, el trayecto, entre otros elementos, para así darse a conocer a los posibles clientes potenciales, interesados en las actividades turísticas de la finca.

Esta investigación aporta de manera significativa al desarrollo de mis conocimientos, habilidades y competencias que se requieren para ejercer el rol como administradora turística y hotelera en el ámbito profesional; así mismo ampliarlos en la práctica de este tipo de turismo, como también a la satisfacción de aportar mis conocimientos al desarrollo social, económico y ambiental de la comunidad. Por otra parte, me apasiona el poder participar en un proyecto de este tipo, el cual busca motivar a la comunidad; como también estar a la vanguardia en la utilización de las redes sociales para potencializar la promoción y venta de un producto turístico. En otra medida, busco enriquecer a través de la experiencia con la comunidad e interacción con esta localidad, habilidades como la interpretación de sus problemáticas y los recursos naturales con lo que cuenta el entorno de esta comunidad. Finalmente poseo un alto interés por este campo de acción que representa el turismo rural y comunitario, el cual propende por desarrollar alternativas sostenibles que representa muchos de los retos planteados por las comunidades, el país y el mundo.

## **2. Objetivos**

### **2.1 Objetivo general**

Implementar una estrategia de marketing en una red social para la comunicación y promoción del turismo en la finca “San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental”, en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá D.C.

### **2.2 Objetivos específicos**

- Describir los atractivos turísticos de la finca “San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental”, en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá D.C.
- Identificar el perfil de cliente potencial de la finca “San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental”, ubicada en la localidad de Ciudad Bolívar en Bogotá D.C., para conocer sus necesidades y expectativas.
- Desarrollar la estrategia de marketing digital en una red social que evidencie el portafolio de servicios diseñado a partir del inventario turístico de la finca “San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental”.

### 3. Marco de Referencia

#### 3.1 Marco Teórico

Partiendo del impacto sin precedentes que ha generado la crisis derivada por la pandemia del COVID-19 en el sector del turismo, la cual ha generado un decrecimiento dramático de la demanda; con consecuencias negativas como la destrucción del empleo y el cierre de empresas; resulta de alta importancia entender cuáles son los puntos más vulnerables del ecosistema turístico y tener en cuenta los aspectos fundamentales para la gestación de planes de acción que contribuyan a la mitigación de los impactos y aprovechar de forma positiva los retos que impone la crisis Zhu & Deng (2020) ; Yeh (2020); Sígala (2020) y Brouder (2020). El turismo rural entra a ser parte fundamental de la reactivación del sector turístico por sus características específicas y beneficios (Ohe, 2020).

Por otra parte, los autores Ma, Dai & Fan, desde la perspectiva de la investigación sobre turismo rural en China, consideran que el turismo rural ofrece a las comunidades desarrollo económico, social, cultural y ambiental por tal motivo se debe contemplar a las comunidades de forma incluyente y se debe desarrollar de manera correcta y responsable para que todas las partes interesadas sean beneficiadas (Ma, et al 2020). Según Xue & Kersstetter (2019), el turismo rural se considera a menudo una buena opción para el desarrollo rural y la reducción de la pobreza; por lo tanto, es importante analizar la adaptación de los residentes al turismo rural como un nuevo sustento y mejoramiento de su calidad de vida y por ende desarrollo en sus territorios.

Así mismo, según, Ohe (2020); Zhu & Deng (2020), afirman que el turismo mundial experimenta la concentración de personas predominantemente en un mismo sitio turístico; lo que genera la congestión y colapso del sistema turístico tradicional. En este sentido, el turismo rural es una buena opción para mitigar este riesgo en los procesos de activación económica, teniendo

en cuenta la accesibilidad, bajo costo y el deseo de los turistas por experiencias naturales que permitan apartarse un poco de las restricciones por las que han atravesado Yasuo Ohe, (2020); Hui Zhu & Fumin Deng, (2020).

Según Mora y Motato (2019), en Colombia las comunidades rurales toman el turismo como una opción de ingreso económico y que después del acuerdo de paz, los turistas empezaron a aumentar su interés por las actividades rurales en Colombia. Por lo tanto, en Colombia se debe construir una ruralidad que permita superar la crisis y así lograr un desarrollo humano, armónico y sustentable (Vergara, 2011). Y adicionalmente se practique la política de desarrollo de turismo sostenible en donde se tiene la responsabilidad de contribuir a la conservación del capital natural y los valores ecológicos del país impuesta por el MinCIT (2020).

En Cundinamarca, a través de la Gobernación se están desarrollando foros para la promoción de turismo rural y comunitario Gobernación de Cundinamarca (2019). Marcela Machado Secretaria de asuntos internacionales de Cundinamarca (2020) manifiesta que “La visión del turismo internacional en este momento está alineado a lo rural. Bogotá y Cundinamarca tienen un corredor que reflejan estas potencialidades y conocer estas experiencias internacionales, nos va a permitir identificar y potencializarlas”.

En Bogotá D.C. a través del Instituto Distrital de Turismo (IDT, 2020) se han desarrollado algunas estrategias como “Turismo y Desarrollo Rural”; “Colegios Amigos del Turismo” y el apoyo con ayudas humanitarias para las personas del sector turístico afectadas por la pandemia, con el fin de visibilizar su importancia para la generación de iniciativas emprendedoras, la protección del medio ambiente y la promoción del ecoturismo en la zona rural de Ciudad Bolívar. Una de las localidades que cumple con las características de actividad

rural y urbana es la localidad de Ciudad Bolívar en donde se desarrollan actividades urbanas como el mirador del paraíso de transmisible y rurales como agroturismo, ecoturismo, gastronomía las cuales evidencian un gran potencial, sin embargo, Burgos y Cardona (2014) manifiestan que las comunidades carecen de conocimientos de negocios, tareas administrativas y organizacionales para la creación de empresas turísticas. Así las cosas, Fincas como la del señor Luis con un gran potencial quedan aisladas del mercado pues no cuentan con un inventario turístico de sus atractivos turísticos, portafolio turístico en donde se encuentren sus productos debidamente organizados y una herramienta digital que les dé la posibilidad de darse a conocer a nivel internacional.

Para una mejor comprensión de los recursos turísticos se requiere de su respectiva identificación en la que deben participar la comunidad local, así como la aplicación de una técnica que permita documentar (Aranda y Cortes, 2017). Según Aranda y Cortes (2017), El inventario turístico es una herramienta de trabajo en el levantamiento de la información pertinente a dicha identificación y valoración de los recursos; de acuerdo con el MinCIT (2017), el inventario se realiza partiendo de los atractivos turísticos y su clasificación propuesta por esta misma institución.

Para relacionar los productos y servicios con la demanda de turistas se requiere desarrollar un portafolio de servicios dentro del contexto de una estrategia de marketing definida y que busca satisfacer a los clientes y beneficiar económicamente a los socios (Rojas et al, 2016). Según los autores Kotler et al (2011), uno de los objetivos del marketing turístico es determinar las necesidades de la demanda de turistas, diseñar un adecuado producto fijando un precio que se ajuste a los costos y rentabilidad, pero además distribuir y comunicar de forma eficiente manteniendo una la relación duradera con la demanda con el propósito de atraer nuevos

clientes. En la actualidad una de las formas más eficiente de distribuir y comunicar el producto o servicio turístico es a través de las redes sociales, por lo tanto, citando a Habyb Selman (2017), quien define el marketing digital como “el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo on line) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”; lo que facilita una interacción directa y constante de la demanda con el producto y servicio turístico.

### **3.2 Marco Conceptual**

En el proyecto de investigación referente a la creación de una estrategia de marketing a través de una red social para la comunicación y promoción de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental de la localidad de ciudad Bolívar se destacan los siguientes conceptos:

#### ***3.2.1 Turismo rural***

Fang (2020), Afirma que el turismo rural ha sido considerado como un factor de desarrollo sostenible para una comunidad local y como instrumento esencial en el desarrollo e investigación de la industria del turismo. Igualmente, Solsona (2014) lo define como “La actividad turística que se localiza en el espacio rural, que genera experiencias turísticas relacionadas con el entorno ambiental, el patrimonio y la cultura local, a través de la prestación de servicios que se integran e identifican con la idiosincrasia local”.

#### ***3.2.2 Turismo comunitario***

Para Lee y Jan (2020), uno de los objetivos del turismo comunitario es crear un desarrollo social, económico y cultural en las comunidades locales y así mismo preservar los recursos patrimoniales, naturales y culturales, apoyando así la sostenibilidad de la comunidad. Por otro lado, Dodds et al (2018), exponen que el turismo comunitario se ha señalado como una

alternativa para lograr un turismo sostenible, un turismo comunitario bien ejercido puede ser de gran éxito en el desarrollo social, económico, cultural y ambiental de sitio turístico y su comunidad. Desde una perspectiva del desarrollo rural el turismo comunitario abarca el uso de las ventajas de los recursos en medio de entorno complejo y la aplicación de las habilidades lo que genera una transformación real en beneficio de la comunidad (Mora, 2019). Así mismo, es un dinamizador de desarrollo en lo rural (Mora et al, 2019).

### ***3.2.3 Inventario turístico***

Según Aranda y Cortés (2017), el inventario turístico es una herramienta de trabajo en el levantamiento de la información pertinente a dicha identificación y valoración de los recursos; de acuerdo con el Ministerio de Comercio en Colombia el inventario se realiza partiendo de los atractivos turísticos y su clasificación propuesta por esta misma institución.

### ***3.2.4 Marketing digital***

Habyb Selman (2017), quien define el marketing digital como “el conjunto de estrategias de mercadeo que ocurren en la web (en el mundo on line) y que buscan algún tipo de conversión por parte del usuario”; lo que facilita una interacción directa y constante de la demanda con el producto y servicio turístico.

### ***3.2.5 Portafolio de productos y servicios turísticos***

Para su definición se debe tener en cuenta que es un producto y/o servicio turístico, lo cual responde a cualquier cosa que pueda ser ofertado o dirigido a una demanda de clientes en el mercado del sector turístico y por el cual se recibe un ingreso para que el mismo sea adquirido. Los clientes consumen el mismo de forma física o a través de la experiencia y así se satisfacen las necesidades que lo impulsaron a adquirirlo (Kotler, et al, 2011). Una vez definidos los

productos y servicios se dispondrán de forma organizada para ser presentados en el mercado y principalmente a los clientes potenciales.

### ***3.2.6 Atractivo turístico***

Se considera al atractivo turístico como el componente natural, cultural, deportivo o de cualquier otro tipo más relevante del producto turístico, siendo el determinante de la elección del turista y por tanto del sitio elegido para visitar. Se convierte en el principal agente motivador del cliente razón por la cual se logra la satisfacción de las necesidades básicas del mismo (Acerenza, 1984).

### ***3.2.7 Recurso turístico***

(Zimmermann, 1933, como se citó en Navarro 2015, p.3), se define el recurso turístico a los bienes y servicios que a través de la actividad del hombre y de los medios que utiliza producen la actividad turística, por otra parte, se deriva la satisfacción de la demanda turística de acuerdo con calidad de los recursos (Sancho, 1998, como se citó en Navarro 2015, p.3).

## **3.3 Marco Legal**

El marco legal para la presente investigación se presenta con las siguientes leyes de turismo del Ministerio de Industria de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia de la siguiente manera:

### ***3.3.1 Ley general de turismo 300 de 1996***

En los cuales se destacan los siguientes artículos que se relacionan con la investigación:

Artículo 1: En donde se describe la importancia que tiene la industria turística para el desarrollo de nuestro país.

Artículo 2: En donde se encuentran los principios generales de la industria turística los cuales son: concertación, coordinación, descentralización, planeación protección al ambiente, desarrollo social, libertad de empresa, protección al consumidor y fomento.

Artículo 26 En el cual están contempladas las siguientes definiciones:

El Ecoturismo es una actividad controlada y dirigida que produce un mínimo impacto sobre los ecosistemas naturales, respetando el patrimonio cultural, educando y sensibilizando a los participantes acerca de la importancia del cuidado y conservación de la naturaleza y tiene como fin la recreación, esparcimiento y la educación del visitante.

El Agroturismo es un tipo de turismo en el cual el turista se involucra con el campesino en las actividades agrícolas. Se desarrolla en actividades como la agricultura, ganadería, buscando generar un ingreso adicional a la economía rural.

Capacidad de carga: es el nivel de que una zona puede soportar de aprovechamiento turístico ofreciendo una máxima satisfacción al visitante teniendo una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales.

**3.3.1.1 Ley 558 de 2012.** En los cuales se modifica la ley 300 y se hacen adiciones y se destacan los siguientes artículos que se relacionan con la investigación:

Artículo 2: se adicionan 5 principios los cuales son facilitación, desarrollo social, económico y cultural, desarrollo sostenible, calidad, competitividad, accesibilidad.

Artículo 26: en donde se adicionan las siguientes definiciones:

Tipo de turismo según el desplazamiento del turista en el caso de la investigación pueden ser turismo interno, receptivo y excursiones.

**3.3.1.2 Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020.** En el cual el artículo 2 se modifican los principios 8 y 9 los cuales se relacionan con la investigación:

8. Desarrollo social, económico y cultural: La actividad turística, conforme al artículo 52 de la Constitución Política, es un derecho social y económico que contribuye al desarrollo integral de las personas, de los seres sintientes y d los territorios y comunidades, que fomenta el aprovechamiento del tiempo libre y revaloriza la identidad cultural de las comunidades y se desarrolla con base en que todo ser humano y sintiente tiene derecho a una vida saludable productiva en armonía con la naturaleza.

9. Desarrollo sostenible: La actividad turística es un derecho social de las personas, que contribuye al bienestar del ser humano y se desarrolla en observancia de los principios del desarrollo sostenible contemplados en el artículo 3 de la Ley 99 de 1993, o aquel que la adicione, modifique o sustituya. La actividad turística deberá propender por la conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social, y en todo caso, conducir al mejoramiento de la calidad de vida de la población, especialmente de las comunidades locales o receptoras, el bienestar social y el crecimiento económico, la satisfacción del visitante, sin agotar la base de los recursos naturales en que se sustenta, ni deteriorar el medio ambiente o el derecho de las generaciones futuras a utilizarlo para la satisfacción de sus propias necesidades.

### ***3.3.2 Plan sectorial de turismo 2018-2022***

El plan sectorial de turismo tiene como objetivo mejorar la competitividad de Colombia como destino turístico a partir de iniciativas de fortalecimiento de la productividad, la generación de valor y la corresponsabilidad entre los actores del sector turismo, así como su posicionamiento en los mercados nacionales e internacionales. Y busca promover mayor eficiencia y articulación en la relación entre la oferta y la demanda, así como maximizar los

beneficios del turismo en la productividad empresarial, la equidad territorial y la calidad de vida de las comunidades receptoras en el que se relacionan los siguientes ejes con la investigación:

**3.3.2.1. Gestión integral de destinos y fortalecimiento de la oferta turística.** Generar diversificación y especialización de la oferta turística del país, mejorar la integración de los territorios, así como aumentar las tasas de ocupación en alojamientos y un mayor uso de los servicios y atractivos turísticos, incentivando a que los turistas gasten más en actividades de entretenimiento, animación y recreación en los destinos, lo cual redundará en la calidad de vida de las comunidades, dado el efecto multiplicador de la actividad.

En donde el turismo de naturaleza hace parte de las 4 tipologías prioritarias a nivel nacional que cuentan con potenciales altamente diferenciadores de los países competidores, la cual se relaciona con la investigación:

Turismo de naturaleza: Dado el alto potencial de Colombia en este segmento y al ser uno de los 17 países megadiversos del planeta, se viene consolidando una oferta especializada en torno al ecoturismo en áreas protegidas, turismo de aventura, agroturismo, turismo rural, acuaturismo y científico. En esta materia, el país cuenta con oportunidades para el desarrollo del turismo en dos ruedas, ecuestre, náutico, actividades de buceo, pesca deportiva, senderismo y la observación de flora y fauna, en particular el avistamiento de aves, al ser el segundo país más biodiverso del mundo en estas especies.

**3.3.2.2 Innovación y desarrollo empresarial en el sector turismo.** Para afrontar los retos que exige una verdadera estrategia integral para aumentar la productividad del turismo en Colombia, esta línea propone que los actores del sector prioricen los temas claves en materia de innovación, mejoramiento del ambiente de negocios y herramientas de apoyo para fortalecer su desarrollo productivo.

**3.3.2.3 Promoción de un turismo transformador, incluyente y con equidad.** Teniendo en cuenta el crecimiento exponencial del turismo interior durante los últimos años en Colombia, este eje pretende mejorar el posicionamiento de los destinos turísticos del país en la demanda nacional e internacional, incrementar los flujos a nivel interno y receptivo, así como facilitar su acceso a la oferta existente, resaltando la función social que tiene la actividad.

***3.3.3 Política para el desarrollo del ecoturismo:***

Su objetivo es un desarrollo sostenible del ecoturismo en un marco de responsabilidad social e impulsando una oferta competitiva (de calidad) de los servicios.

Contiene unos lineamientos para que las regiones y localidades propendan por un desarrollo ecoturístico ordenado que genere beneficios para las comunidades y para los empresarios, con mínimos impactos sobre el entorno y sobre la cultura local.

