



**Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la
Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá**

Jonathan Stip Páez Sánchez

Universidad Ean

Facultad de Humanidades

Gestión de la Cultura

Bogotá, Colombia

25/03/2026

**Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la
Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá**

Jonathan Stip Páez Sánchez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magíster en Gestión de la Cultura

Director (a):

José Luis Niño Amézquita

Modalidad:

Trabajo Dirigido

Universidad Ean

Facultad de Humanidades

Maestría en Gestión de la Cultura

Bogotá, Colombia

25/03/2026

Resumen

El presente trabajo, desarrolla un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, con el objetivo de impulsar el Turismo Cultural como eje de desarrollo local sostenible, y así consolidar al Municipio como un destino turístico cultural, competitivo dentro del departamento. Para lograr este objetivo, se adoptó una metodología de naturaleza cualitativa, fundamentada en la aplicación de una encuesta tipo Likert que permitió obtener una perspectiva interna de las fortalezas y debilidades que tiene el Municipio de Maripí y su influencia en su posicionamiento como destino turístico. Posteriormente, se desarrolló un análisis PESTEL, con el cual se logró la identificación de oportunidades y amenazas externas del sector turístico cultural.

Durante la investigación se evidenció que el Municipio de Maripí posee un valioso potencial turístico conformado por sus recursos naturales y culturales, así como por la producción de productos de alta calidad; estos hallazgos permitieron formular el plan de intervención, que se estructuró en siete líneas estratégicas respondiendo de manera directa a las principales necesidades identificadas, ofreciendo oportunidades de mejora orientadas al fortalecimiento de la gestión institucional, la diversificación de la oferta turística y la promoción de un desarrollo turístico participativo y sostenible.

Palabras clave: Turismo Cultural, Direccionamiento Estratégico, Patrimonio Cultural, Desarrollo, Sostenibilidad, Innovación, Gobernanza y Gestión Cultural.

Abstract

This work develops a strategic management model for cultural tourism services for the Municipal Mayor's Office of Maripí, Boyacá. The objective is to promote cultural tourism as a pillar of sustainable local development and consolidate the municipality as a competitive cultural destination within the department. To achieve this, a qualitative methodology was adopted, based on the application of a Likert-scale survey, which provided an internal perspective of the municipality's strengths and weaknesses and their influence on its positioning as a tourist destination. Subsequently, a PESTEL analysis was conducted to identify external opportunities and threats within the cultural tourism sector.

The investigation revealed that Town Maripí possesses valuable tourism potential comprised of its natural and cultural resources, as well as the production of high-quality products. These findings allowed for the formulation of the intervention plan, which was structured into seven strategic lines responding directly to the main needs identified, offering opportunities for improvement aimed at strengthening institutional management, diversifying the tourism offer, and promoting participatory and sustainable tourism development.

Keywords: Cultural Tourism, Strategic Direction, Cultural Heritage, Development, Sustainability, Innovation, Governance and Cultural Management.

Tabla de contenido

1.	Lista de Figuras	7
2.	Lista de tablas	8
3.	Introducción	9
4.	Objetivos	13
4.1.	Objetivo general.....	13
4.2.	Objetivos específicos	13
5.	Justificación	14
6.	Marco Institucional.....	16
7.	Marco teórico.....	24
7.1.	Marco Conceptual.....	24
7.1.1.	Cultura	24
7.1.2.	Patrimonio cultural.....	26
7.1.3.	Turismo Cultural.....	27
7.2.	El Turismo Cultural como fuente de Desarrollo y Sostenibilidad	29
7.2.1.	El Turismo Cultural en el sector económico.....	30
7.2.2.	El turismo en el sector Social	32
7.2.3.	El turismo en el sector Ambiental	33
7.3.	La Gestión Cultural y su relación con el Turismo	35
7.4.	Gestión del Patrimonio Cultural.....	36
7.5.	Direccionamiento estratégico	38
7.6.	Gobernanza	39
8.	Diseño metodológico del proyecto	41
8.1.	Análisis interno.....	42
8.1.1.	Población, muestra y ficha técnica	46
8.1.2.	Validación del instrumento de medición	47
8.2.	Análisis Externo Modelo PESTEL	50

Modelo de direccionamiento estratégico de servicios turísticos culturales para la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá.	6
9. Diagnostico Organizacional	55
9.1. Procesamiento estadístico de datos análisis interno	55
9.1.1. Análisis Variable Instituciones	55
9.1.2. Análisis Variable Oferta turística.....	57
9.1.3. Análisis Variable Preferencias	58
9.1.4. Análisis Variable Acceso y Seguridad	59
9.1.5. Análisis Variable Oferta Comercial	60
9.1.6. Análisis Variable Impacto Sostenible	61
9.1.7. Análisis Variable Participación Comunitaria.....	62
9.2. Análisis de resultados	63
10. Plan de Intervención	69
10.1. Priorización	78
11. Conclusiones y Recomendaciones	81
11.1. Conclusiones	81
11.2. Recomendaciones	83
12. Referencias	85
13. Anexos.....	91
13.1. Anexo A. Instrumento de medición análisis interno	91

1. Lista de Figuras

Figura 1: Mapa de Maripí Boyacá.....	16
Figura 2: Estructura organizacional de la Alcaldía de Maripí Boyacá.....	20
Figura 3: Variable Instituciones	56
Figura 4: Variable Oferta Turística.....	57
Figura 5: Variable Preferencias	58
Figura 6: Variable Acceso y Seguridad.....	59
Figura 7: Variable Sector Oferta Comercial	60
Figura 8: Variable Impacto Sostenible	61
Figura 9: Variable Participación Comunitaria.....	62
Figura 10:Análisis de resultados.....	68

2. Lista de tablas

Tabla 1: Servicios ofertados por la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá.....	21
Tabla 2: Variables	43
Tabla 3: Afirmaciones empleadas en la encuesta.....	44
Tabla 4: Ficha técnica	47
Tabla 5: Resultados Validación de Encuesta V de Aiken.....	48
Tabla 6: PESTEL.....	50
Tabla 7: Plan de Intervención	69
Tabla 8: Plan de Trabajo	78

3. Introducción

El presente trabajo, aborda la relación entre el turismo, la cultura y el patrimonio en el Municipio de Maripí Boyacá, territorio que posee diversos elementos patrimoniales tanto materiales como inmateriales, constituyéndose en un recurso fundamental para el desarrollo del Turismo Cultural, donde destacan atractivos como el pico de la Yanacá, la estructura arquitectónica de la primera iglesia católica construida en 1891, el festival cultural y reinado de la panela Maripense, el concurso del arriero Maripense, dos centros acuáticos, dos cascadas naturales, el río la vega, y diversos miradores y senderos peatonales que permiten apreciar los majestuosos paisajes del Municipio.

Sin embargo, al consultar el Sistema de Información de Memoria y Patrimonio (SIPA) y solicitar información a la secretaria de Desarrollo Social del Municipio, dependencia encargada de los asuntos culturales, se evidenció que actualmente ninguna de estas manifestaciones ni elementos culturales cuentan con declaratoria oficial como bien de interés cultural, ni se encuentran registrados en inventarios o listas de patrimonio a nivel municipal, puesto que no las respalda ningún tipo de acto administrativo.

Esta situación evidencia que a pesar del valor histórico y cultural que posee el Municipio de Maripí, aún no se han desarrollado procesos institucionales orientados a la identificación, documentación y reconocimiento formal de estas manifestaciones, reflejando la necesidad de crear acciones enfocadas en fortalecer los procesos institucionales de gestión del patrimonio cultural, para así avanzar en su reconocimiento y protección.

El marco teórico de esta investigación se fundamenta en aportes de diversos autores que abordan el turismo; el patrimonio; la cultura, sus modalidades y tipologías, así como su relación con los sectores económico, social, cultural y ambiental; la gobernanza y el desarrollo territorial. En este contexto, la relación entre turismo, cultura y patrimonio resulta fundamental para comprender el desarrollo del Turismo Cultural, ya que el patrimonio cultural tanto material como inmaterial representa el conjunto de bienes, prácticas y expresiones que conforman la identidad de la comunidad Maripense, constituyéndose como la base sobre la cual se estructuran las experiencias de Turismo Cultural.

En este sentido, la investigación se orienta al diseño de un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales orientado al fortalecimiento del Turismo Cultural como eje articulador del desarrollo local, con el fin de consolidar al Municipio de Maripí como un destino cultural. A partir de esta perspectiva, surge la pregunta de investigación que guía este estudio ¿puede la Alcaldía Municipal de Maripí adoptar un modelo de direccionamiento estratégico que potencie el desarrollo del turismo cultural del Municipio? Para responderla, se emplea una metodología cualitativa basada en una encuesta que permite identificar, analizar y describir los factores que han limitado el surgimiento del turismo en el Municipio.

El Turismo Cultural ha ganado relevancia a nivel global, pues no solo promueve el desarrollo económico, sino que también fortalece la identidad cultural y contribuye a la preservación del patrimonio. En este contexto, el Turismo Cultural puede comprenderse no solo como una actividad económica, sino como un proceso social y cultural que refuerza la identidad de las comunidades (Guevara & Quintero, 2024).

Un análisis reciente del Turismo Cultural en Sogamoso Boyacá, evidencia un escenario similar al del Municipio de Maripí, a pesar de contar con un patrimonio histórico y cultural considerable, su economía ha permanecido centrada en otras actividades. Esta investigación destaca la necesidad de diseñar estrategias institucionales que permitan activar el Turismo Cultural como motor de desarrollo local y social, revelando una oportunidad de crecimiento a nivel cultural, económico y social (Pulecio, 2023).

En este contexto, el Municipio de Maripí se consolida como un destino turístico con gran potencial, cuya gestión puede ser asumida por la administración municipal 2024-2027, mediante la implementación de un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales, orientado al aprovechamiento sostenible de sus recursos patrimoniales y culturales.

Como señala Botero (2010), el modelo de direccionamiento sirve como herramienta para que quienes toman decisiones establezcan alianzas, gestionen información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de los servicios o productos turísticos del Municipio, así como su nivel de competitividad, con el propósito de anticipar, adaptar y enfocar el direccionamiento estratégico y las estrategias que se deben.

Diversas investigaciones han resaltado el papel del Turismo Cultural como eje dinamizador de los territorios, Alzate (2017) plantea que el Turismo Cultural fundamentado en los patrimonios tangibles e intangibles de las comunidades, no solo contribuye a la preservación de las expresiones de identidad, sino que también constituye una estrategia eficaz para impulsar el crecimiento económico local, al generar empleos, incrementar el Producto Interno Bruto y favorecer el diálogo intercultural.

Asimismo, Martínez (2016) identifica que el patrimonio cultural puede ser una fuente crucial de desarrollo local, siempre que exista infraestructura adecuada y compromiso comunitario, de esta manera, el turismo se convierte en un mecanismo que capitaliza económicamente los bienes y manifestaciones culturales, generando ingresos a la comunidad en general, este aprovechamiento no solo impulsa la economía local, sino que también fortalece la identidad colectiva y promueve la sostenibilidad cultural en los territorios.

De esta manera, se hace evidente que el Municipio de Maripí posee las condiciones necesarias para potenciar el Turismo Cultural, haciendo pertinente el desarrollo de este proyecto, cuyo propósito es la creación de un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, orientado a aprovechar de manera sostenible sus recursos, fortalecer su identidad cultural y dinamizar el desarrollo económico y social de su territorio.

4. Objetivos

4.1. Objetivo general

Diseñar un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales orientado al fortalecimiento del turismo en el Municipio de Maripí Boyacá.

4.2. Objetivos específicos

- Identificar en la literatura los referentes teóricos necesarios para determinar las variables que orientan el diseño del Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para el Municipio de Maripí.
- Realizar un análisis situacional del potencial turístico cultural del Municipio de Maripí, que permita conocer su estado actual y posibles oportunidades de mejora.
- Formular un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales, que se adapte a las necesidades del Municipio de Maripí.

5. Justificación

Este proyecto de investigación resalta la importancia del Turismo Cultural en el Municipio de Maripí, entendido como una actividad que no solo contribuye a la dinamización de la economía local, sino que también fortalece la identidad cultural de la comunidad mediante la valoración y promoción de sus manifestaciones culturales y patrimoniales.

Debido a su relevancia e impacto en el desarrollo territorial, la promoción del turismo cultural involucra la participación de diferentes sectores institucionales, en el caso de Colombia, la Ley 136 de 1994, la cual establece normas para la organización y funcionamiento de los Municipios, en su artículo 3 establece que corresponde a los Municipios impulsar actividades que promuevan el desarrollo local, entre ellas el fomento y la promoción del turismo en concordancia con las políticas Nacionales y Departamentales (Ley 136, 1994); y la Ley General de Turismo, que en su artículo 17 establece que corresponde a los departamentos, a las regiones, a los distritos y Municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración de planes sectoriales de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción (Ley 300, 1996).

En ese sentido, el turismo debe integrarse como eje estratégico en los Planes de Desarrollo Municipal, con la finalidad de estimular el desarrollo de la economía, y promover la salvaguarda de las tradiciones, saberes y manifestaciones propias de la comunidad Maripense.

En el caso del Municipio de Maripí, la administración municipal contempló durante el periodo 2020 – 2023 la promoción del turismo como uno de los programas de gestión;

programa No. 25: Promover al Municipio de Maripí como destino turístico de Boyacá; Objetivo del programa: Promover el desarrollo turístico del Municipio como eje esencial del desarrollo económico del mismo (Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, 2020). No obstante, los avances alcanzados resultaron limitados, evidenciando la necesidad de diseñar un modelo de direccionamiento estratégico que sitúe a la cultura como eje articulador de la oferta turística local.

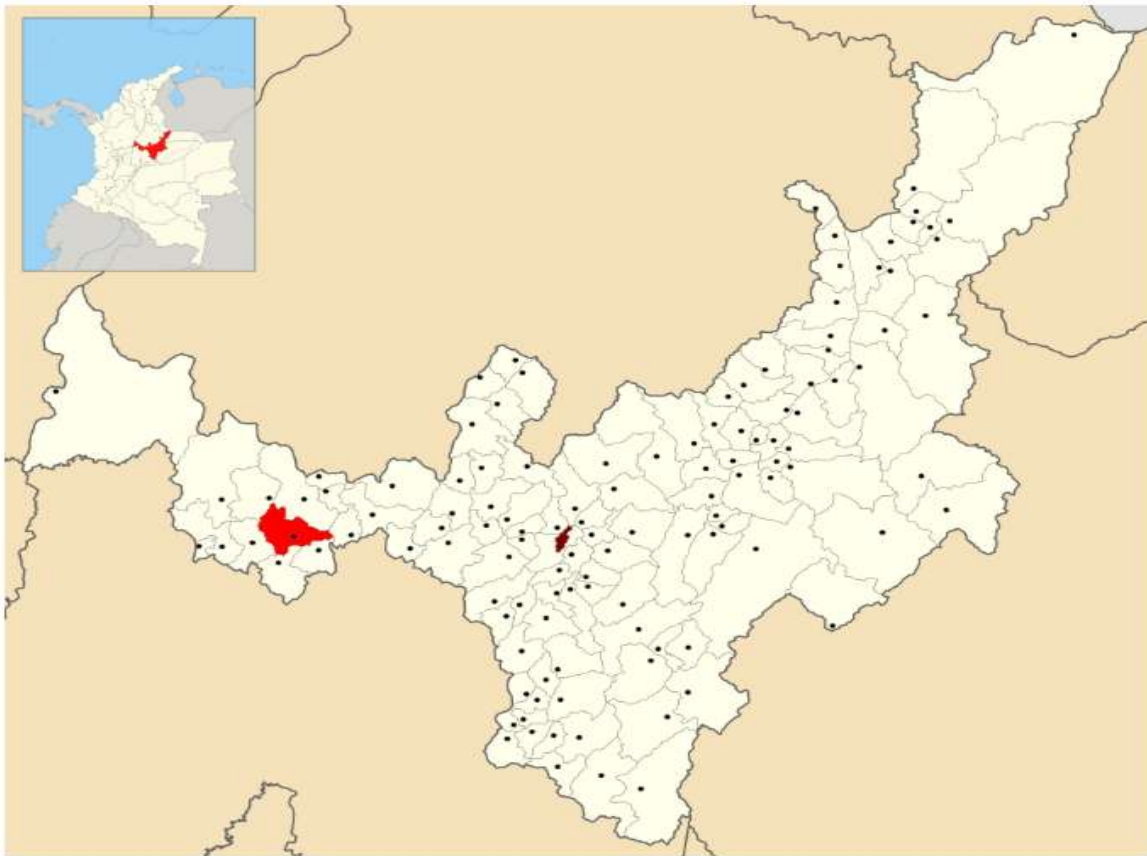
En el contexto del occidente de Boyacá, han surgido diferentes iniciativas que buscan promover el desarrollo del sector turístico, destacando la labor de Municipios como Muzo, Quipama, San Pablo de Borbur y Pauna; sin embargo, esta zona, a pesar de contar con un notable potencial histórico, natural y cultural, no ha alcanzado el nivel de desarrollo turístico que se observa en otras zonas del departamento. En este escenario, las dinámicas impulsadas por dichos Municipios favorecen la incursión de nuevos territorios en el ámbito turístico, lo que constituye una oportunidad significativa para que la Administración Municipal de Maripí fortalezca su gestión en materia de promoción y consolidación del turismo local (SITUR, 2019).

De esta manera, este Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales diseñado para la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, representa una valiosa oportunidad para el desarrollo de sus funciones, y para el reconocimiento como entidad territorial líder en la promoción del turismo local y regional. Dicho modelo permitirá no solo la articulación de políticas y programas con la realidad cultural del Municipio de Maripí, sino también la creación de alianzas estratégicas con instituciones públicas, privadas y comunitarias, orientadas a la protección del patrimonio, la promoción de la identidad local y el desarrollo de nuevas experiencias turísticas culturales.