Las líneas estratégicas que se relacionan con la investigación

son:

- Investigación de mercados
- Diseño de producto
- Promoción y comercialización de los servicios

Los ejes transversales de la política, finalmente, establecen los mecanismos de apoyo – financiación, incentivos a la inversión, asistencia técnica -a los empresarios y a los destinos ecoturísticos para que puedan lograr el objetivo de ser sustentables y competitivos.

***3.3.4 Política del turismo de naturaleza***

Según el MinCIT (2012) es una política que consiste en la priorización de los subproductos y actividades turísticas de naturaleza, para los cuales el país tiene las mayores ventajas comparativas, y en las que ya diversos actores (microempresarios, comunidades,

operadoras turísticas) nacionales, regionales y locales han empezado a trabajar, con el objeto de otorgarle a estos segmentos, las herramientas que permitan generar una verdadera transformación productiva de turismo de naturaleza, en otras palabras crearles ventajas altamente competitivas. Y de acuerdo con los resultados de los talleres de incubación sectorial del Programa de Transformación Productiva, se dará prioridad: al ecoturismo, al avistamiento de aves, avistamiento de ballenas, turismo de aventura, buceo y turismo rural (agroturismo).

### ***3.3.5 Política de turismo sostenible: “unidos por la naturaleza”***

De acuerdo con el MinCIT (2020) esta política tiene como objetivo tiene como objetivo posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local. Está política tiene una visión para el 2030 con un plan estratégico que busca armonizar los objetivos de desarrollo económico y sociocultural del turismo, con la necesidad de proteger el capital natural que hace de nuestro país un destino atractivo para un alto volumen de turistas y que es una de sus principales fuentes de riqueza y de generación de equidad.

### ***3.3.6 Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia***

Según el MinCIT (2012), la formulación y ejecución de estos lineamientos se fundamenta en las iniciativas nacionales, que haya como una oportunidad de desarrollo en la organización de su comunidad o grupo social para la prestación de servicios y productos turísticos. Su objetivo es “Impulsar el desarrollo del turismo comunitario, enfocado hacia procesos de emprendimiento participativos, que contribuyan a la generación de empleo e ingresos y a la consolidación de los destinos, a través de productos turísticos diferenciados, competitivos y sostenibles”.

Los lineamientos son:

- Planificación del turismo comunitario

- Asesoría técnica para el desarrollo turístico
- Acceso a mecanismos de financiación
- Promoción y comercialización del turismo comunitario.

### 3.4 Marco Geográfico

#### 3.4.1 Departamento de Cundinamarca

Como punto de partida en el marco geográfico, se debe referenciar al departamento de Cundinamarca el cual se encuentra ubicado en el centro de la región andina de Colombia, a continuación, se presenta el mapa político del departamento en la figura 1:

#### Figura 1

##### Mapa Político Departamento de Cundinamarca



Figura 1. Está figura muestra el mapa político del Departamento de Cundinamarca.

Tomado de Somos Cundinamarca.

El departamento de Cundinamarca hace parte de los 32 departamentos que tiene Colombia, cuenta con 116 municipios y 14 corregimientos tiene una superficie de 24.210 km<sup>2</sup> lo

que representa aproximadamente el 2.12 % del territorio nacional. Se encuentra ubicado en el centro del país a unas coordenadas de entre los 03°40'14'' y 05°50'11'' de latitud norte y los 73°03'08'' y 74°53'35'' de longitud oeste y su capital es Bogotá; cuenta con una población de 2.887.005 según el DANE -Departamento de Administrativo Nacional de Estadística -(2020).

### **Límites**

Según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC 2005), limita por el norte con el departamento de Boyacá, por el sur con los departamentos de Meta, Huila y Tolima; y por el occidente con el Rio Magdalena, el cual lo divide de los departamentos de Tolima y Caldas y por el oriente con el Departamento del Casanare.

### **Clima**

Según la Gobernación de Cundinamarca (2017) el departamento presenta una temperatura promedio de 15°C, con amplitudes térmicas diarias elevadas que puede oscilar entre los 0°C y los 24°C. Su clima varía según los meses.

### **Actividad económica**

La principal actividad económica del Departamento es la agricultura seguida por la industria, servicios y el comercio. De la agricultura por su importancia económica, sobresalen el café, plátano, maíz, papa, caña panelera, flores, hortalizas, trigo, algodón, IGAC (2018).

### **Turismo**

De acuerdo con la publicación de la Universidad de Cundinamarca (UDEEC 2019) de su estudio a nivel departamental 8 provincias se destacan como destino turístico, religioso, gastronómico, natural, de aventura y paisajístico. Uno de los aspectos más importantes de las provincias (Gualivá, Almeidas, Ubaté, Soacha-Sibaté, Sabana Centro, Sabana Occidente,

Sumapaz y Alto Magdalena) es su cercanía con la ciudad de Bogotá lo que permite un mayor flujo de turistas. Se destaca el análisis de los diferentes componentes de la oferta y la demanda.

### 3.4.2 Localidad de Ciudad Bolívar

La localidad de ciudad Bolívar se encuentra ubicada en el sector sur de la ciudad de Bogotá D.C.; en esta localidad hay un componente rural, a continuación, en la figura 2 se identifica el mapa de dicha localidad.

#### Figura 2

*Mapa Político Localidades Bogotá D.C.*

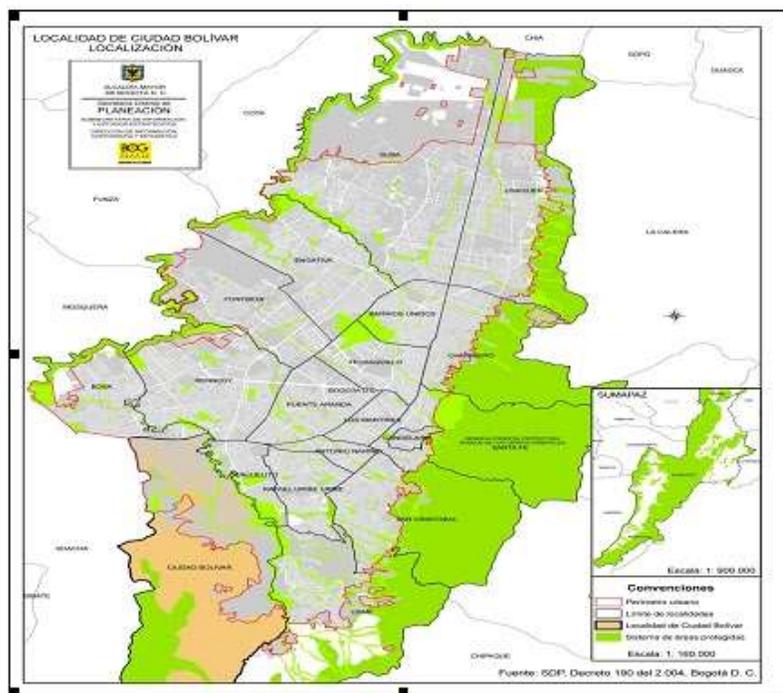


Figura 2. Muestra el mapa político de localidades de Bogotá D.C., en donde se resalta la localidad de ciudad Bolívar en su parte urbana y rural. Tomado de Nuestra Ciudad Bolívar.

La localidad de ciudad Bolívar se encuentra ubicada en el sur de la ciudad y se caracteriza por su zona montañosa en un 90% y 72% zona rural. Limita al norte, con la localidad

de Bosa; al sur, con la localidad de Usme; al oriente, con la localidad de Tunjuelito y Usme y al Occidente, con el municipio de Soacha.

La localidad tiene una extensión de 12.999 hectáreas (ha.), en total. De las cuales 3391 se clasifican como suelo urbano y 9608 (ha.), pertenecen al suelo rural, que equivale al 73,9% del total de la superficie de la localidad. Después de la localidad de Sumapaz y Usme, Ciudad Bolívar está clasificada como la localidad más extensa, tercera localidad con mayor superficie rural y la quinta con mayor cantidad de área urbana. Está compuesta por 9 veredas.

### **Población**

Según la Secretaria Distrital de planeación (2020), la población es de 776.351 habitantes.

### **Clima**

La localidad cuenta con una temperatura promedio de 14° C, con una temperatura mínima de 9°C y máxima de 19° C.

### **Hidrología**

Su principal recurso hídrico es la cuenca del río Tunjuelo, la cual recibe afluentes como las quebradas Limas, Trompeta, La estrella y el Infierno.

### **Turismo**

De acuerdo con el IDT (2019), Ciudad Bolívar es una de las localidades que ha avanzado en la construcción de espacios culturales y turísticos alrededor del circuito de transmicable poniendo en servicio puntos de información y guías turísticos con habilidades idiomáticas, lo que permite avanzar en el desarrollo económico y comercial de la zona. Se han ejecutado conversaciones con la comunidad dando relevancia a la importancia del turismo y las oportunidades en el desarrollo socioeconómico que se puede obtener a partir de los emprendimientos de la comunidad.

### 3.4.3 Finca San Luis granja ecoturística, terapéutica y ambiental

En la figura 3 se puede observar la delimitación geográfica de la finca San Luis ubicada en la zona rural de la localidad de Ciudad Bolívar:

**Figura 3**

*Mapa Locación Geográfica Finca San Luis*

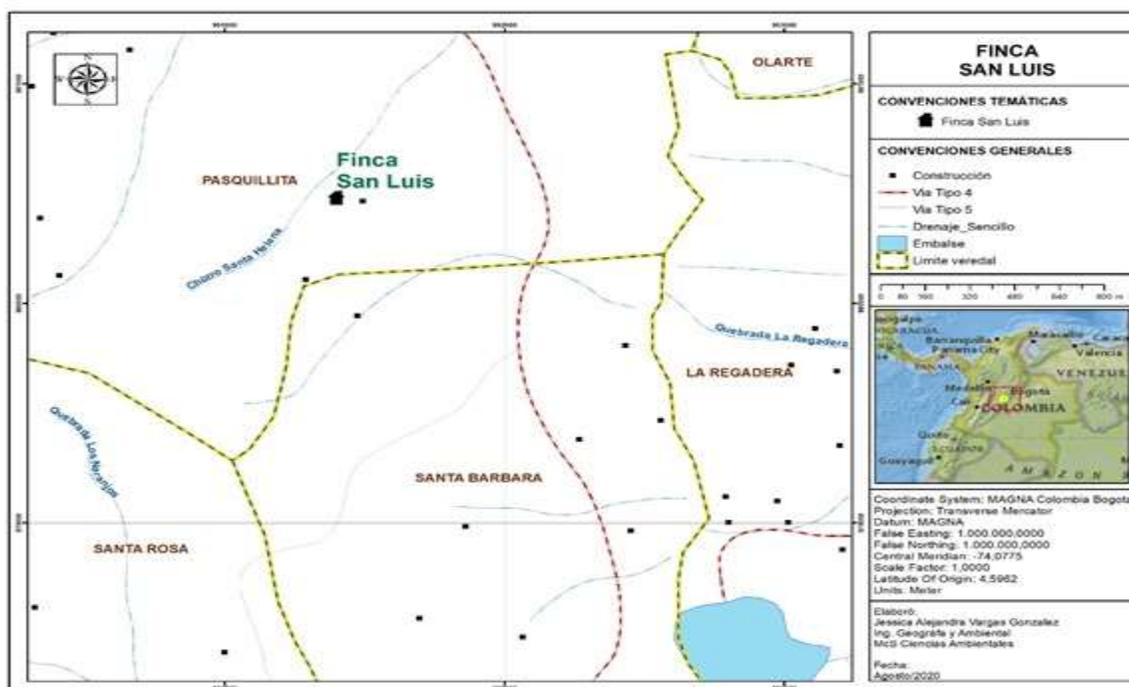


Figura 3. Mapa geográfico de la localización de la finca San Luis

Fuente: Elaborado por Jessica Alejandra Vargas. Ing. Geografía y ambiental. Mcs. Ciencias ambientales. (2020).

La finca Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental está ubicada en la vereda La Pasquillita, en la localidad de Ciudad Bolívar ubicada en el sur de la ciudad de Bogotá.

**Límites**

Al norte limita con la localidad de Usme, al sur con la vereda la Regadera, al oriente con la vereda Suate y el occidente con la vereda de Santa Inés

**Actividad Económica**

Su actividad económica son el turismo rural y comunitario, la apicultura y la ganadería

**Turismo**

El turismo se ha venido desarrollando en 2 fincas con una asociación comunitaria que crearon llamada ASOPROAM, la cual es una asociación de productores agropecuarios ambientales rurales.

## **4. Metodología**

### **4.1 Enfoque**

En el presente proyecto de investigación se utilizará el enfoque mixto, el cual, de acuerdo con Hernández (2014), es la combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo. Según Hernández (2014), el enfoque cuantitativo se basa en datos recolectados que se organizan para determinar un comportamiento de las variables involucradas en el estudio, así mismo los autores proponen en su investigación que el enfoque cualitativo igualmente recolecta datos para determinar y afinar otros cuestionamientos e ideas que surgen en el proceso investigativo.

### **4.2 Tipo de Investigación**

El presente proyecto de investigación presenta dos tipos de investigación en su desarrollo: investigación acción con enfoque cualitativo y no experimental con enfoque cuantitativo. Investigación Acción, este tipo de investigación se utiliza para analizar la problemática social específica la cual puede estar afectando a un grupo de personas y su entorno, puede ser una comunidad o una empresa. Es adecuada para realizar investigaciones a pequeña escala. Por otro lado, como lo menciona Creswell (2014), la investigación acción “se asemeja a los métodos de investigación mixtos dado que utiliza una colección de datos de tipo cuantitativo, cualitativo o de ambos, solo que difiere de estos al centrarse en la solución de un problema específico y práctico” (p.577). Como lo indica Kerlinger (1979) como se citó en (Agudelo,2008, p.39) “La investigación no experimental es cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones”. Los sujetos son observados en su ambiente natural Agudelo, et, al (2010).

### **4.3 Alcance**

El alcance descriptivo según Hernández, et, al (2014), busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Mide o recoge información de forma independiente o en conjunto sobre los significados o variables de estudio a las que se refieren. En cuanto al alcance explicativo, se pretende llegar a un punto más allá de la descripción de conceptos o fenómenos o del relacionamiento entre diferentes conceptos, posibilitan encontrar las respuestas a las causas de los eventos o fenómenos físicos o sociales de acuerdo con Hernández, et, al (2014). Dentro del marco de la presente investigación se presenta un alcance descriptivo y explicativo; descriptivo dando alcance a la situación actual de los recursos y problemática de la finca San Luis a través de la entrevista, la encuesta e inventario turístico. Por otra parte, el alcance explicativo se evidenciará con la presentación de la propuesta de solución a la problemática la cual corresponde a la realización de una página en una red social en la que se incluye el portafolio de servicios.

### **4.4 Instrumentos de Investigación**

Dando alcance al enfoque cualitativo, se realizará inicialmente una entrevista dirigida al señor Luis Enrique Ramírez, luego una visita de campo en la finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental, instrumentos que buscan identificar la situación actual del negocio, los recursos turísticos y las actividades que se desarrollan y hacer su respectiva descripción. Por último, se elaborará un inventario turístico basado en los datos cualitativos obtenidos.

Por otra parte, se realizará el estudio del perfil del cliente potencial de la finca por medio de una encuesta utilizando formularios de la herramienta “Questionpro”, cuestionario que busca identificar la percepción y el porcentaje de las personas interesadas en visitar y utilizar los

productos y servicios ofrecidos por la finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental.

#### ***4.4.1 Entrevista***

Según McCracken (1991), la entrevista se puede considerar como valioso instrumento de la investigación la cual aplica en la práctica para obtener información para fines descriptivos y analíticos. La entrevista también permite, tener un intercambio personalizado y recíproco a través de la conversación lo que la convierte en una técnica práctica de la investigación científica (Grawitz, 1984, Aktouf, 1992, Mayer y Ouellet, 1991 como se citó en López p.3).

Se realizó una entrevista al señor Luis Enrique Ramírez propietarios de la finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental, acerca de los productos turísticos con los que cuenta su negocio, folletos descriptivos de los servicios y herramientas digitales con las que cuenta y en las que realice promoción de su finca.

La entrevista se realizó en el formato del Anexo 1.

#### ***4.4.2 Formato de inventario turístico***

Posterior a la descripción de lo hallado en la entrevista y observación se realizará un inventario turístico el cual consta de una descripción detallada de los recursos turísticos con los cuales cuenta la finca desde una perspectiva de recurso natural, cultural, patrimoniales, históricos, festividades y eventos folclóricos entre otros aspectos de la metodología del inventario turístico. Para la aplicación de este instrumento se hará uso con algunas adaptaciones ya que es una finca, en base del formato para la elaboración de un inventario de atractivos turísticos elaborado por el MinCIT (2017).

El inventario turístico se desarrollará en el formato del Anexo 2.

#### **4.4.3 Encuesta**

Se diseñará un cuestionario con preguntas cerradas y de selección que buscan identificar la percepción de los turistas con respecto a la experiencia ofrecida a través de los servicios ofertados y el porcentaje de turistas interesados en visitar y hacer uso de los servicios. y/o consumo de los productos allí trabajados. Inicialmente se indagará al equipo emprendedor sobre las características del grupo de personas que ha visitado la finca San Luis. Una vez se determinen las características del grupo interesado en visitar la finca se determinarán las preguntas a aplicar y serán registradas en el Anexo 3.

La encuesta se aplicará con el formato del Anexo 3.

#### **4.5 Muestra**

De acuerdo con Hernández y Carpio (2019), el tipo de muestreo intencional o de conveniencia se determina por la búsqueda de muestras cualitativas, a través de la introducción a grupos con un posible grado de tipicidad. Así las cosas, deben cumplir con las características o perfil de muestra, el cual es de interés del investigador, por otra parte, se selecciona intencionalmente a los individuos de la población a los que se puede tener mayor acceso o por medio de convocatoria abierta o encuesta; las personas acudirán de forma voluntaria para participar del estudio y la muestra se cerrará hasta completar el número objetivo que se planteó al inicio del estudio.

Se realizará una encuesta (Instrumento de Investigación), a una muestra “n” de personas, en la que se pretende hacer algunas preguntas para identificar y medir el grado de interés por visitar la finca San Luis.

## **5. Capítulo I, Inventario Turístico de la Finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental.**

El objetivo del presente capítulo fue elaborar el inventario turístico de la Finca San Luis; el cual, según el MinCIT (2017), se requiere para la promoción, comercialización e identificación y diseño de productos turísticos de un establecimiento o región en donde se realiza la actividad turística. El inventario turístico es el proceso en donde se registra de forma ordenada la descripción de un conjunto de atractivos turísticos, así mismo hacer una valoración cualitativa y cuantitativa de los mismos (MinCIT, 2017).

Para desarrollar el instrumento de inventario turístico se realizó un formato de elaboración propia, basado en el formato publicado en la guía de asistencia técnica en planificación turística publicada por el MinCIT (2017). A partir de trabajo de campo y la aplicación del instrumento “Inventario Turístico”, en la finca San Luis se efectuó el levantamiento de las áreas del establecimiento, en donde se identificaron los siguientes atractivos turísticos con información de georreferenciación, tipo de acceso, clima, horario, precio, propietario, dirección, teléfonos de contacto, redes sociales, página web, actividades, puntaje de valoración, servicios y promoción.

### **5.1 Criterios para la valoración de los sitios naturales**

Los criterios que se utilizan para la valoración de los sitios naturales fueron basados en la guía de asistencia técnica en planificación de turismo publicada por el MinCIT (2017), la cual es la última publicación encontrada en la página.

### **5.1.1 Calidad**

En donde se tiene en cuenta el estado conservación del atractivo a nivel ambiental, donde se evalúan los siguientes criterios en los cuales el menor puntaje es 1 y el mayor 10. El mayor puntaje de la sumatoria total es 70 y el menor 10.

- Sin contaminación del aire: representada en SMOG, procedente de automóviles o plantas petroleras que causa contaminación dañando las plantas y cultivos.
- Sin contaminación del agua: producida por derrames químicos, combustibles, fertilizantes, detergentes, entre otros en los ríos destruyendo la vida acuática y afectando la salud humana.
- Sin contaminación visual: ocasionada por la mala utilización de la arquitectura, arrojamiento de basuras y obstrucción visual.
- Sin contaminación sonora: por niveles que impidan disfrutar el sonido de la naturaleza.
- Estado de conservación: estado de la flora y la fauna del lugar. Actividades extractivas, presencia de erosión.
- Diversidad: riqueza de aspectos a contemplar como diversidad de especies de flora y fauna, hábitats o paisajes, olores, visiones.
- Singularidad: son rasgos extraordinarios o únicos en flora, fauna, paisajes, rareza.

### **5.1.2 Significado**

Es el grado de reconocimiento que se le da al atractivo dividido en los siguientes criterios en los cuales el puntaje menor es desde el menor reconocimiento el cual es 6 y el mayor es el mayor conocimiento es 30.

- Regional : el grado de reconocimiento del atractivo se encuentra dentro del área municipal, su puntaje es 6.

- Regional: el grado de reconocimiento del atractivo se encuentra entre uno o dos departamentos, su puntaje es 12.
- Nacional: el grado de reconocimiento del atractivo se encuentra dentro del país, su puntaje es 18.
- Internacional: el grado de reconocimiento del atractivo se encuentra en dos o más países, su puntaje es 30.

NOTA: Cuando el reconocimiento del atractivo se da en dos regiones (departamentos, estados, provincias) se le da un reconocimiento regional.

En la tabla 1, se muestra un ejemplo de valoración del inventario turísticos para sitios naturales:

**Tabla 1**

*Asignación de puntajes sitios naturales*

Sitios Naturales		
Calidad	Sin Contaminación aire	10
	Sin contaminación del agua	10
	Sin contaminación visual	10
	Sin contaminación sonora	10
	Estado de conservación	10
	Diversidad	10
	Singularidad	10
<b>Total, Calidad</b>		<b>70</b>
Significado	Local	6
	Regional	12
	Nacional	18
	Internacional	30
<b>Valoración Total</b>		<b>100</b>

Tabla 1. Tabla de valoración del inventario turístico para sitios naturales. Tomado de la guía de planificación turística del MinCIT (2017).

De acuerdo con los anteriores criterios mencionados el listado del inventario se encuentra organizado en orden alfabético de los nombres de los atractivos turísticos, con la descripción de los hallazgos encontrados, ilustrados con las siguientes figuras:

Figura 4 Aula ambiental: se encontró el atractivo turístico en buenas condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es bueno, sin embargo, necesita mantenimiento y organización en la decoración, accesibilidad para sillas de ruedas y señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 65 sobre 70 y por significado fue de (Local), ya que el atractivo sólo ha tenido reconocimiento a nivel local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 5 Apiario: se encontró el atractivo turístico en excelentes condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, su estado de conservación es excelente, pero, no cuenta con señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 70 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido un reconocimiento a nivel local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 6 Bosque de niebla: se encontró el atractivo turístico en excelentes condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, su estado de conservación es bueno, sin embargo, necesita mantenimiento en el camino del sendero, no cuenta con señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 69 sobre 70 y por

significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 7 Huerta: se encontró el atractivo turístico en excelentes condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es excelente, aunque, necesita señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 70 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 8 Ordeñadero: se encontró el atractivo turístico en buenas condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es bueno, a pesar de que, necesita organización en la ubicación y señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 68 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 9 Parque infantil: se encontró el atractivo turístico en buenas condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es bueno, pero, necesita organización en la ubicación pues el sitio en donde está ubicado no lo hace muy atractivo, mantenimiento y señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 66 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 10 Sendero ancestral: se encontró el atractivo turístico en excelentes condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es excelente, aunque, necesita señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 70 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 11 Sendero ecológico: se encontró el atractivo turístico en excelentes condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es bueno si bien, necesita mantenimiento en el camino del sendero, señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 69 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

Figura 12 Zona camping: se encontró el atractivo turístico en excelentes condiciones ambientales, sin contaminación visual, de agua, aire y sonido, diversidad, su estado conservación es regular, necesita mantenimiento, decoración, accesorios para la adecuada prestación de este servicio, señalización de evacuación en caso de emergencia y carece de botiquín de primeros auxilios y de bioseguridad anti Covid 19. EL puntaje total que obtuvo por calidad fue de 61 sobre 70 y por significado fue de 6 (Local), ya que el atractivo ha tenido reconocimiento local por medio de una publicación en la página de la Alcaldía de Bogotá (2020).

**Figura 4** Formato Inventario Turístico Aula Ambiental

Nombre atractivo turístico: <b>Aula ambiental</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional:30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 7	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 8	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total: 65 sobre 70
Descripción:	Es un aula en donde se realizan charlas de sostenibilidad, reciclaje, apicultura y se exhiben artesanías con material reciclable.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X	Física:	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística: X	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:	Señor Luis Ramírez			
Diligenciado por: Laura Bernal	Fecha: marzo 2021			

Figura 4. Descripción aula ambiental de la finca San Luis. Elaboración propia (2021)

**Figura 5** Formato Inventario Turístico Apiario

Nombre atractivo turístico: <b>Apiario</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 10	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 7	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total: 70 sobre 70
Descripción:	Se desarrolla la apicultura y se dictan cursos especializados.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X	Física:	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística: X	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Señor Luis Ramírez		
Diligenciado por: Laura Bernal		Fecha: marzo 2021		

Figura 5. Apiario. Elaboración propia (2021).

**Figura 6** Formato Inventario Turístico Bosque de Niebla

Nombre atractivo turístico: <b>Bosque de niebla</b>				
Tipo de recurso: Natural				
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 10	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 9	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total: 69 sobre 70
Descripción:	En este bosque se realizan caminatas ecológicas, las cuales finalizan con una vista panorámica de la ciudad.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X	Física: X	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística:	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Luis Enrique Ramírez		
Diligenciado por: Laura Bernal		Fecha: marzo 2021		

Figura 6. Bosque de niebla. Elaboración propia (2021).

Figura 7 Formato Inventario Turístico Huerta

Nombre atractivo turístico: <b>Huerta</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código: 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:		Latitud: 4.44		Longitud: -74.15
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:		Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X
Propiedad:		Mixta:	Privada: X	Publica:
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continua la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:		Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18
Valoración		Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 10	Sin contaminación visual: 10
		Estado conservación: 10	Diversidad: 10	Singularidad: 10
Descripción:		En la huerta se realizan charlas acerca de las huertas orgánicas y sus beneficios y se realizan cursos de como diseñar una huerta.		
Página web:		N/A		Red Social: N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:		Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No		Sistema sordo: No
Baños: Si		Parqueadero: Si		Restaurante: Si
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X		Física:
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística:	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Luis Enrique Ramírez		
Diligenciado por:		Fecha: marzo 2021		

Figura 7. Huerta. Elaboración propia (2021).

**Figura 8** Formato Inventario Turístico Ordeñadero

Nombre atractivo turístico: <b>Ordeñadero</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código: 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 8	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 10	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total:68 sobre 70
Descripción:	Se explica el proceso de ordeño de vacas y se realizan actividades de ordeño			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X	Física:	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística:	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Luis Enrique Ramírez		
Diligenciado por: Laura Bernal		Fecha: marzo 2021		

Figura 8. Ordeñadero. Elaboración propia (2021).

**Figura 9** Formato Inventario Turístico Parque Infantil

Nombre atractivo turístico: <b>Parque infantil</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código: 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 9	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 7	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total: 66 sobre 70
Descripción:	Es un parque hecho de objetos reciclables en donde los niños juegan y aprenden la importancia y formas de reciclar.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X	Física:	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística: X	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Luis Enrique Ramírez		
Diligenciado por: Laura Bernal		Fecha: marzo 2021		

Figura 9. Parque Infantil. Elaboración propia (2021).

Figura 10 Formato Inventario Turístico Sendero Ancestral

Nombre atractivo turístico: <b>Sendero ancestral</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código: 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 10	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 10	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total: 70 sobre 70
Descripción:	Es un sendero en donde se encuentra un petroglifo y se realizan charlas de reflexión acerca del valor de la naturaleza.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si	Sistema ciego: No		Sistema sordo: No	
Baños: Si	Parqueadero: Si		Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan: Talleres y charlas	Cultural: X		Física: X	
	Recreativa: X	Artística: X	Otra: Educativa	
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:	Luis Enrique Ramírez			
Diligenciado por: Laura Bernal	Fecha: marzo 2021			

Figura 10. Sendero ancestral. Elaboración propia (2021).

**Figura 11** Formato Inventario Turístico Sendero Ecológico

Nombre atractivo turístico: <b>Sendero ecológico</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código: 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30 X
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 10	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 9	Diversidad: 10	Singularidad: 10	Total: 69 sobre 70
Descripción:	Es un sendero en donde se hacen caminatas donde se observan diferentes especies de plantas y flores.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural: X	Física: X	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística:	Otra: Educativa
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Luis Enrique Ramírez		
Diligenciado por: Laura Bernal		Fecha: marzo 2021		

Figura 11. Sendero ecológico. Elaboración propia (2021).

**Figura 12** Formato Inventario Turístico Zona Camping

Nombre atractivo turístico: <b>Zona camping</b>				
Tipo de recurso: Natural			Código: 2.2.5	
Departamento: Cundinamarca		Municipio: Bogotá D.C		Vereda: Pasquillita
Temperatura Promedio: 9°C Min 19° C Max				
Georreferenciación:	Latitud: 4.44		Longitud: -74.15	
Distancia desde el municipio más cercano: Desde el parque el Tunal 21.3 km				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre: X	
Propiedad:	Mixta:	Privada: X	Pública:	
Indicaciones para el acceso: Desde el parque metropolitano el tunal se dirige hacia el sur por la Av. Boyacá hasta la Cra 18, continúa la vía el mochuelo – Pasquilla- Mochuelo Alto- Mochuelo y Tv3, y desde allí un recorrido de 1 km aproximadamente.				
Administrador/Propietario: Luis Enrique Ramírez				
Dirección: Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental San Luis. Localidad 19 Ciudad Bolívar Vereda Pasquillita				
Correo electrónico: <a href="mailto:granjaterapeuticasanluis@gmail.com">granjaterapeuticasanluis@gmail.com</a>				
Teléfono Fijo: N/A		Teléfono móvil: 316 8827021		
Significado:	Local:	Regional: X (	Nacional:	Internacional:
Valoración	Sin contaminación aire: 10	Sin contaminación del agua: 9	Sin contaminación visual: 10	Sin contaminación Sonora: 10
	Estado conservación: 6	Diversidad: 8	Singularidad: 8	Total: 61 sobre 70
Descripción:	Es una zona en donde se realiza camping y diferentes actividades.			
Página web:	N/A		Red Social:	N/A
Horarios: 08:30 A 16:30		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido: X	Visita Exterior:	
Precio de acceso: \$12.000 COP				
Rampas: Si		Sistema ciego: No	Sistema sordo: No	
Baños: Si		Parqueadero: Si	Restaurante: Si	
Actividades que se desarrollan:		Cultural:	Física:	
Talleres y charlas		Recreativa: X	Artística:	Otra:
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:		Luis Enrique Ramírez		
Diligenciado por: Laura Bernal		Fecha: marzo 2021		

Figura 12. Zona de camping. Elaboración propia (2021).

## **6. Capítulo II, Identificación del Perfil del Cliente Potencial de la Finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental.**

Conocer la conducta del cliente potencial es un insumo fundamental para definir la estrategia de marketing de cualquier negocio (Questionpro, 2021), en este caso para la finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental. En el presente capítulo se desarrolló la aplicación de la encuesta como instrumento de investigación para identificar el perfil del cliente lo que aportará a la definición de la conducta de los encuestados. Por otra parte, se busca identificar los riesgos que puede implicar el proyecto, así mismo el sondeo servirá como base de conocimiento para realizar una adecuada toma de decisiones relevantes para la planificación y ejecución del proyecto (Questionpro, 2021).

Al identificar el perfil del cliente interesado principalmente se busca identificar las expectativas y necesidades de las personas interesadas (Questionpro, 2021) y así contrastar los resultados contra las actividades de turismo que se realizan en la finca San Luis, lo que habilitará el diseño del portafolio de productos turísticos y la estrategia de marketing digital que se construirá para la promoción y comunicación de los productos turísticos de la finca San Luis Granja Ecoturística Terapéutica y Ambiental.

## 6.1 Análisis de la información

Se ejecutó una encuesta que se envió a través de la aplicación de mensajería instantánea de WhatsApp dirigida a clientes y conocidos del Señor Luis y personas conocidas que les gusta el turismo, con una participación de 206 personas quienes demoraron en llenar la información en un promedio de tiempo de 4 minutos, utilizando la aplicación QuestionPro, la cual es una herramienta digital que facilita el proceso, con el fin de realizar un estudio de mercado el cual definirá el perfil del cliente, el presupuesto de viaje del cliente, si el turismo rural y sus actividades es atractivo y las herramientas que los clientes utilizan para realizar la búsqueda de sus sitios de interés para hacer turismo. En la figura 13, se nota la distribución por países en la participación de la encuesta.

### Figura 13

#### *Mapa Descriptivo de Participación Geográfica*



Figura 13. Imagen descriptiva de la participación porcentual por país de residencia. Elaboración propia (2021).

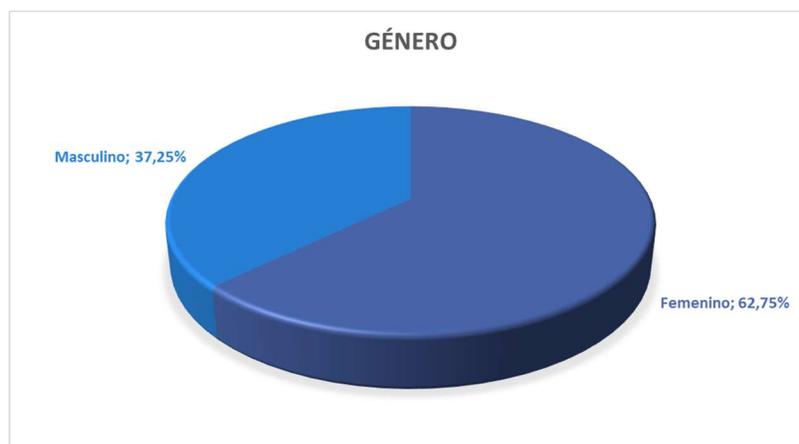
Se puede concluir que tenemos una amplia participación nacional del 97,19% e internacional del 2,81%. A continuación, se detallará el desarrollo de la encuesta la cual hace parte de los instrumentos de investigación y que pretende hacer un análisis cualitativo y cuantitativo de los clientes potenciales.