6. Marco Institucional

La Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá se encuentra ubicada en el parque principal del Municipio de Maripí Boyacá, el cual está situado en la provincia de Occidente del Departamento de Boyacá; el Municipio se localiza a una distancia de aproximadamente 41 km del Municipio de Chiquinquirá, capital de la provincia de Occidente de Boyacá, y a 119 kilómetros de la ciudad de Tunja, capital del departamento de Boyacá; en cuanto a sus límites territoriales, el Municipio de Maripí limita al norte con el Municipio de Pauna, al sur con el Municipio de Buenavista y Coper, al oriente con el Municipio de Caldas y al occidente con el Municipio de Muzo (GoBoy, 2023).

Figura 1: Mapa de Maripí Boyacá



Nota: Imagen tomada de Wikipedia https://es.wikipedia.org/wiki/Archivo:Colombia_-_Boyaca_-_Maripí.svg

El Municipio de Maripí se caracteriza por poseer una importante riqueza patrimonial a nivel cultural y natural, destacando el pico de la Yanacá, la estructura arquitectónica de la primera iglesia católica construida en 1891, el festival cultural y reinado de la panela Maripense, el concurso del arriero Maripense, así como diversos miradores y senderos peatonales que permiten apreciar los majestuosos paisajes del Municipio de Maripí, no obstante, este patrimonio no se encuentra inscrito en el Sistema de Información de Memoria y Patrimonio (SIPA), ni se encuentra declarado a través de actos administrativo dentro del Municipio.

La economía del Municipio de Maripí se basa principalmente en la agricultura, la ganadería, la minería y el comercio, actividades que constituyen el sustento de muchas familias. En las zonas de clima templado y cálido se cultivan productos como la caña de azúcar, algunos cítricos, yuca, plátano, café y diversos frutales; en algunas zonas de clima frío se cultivan hortalizas, papa y frutales como el lulo y tomate de árbol; la ganadería también se constituye como una parte de la actividad económica del Municipio especialmente para la producción de carne, leche y sus derivados. Así mismo, se destaca la piscicultura con especies como la mojarra roja y la cachama. En las veredas de Zulia y Santa Rosa se desarrolla la minería artesanal de esmeraldas, sin embargo, la principal actividad económica del Municipio de Maripí es la producción de miel y panela a partir de la caña de azúcar (GoBoy, 2026).

En cuanto a su clasificación administrativa, el Municipio de Maripí corresponde a la sexta categoría, de acuerdo con lo dispuesto en el Decreto Ley 2106 de 2019, artículo 153. Esta categoría incluye a los Municipios con una población igual o inferior a diez mil (10.000) habitantes y cuyos ingresos corrientes de libre destinación anuales no superan los quince mil (15.000) salarios mínimos legales mensuales vigentes (Decreto Ley 2106, 2019).

La Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, es una entidad perteneciente al sector público, que tiene a su cargo la administración pública del Municipio; esta entidad tiene vinculados a su planta de personal 70 servidores públicos, distribuidos en cinco dependencias principales.

La misión de la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, consiste en servir a la comunidad con dedicación, promover la transformación positiva en todas las áreas de la sociedad y mantener un firme compromiso con el bienestar y el progreso de los Maripenses (Alcaldía municipal de Maripí Boyacá, 2025).

En coherencia con esta misión, el turismo y la cultura se consolidan como ejes estratégicos que contribuyen al bienestar y progreso de la comunidad, estos sectores permiten fortalecer la identidad local, dinamizar la economía y promover la transformación social mediante el aprovechamiento sostenible del patrimonio natural y cultural, alineándose con los principios de desarrollo integral que orientan la gestión pública del Municipio.

Respecto de la visión de la Administración Municipal, para el año 2027, el Municipio de Maripí será un referente de desarrollo sostenible y equitativo, donde cada habitante se sienta orgulloso de pertenecer a esta comunidad trabajadora, educada y con una economía dinámica (Alcaldía municipal de Maripí Boyacá, 2025). En concordancia con esta visión, el turismo y la cultura se reconocen como sectores estratégicos que aportan de manera significativa a la consolidación de una economía dinámica, al tiempo que fortalecen el patrimonio natural y cultural, y refuerzan la identidad local como componentes esenciales del desarrollo municipal.

En la misma línea encontramos la función misional constitucional de la Alcaldía del Municipio de Maripí Boyacá, la cual se orienta a encaminar todos sus esfuerzos hacia la construcción de

las bases del desarrollo y la prosperidad Maripense, a través de la prestación de servicios que corresponden al Municipio de manera oportuna, eficiente, equitativa, y con calidad; especialmente en educación, salud, agua potable y saneamiento básico, deporte, recreación, cultura, apoyo al sector agropecuario, protección del medio ambiente e inversiones en vivienda e infraestructura vial y de servicios; así como la construcción de obras que demande el progreso local, el ordenamiento del territorio, promover la participación comunitaria, el mejoramiento social y cultural tendientes a mejorar la calidad de vida y bienestar de propios y visitantes del Municipio (Alcaldía municipal de Maripí Boyacá, 2025).

En este contexto, el turismo y la cultura se integran de manera estratégica a la función misional de la Alcaldía de Maripí, logrando constituirse como ejes fundamentales para la promoción del bienestar colectivo, el fortalecimiento de la identidad local y la proyección del Municipio en escenarios externos como un territorio con potencial turístico y cultural.

La estructura organizacional de la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá, es una estructura circular, que reúne en cada uno de sus departamentos, áreas que se dedican a actividades que desarrollan procesos con el mismo objeto, pero que, a su vez, están en constante apoyo e interacción con los demás departamentos. En la estructura organizativa de la Alcaldía se destaca la existencia de seis despachos y/o secretarías principales, y siete áreas afines destacadas, como se observa a continuación:

Figura 2: Estructura organizacional de la Alcaldía de Maripí Boyacá



Nota: Imagen adaptada de la información de la página oficial de la alcaldía municipal de Maripí Boyacá. <http://www.Maripí-boyaca.gov.co/alcaldia/organigrama>

Como se observa, la Alcaldía Municipal se organiza bajo una estructura jerárquica de carácter circular que permite distinguir las áreas o departamentos principales y, en un nivel subordinado, las dependencias que las complementan. En el centro de esta estructura se encuentra la máxima autoridad, representada en el despacho del alcalde, responsable no solo de los procesos propios de su dependencia, sino también de la supervisión general de las secretarías que de él derivan.

En un segundo nivel, se ubican las secretarías, las cuales requieren personal con conocimientos específicos en cada área; sin embargo, la naturaleza transversal de los procesos administrativos posibilita una relación de colaboración tanto entre ellas como con el despacho del alcalde. Finalmente, en un nivel complementario se identifican dependencias clave para el funcionamiento institucional, entre ellas la Comisaría de Familia, la dependencia de Cultura y Deporte, la Inspección de Policía, el enlace de Familias en Acción y el enlace del Sisben, cuya

labor consiste en desarrollar funciones especializadas que aportan al cumplimiento de los objetivos de la administración municipal.

La Alcaldía Municipal de Maripí, Boyacá, dispone de una oferta institucional diversa, orientada a garantizar la atención integral de las necesidades de la población en sus diferentes ámbitos de desarrollo. A continuación, se presentan los principales servicios que conforman dicha oferta.

Tabla 1: Servicios ofertados por la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá

Prevención y promoción de la salud	A través de campañas y programas orientados por la secretaria de Desarrollo Social, Comisaria de Familia e Inspección de Policía.
Acompañamiento agropecuario	Asesoría, asistencia y capacitación en el ámbito agropecuarios.
Formación complementaria	Fortalecimiento de competencias en el sector agrícola en convenio con el SENA.
Formación cultural y deportiva	Programas de formación en danza, baloncesto, natación, y fútbol.
Fortalecimiento de sectores poblacionales vulnerables	Subsidios y ayudas en especie a población en situación de discapacidad; adulto mayor; niños, niñas y adolescentes; desplazados; mujeres cabeza de familia.
Fortalecimiento al acceso a la educación	Subsidio a rutas de transporte escolar para las zonas rurales, kits escolares, programas recreativos.
Asesorías interinstitucionales	Acompañamiento y asesoría en aspectos legales, sociales, culturales y financieros a través de las diferentes secretarías del despacho.

Nota: Elaboración propia con base en la información de la página oficial de la alcaldía municipal de Maripí Boyacá. <http://www.Maripí-boyaca.gov.co/alcaldia/organiqrma>

En este sentido, comprender el contexto turístico de Boyacá es esencial para enmarcar el análisis del Municipio de Maripí, ya que el departamento se configura como un referente nacional por su diversidad geográfica, riqueza cultural y patrimonial, así como por el reconocimiento de sus múltiples atractivos naturales e históricos. Desde esta perspectiva, se presenta a

continuación una caracterización general del territorio boyacense, orientada a identificar sus principales fortalezas turísticas, el perfil de los visitantes y las dinámicas que lo consolidan como un escenario propicio para el desarrollo de iniciativas sostenibles en materia turística y cultural.

El departamento de Boyacá está ubicado en el centro oriente de Colombia, tiene una superficie de 23.189 Km², es atravesado por la cordillera oriental de la Región Andina de Sur a Norte y debido a su topografía tiene variedad de climas desde Nevado hasta clima cálido. Boyacá es reconocido por su variedad de recorridos turísticos, caminos y pueblos coloniales, paisajes naturales, historia pre colonial y colonial, arquitectura colonial, actividades culturales y folclóricas en sus Municipios, lugares históricos reconocidos por acontecimientos importantes en la historia del país, como la Batalla del puente de Boyacá y la Batalla del pantano de Vargas; así como reservas naturales como el nevado del Cocuy (Rodríguez & Granados, 2017).

Según información suministrada por la Gobernación de Boyacá, en el año 2023 los Puntos de Información Turística practicaron 540 encuestas a turistas provenientes de varias regiones de Colombia, y países como Alemania, Estados Unidos, Chile, México, Ecuador y Panamá; evidenciando que los turistas visitan Boyacá principalmente para el desarrollo de actividades relacionadas con el Turismo Cultural (40,5%) turismo de naturaleza (27,2%); el 61% de los turistas se alojan en hoteles, durante 2 noches en la mayoría de casos; el 73,7% de los encuestados ingresan a Boyacá en vehículo propio; el 39,4% conocen de Boyacá a través de internet; y finalmente, en cuanto a la calificación del servicio, el 29,9% otorgan 9 puntos y el 16,6%, 10 puntos, en una escala de 0 a 10. Adicionalmente, se evidencia que el 12% de los encuestados buscan planes de bienestar, mientras que el 11% se inclina por el turismo de aventura (Gobernación de Boyacá, 2023).

Como reflejan las anteriores cifras, Boyacá es un territorio que cada día se posiciona como referente de turismo, permitiendo destacar que la mayoría de los visitantes lo escogen por su diverso patrimonio cultural y natural, factores que favorecen al Municipio de Maripí en su incursión como territorio de turismo, ya que cuenta con majestuosos paisajes, pero a su vez posee valores agregados como diversos senderos naturales, cascadas, ríos, quebradas, y piscinas semi naturales; adicional, en materia cultural, el Municipio de Maripí cuenta con un museo de la esmeralda, una estructura histórica ubicada en el parque principal, que data de los años 1891, monumentos en honor a la tradición minera, un festival que resalta la tradición panelera de sus habitantes, y un concurso de arriería que premia la valentía y fortaleza de los campesinos; respecto de la agricultura, el Municipio de Maripí destaca por su diversidad de productos como el plátano, la yuca, la naranja, la mandarina, la maracuyá, el banano, la guanábana, el aguacate, la panela, el café y el chocolate, los cuales pueden obtenerse en las tiendas ubicadas en el Municipio, y son reconocidos principalmente a nivel Departamental por ser productos 100% naturales.

7. Marco teórico

El presente marco teórico, tiene como propósito sustentar la presente investigación, la cual, esta orienta al diseño de un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá; para ello, se hace la revisión de diferentes conceptos y aportes teóricos relacionados con la Cultura, el Patrimonio Cultural, el Turismo Cultural, el Direccionamiento Estratégico, la Gestión Cultural, la Gobernanza y como estos conceptos contribuyen al desarrollo del turismo.

7.1. Marco Conceptual

El marco conceptual de la presente investigación se sustenta en tres conceptos fundamentales que permiten comprender la relación entre la cultura, el patrimonio, el desarrollo territorial y la gestión cultural. Estos conceptos orientan el análisis de las dinámicas socio culturales y turísticas del Municipio, constituyéndose como la base conceptual para comprender los procesos de valoración, gestión y aprovechamiento del patrimonio cultural del Municipio de Maripí.

7.1.1. Cultura

Para la UNESCO, la cultura se define como el conjunto de rasgos espirituales, materiales, intelectuales y emocionales que nos caracterizan como sociedad; este concepto abarca manifestaciones como las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales, los sistemas de valores, las tradiciones, las costumbres y creencias; a través de estos elementos, la cultura contribuye a la formación de los individuos y las sociedades, fomentando la unidad a través de valores y tradiciones compartidos (UNESCO, 2026). En este sentido, la cultura no se

limita a una representación de expresiones artísticas, sino que se constituye como un sistema que orienta la formade vida de una sociedad, su identidad colectiva y sus dinámicas sociales.

De igual manera, la cultura puede entenderse como un elemento que permite a la sociedad reconocerse y situarse a lo largo del tiempo y del espacio, conectando las experiencias del pasado, con las realidades del presente, de esta manera, la cultura se configura como un recurso inagotable y renovable, que se adapta a contextos cambiantes y que reflexiona sobre la condición humana, sobre todo en su capacidad de imaginar, crear e innovar (UNESCO, 2022).

Así mismo, la diversidad cultural constituye el patrimonio común de la humanidad y debe ser reconocida y consolidada en beneficio de las generaciones presentes y futuras; de esta manera, la defensa de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto por la dignidad de la persona humana, que supone el compromiso de respetar los derechos humanos y las libertades fundamentales, en particular los derechos de las personas (ONU, 2001).

En este contexto, el concepto de cultura se consolida como una base conceptual fundamental para comprender los procesos de valoración, gestión y aprovechamiento del patrimonio cultural, dado que son sus prácticas, saberes, valores y expresiones las que otorgan significado o dar surgimiento a los bienes culturales y patrimoniales; por tanto, la cultura permite entender como las sociedades se reconocen a sí mismas a través de la preservación, representación y transmisión de su patrimonio, el cual, no solo se convierte en un legado histórico, sino también en un recurso capaz de contribuir al desarrollo territorial, al fortalecer la identidad colectiva y promover iniciativas como el turismo cultural.

7.1.2. Patrimonio cultural

El patrimonio cultural se encuentra estrechamente ligado con el concepto de cultura, ya que constituye una de las formas más visibles mediante las cuales las sociedades expresan y transmiten sus valores, tradiciones y formas de vida, convirtiéndose en un elemento importante para el desarrollo del turismo cultural.

El patrimonio es concebido como el legado que heredamos del pasado, con el que vivimos hoy en día, y el cual se transmitirá a las generaciones futuras, puede comprenderse como el resultado de un proceso social continuo, en el que las comunidades construyen y transforman sus significados, de esta manera, los bienes y objetos patrimoniales adquieren valor en la medida en que se relacionan con la cultura del presente, la cual, los contextualiza y otorga un significado (SERPAT, 2026).

Desde una perspectiva institucional internacional, la secretaria de cultura de Jalisco, establece que el Patrimonio Cultural comprende el conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano y fortalecen su identidad y sentido de pertenencia; estos bienes son heredados y transmitidos de generación en generación, y pueden clasificarse como bienes tangibles o materiales, los cuales incluyen bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado, como el patrimonio arquitectónico, el patrimonio artístico e histórico, el patrimonio industrial y el patrimonio natural; y bienes intangibles e inmateriales, como las tradiciones, la gastronomía, la herbolaria, la literatura, las teorías científicas y filosóficas, la religión, los ritos y la música, así como los patrones de comportamiento que se expresan en las técnicas, la historia oral, la música y la danza (CULTURA, 2026).

De esta manera, el patrimonio cultural se consolida como una expresión de la cultura, en la cual, se materializan los valores, traiciones y formas de vida de una comunidad, constituyéndose en un elemento fundamental para comprender su valor y posibilidades de aprovechamiento en el territorio.

7.1.3. Turismo Cultural

El Turismo Cultural se entiende como una modalidad turística que se centra en la exploración de la identidad y las tradiciones de un lugar, busca que los visitantes se sumerjan en la historia, el arte y las costumbres de una comunidad, conociendo sus monumentos históricos, arquitectura, gastronomía, costumbres, festivales y música tradicional (Fundación Botín, 2025).

Desde esta perspectiva, el Turismo Cultural se encuentra estrechamente relacionado con los conceptos de cultura y patrimonio cultural, ya que se fundamenta en las manifestaciones culturales y los bienes patrimoniales que caracterizan y representan a una comunidad. Para ONU Turismo, el Turismo Cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos o productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino, dentro de los cuales destacan las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones (ONU TURISMO, 2025).

En este sentido, es posible afirmar que el Turismo Cultural surge de la relación entre la cultura y el patrimonio cultural, ya que son las manifestaciones culturales y los bienes patrimoniales los que reflejan la identidad de las comunidades, permitiendo no solo transmitir la historia, los valores

y las tradiciones de un territorio, sino también preservarlos y proyectarlos como recursos que contribuyen al desarrollo cultural y socio económico mediante la actividad turística.

Desde principios de los años ochenta, el Turismo Cultural ha mostrado un crecimiento significativo a nivel mundial, surge como consecuencia de una de las principales motivaciones de viajes de los turistas, que es el deseo de conocer nuevos lugares, nuevos pueblos y las manifestaciones de su cultura, estas motivaciones han dado lugar al desarrollo de distintas modalidades de Turismo Cultural que se han adaptado al interés de los visitantes (Acerenza, 2011).

De esta manera, el Turismo Cultural se desarrolla como consecuencia de la evolución del mercado turístico, convirtiendo la oferta cultural, en un atractivo clave para generar nuevas experiencias y diversificación, funcionando como un recurso capaz de atraer turistas interesados en experiencias auténticas culturales (Bonet, 2003). Los productos de Turismo Cultural construidos sobre el patrimonio suelen ser especialmente valorados por los visitantes, quienes tienden a evaluar positivamente los productos del turismo patrimonial en función de la experiencia, las emociones, las impresiones y el conocimiento adquiridos sobre el lugar. Estos productos les resultan atractivos porque son auténticos, originales y reales, e involucran aspectos recreativos, culturales y sociales (MINCOMERCIO, 2021).

Más allá de su dimensión económica, el turismo cultural trasciende para convertirse en un medio de intercambio de saberes, prácticas y memorias, capaz de promover el respeto por la diversidad cultural, estimular procesos de participación ciudadana y generar dinámicas de conservación y revitalización del patrimonio material e inmaterial propio de cada territorio.

De acuerdo con Leiper, el turismo cultural se vincula necesariamente con la oferta, por tanto, la industria turística consta de todas aquellas empresas, organizaciones e instalaciones que intentan cubrir las necesidades específicas y los deseos del turista (Leiper, 1979). En este contexto, el turismo cultural se configura como un fenómeno integral que articula dimensiones sociales, culturales y económicas, al vincular la movilidad de las personas, la vivencia de nuevas experiencias y la capacidad de los territorios para generar una oferta diversa y de calidad; de igual manera, el turismo se consolida como un medio para el intercambio cultural, la preservación del patrimonio y la dinamización del desarrollo local, convirtiéndose en una alternativa estratégica para que la Administración Municipal de Maripí, promueva una diversificación económica, y a su vez, promueva la conservación de la identidad cultural de sus habitantes.

7.2. El Turismo Cultural como fuente de Desarrollo y Sostenibilidad

Partiendo de la importancia de la Gestión Cultural como mecanismo para la conservación del patrimonio, resulta importante abordar la sostenibilidad dentro del Turismo Cultural, ya que este enfoque permite que la actividad turística contribuya de manera responsable al desarrollo equilibrado de los territorios, impactando positivamente en los ámbitos sociales, económicos y ambientales.

El turismo cultural se configura como un instrumento de desarrollo local y regional, capaz de promover una distribución equitativa de los beneficios económicos, sociales y culturales de las comunidades anfitrionas, ocasionando un impacto positivo que puede verse reflejado en aspectos como la mejora de la educación, la formación, la creación de empleo, y la generación de ingresos (Toselli, 2006).

Sin embargo, no es de ignorar que la actividad turística también puede generar a sus destinos una serie de problemas sociales, culturales, económicos y ambientales, haciendo necesario que los actores que hacen parte del desarrollo del sector turístico busquen formas de minimizar los impactos que causan (Chaves & Pinto, 2013, como se cita en Cardoso et al., 2021). Es en este sentido, el desarrollo de modelos de sostenibilidad en el turismo cultural resulta fundamental para que la actividad logre un equilibrio entre los aspectos económicos, ambientales y socioculturales (Cardoso et al., 2021).

En este contexto, el Turismo Cultural surge como una práctica integradora que articula la conservación del patrimonio con el bienestar de las comunidades. Por su naturaleza, el turismo cultural parte de la búsqueda de la sostenibilidad, pues guarda relación con los aspectos sociales, económicos y naturales, cuando esta actividad se desarrolla de manera planificada (Salazar, 2020). Esta perspectiva permite abordar como el Turismo Cultural influye de manera directa en los diferentes sectores social, económico y ambiental.

7.2.1. El Turismo Cultural en el sector económico

El turismo debe ser considerado cada vez más como una fuente importante de crecimiento especialmente a nivel económico, particularmente en los países en desarrollo, esta es una actividad que a su vez suele generar un impacto en diversos ámbitos, como el cultural, el social, el ambiental y el económico de un país, produciendo efectos en la balanza de pagos, en las inversiones, en la construcción y en el mejoramiento de los medios de transporte e infraestructura vial, aspectos que a su vez repercuten en la generación de empleos en los distintos niveles de la sociedad (OAS, 2011).

De esta manera, el turismo cultural se constituye como un motor de desarrollo económico que impulsa la inversión, mejora la infraestructura y genera empleo, al tiempo que produce impactos significativos en las dimensiones cultural, social y ambiental de los países, especialmente en los contextos en desarrollo.

Acorde a los postulados de ONU Turismo, la competitividad de un destino turístico es la capacidad del destino de utilizar sus recursos naturales, culturales, humanos, antrópicos y financieros de manera eficiente para desarrollar y ofrecer productos y servicios turísticos de calidad, innovadores, éticos y atractivos, con miras a contribuir a un crecimiento sostenible dentro de su proyecto global y sus objetivos estratégicos, e incrementar el valor añadido del sector turístico, mejorando y diversificando sus componentes comerciales, para una optimización de su atractivo y de los beneficios que reporta a los visitantes y a la comunidad local con una perspectiva de sostenibilidad (ONU Turismo, 2024).

En esta línea, la competitividad de los destinos turísticos depende de su capacidad para gestionar de manera sostenible sus recursos, ofrecer productos de calidad y equilibrar el beneficio económico con la preservación cultural y ambiental, garantizando así un desarrollo responsable e inclusivo.

Para autores como Altamira y Muñoz, el impacto económico del turismo comprende también los costos y beneficios que pueden derivarse de la actividad turística, de esta manera, los gastos de los visitantes se convierten en ingresos de los comercios que, a su vez, se usan para abonar sueldos y salarios, rendimiento de capital e impuestos, que son los beneficios directos del turismo, y aportan al fortalecimiento del sector económico de la comunidad (Altamira & Muñoz, 2007).

De este modo, el turismo se consolida como un dinamizador económico local que, cuando se gestiona de manera sostenible, no solo impulsa el crecimiento económico, sino que también promueve la equidad social, la preservación del patrimonio y la construcción de territorios más competitivos y sostenibles.

7.2.2. El turismo en el sector Social

El Turismo Cultural puede entenderse como un fenómeno social producto de la experiencia humana, cuyas prácticas pueden abordar y fortalecer las relaciones sociales entre los individuos y sus respectivos grupos sociales, sean o no de la misma cultura. Por medio del Turismo Cultural las comunidades receptoras ofrecen ocio, entretenimiento e intercambios culturales a los visitantes durante su estancia y convivencia, así, se puede decir que el Turismo Cultural, representa una interesante posibilidad de fortalecer y preservar la cultura de una determinada localidad a partir del intercambio de experiencias (Cardoso et al., 2021).

En esta línea, el Turismo Cultural se consolida como un espacio de intercambio social y aprendizaje mutuo, en el que las comunidades locales asumen un papel activo al compartir sus manifestaciones culturales. En este proceso, los visitantes dejan de ser simples observadores para convertirse en participantes temporales de la vida comunitaria, lo que promueve una comprensión más profunda de las identidades locales.

De esta manera, la construcción social del Turismo Cultural, surge a raíz de los cambios que se han presentado en el turismo, propiciando la creación y desarrollo de proyectos para el disfrute del patrimonio cultural, a través de la diversificación del turismo, ocasionando un interés por conocer de manera directa y vivencial, nuevas culturas e incursionar en nuevas experiencias relacionados con la cultura. Para este autor, el Turismo Cultural constituye una cuasi expedición

etnográfica, en la que el respeto por la cultura local es tal, que no solo reconoce su valor en términos simbólicos y económicos, sino que está en disposición de colaborar en su preservación, su rescate activo y su salvaguarda (Salazar et al., 2020).

Desde esta perspectiva, el turismo cultural solo puede considerarse verdaderamente sostenible cuando respeta los valores y la cultura de las comunidades receptoras, y cuando los beneficios que genera se reflejan directamente en ellas, convirtiéndose así en un verdadero pilar del desarrollo comunitario (ONU Turismo, 2014).

El Turismo Cultural, desde su dimensión social, representa una vía para fortalecer los lazos comunitarios, preservar la memoria colectiva y promover la convivencia intercultural. Su valor radica en que convierte la experiencia turística en un proceso educativo y transformador, donde tanto visitantes como locales se enriquecen mutuamente, contribuyendo al desarrollo social sostenible y al reconocimiento de la diversidad cultural.

7.2.3. El turismo en el sector Ambiental

El sector ambiental, se ha visto impactado por el surgimiento de la práctica del turismo sostenible, el cual debe entenderse a la luz del concepto de desarrollo sostenible, fundamentado como aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades; o, como aquel modelo de desarrollo que contribuye a mejorar la calidad de la vida humana sin superar la capacidad de los ecosistemas que la albergan (Melgosa, 1999).

En este sentido, se resalta la necesidad de que el turismo cultural se oriente hacia un equilibrio entre el progreso humano y la preservación de los ecosistemas, para así poder garantizar una sostenibilidad intergeneracional.

En este contexto, se puede definir el turismo sostenible como cualquier forma de desarrollar y gestionar las actividades turísticas de tal manera que asegure la protección y conservación a largo plazo de los recursos naturales, culturales y sociales, y a la vez contribuya de forma equitativa al crecimiento económico y al bienestar de los seres humanos, especialmente de aquellos que viven en los destinos turísticos (Melgosa, 1999).

De esta manera, el turismo sostenible representa una visión integral del desarrollo, donde la conservación ambiental y la equidad social se configuran como pilares esenciales para un crecimiento equilibrado y responsable.

Por su parte, el autor Salinas considera que al aplicar el Turismo Sostenible en una zona, se logra minimizar los residuos, conservar y gestionar el uso de la energía, aprovechar el agua y controlar el uso de sustancias tóxicas, conservar el capital natural, fomentar la creación de nuevas áreas protegidas, implementar medidas de planificación y gestión, y difundir campañas de sensibilización en torno al impacto del turismo en el medio ambiente tanto dentro de las comunidades locales como de los visitantes, comprometiendo medioambientalmente a los turistas para que preserven la zona que visitan y no emitan desechos que dañen el entorno (Salinas, 2020).

De esta manera, se evidencia que la sostenibilidad turística no solo implica preservar los ecosistemas, sino también promover prácticas responsables que fortalezcan la conciencia

ambiental y la participación activa de las comunidades. En este sentido, el Turismo Cultural sostenible se proyecta como una alternativa viable para proteger el patrimonio natural y cultural, al tiempo que impulsa un desarrollo más equilibrado y duradero para los territorios.

7.3. La Gestión Cultural y su relación con el Turismo

La Gestión Cultural se constituye como una herramienta capaz de dinamizar los recursos culturales de un territorio e impulsar su desarrollo local mediante la participación comunitaria, la valorización del patrimonio, y la promoción de experiencias artísticas y culturales. En este sentido, la Gestión Cultural se establece como el conjunto de acciones, actores e instituciones, involucrados en el ejercicio de la programación, concertación, diseño y ejecución de proyectos y programas culturales en un territorio, e involucra profesionales, instituciones, funcionarios y organizaciones públicas y privadas en su construcción (Forero, 2007).

La Gestión Cultural se ha posicionado como una disciplina fundamental para el desarrollo sostenible de las comunidades; es una disciplina que combina el conocimiento teórico con herramientas prácticas para planificar, desarrollar y evaluar proyectos que busquen fortalecer el tejido cultural de la comunidad, e implica una comprensión profunda de las dinámicas sociales, de los recursos disponibles y de las necesidades específicas de cada territorio.

De esta manera, la participación de la comunidad local resulta esencial en la articulación entre Gestión Cultural y Turismo Cultural, cuando la comunidad es considerada sujeto activo y participe de los procesos de Turismo Cultural, se favorece tanto la conservación del patrimonio como el desarrollo socioeconómico del territorio (Universidad del Rosario, 2026).

Así mismo, la Gestión del Patrimonio Cultural dentro del turismo requiere un enfoque equilibrado que cuide tanto la autenticidad de los bienes culturales como la funcionalidad turística. Según Velasco, la gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos, lo cual implica mejorar el rendimiento de los dos sectores (Velasco, 2009).

De esta forma, la Gestión Cultural se convierte en un proceso que armoniza la experiencia del turista con la conservación del patrimonio y la mejora del bienestar social y la calidad de vida de la comunidad local, garantizando la oferta de experiencias turísticas sostenibles y culturalmente significativas.

Desde la perspectiva del desarrollo local, el desarrollo de la actividad turística desde lo cultural y patrimonial demanda brindar a los turistas lo más revelador del patrimonio cultural de los destinos que visitan, por lo que el uso turístico del patrimonio supone un proceso de conversión de los recursos patrimoniales en producto turístico (Cruz, 2015).

De esta manera, la Gestión Cultural se consolida como un proceso integral que permite articular la conservación del patrimonio, la participación activa de la comunidad y la oferta de experiencias turísticas significativas, permitiendo transformar los recursos culturales en productos turísticos atractivos que contribuyan al desarrollo local y la sostenibilidad.

7.4. Gestión del Patrimonio Cultural

La gestión del patrimonio cultural consiste en la aplicación de conocimientos específicos y metodologías que permiten proteger, conservar y poner el valor los bienes patrimoniales para su uso sostenible (Velasco, 2009). La gestión del patrimonio cultural se configura como un

componente estratégico para el desarrollo territorial, al articular la conservación de los bienes culturales con la promoción del turismo y el bienestar de la comunidad, constituyéndose como un elemento clave para el desarrollo socioeconómico, por tanto, la adecuada gestión de sus bienes asegura que su preservación y uso se realice de manera responsable.

Según la UNESCO (2014), un sistema de gestión del patrimonio cultural, permite conservar y administrar un bien o conjunto de bienes de manera que se protejan sus valores fundamentales, al mismo tiempo que fomenta la obtención de beneficios sociales, económicos y ambientales que trascienden los límites del propio patrimonio. Además, otorga una función constructiva, fortaleciendo el desarrollo humano y asegurando la sostenibilidad de los recursos culturales a largo plazo. Cada vez se reconoce más el potencial del patrimonio para proteger el medio ambiente, consolidar el capital social y promover el crecimiento económico, lo que evidencia que aislar la gestión patrimonial de otros sectores es inviable, ya que factores externos o decisiones aisladas podrían comprometer tanto la conservación de los bienes como su interacción con el contexto territorial.

De esta manera, la gestión del patrimonio cultural constituye un instrumento estratégico clave para articular la conservación de los bienes culturales con la actividad turística y el desarrollo territorial sostenible, su implementación permite no sólo preservar la identidad de memoria cultural de la comunidad, sino también generar beneficios económicos, sociales y materiales, sustentando las bases para un aprovechamiento responsable del patrimonio en favor del desarrollo integral del territorio.

7.5. Direccionamiento estratégico

En el contexto de la gestión del Turismo Cultural, el direccionamiento estratégico se convierte en una herramienta importante para orientar los procesos de planificación que permitan un aprovechamiento sostenible de los recursos culturales de un territorio.

En este sentido, el direccionamiento estratégico se constituye como un modelo e instrumento metodológico por medio del cual se definen insumos básicos para la planeación estratégica de una entidad, plantea un proceso sistemático, lógico y objetivo para la toma de decisiones, con el cual se pueden definir acciones que permitan mejorar la sostenibilidad y competitividad de una organización (MINCIENCIAS, 2026).

Desde esta perspectiva, el direccionamiento estratégico también permite una orientación clara que ayuda al desarrollo de las organizaciones. Según Camacho, el direccionamiento estratégico es un enfoque gerencial que permite a la alta dirección determinar un rumbo claro, y promover las actividades necesarias para que toda la organización trabaje en la misma dirección (Camacho, 2002, como se cita en Aguilera, 2010).

En la misma línea, encontramos que el direccionamiento estratégico se orienta a lograr una adecuada articulación e integración de los recursos y capacidades con los que cuentan las organizaciones para alcanzar sus objetivos, esto implica que la dirección estratégica se oriente a alcanzar las metas establecidas definiendo acciones que permitan su logro, por lo que es necesario establecer una adecuada integración entre cada una de las etapas que conforman el proceso de direccionamiento estratégico (Aguilera, 2010).

De esta manera, el direccionamiento estratégico de servicios turísticos se constituye como una herramienta clave para que las organizaciones que buscan fortalecer el sector turístico y cultural, orientando de manera eficiente sus recursos y acciones, contribuyendo al desarrollo del territorio y al fortalecimiento sostenible del sector turístico.

7.6. Gobernanza

Tanto para las organizaciones como para las administraciones públicas, la gobernanza forma parte de las estrategias relacionadas con las practicas transparentes y la participación ciudadana, si acuñamos el termino citado en OLACEFS, el DRAE en su 22ª edición se refiere que la gobernanza es el “arte o la manera de gobernar con el propósito de lograr un desarrollo económico, social e institucional, proponiendo un sano equilibrio entre el estado, la sociedad civil y el mercado de la economía” (OLACEFS, 2015, p. 12). Por tanto, se refiere que esta nueva modalidad de gobierno es atribuida a una pluralidad de actores o como menciona Whittingham (2010) un proceso multidisciplinario que envuelve el estado, la sociedad civil y el sector privado, con la intención de decidir, ejecutar y evaluar las decisiones que tiene una comunidad o un territorio.

De modo que estos ejercicios de articulación y participación tendrán impactos positivos en diferentes ámbitos, por un lado, los habitantes quienes diariamente enfrentan los cambios y los impactos de sus territorios sabrán que tipo de necesidades pueden llegar a necesitar, mientras que las dependencias administrativas gestionaran sus recursos para la solución de estas necesidades, en el caso del municipio de Maripí Boyacá, relacionándolo en lo que menciona Pico y Espinoza (2023) la gobernanza podría llegar a verse reflejada cuando haya una participación activa de diversos agentes, el precavido y cuidadoso manejo de los recursos naturales y culturales y la promoción de capacitaciones y prácticas turísticas conscientes y respetuosas.

En consecuencia, es necesario que las administraciones o instituciones del estado se articulen con los agentes y diferentes actores de la cadena de valor, en este caso del turismo cultural, para garantizar que las actividades turísticas sean beneficiosas tanto para los visitantes como para las comunidades locales y que estas acciones promuevan la sostenibilidad y un acertado impacto medioambiental (Pico y Espinoza, 2023).