## 6.2 Análisis y Resultados

Pregunta 1: ¿Género?, en la figura 14, se muestran las gráficas del resultado:

**Figura 14**

*Graficas Participación por Género*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Masculino	76	37.25%					
Femenino	128	62.75%					
Otro	0	0%					
Total	204	100%					

Figura 14. Resultado de la pregunta número 1 participación por género. Elaboración propia (2021).

Se evidencia que la mayoría de las personas que respondieron la encuesta son de género femenino con un 62.75%, masculino con 37.26% y que no la realizaron personas de otro género. El anterior resultado indica que las mujeres muestran mayor iniciativa en el momento de buscar experiencias y sitios turísticos para realizar viajes en pareja o con su grupo familiar.

Pregunta 2: ¿Ciudad de residencia?, en la tabla 2 y figura 15, se muestra el resultado:

**Tabla 2**

*Resultado Pregunta Número 2 Ciudad de Residencia*

<b>Ciudad</b>	<b>Cuenta</b>	<b>%</b>
Bogotá	168	81,6%
Cundinamarca	18	8,7%
Cartago	5	2,4%
Buenos Aires	2	1,0%
Cartagena	2	1,0%
Cúcuta	2	1,0%
Manizales	2	1,0%
Miami	2	1,0%
Flandes	1	0,5%
Fulshear	1	0,5%
México	1	0,5%
Neiva	1	0,5%
Santa Marta	1	0,5%
<b>Total</b>	<b>206</b>	<b>100,0%</b>

Nota. Esta tabla es de elaboración propia e indica la participación de encuestados por ciudad de residencia de los encuestados.

**Figura 15**

*Gráfica de Participación por Ciudades*

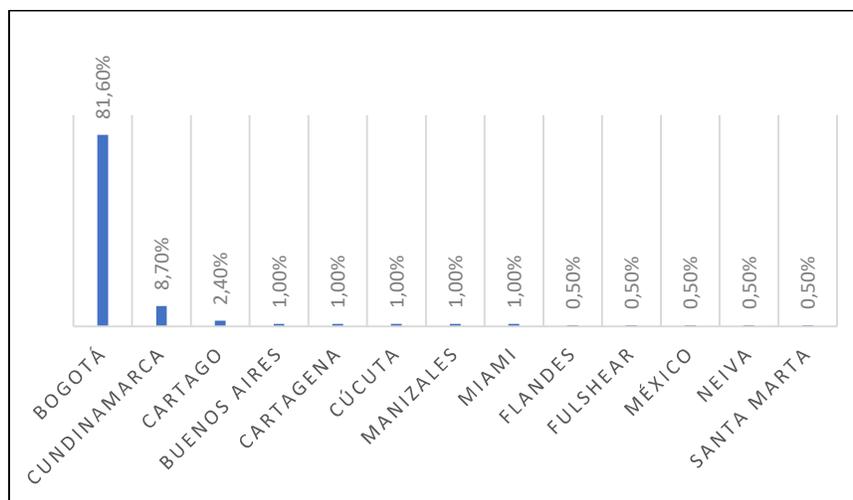


Figura 15. Distribución porcentual de la participación por ciudades. Elaboración propia (2021).

En los resultados de esta pregunta se evidencia que el 82% de los encuestados tienen su lugar de residencia en la ciudad de Bogotá D.C., seguidos de otros municipios de Cundinamarca con una participación del 8.7%.

Pregunta 3: ¿Rango de Edad? En la figura 16 se grafican los resultados.

- a. De 15 a 30
- b. De 31 a 40
- c. De 41 a 50
- d. De 51 a 60
- e. Más de 61

**Figura 16**

*Gráficas Participación Rango de Edades*

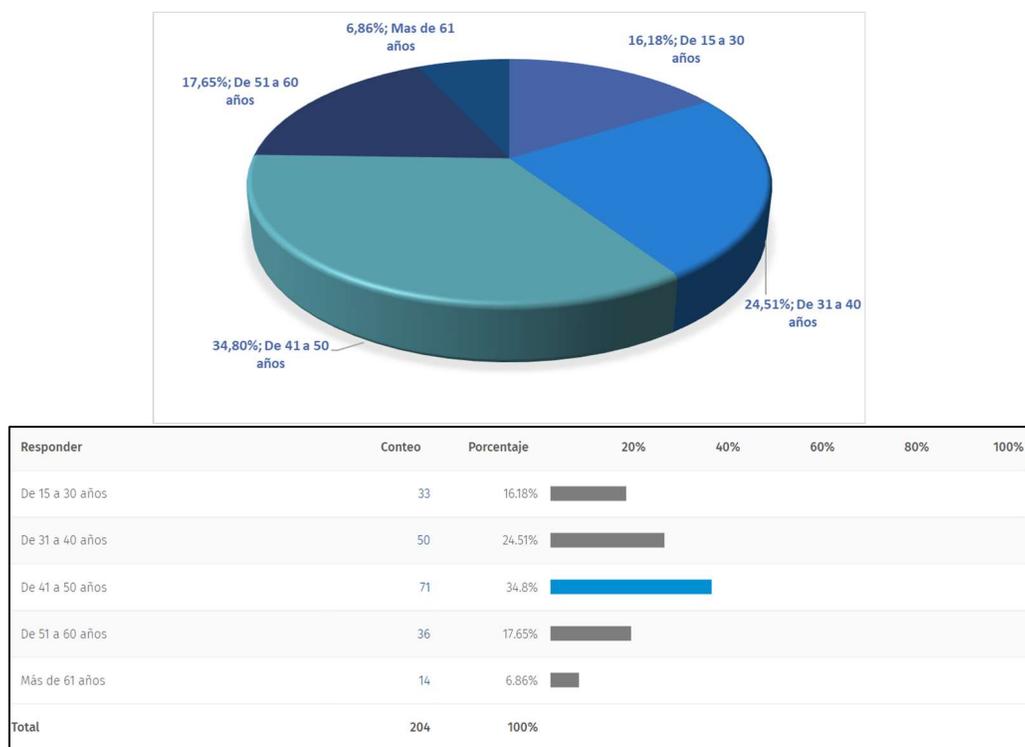


Figura 16. Gráficas pastel y barras que muestran la participación por edades. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se evidencia que la mayoría de encuestados tienen un rango de edad que está entre los 41 a 50 años con un porcentaje de 34,8%, seguido del rango de 31 a 40 años con un porcentaje de participación del 24.51%. De acuerdo con las respuestas, se puede segmentar claramente un rango de edad entre los 31 a 50 años que pueden estar interesados en realizar actividades de turismo rural.

Pregunta 4: ¿Estado civil?, su resultado se muestra en la figura 17.

**Figura 17**

*Gráfica Participación Estado Civil*

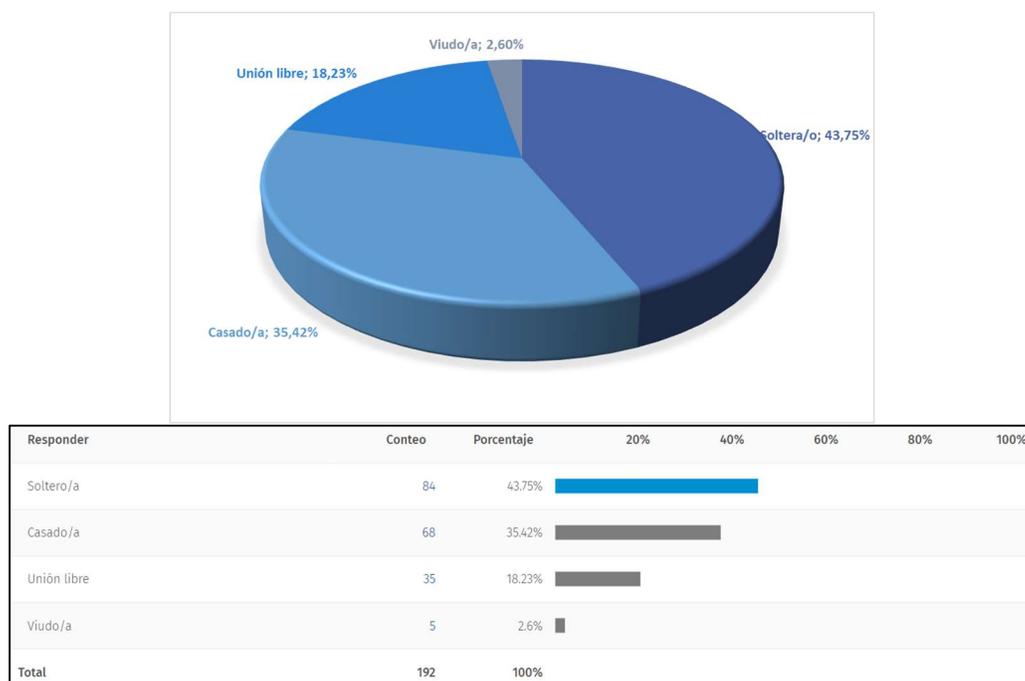


Figura 17. Gráficas pastel y barra sobre la participación por estado civil. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se encontró que los participantes en la encuesta la mayoría son solteros con un 43.75%, seguidos de los casados con un porcentaje de 35.42%, sin embargo, el 18.23 % son unión libre los cuales también representan un estado civil de pareja, por lo tanto, sumados representan el 53.65 % quedando en el primer puesto.

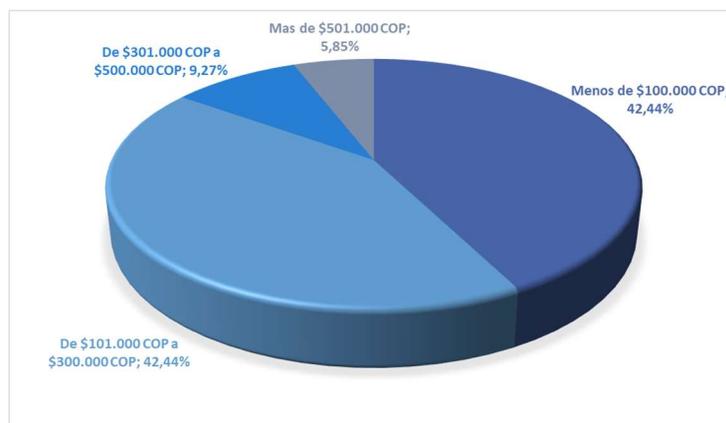
Pregunta 5: ¿Cuál es su presupuesto para viajes por día y por persona?

- Menos de \$100.000COP
- De \$101.000COP a \$300.000COP
- De \$301.000COP a \$500.000COP
- Más de \$501.000COP

En la figura 18, se muestra la gráfica del resultado.

### Figura 18

Gráfica Resultado Pregunta 5 ¿Cuál es su presupuesto para viajes por día y por persona?



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Menos de \$100.000 COP	87	42,44%	<div style="width: 42.44%;"></div>				
De \$101.000 COP a \$300.000 COP	87	42,44%	<div style="width: 42.44%;"></div>				
De \$301.000 COP a \$500.000 COP	19	9,27%	<div style="width: 9.27%;"></div>				
Más de \$501.000 COP	12	5,85%	<div style="width: 5.85%;"></div>				
<b>Total</b>	<b>205</b>	<b>100%</b>					

Figura 18. Gráficas pastel y barras sobre el resultado de la pregunta 4. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se evidencia que el presupuesto para viajes por día y por persona es menos de \$100.000 COP con un 42.44% con un empate del presupuesto de \$101.000 COP a

\$300.000 COP con el mismo porcentaje de 42.44%. Lo que nos indica que los participantes están dispuestos a invertir en experiencias en turismo rural en ese rango de dinero.

Pregunta 6: ¿Con quién viaja normalmente?

- a. Sólo
- b. En pareja
- c. Familia
- d. Amigos
- e. Otros

En la figura 19, se muestra la gráfica sobre el resultado de la pregunta 6.

**Figura 19**

*Gráfica Resultado Pregunta 6 ¿Con quién viaja normalmente?*

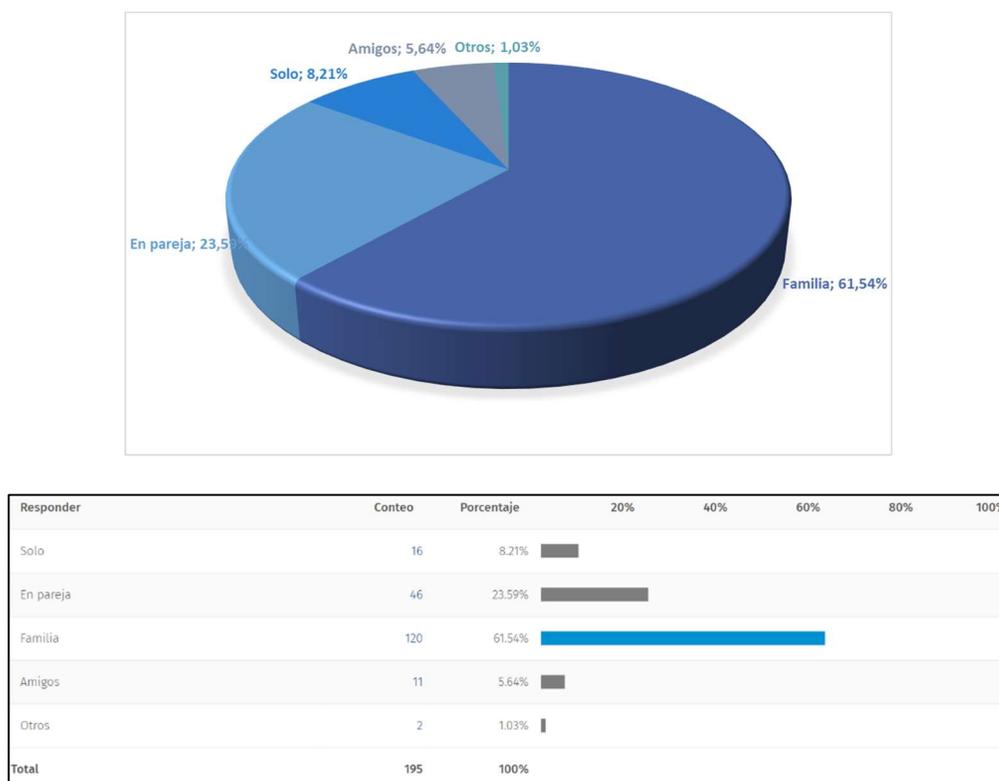


Figura 19. Gráfica pastel y barras resultado pregunta 6. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se evidencia que la mayoría de los participantes viajan en familia con un 61.54% seguido de los que viajan en pareja con un 23.59%.

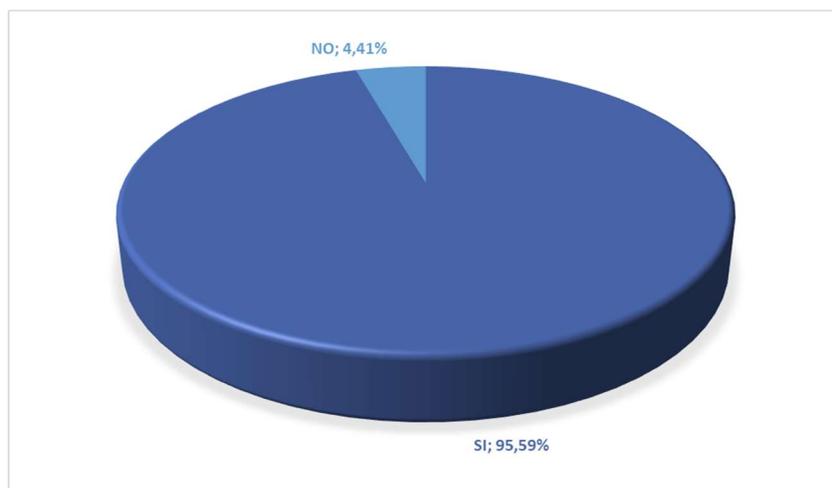
Pregunta 7: ¿Le gusta el turismo rural?

- a. Si
- b. No

En la figura 20, se muestra la gráfica del resultado a la pregunta 7.

### Figura 20

*Gráfica Resultado Pregunta 7 ¿Le gusta el turismo rural?*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	195	95,59%					
No	9	4,41%					
Total	204	100%					

Figura 20. Gráficas pastel y barras sobre la pregunta 7.

La respuesta evidencia con un alto porcentaje que a la mayoría de los participantes les gusta el turismo rural con un 95.59%.

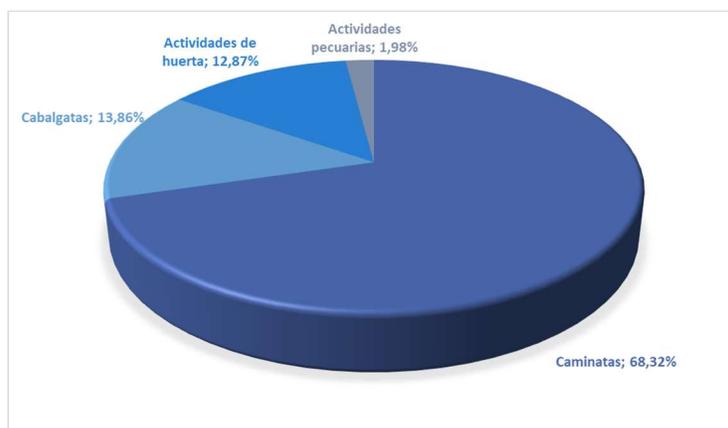
Pregunta 8: ¿Cuáles actividades le gustan del turismo rural?