En este sentido, la gobernanza aplicada al turismo cultural se convierte en un instrumento clave para la planificación estratégica del territorio, ya que permite articular la gestión del patrimonio cultural y natural, la participación ciudadana y las competencias administrativas institucionales. Así pues, el turismo cultural trasciende su dimensión económica y se configura como una estrategia que dinamiza las economías locales, fortalece la identidad cultural y contribuye al desarrollo territorial.

8. Diseño metodológico del proyecto

La investigación constituye un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos aplicados al estudio de un fenómeno o problema, puede desarrollarse bajo un enfoque cualitativo cuando su finalidad pretende delimitar intencionalmente la información para que el investigador se forme creencias propias sobre el fenómeno estudiado, su meta es describir, comprender e interpretar los fenómenos, a través de las percepciones y significados producidos por las experiencias de los participantes (Sampieri, 2014).

En este marco, la presente investigación se desarrolla bajo un enfoque de cualitativo, orientado a conocer y comprender las dinámicas culturales, patrimoniales y turísticas del Municipio de Maripí, a partir de la percepción de los actores involucrados y del análisis de referentes teóricos. Según Sampieri (2014), todo individuo, grupo o sistema social tiene una manera única de ver el mundo y entender situaciones y eventos, la cual se construye por el inconsciente, lo transmitido por otros y por la experiencia, y mediante la investigación, debemos tratar de comprenderla en su contexto.

Esta investigación se caracteriza como descriptiva, dado que busca recopilar, sistematizar y analizar la información existente con el fin de caracterizar las condiciones actuales del turismo en el Municipio de Maripí. A partir de este diagnóstico, se busca identificar los principales problemas y oportunidades del sector, con el objetivo de formular un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales que contribuya al desarrollo sostenible y al fortalecimiento del turismo local.

Esta investigación se aborda desde un enfoque deductivo, partiendo de teorías generales sobre Turismo Cultural, el Patrimonio Cultural y su Gestión Sostenible, para luego analizar su

aplicación y pertinencia en el caso particular del Municipio de Maripí. Este proceso permite contrastar los referentes conceptuales con la realidad local, generando un marco de análisis coherente y aplicable al contexto.

Finalmente, esta investigación es de tipo transversal, dado que examina la situación actual del turismo en el Municipio de Maripí, proporcionando información suficiente para formular un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales basado en el diagnóstico de la realidad vigente.

En cuanto a la estructura del análisis, esta investigación se articula en dos dimensiones complementarias, un análisis externo, y un análisis interno que facilitan una comprensión integral del fenómeno turístico en el Municipio de Maripí. En este sentido, la investigación busca formular un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales, que proporcione herramientas y estrategias para fortalecer el desarrollo del sector turístico en el Municipio de Maripí, y optimizar el uso sostenible de su Patrimonio Cultural.

8.1. Análisis interno

Para la elaboración del instrumento de medición del análisis interno, se identificaron siete variables esenciales que permiten comprender los factores que afectan la gestión de los recursos turísticos por parte de la Alcaldía Municipal de Maripí. Estas variables fueron definidas a partir del marco teórico, y abarcan aspectos relacionados con la estructura y el funcionamiento de las Instituciones, la oferta turística disponible, las preferencias de los actores involucrados, las condiciones de acceso y seguridad, la articulación con el sector comercial, su impacto sostenible y el grado de participación comunitaria, elementos clave que permiten examinar el desempeño interno del Municipio en materia turística.

A partir de estas variables, se diseñó y aplicó una encuesta de medición propia, adaptada a las características y contexto local del sector turístico, es importante señalar que esta encuesta se utilizó como herramienta para la identificación de percepciones y necesidades relevantes para comprender la gestión interna del turismo dentro del Municipio de Maripí, más no como método cuantificable; de esta manera, los resultados de la encuesta se integran al análisis cualitativo para enriquecer la interpretación de las experiencias y opiniones de los actores involucrados.

Tabla 2: Variables

Variable	Descripción
Instituciones	Identifica si el Municipio cuenta con instituciones que promuevan el posicionamiento del Municipio como destino turístico.
Oferta	Determina la variedad y capacidad de bienes y servicios con potencial turístico del destino.
Preferencias	Facilita la identificación de las inclinaciones, intereses o preferencias respecto de las tipologías turísticas.
Acceso y seguridad	Establece la percepción en materia de acceso vial y seguridad del Municipio.
Sectores económicos	Identifica los sectores económicos necesarios para impulsar el destino turístico.
Impacto sostenible	Establece los principales efectos que el turismo puede ocasionar en el destino turístico.
Participación comunitaria	Refleja el involucramiento de la comunidad local en la gestión, promoción y conservación del sector turístico.

Nota: Elaboración propia.

Esta encuesta se aplicó a un total de 40 personas, y está compuesta por 35 afirmaciones, estructuradas bajo una escala Likert de cinco posiciones: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo. Para (Maldonado et al., 2007), la escala tipo Likert es un instrumento de medición o recolección de datos compuesto por una serie de afirmaciones frente a las cuales se solicita a los encuestados expresar su grado de acuerdo o desacuerdo respecto de la afirmación en particular. Con esta escala se logró medir de manera precisa el grado de acuerdo y desacuerdo de los participantes con cada afirmación planteada, facilitando la identificación de patrones y tendencias en la percepción sobre la gestión interna del turismo.

Tabla 3: Afirmaciones empleadas en la encuesta

ENCUESTA ANÁLISIS INTERNO						
No	Afirmaciones variable instituciones	1	2	3	4	5
1	La administración municipal cuenta con una dependencia enfocada en la promoción, conservación, y difusión del turismo.					
2	La administración municipal destina recursos específicos para la promoción del turismo local.					
3	La administración municipal contempla como prioridad el desarrollo turístico del Municipio.					
4	El Municipio cuenta con el apoyo de instituciones privadas para la promoción y aprovechamiento de las actividades turísticas.					
5	El Municipio cuenta con el apoyo de entidades sin ánimo de lucro para la promoción y aprovechamiento de las actividades turísticas.					
No	Afirmaciones variable oferta turística	1	2	3	4	5
6	El Municipio cuenta con lugares o infraestructura que permita la ejecución de actividades extremas.					
7	El Municipio cuenta con zonas rurales que permitan un acercamiento de los visitantes con la naturaleza, la ejecución de labores agrícolas, gastronómicas y/o artesanales.					
8	El Municipio cuenta con infraestructura o elementos materiales o inmateriales distintivos de la cultura del Municipio.					
9	El Municipio cuenta con lugares o servicios que promuevan el desarrollo de actividades de bienestar físico, mental, emocional o espiritual.					
10	El Municipio cuenta con productos y servicios innovadores.					

No	Afirmaciones variable preferencias	1	2	3	4	5
11	La atención y servicio al cliente son factores determinantes para el establecimiento de un destino turístico.					
12	La limpieza de las calles y fachadas aporta al fortalecimiento de un destino turístico.					
13	El acceso a los servicios públicos como energía, agua, gas, e internet son importantes para promover un destino turístico.					
14	Son más confiables los destinos turísticos que cuentan con información web, que permite conocer anticipadamente su oferta.					
15	El modelo de servicio turísticos es una herramienta necesaria para mejorar el contexto actual del sector turístico en el Municipio.					
No	Afirmaciones variable Acceso y seguridad	1	2	3	4	5
16	El transporte público es adecuado y facilita la conexión con Municipios o ciudades capitales.					
17	Las vías de acceso al Municipio se encuentran en condiciones aptas para el tránsito de los diferentes tipos de vehículos automotores.					
18	Las vías de acceso al Municipio generan seguridad para quienes las transitan.					
19	El Municipio es un lugar seguro para visitantes y residentes.					
20	El Municipio cuenta con instituciones policivas enfocadas en brindar seguridad a los residentes y visitantes.					
No	Afirmaciones variable sectores oferta comercial	1	2	3	4	5
21	Este destino ofrece variedad de opciones de alojamiento para diferentes presupuestos.					
22	Existe variedad de opciones gastronómicas en el Municipio.					
23	En el Municipio existe una amplia variedad de tiendas de abarrotes que complementan la oferta turística.					
24	El Municipio cuenta con establecimientos de vestuario que atienden las necesidades de los visitantes.					
25	El Municipio tiene tiendas de regalos y souvenirs con artículos que los visitantes pueden adquirir durante su visita.					
No	Afirmaciones variable impacto sostenible	1	2	3	4	5
26	El turismo apoya y promueve el crecimiento de los negocios locales.					
27	El turismo contribuye en la creación de empleos para la comunidad local.					
28	Las practicas turísticas dentro del Municipio son respetuosas con el medio ambiente.					
29	El turismo promueve la conservación del medio ambiente.					

30	El turismo contribuye a la preservación de la cultura local.					
No	Afirmaciones variable participación comunitaria	1	2	3	4	5
31	La comunidad local participa activamente en la planificación de actividades turísticas en el Municipio.					
32	La comunidad contribuye en la ejecución de eventos y actividades turísticas culturales.					
33	Existen espacios de formación o capacitación en gestión turística para la comunidad.					
34	Se promueve la colaboración de los habitantes en la conservación del patrimonio cultural y natural.					
35	Los habitantes sienten orgullo por su patrimonio cultural y participan en su difusión a los visitantes.					

Nota: Elaboración propia.

8.1.1. Población, muestra y ficha técnica

Población: La encuesta se aplicó a empleados públicos, funcionarios y contratistas de la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá. Esta selección permitió recopilar información de manera integral sobre la Gestión de los Recursos Turísticos, considerando la perspectiva interna de los integrantes de la Administración Municipal.

Muestra: Para la aplicación de la encuesta, se seleccionó una muestra representativa de la población objeto, conformada por empleados, funcionarios y contratistas de la Alcaldía Municipal de Maripí. La población total consta de 70 personas; para la selección de los participantes se empleó el método de muestreo por conveniencia y por perfilación, con el fin de seleccionar a los participantes que resulten más accesibles y posean características pertinentes para los propósitos de la investigación.

La muestra determinada para esta investigación es de un total de 40 encuestas, y fueron seleccionadas teniendo en cuenta criterios como la antigüedad y el tiempo laborado en la

Administración Municipal, priorizando a quienes cuentan con mayor trayectoria institucional. Asimismo, se incluyeron participantes pertenecientes a los sectores social, cultural y ambiental, con el propósito de obtener una visión integral y representativa de las diferentes áreas de gestión.

Con esta metodología se busca asegurar que los resultados reflejen de manera confiable las percepciones y experiencias de los funcionarios de la Administración Municipal, permitiendo identificar fortalezas, debilidades y así lograr establecer acciones de mejora en la administración del Turismo Cultural en Maripí.

Tabla 4: Ficha técnica

Característica	Descripción
Periodo de recolección de datos	Mes de octubre del año 2025
Ciudad de aplicación	Maripí Boyacá, Colombia
Cargo de las personas entrevistadas	Secretarios de despacho, contratistas y trabajadores con formación profesional, técnica, tecnológica y auxiliar.
Población	70 personas
Muestra	40 personas
Método de muestreo	Conveniencia y perfilación
Medio de recolección	Encuesta digital.

Nota: Elaboración propia.

8.1.2. Validación del instrumento de medición

El instrumento fue validado por cinco expertos, seleccionados por su experiencia en el ámbito académico y en la gestión pública local, tres de ellos son docentes de la Maestría en Gestión de la Cultura de la Universidad EAN, el docente Nelson Moreno, el docente José Luis Niño Amézquita y el docente Juan Camilo Cháves; y dos son funcionarios de la Alcaldía Municipal de

Maripí Boyacá, Michael Páez, secretario de desarrollo social, y Wilfredo Forero, secretario de desarrollo agropecuario y ambiental. La validación se realizó conforme al índice V de Aiken, el cual mide la claridad, pertinencia y relevancia de las preguntas. En total, los expertos aceptaron la totalidad de las preguntas, treinta y cinco (35) con calificación igual a uno (1).

Tabla 5: Resultados Validación de Encuesta V de Aiken

No	Afirmaciones variable instituciones	Calificación
1	La administración municipal cuenta con una dependencia enfocada en la promoción, conservación, y difusión del turismo.	1
2	La administración municipal destina recursos específicos para la promoción del turismo local.	1
3	La administración municipal contempla como prioridad el desarrollo turístico del Municipio.	1
4	El Municipio cuenta con el apoyo de instituciones privadas para la promoción y aprovechamiento de las actividades turísticas.	1
5	El Municipio cuenta con el apoyo de entidades sin ánimo de lucro para la promoción y aprovechamiento de las actividades turísticas.	1
No	Afirmaciones variable oferta turística	Calificación
6	El Municipio cuenta con lugares o infraestructura que permita la ejecución de actividades extremas.	1
7	El Municipio cuenta con zonas rurales que permitan un acercamiento de los visitantes con la naturaleza, la ejecución de labores agrícolas, gastronómicas y/o artesanales.	1
8	El Municipio cuenta con infraestructura o elementos materiales o inmateriales distintivos de la cultura del Municipio.	1
9	El Municipio cuenta con lugares o servicios que promuevan el desarrollo de actividades de bienestar físico, mental, emocional o espiritual.	1
10	El Municipio cuenta con productos y servicios innovadores.	1
No	Afirmaciones variable preferencias	Calificación
11	La atención y servicio al cliente son factores determinantes para el establecimiento de un destino turístico.	1
12	La limpieza de las calles y fachadas aporta al fortalecimiento de un destino turístico.	1
13	El acceso a los servicios públicos como energía, agua, gas, e internet son importantes para promover un destino turístico.	1
14	Son más confiables los destinos turísticos que cuentan con información web, que permite conocer anticipadamente su oferta.	1

15	El modelo de servicio turísticos es una herramienta necesaria para mejorar el contexto actual del sector turístico en el Municipio.	1
No	Afirmaciones variable Acceso y seguridad	Calificación
16	El transporte público es adecuado y facilita la conexión con Municipios o ciudades capitales.	1
17	Las vías de acceso al Municipio se encuentran en condiciones aptas para el tránsito de los diferentes tipos de vehículos automotores.	1
18	Las vías de acceso al Municipio generan seguridad para quienes las transitan.	1
19	El Municipio es un lugar seguro para visitantes y residentes.	1
20	El Municipio cuenta con instituciones policivas enfocadas en brindar seguridad a los residentes y visitantes.	1
No	Afirmaciones variable sectores oferta comercial	Calificación
21	Este destino ofrece variedad de opciones de alojamiento para diferentes presupuestos.	1
22	Existe variedad de opciones gastronómicas en el Municipio.	1
23	En el Municipio existe una amplia variedad de tiendas de abarrotes que complementan la oferta turística.	1
24	El Municipio cuenta con establecimientos de vestuario que atienden las necesidades de los visitantes.	1
25	El Municipio tiene tiendas de regalos y souvenirs con artículos que los visitantes pueden adquirir durante su visita.	1
No	Afirmaciones variable impacto sostenible	Calificación
26	El turismo apoya y promueve el crecimiento de los negocios locales.	1
27	El turismo contribuye en la creación de empleos para la comunidad local.	1
28	Las practicas turísticas dentro del Municipio son respetuosas con el medio ambiente.	1
29	El turismo promueve la conservación del medio ambiente.	1
30	El turismo contribuye a la preservación de la cultura local.	1
No	Afirmaciones variable participación comunitaria	Calificación
31	La comunidad local participa activamente en la planificación de actividades turísticas en el Municipio.	1
32	La comunidad contribuye en la ejecución de eventos y actividades turísticas culturales.	1
33	Existen espacios de formación o capacitación en gestión turística para la comunidad.	1
34	Se promueve la colaboración de los habitantes en la conservación del patrimonio cultural y natural.	1

35	Los habitantes sienten orgullo por su patrimonio cultural y participan en su difusión a los visitantes.	1
----	---	---

Nota: Elaboración propia.

8.2. Análisis Externo Modelo PESTEL

Para comprender el contexto externo que incide en el desarrollo del Turismo Cultural en el Municipio de Maripí, se realizó un análisis PESTEL, el cual se constituye como una herramienta estratégica que permite examinar los factores del entorno macroeconómico (políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales) que pueden influir en el desarrollo de una organización, facilitando la identificación de oportunidades y riesgos potenciales presentes en el entorno, así como la formulación de hipótesis sobre posibles escenarios futuros, lo que contribuye a la toma de decisiones estratégicas orientadas al fortalecimiento y la adecuada gestión de los recursos turísticos locales (Lill & Galdón, 2024).

Tabla 6: PESTEL

FACTORES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
POLÍTICOS	<ul style="list-style-type: none"> Alineación de la Administración Municipal con la política de MINCOMERCIO, Política de Turismo Sostenible: Unidos por la Naturaleza, que en su parte III, ítem D, establece el principio de corresponsabilidad para el desarrollo del turismo sostenible, señalando que los gobiernos locales deben incorporar los valores y retos ambientales del territorio en sus planes de desarrollo y promover estructuras de gobernanza que articulen a instituciones, empresas turísticas, comunidades y viajeros. Asimismo, plantea la creación de marcos normativos e incentivos que fomenten 	<ul style="list-style-type: none"> Cambios en la Administración Municipal que puedan discontinuar o pausar el desarrollo o la ejecución de los proyectos turísticos. Limitaciones en la asignación de recursos públicos para el sector turismo, lo que podría reducir las posibilidades de financiar proyectos de promoción turística, infraestructura o

	<p>prácticas responsables y un manejo adecuado de los impactos del turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Articulación con las alcaldías de los municipios de Muzo, Coper, Pauna y San Pablo de Borbur, territorios que comparten características históricas, culturales y productivas relacionadas con la minería de esmeraldas y la agricultura para la estructuración de rutas turísticas regionales, como la Ruta de la Esmeralda, la Ruta del Café y la Ruta del Chocolate, así como el desarrollo de un Festival de Verano en el Rio La Vega, espacio natural que conecta al municipio de Maripí con los municipios de Muzo y Coper. • Posibilidad de financiamiento para proyectos turísticos a través de programas como Concertación Cultural y FONTUR, que pueden apoyar iniciativas como el fortalecimiento del Festival de la Panela, apoyo a la creación de centros turísticos, mejoramiento de infraestructura turística como el parque principal y restauración de elementos patrimoniales presentes en el municipio. 	<p>fortalecimiento de eventos culturales en el municipio.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dificultades en la articulación interinstitucional, que pueden retrasar la formulación o ejecución de proyectos conjuntos con municipios cercanos como Muzo, Coper, Pauna o San Pablo de Borbur para el desarrollo de rutas turísticas regionales.
<p>ECONÓMICOS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento y formalización de MIPYMES vinculadas al sector turístico como emprendimientos de gastronomía tradicional, alojamiento rural, y comercialización de productos locales, que pueden fortalecer la oferta turística del municipio. • Incremento potencial de inversión privada en el sector turístico, orientada al desarrollo de infraestructura turística, creación de centros recreativos, restaurantes, alojamientos rurales y otros servicios complementarios que fortalezcan la competitividad del destino. • Generación de empleo para la población local, especialmente en actividades relacionadas con servicios turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Limitada capacidad financiera de los emprendedores locales, lo que puede dificultar la creación o formalización de MIPYMES vinculadas al sector turístico. • Dependencia de recursos externos o financiación pública, lo que puede afectar la continuidad de proyectos turísticos si no se logra acceso a convocatorias o programas de apoyo.

	<ul style="list-style-type: none"> • Surgimiento de incentivos tributarios para organizaciones o empresas que apoyen o desarrollen proyectos culturales y turísticos en el municipio. • Alianzas con entidades bancarias con el fin de facilitar el acceso a procesos de financiación orientados al fortalecimiento de iniciativas culturales y turísticas en el municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso limitado a créditos o financiación para MIPYMES y emprendedores del sector turístico.
SOCIALES	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimiento de la identidad cultural local mediante la recuperación y valorización de prácticas agrícolas y oficios tradicionales del municipio, como la minería y la producción panelera, cafetera y cacaofera. • Protección del patrimonio cultural material e inmaterial mediante actos administrativos, como declaratorias patrimoniales, que permiten su reconocimiento, preservación y fortalecimiento de la identidad cultural del municipio. • Fortalecimiento de redes de cooperación entre la comunidad y las entidades públicas y privadas, a través de los concejos de turismo y cultura, facilitando la articulación de esfuerzos para la gestión, promoción y aprovechamiento del patrimonio cultural del municipio. • Interacción e intercambio cultural entre residentes y visitantes, lo que permite difundir las tradiciones, costumbres y formas de vida del territorio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pérdida progresiva de prácticas y oficios tradicionales, como las labores agrícolas o la cultura minera, debido al cambio generacional y a la migración de jóvenes hacia otros municipios o ciudades. • Baja participación de la comunidad en proyectos turísticos, lo que podría limitar los procesos de apropiación social del patrimonio cultural y su aprovechamiento sostenible. • Pérdida de calidad y autenticidad cultural por la comercialización excesiva de productos.
TECNO LÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de herramientas digitales para la promoción turística del municipio, como páginas web, plataformas institucionales y catálogos digitales que permitan difundir sus atractivos turísticos. • Aprovechamiento de redes sociales como canal de difusión y posicionamiento del destino turístico, 	<ul style="list-style-type: none"> • Baja cobertura de internet en zonas rurales. • Desconocimiento en el uso de las herramientas digitales y redes sociales por parte de los prestadores turísticos. • bajo impacto de las estrategias de

	mostrando fragmentos de sus tradiciones, productos y eventos.	promoción y publicidad turística, lo que puede limitar la visibilidad del municipio.
ECO LÓGICOS	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento del entorno natural del municipio para el desarrollo de actividades de ecoturismo y turismo rural que integre sus paisajes, ríos y zonas rurales agrícolas como parte de la oferta turística del territorio. • Uso del turismo como herramienta para promover procesos de reforestación y recuperación ambiental, mediante iniciativas comunitarias y proyectos que contribuyan a la protección y sostenibilidad de los recursos naturales del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Riesgo de deterioro ambiental por sobrecarga turística • Fenómenos naturales o climáticos adversos que puedan afectar el desarrollo de las actividades turísticas.
LEGALES	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de la Ley 2068 de 2020 cuyo objeto es fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos. • Ley 300 de 1996, Art 1: Reconoce el turismo como una industria esencial para el desarrollo del país, y establece que el Estado dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional. • Ley 300 de 1996, Art 17: establece que corresponde a los departamentos, a las regiones, a los distritos y Municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración de planes sectoriales de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción. 	<ul style="list-style-type: none"> • Desconocimiento de la normatividad turística por parte de la administración municipal y los prestadores locales. • Desconocimiento de trámites y requisitos legales que dificultan la formalización de MIPYMES.

Nota: Elaboración propia.

El desarrollo de este análisis PESTEL, permitió identificar y comprender los principales factores del entorno político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal que inciden en el desarrollo del turismo cultural en el Municipio de Maripí. A partir de la revisión y análisis de cada

uno de estos componentes, fue posible reconocer tanto oportunidades como amenazas que pueden influir en los procesos de valoración, gestión y aprovechamiento del patrimonio cultural del territorio.

La aplicación de esta herramienta facilitó un análisis integral del contexto externo del municipio, permitiendo identificar condiciones favorables y oportunidades como la existencia de políticas públicas orientadas al turismo sostenible, la riqueza cultural y natural del territorio, el potencial de articulación regional y las oportunidades de financiamiento para proyectos turísticos. Asimismo, permitió reconocer desafíos y amenazas relacionados con aspectos institucionales, económicos, sociales y ambientales que deben ser considerados dentro de los procesos de planificación turística.

9. Diagnostico Organizacional

En este capítulo se desarrolla el procesamiento y análisis de la información recopilada durante la investigación, con el propósito de comprender de manera integral los resultados de análisis interno y el análisis externo, y de esta manera, construir una visión integral de la situación turística actual del Municipio de Maripí Boyacá.

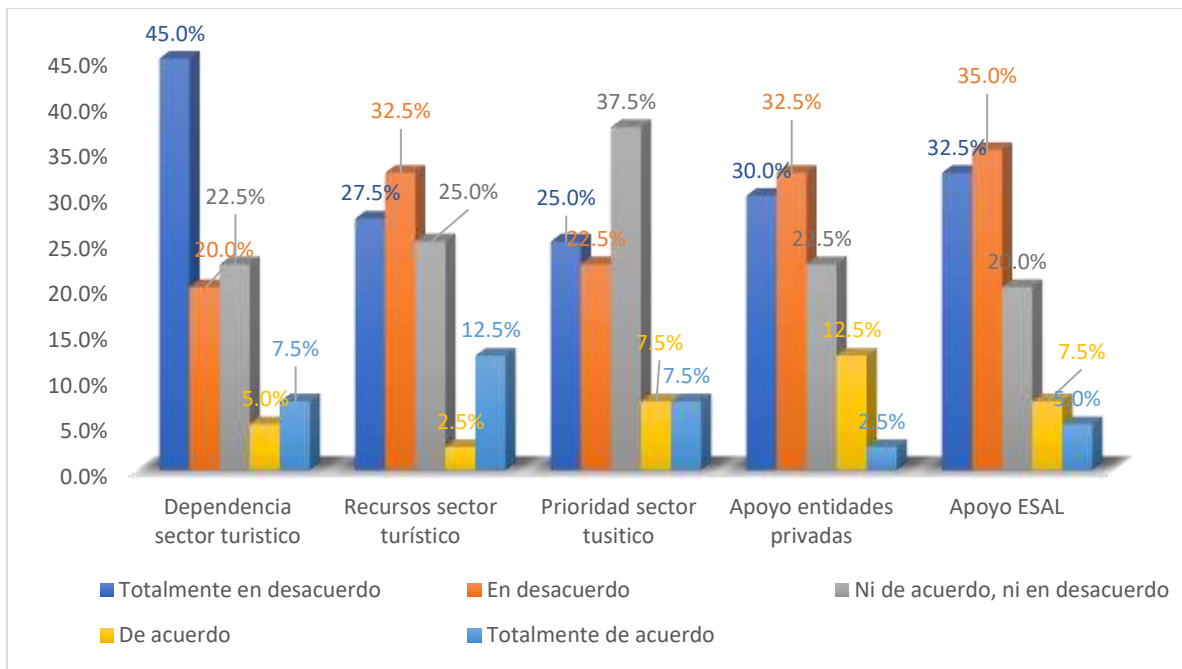
9.1. Procesamiento estadístico de datos análisis interno

En esta sección se presentan los resultados del análisis interno realizado para diagnosticar la situación actual del sector turístico en el Municipio de Maripí Boyacá. Este análisis se desarrolla a partir de los resultados obtenidos de la aplicación de una encuesta estructurada diseñada para obtener información sobre variables estratégicas como el papel de las instituciones, la oferta turística, las preferencias, el acceso y seguridad, la oferta comercial, el impacto sostenible y la participación comunitaria. Los hallazgos obtenidos permitieron comprender de manera integral la dinámica interna del sector turístico en el Municipio de Maripí, constituyéndose como un insumo fundamental para la formulación de estrategias que guíen la creación del Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá.

9.1.1. Análisis Variable Instituciones

A continuación, se analizan los resultados de la variable instituciones, con el propósito de identificar la percepción interna del apoyo institucional que se presta al sector turístico.

Figura 3: Variable Instituciones



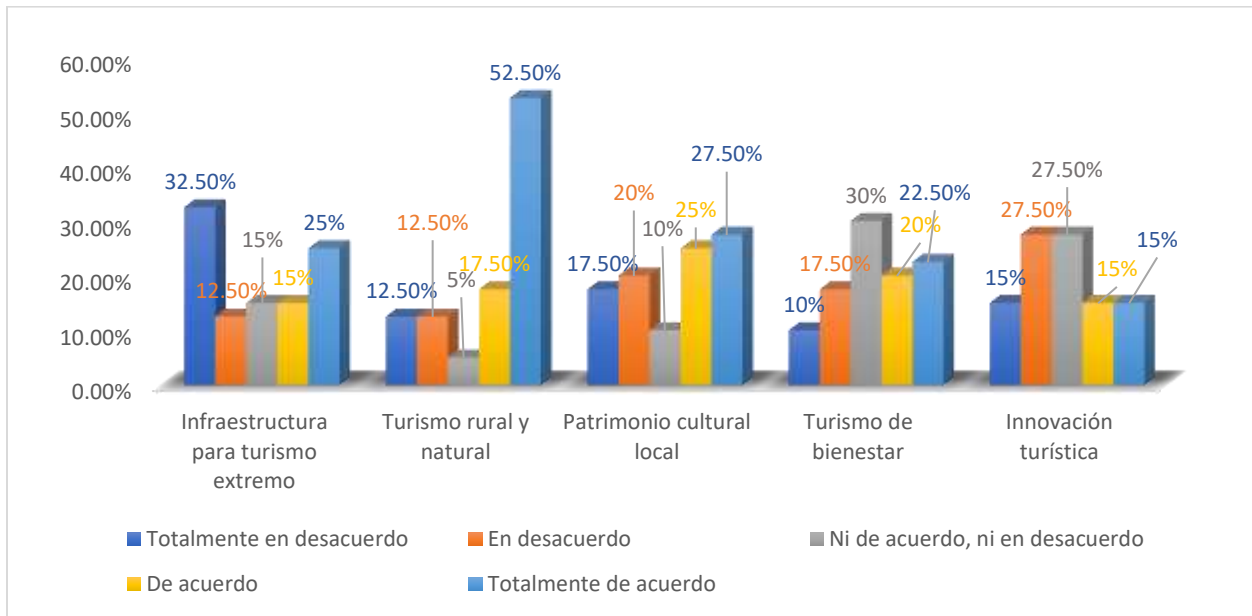
Nota: Elaboración propia.

Los resultados obtenidos evidencian una percepción negativa por parte de los funcionarios respecto a la gestión institucional del turismo en el Municipio de Maripí. Se observa que la mayoría considera que no existe una dependencia específica encargada del sector (65%), que no se asignan recursos presupuestales para su promoción (60%) y que el desarrollo turístico no figura como una prioridad dentro de la agenda administrativa (47.5%). Asimismo, se identifican bajos niveles de articulación con el sector privado (62.5%) y limitada cooperación con entidades sin ánimo de lucro (62.5%), aspectos que reflejan deficiencias en la coordinación institucional y en la gestión colaborativa del turismo local.

9.1.2. Análisis Variable Oferta turística

En este apartado se analiza la variable oferta turística, con la finalidad de conocer la percepción interna respecto de los componentes que conforman la oferta turística en el Municipio de Maripí.

Figura 4: Variable Oferta Turística



Nota: Elaboración propia.

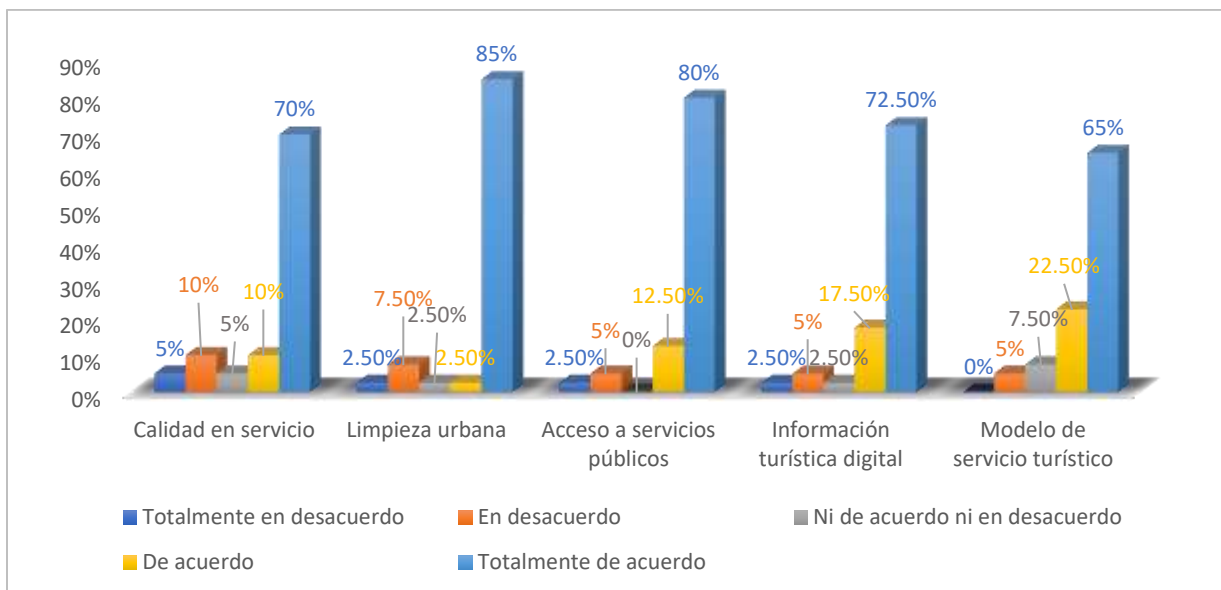
Los resultados obtenidos permiten identificar una percepción mixta respecto a la infraestructura y oferta turística del Municipio de Maripí. El 45% de los encuestados considera que no existen espacios o infraestructura adecuada para la práctica de actividades extremas, mientras que el 40% opina lo contrario, lo que sugiere una disponibilidad limitada de escenarios para estas prácticas. En contraste, el 70% reconoce que el Municipio sí cuenta con zonas rurales que facilitan el contacto con la naturaleza y la realización de actividades agrícolas, gastronómicas y artesanales, lo cual constituye una fortaleza del turismo rural. Asimismo, el 52.5% identifica la existencia de infraestructura o elementos culturales distintivos, y el 42.5% considera que si

existen lugares o servicios orientados al bienestar integral, aunque ambos resultados muestran márgenes de mejora. Por su parte, un 42.5% percibe una escasa oferta de productos o servicios innovadores, lo que refleja limitaciones en la diversificación y modernización de la oferta turística local.

9.1.3. Análisis Variable Preferencias

A continuación, se analiza la variable preferencias, con el propósito de identificar la percepción interna sobre los aspectos que influyen en la experiencia de los visitantes en el Municipio de Maripí.

Figura 5: Variable Preferencias



Nota: Elaboración propia.