- a. Caminatas
- b. Actividades pecuarias
- c. Actividades de huerta
- d. Apicultura
- e. Cabalgatas

En la figura 21, se muestra las gráficas de los resultados a la pregunta.

**Figura 21**

*Gráfica Resultado Pregunta 8 ¿Cuáles actividades le gustan del turismo rural?*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Caminatas	138	68,32%					
Actividades pecuarias	4	1,98%					
Actividades de huerta	26	12,87%					
Apicultura	6	2,97%					
Cabalgatas	28	13,86%					
<b>Total</b>	<b>202</b>	<b>100%</b>					

Figura 21. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 8. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se evidencia que a los participantes de las actividades que se realizan les gusta más son las caminatas con un 68,32%, seguido de las cabalgatas con un porcentaje de 13,86% y las actividades de huerta con un 12,87%.

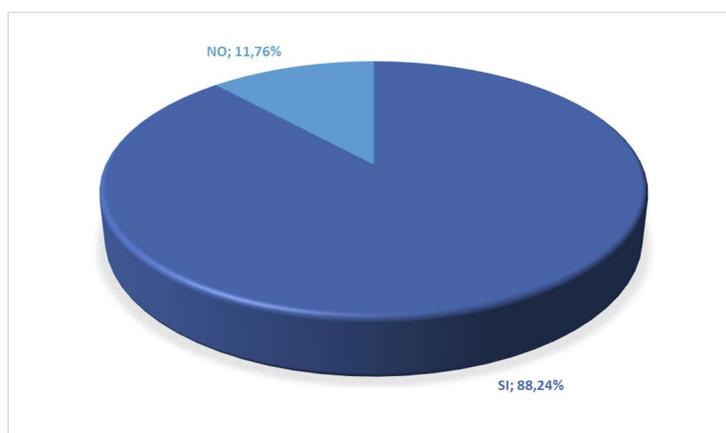
Pregunta 9: ¿Le gustaría en su excursión recibir charlas de sostenibilidad?

- a. Si
- b. No

En la figura 22, se muestra el resultado de la pregunta 9.

### Figura 22

Gráficas Pregunta 9 ¿Le gustaría en su excursión recibir charlas de sostenibilidad?



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	180	88.24%					
No	24	11.76%					
Total	204	100%					

Figura 22. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 9. Elaboración propia (2021).

La respuesta evidencia que a los participantes les gustaría recibir charlas de sostenibilidad en la excursión con un porcentaje de 88.24%.

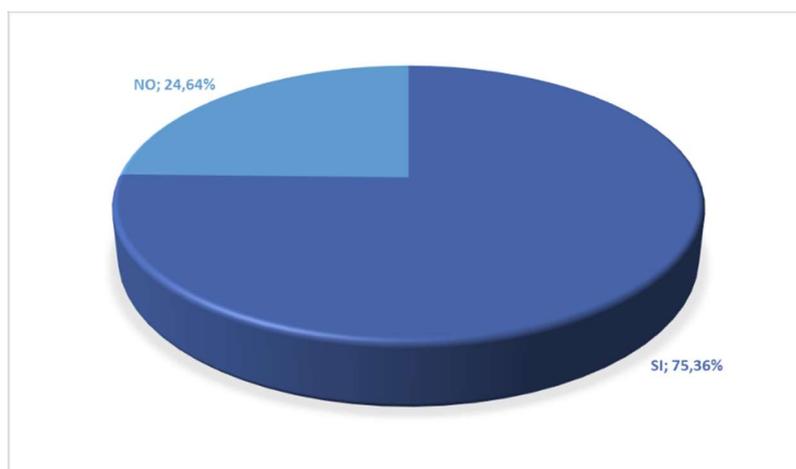
Pregunta 10: ¿Le llama la atención la apicultura?

- a. Sí
- b. No

En la figura 23, se muestran las gráficas sobre el resultado de la pregunta 10:

### Figura 23

*Gráficas Resultados Pregunta 10 ¿Le llama la atención la apicultura?*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	156	75.36%					
No	51	24.64%					
Total	207	100%					

Figura 23. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 10. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se evidencia que al 75.36% les llama la atención la apicultura.

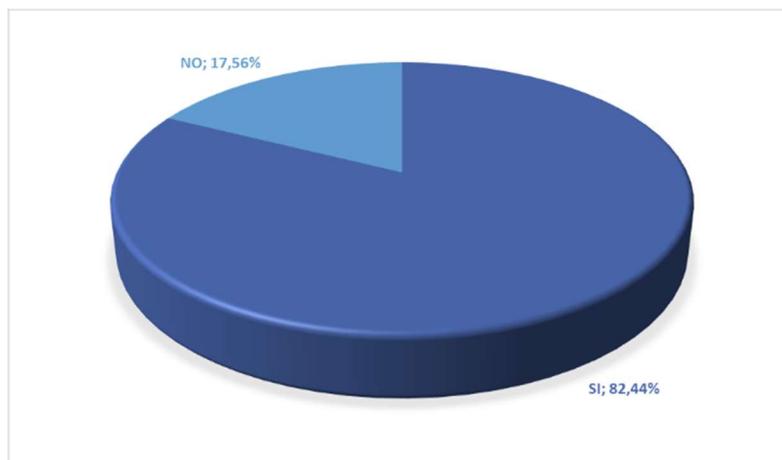
Pregunta 11: ¿Estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo en la parte rural de Bogotá?

- a. Sí
- b. No

En la figura 24, se muestra el resultado a la pregunta 10.

## Figura 24

*Gráficas Resultado Pregunta 11 ¿Estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo en la parte rural de Bogotá?*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Sí	169	82.44%					
No	36	17.56%					
Total	205	100%					

Figura 24. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 11. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se encontró que las personas están dispuestas a pagar un paquete de turismo rural en la zona sur oriente de Bogotá con un porcentaje alto de 82.44%.

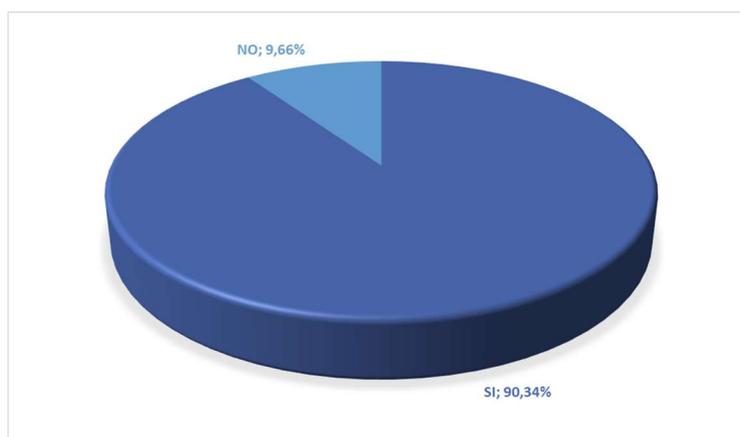
Pregunta 12: ¿Le interesa el agroturismo?

- a. Sí
- b. No

En la figura 25, se muestra las gráficas del resultado a la pregunta 12.

## Figura 25

Gráficas Resultado Pregunta 12 ¿Le interesa el agroturismo?



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	187	90.34%					
No	20	9.66%					
Total	207	100%					

Figura 25. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 12. Elaboración propia (2021).

La respuesta evidencia que al 90.34% de los participantes les interesa el agroturismo.

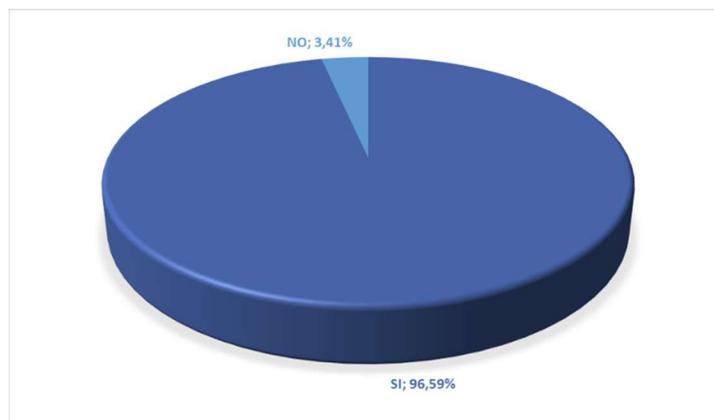
Pregunta 13: ¿Estaría dispuesto a consumir y/o a comprar productos orgánicos?

- a. Sí
- b. No

En la figura 26, se muestra las gráficas del resultado a la pregunta 13.

## Figura 26

Gráficas Resultado Pregunta 13 ¿Estaría dispuesto a consumir y/o a comprar productos orgánicos?



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	198	96,59%					
No	7	3,41%					
Total	205	100%					

Figura 26. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 13. Elaboración (2021).

La respuesta nos indica que la mayoría de las participantes están dispuestos a comprar/consumir productos orgánicos con un porcentaje de 96.59%.

Pregunta 14: ¿Cuándo realiza viajes de turismo de naturaleza le gusta incluir un menú?

- a. Vegetariano
- b. saludable
- c. Proteína animal y carbohidratos estándar
- d. Típica de la región
- e. No le gusta incluir los alimentos en el paquete

En la figura 27, se muestra las gráficas del resultado a la pregunta 14.

### Figura 27

Gráficas Resultado Pregunta 14 ¿Cuándo realiza viajes de turismo de naturaleza le gusta incluir un menú?



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Vegetariano	4	1.98%					
Saludable	62	30.69%					
Proteína animal y carbohidratos	33	16.34%					
Típico de la región	98	48.51%					
No le gusta incluir menú en su excursión	5	2.48%					
Total	202	100%					

Figura 27. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 14. Elaboración propia (2021).

En la respuesta se evidencia que el 48.51% de los participantes les gusta incluir en su excursión un menú típico de la región.

Pregunta 15: ¿Por qué medio realiza consultas de sitios turísticos?

- Páginas web
- redes sociales
- Agencia de viajes
- otros

En la figura 28, se muestran las gráficas de resultado a la pregunta 15.

## Figura 28

Gráficas Resultado Pregunta 15, ¿Por qué medio realiza consultas de sitios turísticos?

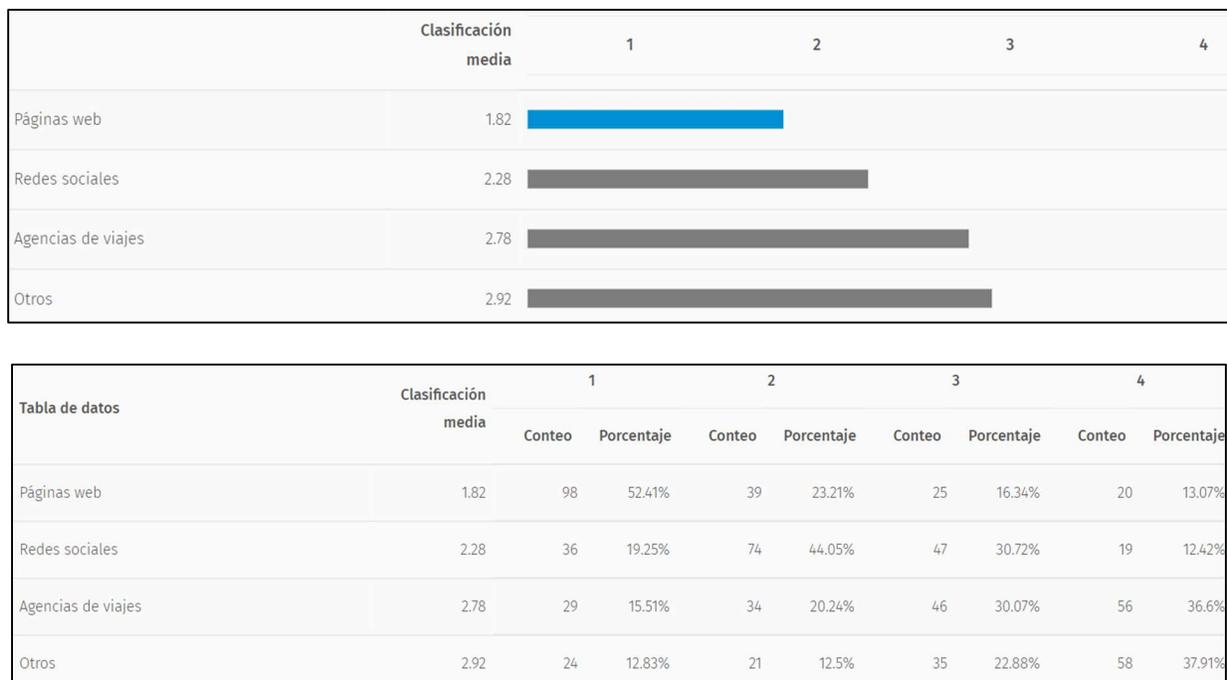


Figura 28. Gráficas barras resultado de la pregunta 15. Elaboración propia (2021).

La respuesta evidencia que el medio de consulta más utilizado por los participantes con un porcentaje de 52.41% es la web, seguido por las redes sociales con un porcentaje de 19.25%.

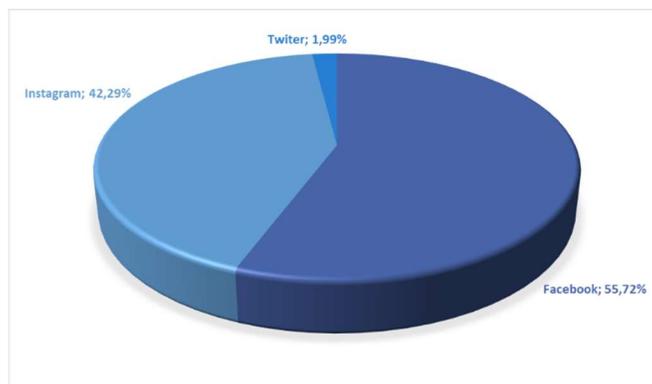
Pregunta 16: ¿En cuál red social le gustaría encontrar información de la Finca San Luis Granja ecoturística, terapéutica y ambiental?

- a. Instagram
- b. Facebook
- c. Twitter

En la figura 29, se muestra el resultado a la pregunta 16.

## Figura 29

*Gráficas Resultado Pregunta 16 ¿En cuál red social le gustaría encontrar información de la Finca San Luis Granja ecoturística, terapéutica y ambiental?*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Instagram	85	42.29%	<div style="width: 42.29%;"></div>				
Facebook	112	55.72%	<div style="width: 55.72%;"></div>				
Twitter	4	1.99%	<div style="width: 1.99%;"></div>				
Total	201	100%					

Figura 29. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 16. Elaboración propia (2021).

Se evidencia en la respuesta que la red social Facebook es la red social favorita para encontrar información de la Finca San Luis granja ecoturística, terapéutica y ambiental con un porcentaje de 55.72%.

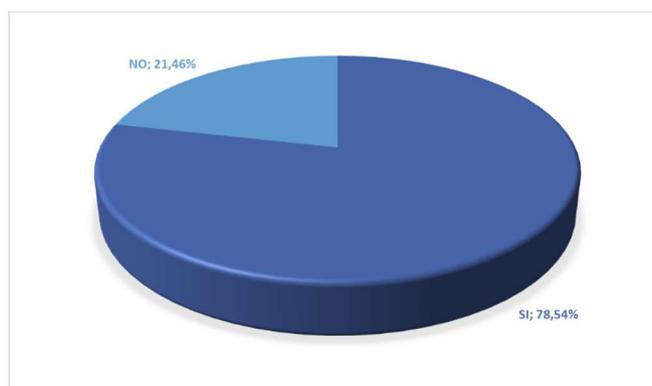
Pregunta 17: ¿Estaría dispuesto a apoyar un proyecto turístico, comprando un paquete turístico para visitar una finca turística en la zona la localidad de Ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá?

- a. Si
- b. No

En la figura 30, se muestra el resultado a la pregunta 17.

### Figura 30

*Gráficas Resultado Pregunta 17 ¿Estaría dispuesto a apoyar un proyecto turístico, comprando un paquete turístico para visitar una finca turística en la zona la localidad de Ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá?*



Responder	Conteo	Porcentaje	20%	40%	60%	80%	100%
Si	161	78.54%	<div style="width: 78.54%; height: 10px; background-color: #0070C0;"></div>				
No	44	21.46%	<div style="width: 21.46%; height: 10px; background-color: #666666;"></div>				
Total	205	100%					

Figura 30. Gráficas pastel y barras resultado de la pregunta 17. Elaboración propia (2021).

La respuesta evidencia que el 78.64% de los participantes están dispuesto a comprar un paquete turístico para visitar una finca turística en la zona de la localidad de Ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá.

Luego de tabular los resultados de la encuesta, se pueden evidenciar algunos hallazgos encontrados por medio de la ejecución de este instrumento de investigación y que a partir de esto, se puede determinar que la mayoría de personas encuestadas son de la zona de Cundinamarca y principalmente la ciudad de Bogotá D.C., lo que significa que el cliente potencial está ubicado en las zonas cercanas a la finca, sin embargo, hubo un interés relativamente bajo de personas de otra nacionalidad lo que puede demostrar un grado de interés y gusto por el turismo rural que puede ayudar a determinar un futuro mercado potencial a trabajar.