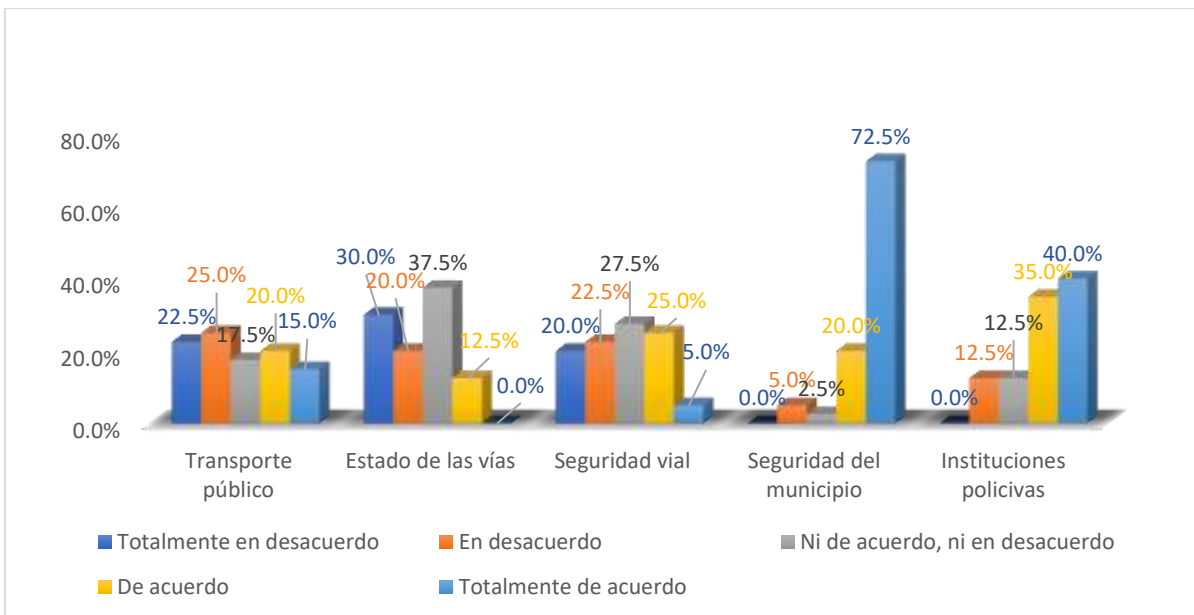
Los resultados evidencian una percepción ampliamente favorable respecto a los factores que inciden en la competitividad turística del Municipio de Maripí. El 80% de los encuestados valora la atención y el servicio al cliente como elementos determinantes para fortalecer los servicios

turísticos, mientras que el 87.5% destaca la limpieza de calles y fachadas como un aspecto clave para la imagen del destino. De igual manera, el 92.5% reconoce la importancia del acceso a servicios públicos básicos para garantizar una prestación adecuada del servicio turístico; el 90% valora la presencia digital como fuente de confianza para los visitantes, y el 87.5% considera esencial contar con un modelo de servicio turístico estructurado que oriente las acciones del sector.

9.1.4. Análisis Variable Acceso y Seguridad

En este apartado se analizan los resultados de la variable acceso y seguridad, con el propósito de identificar la percepción interna sobre las condiciones viales, de transporte y de seguridad del Municipio de Maripí.

Figura 6: Variable Acceso y Seguridad



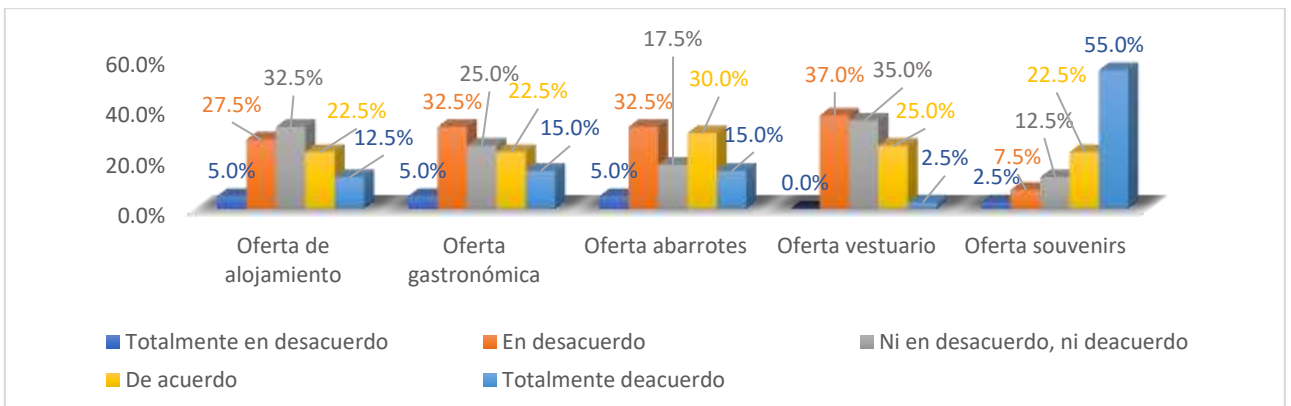
Nota: Elaboración propia.

Los resultados reflejan una percepción contrastante respecto a la conectividad y seguridad en el Municipio de Maripí. En cuanto al transporte público, el 47.5% de los encuestados considera que no es adecuado ni facilita la conexión con otros Municipios o ciudades capitales, mientras que solo el 35% manifiesta una opinión favorable, lo que evidencia la necesidad de mejorar la infraestructura y cobertura del sistema de transporte. De manera similar, el 50% percibe que las vías de acceso no se encuentran en condiciones óptimas, y el 42.5% opina que las vías de acceso al Municipio no generan seguridad suficiente para los usuarios, confirmando una valoración predominantemente negativa sobre la infraestructura vial. Por el contrario, los resultados sobre seguridad ciudadana muestran una tendencia positiva: el 92.5% de los encuestados considera que el Municipio es seguro para visitantes y residentes, y el 75% valora de manera favorable la labor de las instituciones policivas locales.

9.1.5. Análisis Variable Oferta Comercial

A continuación, se presentan los resultados de la variable oferta comercial, con la cual se busca identificar la percepción interna sobre los servicios y productos que complementan el sector turístico en el Municipio de Maripí.

Figura 7: Variable Sector Oferta Comercial



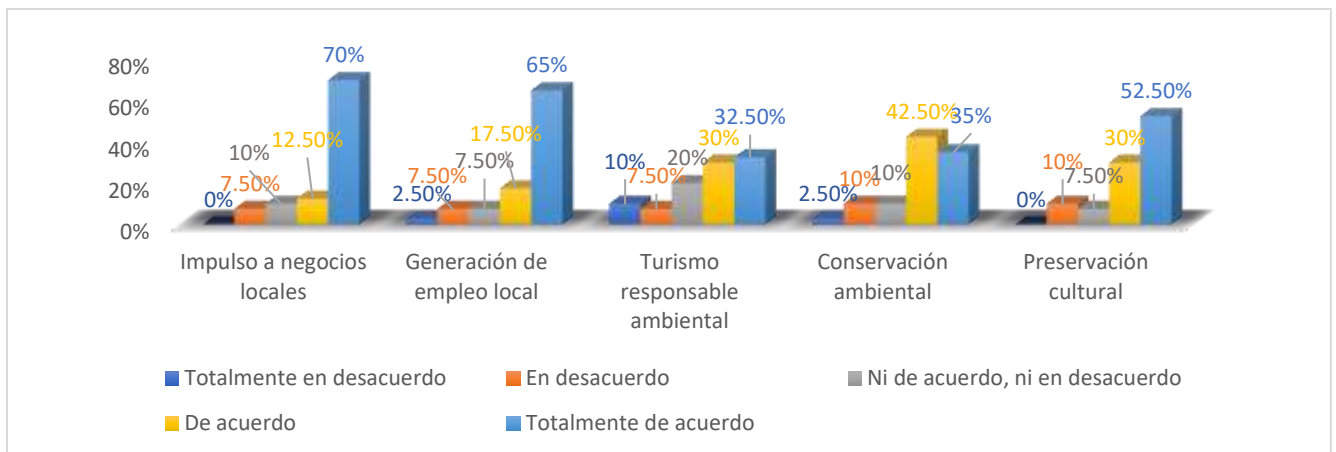
Nota: Elaboración propia.

Los resultados evidencian una percepción mixta sobre la oferta económica y turística del Municipio de Maripí. En términos generales, el 35% de los encuestados considera que existe variedad de opciones de alojamiento, mientras que el 32.5% percibe lo contrario, lo que refleja una oferta aún limitada y poco diversificada. Una tendencia similar se observa en el ámbito gastronómico, donde el 37.5% de los participantes reconoce diversidad de opciones, mientras otro 37.5% percibe insuficiencia, sugiriendo la necesidad de fortalecer este componente. En cuanto a la oferta de abarrotes, el 45% de los encuestados considera que es suficiente, aunque persiste un 37.5% que identifica limitaciones en este aspecto. Por su parte, la oferta de vestuario es percibida como insuficiente por la mayoría de los encuestados, dado que el 37.5% considera que no es favorable, y solo el 27.5% expresa una opinión favorable. Finalmente, la oferta de souvenirs se posiciona como uno de los aspectos mejor valorados por los encuestados, el 77.5% la califica positivamente, destacando este componente como una ventaja competitiva del sector.

9.1.6. Análisis Variable Impacto Sostenible

En este apartado se presentan los resultados de la variable impacto sostenible, con el cual se analiza la percepción interna sobre la contribución del turismo al desarrollo del Municipio.

Figura 8: Variable Impacto Sostenible



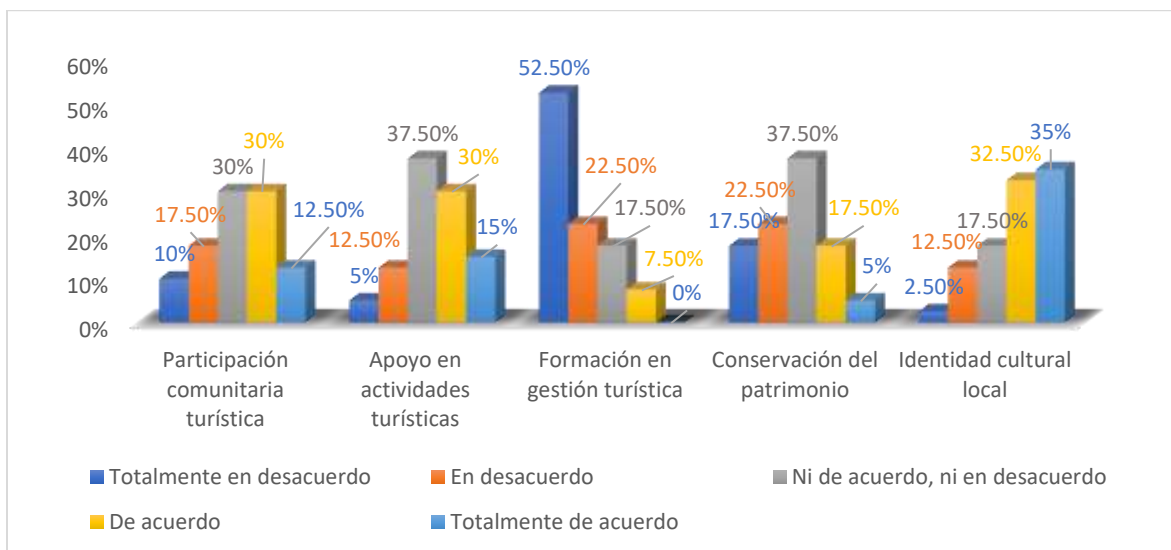
Nota: Elaboración propia.

Los resultados reflejan una percepción ampliamente positiva sobre el impacto del turismo en el desarrollo sostenible del Municipio de Maripí. El 82.5% de los encuestados considera que el turismo favorece el crecimiento de los negocios locales, de igual manera, el 82.5% de los encuestados perciben que contribuye significativamente a la generación de empleo en la comunidad. Asimismo, el 62.5% opina que las prácticas turísticas son respetuosas con el medio ambiente, mientras que el 77.5% de los encuestados reconocen que el turismo aporta a la conservación ambiental. Finalmente, el 82.5% de los participantes considera que el turismo apoya la preservación de la cultura local, reforzando las tradiciones y manifestaciones culturales propias del Municipio.

9.1.7. Análisis Variable Participación Comunitaria

A continuación, se presentan los resultados de la variable participación comunitaria, orientados a identificar el grado de involucramiento de la comunidad en la actividad turística del Municipio de Maripí.

Figura 9: Variable Participación Comunitaria



Nota: Elaboración Propia.

Los resultados evidencian una participación comunitaria moderada en el desarrollo turístico del Municipio de Maripí. El 42.5% de los encuestados considera que la comunidad participa activamente en la planificación de actividades turísticas y el 45% percibe una colaboración significativa en la ejecución de eventos culturales y turísticos. Asimismo, el 75% de los encuestados señalan la ausencia de espacios de formación o capacitación en gestión turística, lo que representa una debilidad en el fortalecimiento de capacidades locales. De igual manera, el 40% de las encuestados consideran que no se promueve la colaboración de los habitantes en la conservación del patrimonio cultural y natural, y solo el 22.5% considera que se promueve adecuadamente, lo que indica una clara necesidad de impulsar estrategias que fomenten una participación más activa de la comunidad. No obstante, el 67.5% de los encuestados manifiesta orgullo por su patrimonio cultural y refieren participar en su difusión, reflejando un alto sentido de identidad y pertenencia hacia los valores culturales del Municipio.

9.2. Análisis de resultados

En el siguiente apartado, se analizarán los resultados obtenidos en el análisis interno y el análisis externo, contrastando la realidad turística del Municipio de Maripí con los fundamentos teóricos del Turismo Cultural y sostenible, revelando fortalezas, debilidades y posibilidades de mejora que permitan al Municipio de Maripí consolidarse como destino turístico competitivo.

En el ámbito institucional, se observa una estructura administrativa y de gestión turística débil, marcada por la ausencia de una dependencia especializada en sector turístico, la limitada asignación de recursos económicos a este sector y la escasa coordinación con entidades públicas y privadas. Esta situación contrasta con lo planteado por Forero (2007), quien resalta la importancia de involucrar a profesionales, instituciones y organizaciones en una gestión turística articulada y participativa; en la misma línea, Velasco (2009) enfatiza en la necesidad de contar

con instituciones capacitadas para transformar los recursos culturales en productos turísticos sostenibles. De igual forma, ONU Turismo (2024) señala que la competitividad de un destino depende de su capacidad para administrar de manera eficiente y sostenible sus recursos.

En este contexto, los resultados confirman la necesidad de crear una Oficina de Cultura y Turismo Municipal, que asuma la promoción, ejecución y distribución del sector, así como la necesidad de asignar recursos económicos permanentes en el presupuesto municipal, y de promover la vinculación activa del sector privado y las entidades sin ánimo de lucro y los demás actores de la cadena de valor mediante alianzas estratégicas que impulsen la inversión y fortalezcan el desarrollo turístico del Municipio.

En lo referente a la Oferta turística, se evidencia que el Municipio de Maripí posee un valioso potencial en recursos naturales, rurales y culturales, aunque enfrenta limitaciones en infraestructura, innovación y diversificación de productos turísticos. Según Leiper (1979), la competitividad de un destino depende de su capacidad para ofrecer una oferta variada y de calidad que responda a las expectativas del visitante. De igual modo, ONU Turismo (2025) enfatiza la necesidad de innovar constantemente en productos y servicios turísticos, mientras que Cruz, Domínguez y González (2015) sostienen que la conversión del patrimonio cultural en producto turístico requiere planificación y adecuación.

De esta manera, el diseño de rutas temáticas como la ruta de la esmeralda, ruta del café o ruta de la panela, junto con la implementación de talleres artesanales y la creación de alojamientos rurales sostenibles, se perfilan como alternativas clave para fortalecer y diversificar la oferta turística del Municipio.

Respecto de las preferencias en el sector turístico, los resultados destacan la importancia de que los prestadores de servicios turísticos y las entidades responsables de la gestión turística brinden una atención y servicio al cliente de calidad, así como de promover iniciativas de mejoramiento, limpieza y embellecimiento del espacio público, incluyendo la recuperación y adecuación de las fachadas del perímetro urbano, Así mismo, se evidencia la necesidad de garantizar el acceso a servicios públicos básicos en los establecimientos turísticos y en los espacios destinados a la atención turística, así como el fortalecimiento de la presencia digital de los servicios y la oferta turística, con el fin de mejorar la visibilidad del destino y facilitar el acceso a la información.

Estas percepciones coinciden con lo planteado por ONU Turismo (2024), que identifica la calidad del servicio y la experiencia del visitante como pilares de la sostenibilidad y la competitividad. En esta misma línea, Gambarota y Lorda (2017) afirman que el turismo genera progreso económico y social cuando se prioriza la calidad y el bienestar del visitante; Finalmente, Velasco (2009) considera que un modelo de servicio turístico organizado es esencial para elevar los estándares de calidad y optimizar la gestión institucional, lo cual coincide con la percepción de los encuestados sobre la necesidad de fortalecer la estructura del servicio turístico en el Municipio de Maripí.

En cuanto a las condiciones de Acceso y Seguridad, se evidencia que la conectividad y las condiciones del transporte constituyen limitaciones significativas para la competitividad del destino turístico. De acuerdo con la Organización de los Estados Americanos OAS (2011), la infraestructura y la accesibilidad son pilares fundamentales para el desarrollo del turismo, al facilitar la movilidad y la integración territorial.

Por tanto, resulta necesario implementar proyectos en coordinación con el gobierno nacional y departamental que permitan rehabilitar y mejorar las vías de acceso, optimizar la iluminación en los tramos críticos y establecer alianzas con entidades de transporte para garantizar un servicio eficiente y seguro para los visitantes.

Respecto de los resultados de la oferta comercial, se evidencia que en el Municipio de Maripí se elaboran productos locales de alta calidad, especialmente aquellos que funcionan como souvenirs, entre los cuales destacan productos como las esmeraldas, la panela, el café y chocolate, sin embargo, persisten debilidades en la diversificación de la oferta gastronómica, de vestuario y de alojamiento.

De acuerdo con Leiper (1979) la competitividad de un destino turístico depende de su capacidad para ofrecer una oferta diversificada y de calidad que responda a las necesidades del visitante, de igual manera, ONU Turismo (2025) enfatiza que los destinos deben innovar constantemente en sus productos y servicios para adaptarse a las tendencias del mercado y garantizar experiencias memorables. En este sentido, es fundamental fortalecer la oferta comercial del Municipio, principalmente lo referente con la gastronomía, el vestuario y el hospedaje, permitiendo diversificar las experiencias del visitante, y consolidar un modelo de desarrollo económico sostenible.

Se evidencia que el turismo es percibido como un eje fundamental para el desarrollo del Municipio, al contribuir al fortalecimiento de los negocios locales, la generación de empleo, la conservación ambiental y la preservación cultural. Por ello, resulta necesario incentivar la creación de iniciativas turísticas responsables, especialmente enfocadas en promover productos y servicios locales, ofrecer experiencias culturales y gastronómicas auténticas, y adoptar

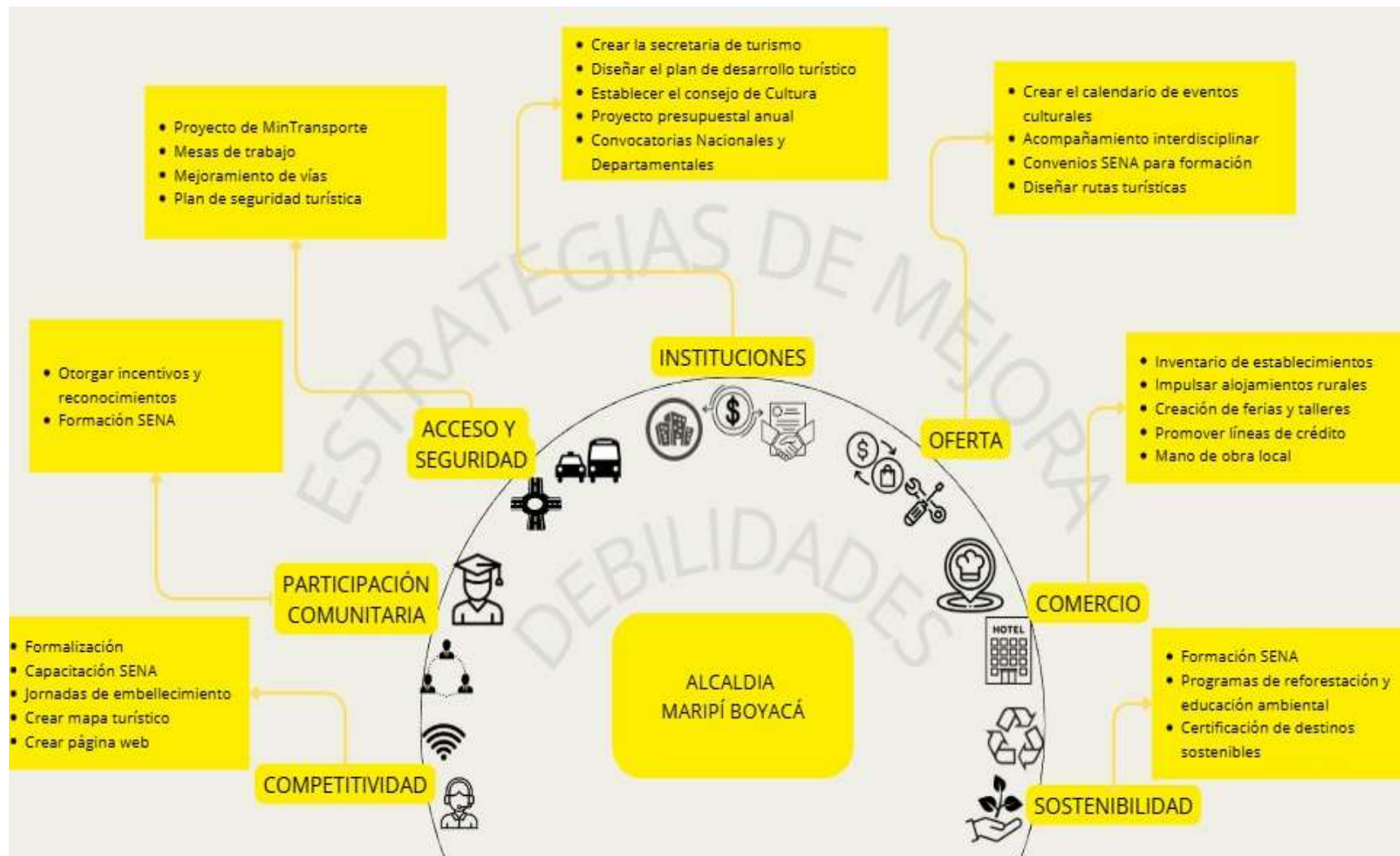
prácticas sostenibles que garanticen la conservación de los recursos naturales y el patrimonio cultural del Municipio.

Finalmente, el análisis de la participación comunitaria revela que, aunque en el Municipio de Maripí la población manifiesta un sentido de pertenencia y orgullo hacia su patrimonio cultural, su involucramiento en los procesos de gestión turística sigue siendo limitados, lo que evidencia una brecha entre la disposición de la comunidad para contribuir al desarrollo turístico y las oportunidades reales de participación que se le ofrecen. Asimismo, la ausencia de formación turística para la población restringe la posibilidad de que los habitantes asuman un papel protagónico en la construcción de un modelo de turismo sostenible, inclusivo y basado en la identidad local.

De acuerdo con Forero (2007), la Gestión Cultural requiere la participación activa de profesionales, instituciones y organizaciones públicas y privadas, pero también del compromiso directo de la comunidad, la cual debe ser reconocida como sujeto activo en la construcción de un modelo turístico sostenible. En esta misma línea, ONU Turismo (2014) destaca que la sostenibilidad turística solo es posible cuando las comunidades receptoras participan activamente en la toma de decisiones y se benefician de los resultados de la actividad.

Por ello es fundamental implementar programas de formación y capacitación en turismo cultural dirigidos a la comunidad en general, así como establecer mecanismos de participación como el consejo de cultura y turismo, fortaleciendo su rol como actores clave en el desarrollo del sector.

Figura 10: Análisis de resultados



Nota: Elaboración propia

10. Plan de Intervención

Este apartado, presenta el plan de intervención diseñado para fortalecer la gestión de los recursos turísticos en el Municipio de Maripí Boyacá, se fundamenta en los postulados del marco teórico, así como en los hallazgos derivados del análisis externo e interno del sector turístico municipal.

Este plan de intervención constituye un instrumento de planificación estratégica, cuya finalidad es promover su implementación por la administración municipal, en articulación con actores públicos, privados y la comunidad en general, con el fin de promover un desarrollo turístico participativo y sostenible; su estructura consta de siete líneas estratégicas, las cuales responden de manera directa a las principales problemáticas identificadas, así como a las oportunidades de mejora acorde al territorio; cada línea estratégica a su vez integra un objetivo específico, acciones de mejora, la identificación de los responsables a nivel institucional, presupuesto e indicadores que facilitan su implementación y viabilidad administrativa.

Tabla 7: Plan de Intervención

LÍNEA ESTRATÉGICA	OBJETIVO ESPECÍFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Fortalecimiento Institucional	Fortalecer la capacidad institucional de la administración municipal como mecanismo para mejorar la gestión del sector turístico en el municipio	Consolidar la secretaria de Cultura y Turismo Municipal, para fortalecer la capacidad institucional del municipio respecto de la gestión del sector turístico.	Dos (2) escritorios y dos (2) sillas	Alcalde Municipal Concejo Municipal	Una (1) secretaria de cultura y turismo conformada por un secretario, un (1) apoyo administrativo y un (1) docente de danzas o arte	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
			Dos (2) computadores			\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
			Papelería			\$ 200,000	\$ 200,000
			Un (1) secretario de cultura y turismo			\$ 5,000,000	\$ 60,000,000
			Un (1) profesor de danzas o artes			\$ 2,800,000	\$ 33,600,000
			Un (1) apoyo administrativo			\$ 2,800,000	\$ 33,600,000
		Formular y adoptar el plan de desarrollo turístico cultural, alineado con las normativas departamentales y nacionales.	Un (1) secretario de cultura y turismo	Secretaria de cultura y turismo	Un (1) plan de desarrollo turístico cultural	\$ -	\$ -
		Crear el consejo municipal de Cultura y Turismo, para fortalecer la articulación de los actores públicos, privados y comunitarios.			Un (1) concejo municipal de Cultura y Turismo,	\$ -	\$ -

		Establecer en el proyecto presupuestal anual, un recurso fijo para la implementación, y promoción de proyectos culturales y turísticos.	Un (1) secretario de cultura y turismo	Secretaria de cultura y turismo	Un (1) plan presupuestal	\$ -	\$ -
		Gestionar proyectos de concertación ante el Ministerio de Cultura, FONTUR y demás entidades del orden departamental y nacional que financien iniciativas de turismo cultural.			Dos (2) proyectos de promoción turística y cultural	\$ -	\$ -
LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Diversificación e innovación de la Oferta Turística	Promover la formalización de empresas del sector turístico y el surgimiento de productos sostenibles e innovadores que reflejen la identidad local.	Gestionar convenios con el SENA para el desarrollo de procesos de formación y capacitación en elaboración de productos turísticos locales, como bisutería artesanal y preparaciones gastronómicas con panela, chocolate y café.	Un (1) secretario de cultura y turismo	Secretario de cultura y turismo	Un (1) curso ofertado por el SENA	\$ -	\$ -
			Un (1) tallerista SENA			\$ -	\$ -

		Diseñar un calendario anual de eventos culturales, deportivos y turísticos que promueva la identidad local y dinamice la economía durante el año.		Secretario de cultura y turismo	Un (1) calendario de eventos	\$ 2,800,000	\$ 33,600,000
		Diseñar rutas culturales, patrimoniales y naturales como la ruta de la esmeralda; la ruta de productos a base de caña, café y chocolate; y la ruta de cascadas y quebradas, que diversifiquen la oferta turística del municipio.	Un (1) diseñador gráfico	Secretario de cultura y turismo	Una (1) ruta turística	\$ 50,000	\$ 600,000
		Brindar acompañamiento jurídico, ambiental, social, financiero y en seguridad y salud en el trabajo a las empresas y/o emprendimientos turísticos, orientado a mejorar su sostenibilidad y competitividad.	Un (1) abogado	Secretario de cultura y turismo	Acompañamiento al 15% de empresas	\$ -	\$ -
			Un (1) contador	Secretaria de Gobierno Secretaria de hacienda		\$ -	\$ -

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
<p style="text-align: center;">Formalización y competitividad del sector turístico</p>	<p style="text-align: center;">Fomentar la formalización empresarial y el desarrollo de productos turísticos sostenibles que fortalezcan la identidad local.</p>	<p>Realizar jornadas de sensibilización en compañía de funcionarios de la dependencia de turismo municipal, la inspección de policía y la cámara de comercio, sobre la importancia de la formalización y los beneficios del registro nacional de turismo.</p>	<p>Un (1) inspector de policía</p>	<p style="text-align: center;">Secretaria de cultura y turismo</p>	<p>Una (1) jornada de sensibilización</p>	<p style="text-align: center;">\$ -</p>	<p style="text-align: center;">\$ -</p>
		<p>Gestionar convenios con el SENA para el desarrollo de procesos de formación y capacitación en atención al cliente, hospitalidad, trato amable, comunicación asertiva y manejo de conflictos.</p>	<p>Un (1) asesor de la cámara de comercio</p>			<p style="text-align: center;">Inspección de policía</p>	<p>Un (1) curso ofertado por el SENA</p>
		<p>Promover el embellecimiento de fachadas y espacios públicos con elementos culturales y patrimoniales.</p>	<p>Pintura</p>	<p style="text-align: center;">Inspección de policía</p>	<p>Una (1) jornada de embellecimiento y recuperación de espacio público</p>		
		<p>Gestionar convenios con el SENA para el desarrollo de procesos de formación y capacitación en atención al cliente, hospitalidad, trato amable, comunicación asertiva y manejo de conflictos.</p>	<p>Un (1) salón</p>			<p style="text-align: center;">Inspección de policía</p>	<p>Un (1) curso ofertado por el SENA</p>

		Desarrollar un mapa turístico digital interactivo que permita obtener información relevante de los sitios de interés, senderos, restaurantes, alojamientos y demás oferta turística del municipio.	Una (1) membresía de software	Secretaria de cultura y turismo	Un (1) mapa interactivo digital con información turística y comercial.	\$ 100,000	\$ 1,200,000
LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Accesibilidad, infraestructura y seguridad	Mejorar la conectividad, la infraestructura y la percepción de seguridad de residentes y turistas.	Establecer mesas de trabajo con la comunidad, las juntas de acción comunal, y el sector empresarial para la identificación de tramos viales que requieran intervención.	Un (1) secretario de cultura y turismo	Secretaria de cultura y turismo Enlace municipal de juntas de acción comunal	Una (1) mesa de trabajo con los actores involucrados	\$ -	\$ -
		Presentar proyectos ante el Ministerio de Transporte, INVIAS y la Gobernación de Boyacá para priorizar la inversión en la red vial.	Un (1) secretario de planeación y obras publicas	Secretaria de planeación Secretaria de Gobierno Concejo Municipal	Un (1) proyecto de adecuación de red vial	\$ -	\$ -

		<p>Coordinar con la Secretaría de Planeación y Obras Públicas del municipio, la inclusión dentro del presupuesto municipal de proyectos para el mejoramiento de vías rurales estratégicas que faciliten el acceso a los atractivos turísticos.</p>		<p>Secretaria de planeación Secretaria de Gobierno Concejo Municipal</p>	<p>Un (1) plan presupuestal mejoramiento vial</p>	<p>\$ -</p>	<p>\$ -</p>
		<p>Coordinar con la Policía Nacional Municipal la creación e implementación de un plan de seguridad turística que priorice la presencia policial en zonas rurales y de mayor afluencia turística.</p>	<p>Comandante de Policía</p>	<p>Secretaria de cultura y turismo Inspección de Policía Comandante de Policía</p>	<p>Un (1) plan de seguridad turístico</p>	<p>\$ -</p>	<p>\$ -</p>
LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
<p>Desarrollo económico local</p>	<p>Impulsar el crecimiento económico local</p>	<p>Fomentar la creación de alojamientos rurales que integren prácticas sostenibles</p>	<p>Un (1) secretario de cultura y turismo</p>	<p>Secretaria de cultura y turismo</p>	<p>Una (1) capacitación de turismo rural</p>	<p>\$ -</p>	<p>\$ -</p>

		Establecer un banco de hojas de vida que permita priorizar la contratación de mano de obra local	Un (1) secretario de cultura y turismo	Secretaria de cultura y turismo	Una (1) base de datos de los perfiles laborales de la población local	\$ -	\$ -
		Promover el surgimiento de ferias y talleres gastronómicos, turísticos y culturales	Dos (2) talleristas o cocineras artesanales		Una (1) feria o taller gastronómico turístico y cultural	\$ 20,000,000	\$ 20,000,000
			Un (1) presentador				
			Diez (10) agrupaciones artísticas invitadas				
		Promover el acceso a líneas de crédito y fondos de cofinanciación, facilitando la vinculación de emprendedores locales.	Entidades bancarias		Una (1) jornada de apertura de créditos	\$ -	\$ -
LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL

Sostenibilidad ambiental y patrimonial	Garantizar la conservación ambiental y la identidad cultural del municipio.	Implementar programas de reforestación y campañas de educación ambiental	Un (1) ingeniero ambiental	Secretaria de desarrollo agropecuario	Una (1) campaña de reforestación	\$ -	\$ -
			Cincuenta (50) plantas				\$ 5,000
		Fortalecer las manifestaciones culturales, promoviendo la protección y valoración del patrimonio e identidad del municipio.	Un (1) profesor de danzas o artes	Secretaria de cultura y turismo	Un (1) taller mensual de arte para la comunidad	\$ -	\$ -
LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVO ESPECIFICO	ACTIVIDADES	RECURSOS NECESARIOS	RESPONSABLE	INDICADOR	VALOR UNITARIO	VALOR ANUAL
Participación Comunitaria	Involucrar activamente a la comunidad en el desarrollo de la oferta turística local.	Brindar incentivos y reconocimientos a las veredas o grupos rurales que participen activamente en ferias, festivales y actividades culturales.	Una (1) Convocatoria	Secretaria de cultura y turismo	Un (1) ganador que promocioe el patrimonio cultural local	\$ 5,000,000	\$ 5,000,000
TOTAL, DE GASTOS PRIMER AÑO							\$ 198.650.000

Nota: Elaboración propia

Diseñar rutas culturales, patrimoniales y naturales con diferentes temáticas.													
Línea: Formalización y competitividad del sector turístico	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Realizar jornadas de sensibilización que promuevan la formalización del sector.													
Gestionar procesos de formación con el SENA en atención al cliente.													
Promover el embellecimiento de fachadas y espacios públicos con motivos culturales o patrimoniales.													
Desarrollar un mapa turístico digital interactivo.													
Promover la creación de páginas web para prestadores de servicios turísticos.													
Línea: Accesibilidad, infraestructura y seguridad	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Presentar proyectos ante el Ministerio de Transporte, INVIAS y la Gobernación de Boyacá.													
Realizar mesas de trabajo participativas para la identificación de vías en mal estado.													
Programar el mejoramiento de vías rurales.													
Crear un plan de seguridad turístico.													
Línea: Desarrollo económico local	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Realizar un inventario de los establecimientos gastronómicos y de alojamiento existentes.													
Fomentar la creación de alojamientos rurales.													
Crear ferias y talleres gastronómicos.													
Promover el acceso a líneas de crédito y fondos de cofinanciación.													
Crear un banco de hojas de vida locales.													
Línea: Sostenibilidad ambiental y patrimonial	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	

Implementar programas de reforestación.													
Desarrollar campañas de educación ambiental.													
Coordinar la certificación de centros turísticos como destinos sostenibles.													
Fortalecer las manifestaciones culturales.													
Línea: Participación Comunitaria	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	
Otorgar incentivos y reconocimientos.													
Gestionar procesos de formación con el SENA sobre aprovechamiento del turismo rural.													

Nota: Elaboración propia.

11. Conclusiones y Recomendaciones

A continuación, se presentan las conclusiones y recomendaciones para la implementación del Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para la alcaldía municipal de Maripí Boyacá.

11.1. Conclusiones

El objetivo general de la presente investigación se centró en el diseño de un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales orientado al fortalecimiento del turismo en el Municipio de Maripí Boyacá, este objetivo se cumplió mediante la elaboración de este documento, especialmente a través del plan de intervención propuesto en este documento, el cual surgió de la integración del análisis del contexto territorial, los referentes teóricos abordados, el análisis del análisis interno y externo desarrollado y la identificación del potencial turístico cultural existente dentro del municipio, permitiendo reconocer al turismo cultural como un eje articulador de desarrollo local, preservación cultural y sostenibilidad de territorio.