La edad promedio a quienes más les llama la atención el turismo rural está entre los 15 a 60 años, los cuales en su mayoría viajan en familia y en pareja, lo que indica que este tipo de turismo es atractivo para todo tipo de turista que escoja viajar en grupo familiar o pareja. Con respecto al presupuesto que están dispuestos a invertir oscila entre \$100.000 a \$300.000 mil pesos colombianos por persona lo cual es un buen indicador para la creación del portafolio de servicios. Por otra parte, la mayoría de los encuestados manifestó gusto por actividades que se desarrollan en la finca como apicultura, caminatas, actividades de sostenibilidad, consumo de productos orgánicos y platos típicos de la región, la mayoría estaría dispuesto a pagar un paquete de turismo rural y apoyar el proyecto de la finca y finalmente su fuente de consulta es la red social de Facebook por lo tanto se diseñará la página de la finca en esta red social para así apoyar la estrategia de marketing digital.

### **7. Capítulo III, Estrategia de Marketing Digital**

De acuerdo, con los resultados obtenidos en la encuesta en la que se perfiló e identificó las necesidades de las turistas evidenciadas en el capítulo II, a continuación, se proponen las siguientes estrategias:

## **7.1 Creación de Portafolio de Productos y Servicios Turísticos**

Para el desarrollo de esta estrategia se desarrollarán los contenidos de los productos y servicios turísticos, a partir de elaboración propia basándose en la norma técnica sectorial NTS AV04 publicada por MinCIT (2003), que establece los requisitos para el diseño de los paquetes turísticos a nivel nacional e internacional.

Nota: Se debe tener en cuenta que el contenido del portafolio de productos turísticos fue escrito en primera persona, teniendo en cuenta que serán los mismos que se publicarán en la estrategia de marketing digital.

### ***7.1.1 Aventuras en la granja***

En esta excursión encontrarán variedad de actividades en un solo lugar como charlas de sostenibilidad ambiental, aprender hacer tú huerta con productos orgánicos, una caminata por un sendero ecológico donde encontrarás gran variedad de plantas y flores y petroglifos ancestrales, también disfrutar de un encuentro espiritual con la madre tierra en donde podrás adoptar y sembrar un árbol y así contribuir a la sanación del medio ambiente el cual nos necesita. Y al final disfrutar de un delicioso almuerzo típico de la región.

Precio \$ 103.000 por persona

Duración 7 horas

Incluye: Almuerzo típico de la región, merienda campesina, seguro de viaje, entrada a la finca. No incluye: Transporte, productos, el almuerzo y la merienda no incluyen bebidas alcohólicas. Recomendaciones: Llevar ropa abrigada, calzado cómodo, bloqueador y bebida hidratante.

Nota: Algunas actividades como el senderismo no son aptas para personas con discapacidad o movilidad reducida. Los precios están sujetos a cambios. Al realizar la reserva informar si es alérgico a alguna comida. El almuerzo no incluye bebidas alcohólicas.

Itinerario:

8:00 Ingreso a la finca y bienvenida.

8:15 Recorrido por la zona del camping en donde se realizará una demostración de cómo funciona el baño seco, su composición y ahorro de agua y los implementos que se utilizan.

8:45 Recorrido por el aula ambiental en donde se realizará una charla apicultura, en donde se podrán apreciar unas pequeñas colmenas, aprender de la importancia de las abejas y comprar los productos orgánicos elaborados que provienen de las abejas como la miel, el polen y propóleo.

10:00 Continuaremos el recorrido hacia el parque infantil elaborado de materiales reciclables en donde se recibirán una charla de sostenibilidad y apreciar unas artesanías elaboradas de material reciclable mientras disfrutan de la merienda campesina.

11:00 Entraremos a la huerta en donde realizarán una actividad de cultivo orgánico y responsable, en donde aprenderá a hacer una huerta en su casa.

13:00 Disfrutaremos de un delicioso almuerzo típico.

14:00 Empezaremos el recorrido por el sendero ecológico en donde podremos apreciar gran variedad de plantas.

15:00 Nos dirigiremos hacia el sendero ancestral en donde podremos apreciar los antiguos petroglifos y le podremos dar gracias a la madre tierra y pedir un deseo.

15: 45 Nos dirigiremos hacia el mirador en donde disfrutaremos una hermosa panorámica de la ciudad de Bogotá y su zona rural.

16:00 Fin del recorrido

### **7.1.2 Mi primera huerta**

En esta excursión aprenderás hacer una huerta orgánica la cual hoy en día es tan importante para nuestra salud ya que es libre de agroquímicos, deleitándote de los deliciosos aromas de las aromáticas, el hermoso color de las hortalizas mientras participas en la siembra y recolección de estas, y aprendiendo como realizar una pequeña huerta en tu casa. Al finalizar disfrutaras de una merienda campesina.

Precio \$ 50.000 por persona

Duración 4 hora

Incluye: merienda campesina, seguro de viaje, entrada a la finca, kit mi primera huerta.

No incluye: Transporte, productos, la merienda no incluye bebidas alcohólicas

Recomendaciones: Llevar ropa abrigada, calzado cómodo, gorra, bloqueador y bebida hidratante. Llevar muda de ropa para las actividades dentro de la huerta.

Nota: Los precios están sujetos a cambios. Esta actividad es apta para personas con discapacidad o movilidad reducida.

Itinerario

8:00 Ingreso a la finca y bienvenida y cambio de ropa

8:30 Charla acerca del cultivo orgánico y sus beneficios para la salud y el medio ambiente.

9:30 Merienda

10:15 Actividades en la huerta.

11:00 Aprendiendo a hacer mi primera huerta en casa

12 :00 Fin

### ***7.1.3 Tour el arte del reciclaje***

En esta excursión tendrás un recorrido por la finca en donde encontrarás gran variedad de objetos elaborados con material reciclable y finalizarás con un curso en donde aprenderás a elaborar artesanías con material reciclable en donde te divertirás y disfrutarás de la famosa merienda campesina. Al finalizar disfrutaras de un delicioso almuerzo típico de la región al aire libre.

Precio \$ 58.000 por persona

Duración: 4 horas

Incluye: merienda campesina, seguro de viaje, entrada a la finca, materiales. No incluye: Transporte, productos, la merienda no incluye bebidas alcohólicas, almuerzo

Recomendaciones: Llevar ropa abrigada, calzado cómodo.

Nota: Los precios están sujetos a cambios.

Itinerario

8:00 Ingreso a la finca y bienvenida

8:30 Teoría acerca elaboración de artesanías y como oportunidad de negocio y beneficios al medio ambiente.

9:30 Merienda

10:15 Actividades de artesanías

12 :00 Fin

### **7.1.4 Servicios**

**7.1.4.1 Taller y tour de las abejas y sus colmenas:** Envuélvete en el maravilloso mundo de la apicultura en donde tendrás un recorrido por las colmenas y aprenderás de este importante valor ecológico para el mundo por su importante labor en el ecosistema. En este tour tendrás una experiencia inolvidable en donde aprenderás todo el proceso de la producción de la miel disfrutando de una vivencia rural que hace parte de una tradición en el campo.

Precio \$ 280.000 por persona

Duración: Total 15 Horas / 2 días

Incluye: merienda campesina, almuerzo típico, seguro de viaje, traje especial, libreta de apuntes y esfero. No incluye: Transporte, productos, la merienda y el almuerzo no incluye bebidas alcohólicas

Recomendaciones: Llevar ropa abrigada, calzado cómodo, gorra, bloqueador y bebida hidratante. Informar si es alérgico a las picaduras. Informar si es alérgico a alguna comida

Nota: Los precios están sujetos a cambios. Está actividad no es apta para personas con discapacidad o movilidad reducida

**7.1.4.2 Camping:** Si lo que te encanta es aventurar te ofrecemos servicio de camping para pasar la noche disfrutando del contacto con la naturaleza.

Incluye: servicio de baño y cocina

No incluye la leña, precio por paquete es de \$5.000

Precio persona noche: \$12.000

Entrada 5PM Salida 7PM

**7.1.4.3 Alquiler para eventos:** Ofrecemos espacios para eventos al aire libre.

Precio: \$400.000

Incluye: fogata, aromática y utensilios de cocina.

Horario: 8am a 4pm

Capacidad Max: 50 personas

**7.1.5 Nuestros Productos:** se ofrecen gran variedad de productos orgánicos saludables producidos por las abejas y artesanías elaboradas con material reciclable.

En la tabla 3 se muestran la descripción y precios de los productos ofrecidos:

**Tabla 3**

*Tabla Productos*

Descripción	Cantidad	Precio
Miel de abejas	750 ml	\$ 45.000
Miel de abejas	250 ml	\$ 15.000
Propóleo	250 ml	\$ 15.000
Polen	150 grs	\$ 15.000
Vestido material reciclable	Unidad	\$ 200.000
Mochilas material reciclable	Unidad	\$ 60.000
Almuerzo	Unidad	\$ 25.000
Merienda campesina	Unidad	\$ 7.000

Tabla 3. Descripción y precios de los productos ofrecidos. Elaboración propia (2021).

### **7.1.6 Cálculo precio paquetes turísticos**

Para el cálculo del precio de los paquetes turísticos se dio alcance al video publicado en YouTube “cálculo del precio del paquete turístico de Mora, 2016”. Teniendo en cuenta que para que se realice la excursión debe completar un mínimo de 6 personas y por efectos de la pandemia el máximo es de 30 personas.

En la tabla 4, se muestra el cálculo para el paquete “Aventuras en la Granja”.

**Tabla 4**

*Cálculo Precio Paquete Aventuras en la Granja*

<b>AVENTURAS EN LA GRANJA</b>				
Número de personas	6	10	20	30
Guía	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 60.000
<b>Valores por persona</b>				
Costo del guía	\$ 10.000	\$ 6.000	\$ 3.000	\$ 2.000
Almuerzo	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000	\$ 25.000
Merienda	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
Entrada al atractivo	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Seguro de viaje	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
Materiales	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ 8.000
Margen de imprevistos	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Costo total x persona</b>	<b>\$ 68.000</b>	<b>\$ 64.000</b>	<b>\$ 61.000</b>	<b>\$ 60.000</b>
Margen de ganancia	35%	35%	35%	35%
<b>Valor al público</b>	<b>\$104.615</b>	<b>\$ 98.462</b>	<b>\$ 93.846</b>	<b>\$ 92.308</b>
Utilidad por persona	\$ 36.615	\$ 34.462	\$ 32.846	\$ 32.308
Utilidad total	\$219.692	\$ 344.615	\$656.923	\$ 969.231
	\$	\$	\$	\$
IVA	-	-	-	-
<b>Precio de venta</b>	<b>\$103.000</b>	<b>\$ 97.000</b>	<b>\$ 94.000</b>	<b>\$ 92.000</b>

Tabla 4. Cálculo precio por persona paquete turístico. Elaboración propia (2021).

En la tabla 5, se detalla el cálculo del precio del paquete “Mi primera huerta

**Tabla 5***Cálculo Precio Paquete Mi Primera Huerta*

	<b>MI PRIMERA HUERTA</b>			
Número de personas	6	10	20	30
Guía	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
<b>Valores por persona</b>				
Costo del guía	\$ 5.000	\$ 3.000	\$ 1.500	\$ 1.000
Almuerzo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Merienda	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
Entrada al atractivo	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500
Seguro de viaje	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
Materiales	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000
Margen de Imprevistos	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Costo total x persona</b>	<b>\$ 32.500</b>	<b>\$ 30.500</b>	<b>\$ 29.000</b>	<b>\$ 28.500</b>
Margen de ganancia	35%	35%	35%	35%
Valor al público	\$ 50.000	\$ 46.923	\$ 44.615	\$ 43.846
Utilidad por persona	\$ 17.500	\$ 16.423	\$ 15.615	\$ 15.346
Utilidad total	\$ 105.000	\$ 164.231	\$ 312.308	\$ 460.385
Iva	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 50.000</b>	<b>\$ 47.000</b>	<b>\$ 45.000</b>	<b>\$ 44.000</b>

Tabla 5. Cálculo precio por persona paquete turístico. Elaboración propia (2021).

En la tabla 6, se detalla el cálculo del precio por persona del paquete “Tour el arte del reciclaje”:

**Tabla 6**

*Cálculo Precio Paquete Tour el Arte del Reciclaje*

<b>TOUR EL ARTE DEL RECICLAJE</b>				
Número de personas	6	10	20	30
Guía	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000
<b>Valor por persona</b>				
Costo del guía	\$ 5.000	\$ 3.000	\$ 1.500	\$ 1.000
Almuerzo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Merienda	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000	\$ 7.000
Entrada al atractivo	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500	\$ 2.500
Materiales	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000	\$ 15.000
Seguro de viaje	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000	\$ 5.000
Margen de imprevistos	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
<b>Costo total x persona</b>	<b>\$ 37.500</b>	<b>\$ 35.500</b>	<b>\$ 34.000</b>	<b>\$ 33.500</b>
Margen de ganancia	35%	35%	35%	35%
Valor al público	\$ 57.692	\$ 54.615	\$ 52.308	\$ 51.538
Utilidad por persona	\$ 20.192	\$ 19.115	\$ 18.308	\$ 18.038
Utilidad total	\$ 121.154	\$ 191.154	\$ 366.154	\$ 541.154
IVA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Precio de venta</b>	<b>\$ 58.000</b>	<b>\$ 55.000</b>	<b>\$ 53.000</b>	<b>\$ 52.000</b>

Tabla 6. Cálculo precio por persona a partir de 6 personas hasta 30.

### **7.1.7 Brochure Publicitario**

Como parte del diseño del brochure del portafolio de productos y servicios turísticos, es necesario crear un logo de la finca San Luis granja ecoturística, terapéutica y ambiental, el cual fue diseñado con el programa Illustrator. En la figura 31, se observa el logo diseñado:

#### **Figura 31**

*Logo Finca San Luis*



Figura 31. Diseño logo finca San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental. Elaboración propia (2021).

Después se elabora un brochure publicitario en el programa de presentación power point que en su estructura incluirá el portafolio de productos y servicios turísticos adicionando un código QR realizado en el programa qr-code generator que enrutará al turista a la página de Facebook como parte de la estrategia de comunicación y divulgación, la cual será digital y en redes sociales.

En la figura 32, se indica el código QR que se entregará:

**Figura 32**

*Código QR Facebook Finca San Luis*



Figura 32. Código QR original que enrutara al interesado a la página de Facebook. Elaboración propia (2021).

Finalmente se elabora el brochure digital del portafolio de productos y servicios turísticos el cual se encontrará por medio del siguiente QR ya que es un archivo grande. En la figura 33, se encontrará el código QR que enrutará al interesado hacía el brochure digital de la finca San Luis:

**Figura 33**

*Código QR Brochure Digital*



Figura 33. Código QR para abrir digitalmente el brochure de la finca San Luis.

## 7.2 Marketing Social Media

Implementación de la estrategia de marketing digital utilizando social media y que de acuerdo con el resultado de la encuesta se desarrolló en la página de la red social Facebook. En este mismo capítulo se elaboró una página de Facebook en donde se publicó información promocional de la finca San Luis, en la que se incluyó la ubicación, el propósito de la finca, los contactos, paquetes turísticos que ofrece, actividades que se realizan y galería de fotos. En las figuras 34, 35 y 36 se pueden observar imágenes fotográficas de la página de Facebook diseñada para la finca San Luis para la promoción, comunicación y divulgación de sus productos y servicios:

<https://www.facebook.com/San-Luis-Granja-Ecotur%C3%ADstica-Terape%C3%BAtica-y-Ambiental-112936370887315/>.

### Figura 34

*Imagen 1 Página Facebook*

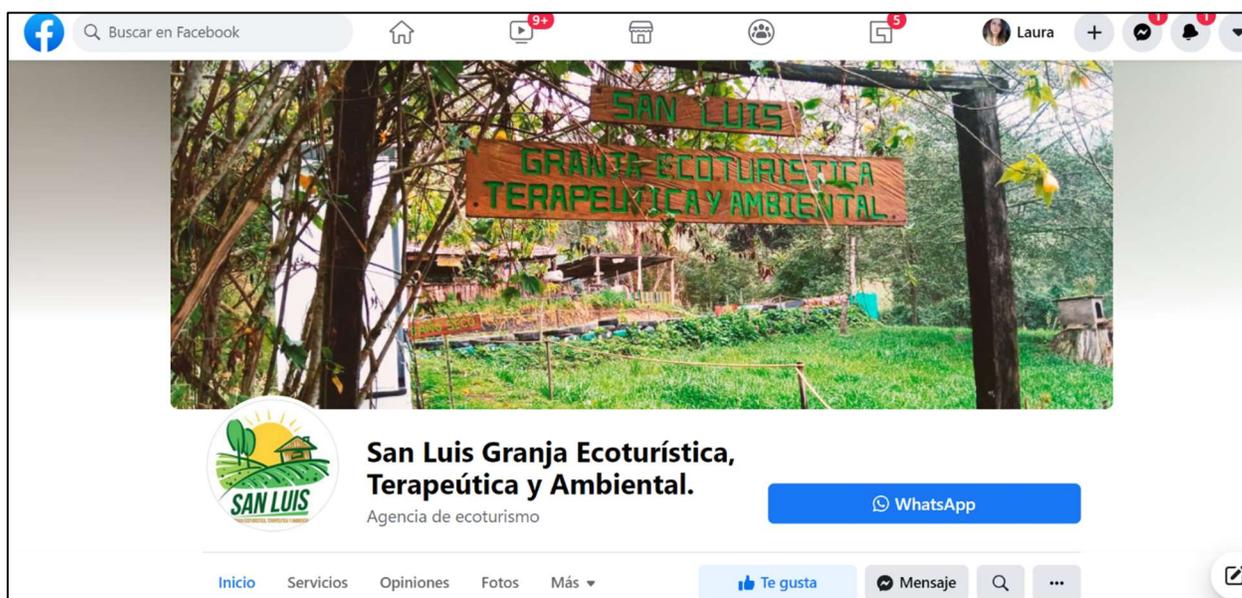


Figura 34. Imagen página Facebook. Elaboración propia (2021)

Figura 35

Imagen 2 Página Facebook



Figura 36. Imagen 2 página de Facebook finca San Luis. Elaboración propia (2021).

Figura 36

Imagen 3 Página Facebook

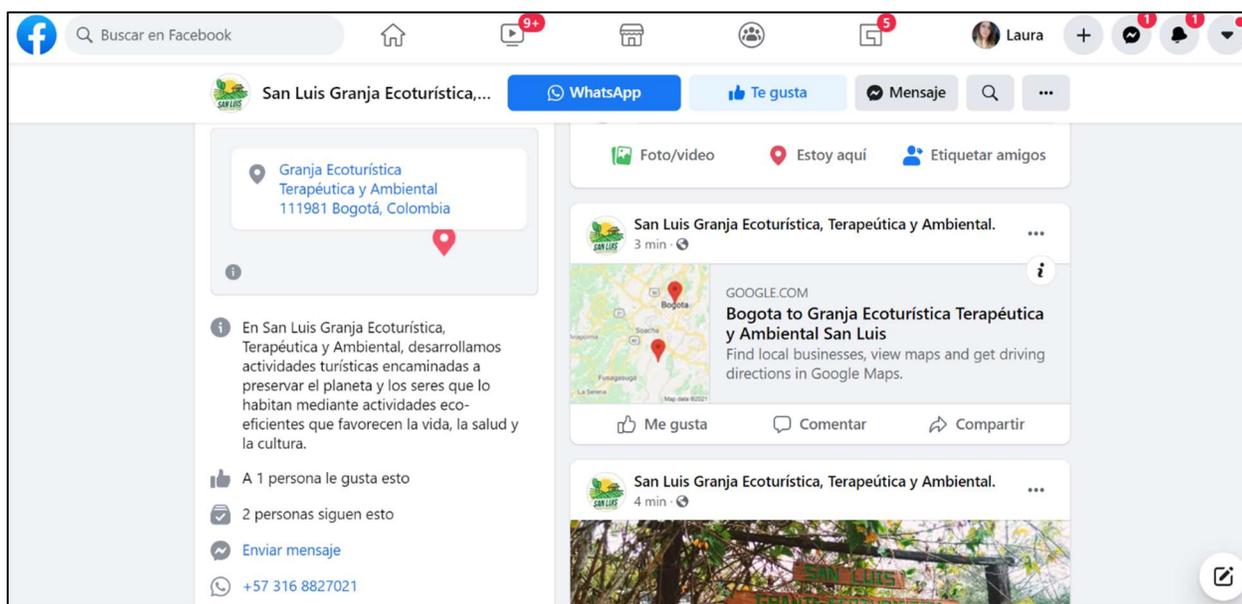


Figura 36. Imagen 3 de la página de Facebook de la finca San Luis. Elaboración propia en la red social Facebook (2021)

En la página de Facebook se publicó un video realizado en la finca subido en el sitio web YouTube, elaborado con la colaboración de Juan David Bernal you tuber junior (2021) invitando a las personas a visitar la finca.

<https://www.youtube.com/watch?v=mnPfspsNLEU&t=11s>.

## 8. Conclusiones

A partir de la presente investigación, a la finca San Luis y a su propietario se le va a transferir conocimiento práctico y especializado, teniendo en cuenta que recibirá como parte de los entregables el inventario de atractivos turísticos aplicado a su negocio, así mismo el portafolio de productos turísticos que estará enunciado en el presente documento, en el brochure publicitario y como parte del contenido de la página de Facebook, herramientas con las cuales no contaba. Este conocimiento servirá como base para futuras investigaciones y para el ejercicio de toma de decisiones y análisis de su propósito de negocio a partir de herramientas de planificación turística.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, el turismo rural está presentando un potencial interesante en cuanto a la demanda de servicios turísticos por su accesibilidad en las cercanías a la capital, ya que los turistas residentes en Bogotá D.C. muestran un interés significativo y por tanto es una gran oportunidad para la proyección de crecimiento para la finca San Luis Granja Ecoturística, Terapéutica y Ambiental, lo que propone retos de mejora continua para presentar productos y experiencias que seduzcan el mercado bogotano.

Por otra parte, el público encuestado sugiere que Facebook es la red social en donde más consultan y obtienen información digital relacionada con experiencias turísticas y sitios de su interés, que son lanzados por redes de amigos o como parte del aparato publicitario inmerso en la red. Teniendo en cuenta el resultado y que la red social Facebook es la más popular y utilizada en el planeta teniendo en cuenta los más de 2000 millones de usuarios inscritos (Aldaz, 2019 citado de Statista, 2018), se decidió implementar la página de promoción en esta herramienta, cuyo entregable será entregado al señor Luis Ramírez, la cual permitirá entre otros el acceso a través de código QR, para que a través de esta desarrolle su estrategia de promoción,

comunicación y divulgación, lo que al mismo tiempo le permitirá reducir costos de operación con respecto al mantenimiento de su página anterior. Adicionalmente a través del diseño de un brochure publicitario que podrá imprimir en físico o digitalmente podrá contar con otra herramienta publicitaria que le permitirá divulgar los productos turísticos que ofrece.

Por otra parte, una de las conclusiones de la presente investigación tiene que ver con la inclusión por medio de capacitaciones administrativas y comerciales de las comunidades para el desarrollo del turismo rural y comunitario, teniendo en cuenta que su participación es de vital importancia para la estructuración de un turismo sostenible en los territorios rurales, lo que constituye un factor importante para el desarrollo ambiental, social, cultural, y económico que le aportará a la comunidad en la construcción de tejido y capital social.

En los aspectos relacionados con la relación con el estado se requiere que el gobierno brinde apoyo para capacitaciones, tratando de propender por programas de educación formal al cual tengan acceso las comunidades emprendedoras que aportan al desarrollo social, económico, cultural y ambiental del país. El pequeño emprendedor carece de apoyo económico para poder explotar este potencial que tiene y sobre todo en la coyuntura actual de pandemia en donde sus ingresos decrecieron dramáticamente; se requiere de iniciativas que soporten a los pequeños emprendedores.

## 9. Recomendaciones

Como parte de los hallazgos encontrados durante la investigación es importante resaltar las siguientes recomendaciones:

Realizar una medición y actualización periódica de la herramienta Facebook ya que la dinámica del marketing digital requiere que los interesados reciban información de interés en línea. Así mismo el emprendedor deberá adaptarse rápidamente a los cambios que el marketing digital presenta en su evolución, así como también a los cambios que el mercado demande.

Implementar las innovaciones sugeridas en el portafolio de productos turísticos y medir los resultados a partir de dicha implementación buscando obtener beneficios reales en el desempeño del negocio o realizar cambios, mejoras para impulsar mejores experiencias de viaje.

Hacer mantenimiento a la información contenida en el inventario turístico de acuerdo con las recomendaciones de las organizaciones que promueven el turismo. Por otra parte, realizar el mantenimiento de la información del portafolio de productos turísticos y dar continuidad a las mejoras que se puedan alcanzar en cada uno de ellos.

Se recomienda la implementación de un paquete turístico que incluya cabalgata, teniendo en cuenta los resultados de la encuesta en la que el turista disfruta de los paseos montando a caballo.

Se recomienda que el propietario de la finca busque ayuda de personas profesionales que le puedan aportar una galería de fotos y videos de las actividades turísticas y de las instalaciones de la finca, ya que esto es un buen material para optimizar la estrategia de marketing digital en las redes sociales.

Se evidencia un gran potencial terapéutico con la colmena y se recomienda realizar estudios de viabilidad y buscar aliados estratégicos para la implementación de terapias alternativas para la salud, en la granja.

### Referencias Bibliográficas

- Acerenza, M.A. (1984): *Administración del Turismo-vol. 1. Conceptualización y organización*. México, Trillas, (3ra. reimpresión, 1994).
- Agudelo G., Aigner M., & Ruiz Restrepo J. (2010). Experimental y no- experimental. *La Sociología en sus escenarios*, (18).  
<https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/view/6545>.
- Alcaldía de Bogotá. (2020). *Habitantes de zonas rurales de Bogotá cuidan sus territorios*.  
Alcaldía de Bogotá.  
<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/ambiente/educacion-ambiental-en-zonas-rurales-de-bogota>.
- Aldaz Osorio, J. J. (2019). *Análisis del engagement en la red social Facebook en Instituciones de Educación Superior en Colombia* (Master's thesis, Universidad de La Sabana).  
Intellectum Universidad de la Sabana.  
<https://intellectum.unisabana.edu.co/handle/10818/38520>.
- Aranda, C.Y. y Cortés J. A. (2017). Inventario y priorización de recursos específicos para la gestión activa del turismo rural: estudio de caso del corregimiento de Palomino, Dibulla (Colombia). *Ambiente y Desarrollo*, 21(40), 93-109.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6108898>.
- Brouder, P. (2020) Reset redux: possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world, *Tourism Geographies*, 22:3, 484-490, DOI: 10.1080/14616688.2020.1760928.  
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14616688.2020.1760928>.

Burgos, R.D., & Cardona C. (2015). Turismo comunitario, como estrategia para el empoderamiento comunitario en las localidades de Ciudad Bolívar, Usme y Sumapaz, zona rural. Bogotá DC. *Teoría y praxis investigativa*, 9(2), 94-114.

<https://revia.areandina.edu.co/index.php/Pp/article/view/418>.

Creswell, J. (2012). Educational research. *Planning, conducting and evaluating quantitative and qualitative research*. (4ª ed.) Pearson.

Cundinamarca, (2019, junio 13) *Primer Foro regional “Oportunidades para el desarrollo del Turismo Rural y Comunitario”*. Primer Foro Regional Cundinamarca Colombia.

[http://beneficiaciocundinamarca.gov.co/Search/Search%20Center!/ut/p/z1/pVTbkqIwEP0V98FHTMD7vCnjetkRt0at0bxQEQJmFxmBB3n67dRvFW5jltLURR0n9PpPpwEEbRARNAND6nmUtAlvpek4eKrq4O7r1a3inG\\_UUNvdwETCxFIV1steMfmCPdHz7jT\\_zFoTqp9jO3b\\_MtKj\\_HvAMj\\_9N-4xb9qb\\_QVABS01Ngeh4gkVK8NLgKJFkKqGDTecJ\\_6aNHvTWfDieN2e07v-9DuOfaw41rYtCpJoosl7owIS\\_Bf7--kg4gnhWYfGi0SxURKy5imIY2Y4tRnQmrucZrmwZiJ7JRQzFsD1LsIHrFFUmRsQ9ES\\_tGqeG5nAExrpzSYzZ2BO2yaaIgL-Sd27KPfNHrs\\_acgquN2u-14LGy2vXjNqgR8YtLEyjSZtNq0abZiUYVDPwnlZewZjlvF5rv6xfedirjGMUCSeT3NdBI\\_YIuns54Lq-56GaGmClchdz-SWfsAUYSRXh\\_3TEatqC\\_6-YgEsqiqZgvBa6yR9KuMy3m63lVDKMGIVT8Zlfluylin80mtkjsurnIrwVXyoEEmdgRgpo8pbI\\_KeMbXLDcFjpkqBVLKkWLjf3iWflXSmeBrLElAzwTVVXD5cOpIeyIoWTBT-e-Os-KryRejJhQ999ZQKcBSRS9DfNwpCl-aHTE3QVsWvInnYdkZnymJ27XWhH-ufsF6cBlh9oiW-WeIALWqHIYXobWEw9HdQ9joGW\\_yIzsHZ5M0k8n88Xny-Dz5fAceobx\\_gdjHV9tatGmzhuVc9359sfWf-](http://beneficiaciocundinamarca.gov.co/Search/Search%20Center!/ut/p/z1/pVTbkqIwEP0V98FHTMD7vCnjetkRt0at0bxQEQJmFxmBB3n67dRvFW5jltLURR0n9PpPpwEEbRARNAND6nmUtAlvpek4eKrq4O7r1a3inG_UUNvdwETCxFIV1steMfmCPdHz7jT_zFoTqp9jO3b_MtKj_HvAMj_9N-4xb9qb_QVABS01Ngeh4gkVK8NLgKJFkKqGDTecJ_6aNHvTWfDieN2e07v-9DuOfaw41rYtCpJoosl7owIS_Bf7--kg4gnhWYfGi0SxURKy5imIY2Y4tRnQmrucZrmwZiJ7JRQzFsD1LsIHrFFUmRsQ9ES_tGqeG5nAExrpzSYzZ2BO2yaaIgL-Sd27KPfNHrs_acgquN2u-14LGy2vXjNqgR8YtLEyjSZtNq0abZiUYVDPwnlZewZjlvF5rv6xfedirjGMUCSeT3NdBI_YIuns54Lq-56GaGmClchdz-SWfsAUYSRXh_3TEatqC_6-YgEsqiqZgvBa6yR9KuMy3m63lVDKMGIVT8Zlfluylin80mtkjsurnIrwVXyoEEmdgRgpo8pbI_KeMbXLDcFjpkqBVLKkWLjf3iWflXSmeBrLElAzwTVVXD5cOpIeyIoWTBT-e-Os-KryRejJhQ999ZQKcBSRS9DfNwpCl-aHTE3QVsWvInnYdkZnymJ27XWhH-ufsF6cBlh9oiW-WeIALWqHIYXobWEw9HdQ9joGW_yIzsHZ5M0k8n88Xny-Dz5fAceobx_gdjHV9tatGmzhuVc9359sfWf-)

[jJg!!/?urile=wcm:path%3A%2FPRENSA%2FasGaleriadeNoticias%2FasNoticiasPrensa%2FFORO%2BOPORTUNIDADES%2BPARA%2BEL%2BDESARROLLO%2BDEL%2BTURISMO%2BRURAL%2BY%2BCOMUNITARIO.](#)

Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547-1568.

[https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2016.1150257.](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2016.1150257)

Domínguez Gómez, J. A. & Lennartz, T. (2015). Turismo rural y expansión urbanística en áreas de interior: análisis socioespacial de riesgos. *Revista Internacional de Sociología*, 73 (1), 1-14.

[http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/615.](http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/615)

Fang, W. T. (2020). Rural Tourism. Fang, W.T In *Tourism in Emerging Economies* (pp. 103-129). Springer, Singapore.

[https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-981-15-2463-9.](https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-981-15-2463-9)

Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe. (2020).

*Expertos comparten los retos y desafíos del Turismo Comunitario en América Latina en la Coyuntura del COVID-19.*

Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe.

[https://www.filac.org/wp/comunicacion/filac-informa/expertos-comparten-los-retos-y-desafios-del-turismo-comunitario-en-america-latina-en-la-coyuntura-del-covid-19/.](https://www.filac.org/wp/comunicacion/filac-informa/expertos-comparten-los-retos-y-desafios-del-turismo-comunitario-en-america-latina-en-la-coyuntura-del-covid-19/)

Hernández, C. E., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Alerta, Revista científica del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75-79.

[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=Hern%C3%A1ndez%2C+C.+E.%2C+%26+Carpio%2C+N.+%282019%29.+Introducci%C3%B3n+a+los+tipos+de+muestreo.+Alerta%2C+Revista+cient%C3%ADfica+del+Instituto+Nacional+de+Salud%2C+2%281%29%2C+75-79.+&btnG=.](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Hern%C3%A1ndez%2C+C.+E.%2C+%26+Carpio%2C+N.+%282019%29.+Introducci%C3%B3n+a+los+tipos+de+muestreo.+Alerta%2C+Revista+cient%C3%ADfica+del+Instituto+Nacional+de+Salud%2C+2%281%29%2C+75-79.+&btnG=)

Hernández, S., Fernández, C., Batista P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Sexta Edición. México: McGraw-Hill.

Instituto Distrital de Turismo. (2013). *Ciudad Bolívar será nuevo Polo de Turismo Rural*.

Instituto Distrital de Turismo.

<https://bogota.gov.co/mi-ciudad/desarrollo-economico/ciudad-bolivar-sera-nuevo-polo-del-turismo-rural>.

Instituto Distrital de Turismo. (2020). *El 2020, año para reafirmar el turismo como estrategia de desarrollo rural y empoderar a las comunidades en Bogotá*.

Instituto Distrital de Turismo.

<https://www.idt.gov.co/es/article/el-2020-ano-para-reafirmar-el-turismo-como-estrategia-de-desarrollo-rural-y-empoderar-las>.

Jorge Alexander Mora Forero. (8 noviembre de 2016). Calcular el precio del paquete turístico.

(Video) You Tube. <https://www.youtube.com/watch?v=Micz1mX4P3Y>.

Juandabernal. (11 marzo de 2021). Ciudad Bolívar. (Video). You Tube.

<https://www.youtube.com/watch?v=mnPfspsNLEU&t=11s>.

Jurado, A. C. C., Domingo, A. S., & Pastor, V. J. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de turismo*, (30), 91-108.

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/160461>.

Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., García, J., y Flores, J. (2011). *Marketing turístico*.

Pearson educación. 5 edición.