Respecto del objetivo de identificar referentes teóricos que permitan determinar las variables necesarias para la orientación del Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para el Municipio de Maripí Boyacá, este se cumplió mediante la revisión y el análisis de diferentes posturas conceptuales, las cuales, permitieron establecer las variables sobre las cuales se elaboró la encuesta empleada para el análisis interno, sirviendo también como fundamento para la construcción de las bases conceptuales del documento, permitiendo evidenciar que la cultura, el patrimonio, la gobernanza y la gestión están estrechamente ligadas y su articulación permite la consolidación del sector turístico.

Finalmente, esta investigación tuvo como objetivo que el Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales se adaptara a las necesidades del Municipio de Maripí; este objetivo se cumple ya que, para la construcción del documento, se tuvo como referente la información recopilada en el marco institucional, así como los resultados obtenidos del análisis interno y externo realizado. Este proceso permitió estructurar un plan de intervención coherente con la realidad turística del Municipio de Maripí, orientado al fortalecimiento del turismo cultural como alternativa de desarrollo territorial, constituyéndose como una herramienta orientadora para la toma de decisiones de la Alcaldía Municipal. A través de este modelo, se reafirma que el desarrollo del turismo cultural en el Municipio de Maripí Boyacá requiere de liderazgo institucional, compromiso comunitario y articulación intersectorial.

11.2. Recomendaciones

Teniendo en cuenta que el objetivo general orientado a diseñar un Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales para el fortalecimiento del turismo en el Municipio de Maripí se cumplió mediante la formulación del modelo propuesto, se recomienda a la Administración Municipal de Maripí considerar su implementación progresiva teniendo en cuenta el plan de trabajo propuesto en el documento, esto permitiría orientar de manera estratégica el desarrollo del turismo cultural, fortalecer la articulación entre actores institucionales, comunitarios y privados, y consolidar al municipio como un destino turístico cultural representativo del departamento de Boyacá.

Respecto de la identificación de los referentes teóricos necesarios para orientar el diseño del modelo fue cumplido, se recomienda que a medida que se implementa este modelo, se continúe profundizando en el estudio del turismo cultural como estrategia de desarrollo territorial, incorporando nuevas perspectivas teóricas y metodológicas que permitan fortalecer los procesos de planificación y gestión turística en el Municipio.

Finalmente, este Modelo de Direccionamiento Estratégico de Servicios Turísticos Culturales se realizó teniendo en cuenta las necesidades puntuales del Municipio de Maripí se recomienda a la administración municipal promover su socialización e implementación con los diferentes actores del sector turístico.

Se recomienda en primer lugar fortalecer la capacidad administrativa del Municipio mediante la creación de la secretaria municipal de cultura y turismo, la cual será responsable de gestionar y ejecutar las acciones y estrategias establecidas en este modelo. De igual manera, es fundamental que se asignen en el presupuesto municipal rubros específicos destinados al sector

cultural y turístico, que garanticen la sostenibilidad de los procesos y estrategias propuestas, así como el adecuado funcionamiento de la estructura administrativa; de manera complementaria se sugiere promover una articulación permanente con las demás secretarías municipales, a fin de brindar acompañamiento integral a los prestadores de servicios turísticos y a la población en general en aspectos jurídicos, ambientales, sociales y financieros, contribuyendo así al fortalecimiento, desarrollo y diversificación de su portafolio de servicios turísticos.

Es fundamental que, desde la secretaria de cultura y turismo, se diseñen e implementen rutas temáticas que permitan al visitante vivir experiencias culturales basadas en los saberes locales y la disposición productiva del Municipio. De igual manera, se recomienda promover alianzas estratégicas que posibiliten el desarrollo de procesos de formación y capacitación dirigidos a los prestadores de servicios turísticos y a la comunidad en general, orientados a la elaboración de productos locales, fortalecimiento de la atención al visitante, la sostenibilidad, la identidad cultural y el uso de herramientas tecnológicas, con el fin de mejorar la calidad de los servicios turísticos del Municipio.

Asimismo, se recomienda la creación del consejo municipal de cultura y turismo, el cual funcionará como un mecanismo permanente de participación y articulación intersectorial. Este espacio contribuirá al fortalecimiento de la cadena de valor del Turismo Cultural, al facilitar la construcción de alianzas estratégicas y la coordinación entre la Alcaldía Municipal, los prestadores de servicios turísticos, los productores locales, las organizaciones culturales y demás entidades del sector; de igual manera, este espacio permitirá la concertación de decisiones estratégicas que promuevan una gestión participativa e incluyente, que favorezca la gestión del Turismo Cultural permitiendo consolidar una amplia y variada oferta turística.

12. Referencias

- Acerenza, M. (2011). *Conceptos, tipos y modalidades de turismo VIII: Turismo cultural*.
https://www.portaldeamerica.com/index.php/columnistas/miguel-angel-acerenza/item/4840-conceptos-tipos-y-modalidades-de-turismo-viii-turismo-cultural?utm_source
- Aguilera, A. (2010). *Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación*. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762010000100005
- Alcaldía Municipal de Maripí Boyacá. (2020). *Plan de Desarrollo Territorial 2020 – 2023 Maripí un compromiso de corazón*.
https://Maripíboyaca.micolombiadigital.gov.co/sites/Maripíboyaca/content/files/000333/16606_Maripípdm2020v04r0120200614.pdf
- Alcaldía municipal de Maripí Boyacá. (2025). *Visión, funciones y deberes*. <https://www.maripíboyaca.gov.co/alcaldia/mision--vision-funciones-y-deberes>
- Altamira, R., & Muñoz, X. (2007). *El turismo como motor de crecimiento económico*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2267966>
- Alzate, M. (2017). *Estudio del impacto de los patrimonios culturales en el flujo turístico*.
<https://repositorio.unal.edu.co/items/4f75df95-733b-4e2d-8efd-923fd593899f>
- Bonet, L. (2003). *Turismo Cultural: Una reflexión desde la ciencia económica*.
https://cursos.clavijero.edu.mx/cursos/102_pm/modulo6/contenidos/documentos/anexo1.pdf
- Botero, J. (2010). *Modelo de direccionamiento estratégico para Pymes*.
<https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/761a7459-1481-4549-822f-fd53c7c992c5/content>

- Cardoso, J., Farias, K., & De Araujo, P. (2021). *Turismo cultural y sostenibilidad turística: mapeo del desempeño científico*.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/6995/9992>
- Cruz, D., Dominguez, T., & González, Á. (2015). *El Turismo Cultural desde lo Patrimonial para el desarrollo local sostenible*. <file:///C:/Users/Johana/Downloads/Dialnet-EITurismoCulturalDesdeLoPatrimonialParaElDesarroll-8020664.pdf>
- CULTURA. (2026). *Patrimonio material e inmaterial*.
<https://sc.jalisco.gob.mx/patrimonio/patrimonio-material-e-inmaterial>
- Decreto Ley 2106 de 2019. (2019, 22 de noviembre). Presidente de la república de Colombia. Diario oficial No 51145.
<http://funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=103352>
- Forero, E. (2007). *Turismo Cultural*. Revista EAN, 165-182.
- Fundación Botín. (2025). *Tendencia hacia el turismo cultural: ¿qué motiva a los viajeros hoy en día?* <https://fundacionbotin.org/sala-de-prensa/turismo-cultural/>
- Gambarota, D. M., & Lorda, M. A. (2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*.
<https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Gobernación de Boyacá. (2023). *Cifras importantes del sector turístico al finalizar el 2022*.
<https://www.boyaca.gov.co/cifras-importantes-del-sector-turistico-al-finalizar-el-2022/>
- GoBoy. (2023). *Turismo por Boyacá*. <https://goboy.com.co/listing/Maripi/>
- GoBoy. (2026). *Eventos del Municipio de Maripí*. <https://goboy.com.co/listing/maripi/>
- Guevara, D., & Quintero, F. (2024). *Estrategias para la integración del turismo y la cultura en Santiago de Cali*. <https://bibliotecadigital.usb.edu.co/server/api/core/bitstreams/f98a76c7-05fc-4d39-83a2-c0c45ec9333d/content>

Leiper, N. (1979). *El marco del turismo: Hacia una definición del turismo, del turista y de la industria turística.*

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/0160738379900033>

Ley 136. (1994). Congreso de la Republica. (02 de Junio de 1994). Por la cual se dictan normas tendientes a modernizar la organización y el funcionamiento de los municipios. Diario oficial No 51.145.

http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/decreto_2106_2019.html#:~:text=Leyes%20desde%201992%20%2D%20Vigencia%20expresa%20y%20control%20de%20constitucionalidad%20%5BDECRETO_2106_2019%5D&text=Por%20el%20cual%20se%20dictan,existentes%20en%20la%20administraci%C3%B3n%20p%C3%ABlica.

Lull, J & Galdón J. (2024). Análisis PESTEL: analizando el entorno para la toma de decisiones.

<https://riunet.upv.es/server/api/core/bitstreams/97570a29-3092-4f94-ae68-a88103d601fd/content>

Martínez, O. (2016). *Patrimonio cultural y turismo, una alternativa de desarrollo: caso Viotá, Cundinamarca.*

<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/article/view/4621/5583>

Melgosa, F. (1999). *Turismo, Medio Ambiente y Desarrollo Sostenible.*

https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/122461/DDAFP_MelgosaArcos_Turismo_medioambienteydesarrollo?sequence=1&isAllowed=y

MINCIENCIAS. (2026). *Direccionamiento Estratégico.*

<https://minciencias.gov.co/glosario/direccionamiento-estrategico>

MINCOMERCIO. (2021). *Política de Turismo Cultural.*

https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural-1/14-09-21-politica-turismo-cultural-version-sociali.aspx?utm_source

- OAS. (2011). *Turismo: Un desafío frente a la pobreza*.
https://www.google.com/search?q=Turismo%3A+Un+desaf%C3%ADo+frente+a+la+pobreza&og=Turismo%3A+Un+desaf%C3%ADo+frente+a+la+pobreza&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUyBggAEEUYOTIGCAEQRRg60gEHNjE4ajBqNKgCALACAQ&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- OLACEFS (2015). *Fundamentos Conceptuales sobre la Gobernanza*.
https://www.google.com/search?q=como+coloco+la+pagina+en+la+referencia+apa&og=como+coloco+la+pagina+en+la+re&gs_lcrp=EgZjaHJvbWUqCQgBECEYChigATIGCAAQRRg5MgkIARAhGAoYoAEyCQgCECEYChigATIJCAMQIRgKKGABMgkIBBAhGAoYoAEyCQgFECEYChigAdIBCDU1MTFqMGo3qAIAAsAIA&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- ONU. (2001). *Declaración universal sobre la diversidad cultural*.
<https://www.ohchr.org/es/instruments-mechanisms/instruments/universal-declaration-cultural-diversity#:~:text=diversidad%20y%20pluralismo-.Art%C3%ADculo%201%20%2D%20La%20diversidad%20cultural%2C%20patrimonio%20com%C3%BAAn%20de%20la%20humanidad,las%20generac>
- ONU Turismo. (2024). *Glosario de términos de turismo*. <https://www.untourism.int/es/glosario-terminos-turisticos>
- ONU TURISMO. (2025). *Turismo y Cultura*. <https://www.untourism.int/es/turismo-y-cultura>
- Pico, D., & Espinoza, E. (2023). *Gobernanza del turismo como política pública para el desarrollo socioeconómico como una oportunidad para la sostenibilidad local*.
doi.org/10.33386/593dp.2023.6.2154
- Pulecio, L. (2023). *Análisis del potencial del turismo cultural en la ciudad de Sogamoso Boyacá*.
<https://repository.usta.edu.co/items/ffa4c852-052e-4197-b1b8-739da936bc3d>

- Rodríguez, D., & Granados, P. (2017). *Diagnóstico de competitividad del turismo en Boyacá Colombia*. <https://doi.org/10.18359/rfce.3073>
- Salazar, B., Gonzalez, A., & Macias, A. (2020). *El Turismo Cultural y sus Construcciones Sociales como contribución a la Gestión Sostenible de los destinos turísticos*. <https://www.redalyc.org/journal/4735/473563492009/473563492009.pdf>
- Salinas, S. (2020). *El turismo aporta a la conservación del medioambiente*. <https://noticias.utpl.edu.ec/el-turismo-aporta-a-la-conservacion-del-medioambiente>
- Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación sexta edición*. <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- SERPAT. (2026). *Qué entendemos por patrimonio cultural*. <https://www.patrimoniocultural.gob.cl/que-entendemos-por-patrimonio-cultural>
- SITUR. (2019). *Occidente, una región que le apuesta al turismo*. <https://situr.boyaca.gov.co/occidente-una-region-que-le-apuesta-al-turismo/>
- Toselli, C. (2006). *Algunas reflexiones sobre el turismo cultural*. <https://www.pasosonline.org/Publicados/4206/PS040206.pdf>
- UNESCO. (2014). *Gestión del Patrimonio Mundial Cultural*. https://icomos.es/wp-content/uploads/2021/02/activity-827-3-2_compressed.pdf
- UNESCO. (2022). *La cultura, un bien público mundial*. <https://www.unesco.org/es/articles/la-cultura-un-bien-publico-mundial>
- UNESCO. (2024). *Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial*. <https://ich.unesco.org/es/convencion>
- UNESCO. (2026). *¿Qué es el patrimonio cultural inmaterial?* https://ich.unesco.org/es/salvaguardia-00003?utm_source=chatgpt.com
- UNESCO. (2026). *Cultura*. <https://www.unesco.org/es/culture/about>

Universidad del Rosario. (2026). *Descubre cómo la gestión cultural conecta personas, transforma barrios y construye futuro*. <https://educacionvirtual.urosario.edu.co/blog/artes-y-humanidades/que-es-gestion-cultural/>

Velasco, M. (2009). *Gestión Turística del Patrimonio Cultural*.
[https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/0?utm_source=+](https://revistas.um.es/turismo/article/view/70121/0?utm_source=)

Whittingham, M. (2010). *¿Qué es la gobernanza y para qué sirve?*.
<https://cdn.cienciapolitica.usac.glifos.net/digital/e58.pdf>

13. Anexos

13.1. Anexo A. Instrumento de medición análisis interno

ENCUESTA ANÁLISIS INTERNO						
No	Afirmaciones variable instituciones	1	2	3	4	5
1	La administración municipal cuenta con una dependencia enfocada en la promoción, conservación, y difusión del turismo.					
2	La administración municipal destina recursos específicos para la promoción del turismo local.					
3	La administración municipal contempla como prioridad el desarrollo turístico del Municipio.					
4	El Municipio cuenta con el apoyo de instituciones privadas para la promoción y aprovechamiento de las actividades turísticas.					
5	El Municipio cuenta con el apoyo de entidades sin ánimo de lucro para la promoción y aprovechamiento de las actividades turísticas.					
No	Afirmaciones variable oferta turística	1	2	3	4	5
6	El Municipio cuenta con lugares o infraestructura que permita la ejecución de actividades extremas.					
7	El Municipio cuenta con zonas rurales que permitan un acercamiento de los visitantes con la naturaleza, la ejecución de labores agrícolas, gastronómicas y/o artesanales.					
8	El Municipio cuenta con infraestructura o elementos materiales o inmateriales distintivos de la cultura del Municipio.					
9	El Municipio cuenta con lugares o servicios que promuevan el desarrollo de actividades de bienestar físico, mental, emocional o espiritual.					
10	El Municipio cuenta con productos y servicios innovadores.					
No	Afirmaciones variable preferencias	1	2	3	4	5
11	La atención y servicio al cliente son factores determinantes para el establecimiento de un destino turístico.					
12	La limpieza de las calles y fachadas aporta al fortalecimiento de un destino turístico.					
13	El acceso a los servicios públicos como energía, agua, gas, e internet son importantes para promover un destino turístico.					
14	Son más confiables los destinos turísticos que cuentan con información web, que permite conocer anticipadamente su oferta.					
15	El modelo de servicio turísticos es una herramienta necesaria para mejorar el contexto actual del sector turístico en el Municipio.					
No	Afirmaciones variable Acceso y seguridad	1	2	3	4	5
16	El transporte público es adecuado y facilita la conexión con Municipios o ciudades capitales.					

17	Las vías de acceso al Municipio se encuentran en condiciones aptas para el tránsito de los diferentes tipos de vehículos automotores.					
18	Las vías de acceso al Municipio generan seguridad para quienes las transitan.					
19	El Municipio es un lugar seguro para visitantes y residentes.					
20	El Municipio cuenta con instituciones policivas enfocadas en brindar seguridad a los residentes y visitantes.					
No	Afirmaciones variable sectores oferta comercial	1	2	3	4	5
21	Este destino ofrece variedad de opciones de alojamiento para diferentes presupuestos.					
22	Existe variedad de opciones gastronómicas en el Municipio.					
23	En el Municipio existe una amplia variedad de tiendas de abarrotes que complementan la oferta turística.					
24	El Municipio cuenta con establecimientos de vestuario que atienden las necesidades de los visitantes.					
25	El Municipio tiene tiendas de regalos y souvenirs con artículos que los visitantes pueden adquirir durante su visita.					
No	Afirmaciones variable impacto sostenible	1	2	3	4	5
26	El turismo apoya y promueve el crecimiento de los negocios locales.					
27	El turismo contribuye en la creación de empleos para la comunidad local.					
28	Las practicas turísticas dentro del Municipio son respetuosas con el medio ambiente.					
29	El turismo promueve la conservación del medio ambiente.					
30	El turismo contribuye a la preservación de la cultura local.					
No	Afirmaciones variable participación comunitaria	1	2	3	4	5
31	La comunidad local participa activamente en la planificación de actividades turísticas en el Municipio.					
32	La comunidad contribuye en la ejecución de eventos y actividades turísticas culturales.					
33	Existen espacios de formación o capacitación en gestión turística para la comunidad.					
34	Se promueve la colaboración de los habitantes en la conservación del patrimonio cultural y natural.					
35	Los habitantes sienten orgullo por su patrimonio cultural y participan en su difusión a los visitantes.					

Nota: Elaboración propia.