[https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=Kotler%2C+P.%2C+Bowen%2C+J.+T.%2C+Makens%2C+J.+C.%2C+Garc%3%ADa%2C+J.%2C+%26+Flores%2C+J.+%282011%29.+Marketing+tur%3%ADstico.+Pearson+educaci%3%B3n.+P.+290.+&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Kotler%2C+P.%2C+Bowen%2C+J.+T.%2C+Makens%2C+J.+C.%2C+Garc%3%ADa%2C+J.%2C+%26+Flores%2C+J.+%282011%29.+Marketing+tur%3%ADstico.+Pearson+educaci%3%B3n.+P.+290.+&btnG=).

Lee, T. H., & Jan, F. H. (2019). Can community-based tourism contribute to sustainable development? Evidence from residents' perceptions of the sustainability. *Tourism Management*, 70, 368-380.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517718302115>.

Ley 1558 de 2012. Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 -Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. D.O No. 48.487 de 10 de julio de 2012.

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-de-apoyo/gestion-de-recursos-fisicos/leyes/ley-1558-de-2012-4.aspx>.

Ley 2068 del 31 de diciembre de 2020. Por el cual se modifica la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. 31 de diciembre de 2020 D.O No. 51.544.

[http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_2068\\_2020.html](http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html).

Ley general de turismo 300 de 1996. Ley General de Turismo. Reglamentada por el decreto 2590, Julio 26 de 2009.

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>.

López Estrada, R. E., & Deslauriers, J. P. (2011). La entrevista cualitativa como técnica para la investigación en Trabajo Social. *Margen* 61.p.3

<https://www.margen.org/suscri/margen61/lopez.pdf>

Ma, X. L., Dai, M. L., & Fan, D. X. (2020). Cooperation or confrontation? Exploring stakeholder relationships in rural tourism land expropriation. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1841-1859.

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09669582.2020.1762622>.

Marcela Machado, (2020, octubre 6). Cundinamarca y Bogotá lideran conversatorio con enfoque turismo rural. *Prensa Cundinamarca*.

<http://www.cundinamarca.gov.co/Home/prensa2018/asnoticiasprensa/conversatorio++con+enfoque+en+turismo+rural>.

McCracken, G. (1991). *The Long interview*. Newbury Park, Sage Publications, 5ta. Edición.

Ministerio de Industria Comercio y Turismo. (2020). *Política de turismo sostenible*.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo->

[sostenib.aspx#:~:text=implementaci%C3%B3n%20de%20estrategias%20de%20sostenibilidad,al%20PIB%20de%20los%20pa%C3%ADses](https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/documento-de-politica-politica-de-turismo-sostenib.aspx#:~:text=implementaci%C3%B3n%20de%20estrategias%20de%20sostenibilidad,al%20PIB%20de%20los%20pa%C3%ADses).

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, (2010). *Metodología para la elaboración de inventarios de atractivos turísticos.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/inventarios-turisticos/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de/metodologia-para-la-elaboracion-del-inventario-de-atractivos-2010.pdf.aspx>.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2003. *Norma técnica sectorial para diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes. NTS AV04.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales/nts-agencias-de-viajes-1/norma-tecnica-sectorial-nts-%E2%80%93-av-004/norma-tecnica-sectorial-nts-%E2%80%93-av-004.pdf.aspx>.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2017. *Criterios para la valoración de los sitios naturales. Asistencia Técnica en Planificación del Turismo. P. 87.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/eventos-y-publicaciones/publicaciones/documentos-y-publicaciones/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turist/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turistica.pdf.aspx>.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2017. *Definición y objetivos del inventario turístico.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/eventos-y-publicaciones/publicaciones/documentos-y-publicaciones/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turist/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turistica.pdf.aspx>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2017. *Estructura del Inventario. Asistencia Técnica en Planificación del Turismo. P. 67.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/eventos-y-publicaciones/publicaciones/documentos-y-publicaciones/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turist/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turistica.pdf.aspx>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2011). *Lineamientos de políticas de Turismo Comunitario.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2017). *Definición y objetivos del inventario turístico. Asistencia Técnica en Planificación del Turismo.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/eventos-y-publicaciones/publicaciones/documentos-y-publicaciones/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turist/guia-de-asistencia-tecnica-en-planificacion-turistica.pdf.aspx>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2020). *En el Día Mundial del Turismo Min comercio lanza, de la mano de Fundapanaca, un diplomado en turismo rural sostenible.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

<https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/turismo/lanzan-diplomado-en-turismo-rural-sostenible>.

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (Dic,2018). *Plan sectorial de turismo 2018-2022 Turismo el propósito que nos une. Norma técnica sectorial 2018-2022 Turismo el propósito que nos une.*

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

<https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>.

Ministerio de Lineamientos de política para el desarrollo del turismo comunitario en Colombia.

La cual se fundamenta en la existencia de un importante número de iniciativas nacionales.

Julio de 2012.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-tu/lineamientos-de-politica-para-el-desarrollo-del-turismo-comunitario-en-colombia.pdf.aspx>.

Mora, J. A. (2019). El desarrollo rural colombiano, una mirada desde el turismo comunitario.

Colombian rural development, one sight through the community based tourism.

*Revista Turpade*. P10, 2448-6809.

<http://www.turpade.com/noticia.asp?r=18&IDArticulo=78&IDEdicion=18&s=>.

Mora, J. A. y Motato, J. W. (2019). *Turismo comunitario en Colombia: desarrollo social y sostenibilidad*. Corporación Universitaria Minuto de Dios.

<https://repository.uniminuto.edu/handle/10656/10965>.

Mora, J.A., Yamova O. y Murtuzaliev T. (2019). Community-Based Tourism as the Leading Approach to the Rural Development. In: Strielkowski W. (eds.) Sustainable Leadership for Entrepreneurs and Academics. Springer Proceedings in Business and Economics. Springer, Cham.

[https://doi.org/10.1007/978-3-030-15495-0\\_51](https://doi.org/10.1007/978-3-030-15495-0_51)

Navarro, D. (2015). Recursos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos De Turismo*, (35), 335-357.

<https://doi.org/10.6018/turismo.35.221641>.

Nuestra Ciudad Bolívar. (s.f). *Aspectos geográficos y localización*.

Nuestra Ciudad Bolívar.

<http://nuestraciudadbolivar.blogspot.com/2011/04/historia-ciudad-bolivar.html>.

Ohe, Y. (2020). Measuring Labour Productivity and Market Viability of Community-Based Rural Tourism. In *Community-Based Rural Tourism and Entrepreneurship* (pp. 171-193). Springer, Singapore.

[https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-0383-2\\_9#citeas](https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-15-0383-2_9#citeas).

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Desarrollo Sostenible*.

Organización Mundial del Turismo.

<https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>.

Organización Mundial del Turismo. (2016). *17 objetivos de desarrollo sostenible*.

Organización Mundial del Turismo.

<https://www.unwto.org/es/turismo-por-los-ods>.

Organización Mundial del Turismo. (2020). *Guiar la recuperación del turismo*.

Organización Mundial del Turismo.

<https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>.

Política de turismo de naturaleza. Por la cual se crean unos lineamientos para orientar la actividad. Septiembre del 2012.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo2.pdf.aspx>.

Política de turismo sostenible: “unidos por la naturaleza”. La cual busca armonizar los objetivos de desarrollo económico y sociocultural del turismo. 9 de septiembre de 2020.

<https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-sostenible/politica-de-turismo-sostenible-9.aspx>.

Política para el desarrollo del ecoturismo. Por la cual se crean unos lineamientos para orientar la actividad. 24 de junio de 2003.

<https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo/politica-para-el-desarrollo-del-ecoturismo2.pdf.aspx>.

QuestionPro, (2021). *Importancia del conocer la conducta del consumidor*.

QuestionPro.

<https://www.questionpro.com/blog/es/importancia-conducta-del-consumidor/>.

Rojas, E.B, Gallardo, C. F, y Pineda, J. A. (2016). Marketing en las empresas prestadoras de servicios turísticos de Boyacá. *In Vestigium Ire*, 10(1), 12-31.

<http://revistas.ustatunja.edu.co/index.php/ivestigium/article/view/1178>.

Secretaria Distrital de Planeación (2020). *Plan de Ordenamiento Territorial*.

Secretaria Distrital de Planeación

[http://www.sdp.gov.co/busqueda-avanzada?search\\_api\\_multi\\_fulltext=pot+ciudad+bolivar](http://www.sdp.gov.co/busqueda-avanzada?search_api_multi_fulltext=pot+ciudad+bolivar).

Selman, H. (2017). *Marketing digital*. Ibukku.

[https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=+Habyb+Selman+\(2017\)+quien+define+el+marketing+digital+&ots=KIhHPyZr0&sig=D7YHFQpUpz62cjvvaXBZlaCwbCk#v=onepage&q=Habyb%20Selman%20\(2017\)%20quien%20define%20el%20marketing%20digital&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=kR3EDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=+Habyb+Selman+(2017)+quien+define+el+marketing+digital+&ots=KIhHPyZr0&sig=D7YHFQpUpz62cjvvaXBZlaCwbCk#v=onepage&q=Habyb%20Selman%20(2017)%20quien%20define%20el%20marketing%20digital&f=false).

Shih-Shuo Yeh (2020) Tourism recovery strategy against COVID-19 pandemic, *Tourism Recreation Research* 1-7.

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/02508281.2020.1805933>.

Sígala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of business research*, 117, 312-321.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320303908>.

Solsona, J. (2014). Análisis prospectivo del turismo rural: el caso de la Comunitat Valenciana. *Cuadernos de Turismo*, 34, 313-334.

<https://revistas.um.es/turismo/article/view/203171>

Somos Cundinamarca. (s.f). *Departamento de Cundinamarca División política y administrativa*.  
Somos Cundinamarca.

<http://somoscundinamarca.weebly.com/cundinamarca.html>.

Veeduría Distrital. (2020). *Ciudad Bolívar. Ficha Local*.

Veeduría Distrital

<http://veeduriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/Publicaciones%202020/Ficha%20Local%20Ciudad%20Bolivar.pdf>.

Vergara, W. V. (2011). Desarrollo del subdesarrollo o nueva ruralidad para Colombia.

Cartografías del desarrollo rural. *Revista de la universidad de la Salle*, 2011 (55), 33-66.

<https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls/vol2011/iss55/3/>.

Xue, L., & Kerstetter, D. (2019). Rural tourism and livelihood change: An Emic

perspective. *Journal of hospitality & tourism research*, 43(3), 416-437.

<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1096348018807289>.

Zhu, H., & Deng, F. (2020). How to influence rural tourism intention by risk knowledge during

COVID-19 Containment in China: mediating role of risk perception and

attitude. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(10),

3514.

<https://www.mdpi.com/1660-4601/17/10/3514>.

## Anexos

### Anexo 1 Entrevista

Formato entrevista al Propietario de la Finca San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental.

La entrevista al propietario se le hace de forma presencial, siendo grabada con autorización de este el día 26 de febrero de 2021.

Cordial Saludo señor Luis Enrique Ramírez lo invito a participar en el proyecto de investigación para la creación de una página de Instagram con la información y el portafolio de productos turísticos de la finca San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental del trabajo de grado de la carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras del Corporación Universitaria UNIMINUTO.

Es importante indicar que la información recopilada es confidencial y sólo tendrá acceso a esta información la persona encargada de la investigación. Esta entrevista tendrá una duración de 15 minutos, será grabada con su autorización.

1. ¿Usted cuenta con algún estudio educativo relacionado con el turismo?

Respuesta:

La mayoría de mis conocimientos han sido empíricos, hice un curso básico de apicultura en el Sena.

2. ¿Es su finca Granja San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental es una empresa constituida?

Respuesta:

No la finca como tal no, hace parte de una Asociación Asoproam, la cual representa a una finca y a la finca.

3. ¿Su finca Granja San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental cuenta con un inventario turístico?

Respuesta:

No. El inventario lo tengo en la cabeza.

4. ¿Qué productos y servicios turísticos ofrece en San Luis Granja Ecoturística, terapéutica y ambiental?

Respuesta:

Productos de la colmena como cera, propóleo, pan de abejas, miel y polen, artesanías, aromáticas y productos turísticos un tour que consiste en un recorrido por la finca en donde se dictan charlas acerca las abejas y sus colmenas, recorrido por la huerta y sendero ecológico y un taller de apicultura.

5. ¿Tiene un portafolio de servicios?

Respuesta:

No

6. ¿Cuenta con alguna página para ofrecer y promocionar sus productos y servicios turísticos?

Respuesta:

Sí, la tengo en compañía con otra finca, pero la van a deshabilitar porque tengo que pagar \$450.000 por el servicio anual y no tengo el presupuesto.

7. ¿Cómo ofrece sus productos turísticos?

Respuesta:

Voz a voz y la página web, pero esta desactualizada desde el 2017.

8. ¿De qué parte los visitan los turistas?

Respuesta:

Prácticamente de todos lados, pero la mayoría son de Bogotá

9. ¿Cómo lo contactan los turistas?

Respuesta:

La mayoría por el instituto distrital de turismo.

10. ¿Cuenta usted con una base de datos de los turistas?

Respuesta:

Si, pero es en un libro que no utilizo hace mucho tiempo.

**Anexo 2 Formato Inventario turístico**

Nombre atractivo turístico:				
Tipo de recurso:			Código:	
Departamento:		Municipio:		Vereda:
Temperatura Promedio:				
Georreferenciación:	Latitud:		Longitud:	
Distancia desde el municipio más cercano:				
Tipo de Acceso:	Acuático:	Aéreo:	Terrestre:	
Propiedad:	Mixta:	Privada:	Publica:	
Indicaciones para el acceso:				
Administrador/Propietario:				
Dirección:				
Correo electrónico:				
Teléfono Fijo:		Teléfono móvil:		
Significado:	Local: 6	Regional: 12	Nacional: 18	Internacional: 30
Valoración	Sin contaminación aire:	Sin contaminación del agua:	Sin contaminación visual:	Sin contaminación Sonora:
	Estado conservación:	Diversidad:	Singularidad:	Total: sobre 70
Descripción:				
Página web:			Red Social:	
Horarios:		Días: lunes a Domingo		
Acceso:	Permanente:	Restringido:	Visita Exterior:	
Precio de acceso:				
Rampas:	Sistema ciego:		Sistema sordo:	
Baños:	Parqueadero:		Restaurante:	
Actividades que se desarrollan:	Cultural:		Física:	
Talleres y charlas	Recreativa:	Artística:	Otra:	
Registro Fotográfico:				
Fuente Fotográfica:				
Diligenciado por: Laura Bernal				

### Anexo 3 Formato Encuesta

Lo invito a participar de este proyecto de investigación con fines académicos para la Corporación universitaria UNIMINUTO en Bogotá para la creación de una página de Instagram con la información y portafolio de productos turísticos de la Finca San Luis Granja ecoturística, terapéutica y ambiental ubicada en la zona rural de ciudad Bolívar. Es importante indicar que la información recopilada es confidencial y sólo tendrá acceso a esta información la persona encargada de la investigación. Este cuestionario tendrá una duración de 3 minutos.

1. Género

a. Masculino

b. Femenino

c. Otro:

2. Ciudad de residencia: \_\_\_\_\_

3. Rango de edad

a. De 15 a 30

b. De 31 a 40

c. De 41 a 50

d. De 51 a 60

e. Más de 61

4. Estado Civil

a. Soltero/a

b. Casado/a

c. Unión libre

d. Viudo/a

5. ¿Cuál es su presupuesto para viajes por día y por persona?
- a. Menos de \$100.000COP
  - b. De \$101.000COP a \$300.000COP
  - c. De \$301.000COP a \$500.000COP
  - d. Más de \$501.000COP
6. ¿Con quién viaja normalmente?
- a. Sólo
  - b. En pareja
  - c. Familia
  - d. Amigos
  - e. Otros
7. ¿Le gusta el turismo rural?
- a. si
  - b. No
8. ¿Cuáles actividades le gustan del turismo rural?
- a. Caminatas
  - b. Actividades pecuarias
  - c. Actividades de huerta
  - d. Apicultura
  - e. Cabalgatas
9. ¿Le gustaría en su excursión recibir charlas de sostenibilidad?
- a. Si
  - b. No

10. ¿Le llama la atención la apicultura?

a. Sí

b. No

11. ¿Estaría dispuesto a pagar por un paquete de turismo en la parte rural de Bogotá?

a. Sí

b. No

12. ¿Le interesa el agroturismo?

a. Sí

b. No

13. ¿Estaría dispuesto a consumir y/o a comprar productos orgánicos?

Si

No

14. ¿Cuándo realiza viajes de turismo de naturaleza le gusta incluir un menú?

a. Vegetariano

b. Saludable

c. Proteína animal y carbohidratos estándar

d. Típica de la región

e. No le gusta incluir los alimentos en el paquete

15. ¿Por qué medio realiza consultas de sitios turísticos?

a. Páginas web

b. Redes sociales

c. Agencia de viajes

d. Otros

De acuerdo con la pregunta numero 8 porque las utiliza

16. ¿En cuál red socia le gustaría encontrar información de la Finca San Luis Granja ecoturística, terapéutica y ambiental?

a. Instagram

b. Facebook

c. Twitter

17. ¿Estaría dispuesto a apoyar un proyecto turístico, comprando un paquete turístico para visitar una finca turística en la zona la localidad de Ciudad Bolívar en la ciudad de Bogotá?

a. Si

b. No