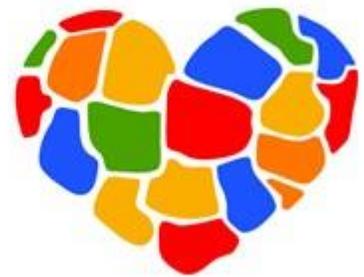




MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO MUNICIPAL VILLAGARZÓN



Pueblos ^{que}
enamoran

VILLAGARZÓN

Un Pueblo que Enamora





**“ELABORACIÓN DEL PLAN TURÍSTICO CONVENCIONAL PARA EL
MUNICIPIO DE VILLAGARZÓN DEL DEPARTAMENTO DE PUTUMAYO 2020 –
2030”**

Entregable 2.2.20 Plan de Desarrollo Turístico Villagarzón

Contrato FNTCE-062-2022

Consultoría Turística

FundaCulta: the cultural innovation network

Bogotá, agosto de 2022



Equipo Consultor

Ricardo Varela Villalba

Director del Proyecto

William Murillo Mantilla

Experto Turístico

Edinson Fabian Vargas

Experto en Proyectos Turísticos

José Luis Hernández

Experto Sociocultural

Emy Liliana Torres

Experta Económica

Johan Fernando Suarez

Experto Ambiental

Paola Andrea Vargas

Enlace Local Fundaculta – Putumayo



Agradecimientos

En primer lugar, el equipo consultor de FUNDACULTA reconoce y agradece el esfuerzo, la participación y la acogida recibida por parte de la comunidad en general del municipio de Villagarzón, prestadores de servicios turísticos y oferta complementaria y a las comunidades indígenas y afro presentes en el municipio, durante la construcción del presente documento.

Del mismo modo, agradece la participación y el apoyo del señor alcalde municipal de Villagarzón José Andrés López y al Secretario de desarrollo rural y medio ambiente Luis Fernando Martínez y a Luis Alfredo Yela miembro del equipo técnico de la alcaldía de Villagarzón.

De igual manera, agradece los aportes, eficacia y eficiencia del equipo dispuesto por el Fondo Nacional de Turismo (FONTUR), y la Fiduciaria Colombiana de Comercio Exterior S.A. FIDUCOLDEX Vocera del Patrimonio Autónomo.

Finalmente, el equipo consultor de FUNDACULTA reconoce el apoyo en la construcción de este documento al equipo de trabajo dispuesto por la Alcaldía del Municipio de Villagarzón, departamento del Putumayo, miembros activos del comité de seguimiento del contrato FNTCE-062-2022, Saul Andrés Sigindioy.



TABLA DE CONTENIDO

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE VILLAGARZÓN	17
ETAPA DE APERTURA	17
<i>Metodología</i>	17
Etapa de Apertura: Reunión Inicial, Cronograma y Metodología	17
Etapa de Diagnóstico: Limitantes y Potencialidades de la Situación de Cada Municipio en Materia de Turismo.....	18
Etapa de Análisis: Vocación Turística	20
Etapa de Construcción: Plan de Desarrollo Turístico Para Cada Municipio	20
Etapa de Socialización y Logística del Plan de Desarrollo Turístico en Cada Municipio	22
ETAPA DE DIAGNOSTICO.....	23
<i>Informe del Contexto Actual Turístico del Municipio de Villagarzón</i>	23
Caracterización del Territorio	23
Ubicación del Municipio.....	23
Población del Municipio.....	24
Finanzas Públicas	26
Economía	27
Vivienda y Servicios Públicos	29
Educación.....	29
Uso del Suelo	30
Antecedentes Turísticos.....	32
Problemas del Sector Turismo	33
Recursos del Sector Turismo.....	34
Marco Legal Turístico.....	35
Actores Involucrados Sector Turístico.....	36
Factores que Afectan el Desarrollo e Imagen del Turismo	38
<i>Caracterización de la Oferta y la Demanda</i>	39
Demanda Turística	39
Unidades Básicas del Turismo.....	40
Estadísticas del CITUR	41
Perfil del Turista de Villagarzón a Partir de la Encuesta Practicada	42
Aspectos Sociodemográficos	42
Lugar de Origen.....	43
Evolución, Tendencias y Motivaciones	46
Motivos de Viaje	47



Perfil del Turista a Partir de la Percepción de los PSTs	49
Conclusiones Perfil de la Demanda Turística	52
Oferta Turística	56
Atractivos turísticos	57
Conclusiones	59
Mapa de Oferta y Demanda Turística	60
Mapas de demanda	60
Mapas de oferta	62
<i>Análisis de Productos Turísticos</i>	63
¿Qué es un Producto Turístico?	63
Características del Producto Turístico	63
Productos Turísticos del Municipio	63
Producto de Turismo de Naturaleza	64
Producto Turismo de Salud	66
Subproducto Especializado: Enoturismo	67
Viabilidad de los Productos Turísticos	67
Metodología para Determinar la Viabilidad de un Producto Turístico	68
Viabilidad de Producto de Turismo de Naturaleza de Villagarzón	71
Viabilidad de Producto de Turismo de Salud en Villagarzón	72
Viabilidad de Producto de Turismo Cultural en Villagarzón	73
Conclusiones Viabilidad de Productos	74
<i>Resumen de Recursos y Atractivos Turísticos</i>	76
Caracterización de los Recursos y/o Atractivos Turísticos del Municipio	76
Inventario Turístico Actual	76
Formulario General de Resumen de los Recursos y Atractivos Turísticos Naturales del Municipio	78
Formulario General de Resumen de los Recursos y Atractivos Turísticos Culturales del Municipio	79
Fichas y Formularios de los Inventarios Turísticos	80
<i>Infraestructura, Planta y Superestructura Turística</i>	81
Identificación y Caracterización de la Infraestructura Turística	81
Energía Eléctrica	81
Cobertura de Servicio de Gas Natural	81
Cobertura de Agua Potable y Alcantarillado	81
Cobertura de Aseo y Limpieza	81
Cobertura de Telecomunicaciones	82
Cobertura Transporte Público	82
Conectividad Terrestre, Área y Fluvial	82
Caminos o Rutas de Acceso a Atractivos o Recursos Turísticos	83
Identificación y Caracterización de la Planta Turística	83
Prestadores de Servicios Turísticos	83



Resúmenes Prestadores de Servicios Turísticos.	86
Identificación y Caracterización de la Superestructura Turística.	90
Gestión Pública.	90
Proyecto Públicos.....	91
Gremios del Sector.....	91
Capacitación y Formación Turística.	91
Servicios de Apoyo.	92
Usos del Suelo para Actividades Turísticas POT/EOT/PBOT.....	92
<i>Necesidades de Educación y Uso de la Tecnología.</i>	<i>93</i>
Necesidades de Educación Para el Turismo.....	93
Instituciones Educativas.....	93
Inclusión de Idiomas.	94
Educación Turística.	94
Cuadro Resumen Necesidades de Educación.	97
Necesidades de Uso de la Tecnología Para el Turismo 97	97
Tecnología de los PSTs.	97
Conexión y Estabilidad de la Tecnología.	98
Mecanismos Tecnológicos Usados por las Empresas.....	98
Otros Aspectos Tecnológicos.	99
Cuadro Resumen Necesidades en Tecnología 100	100
<i>Análisis DOFA.....</i>	<i>101</i>
Metodología Para el Análisis DOFA.....	101
Debilidades y Fortalezas.	103
Amenazas y Oportunidades.....	111
<i>Vocación Turística del Municipio de Villagarzón.</i>	<i>113</i>
Vocación Turística.....	113
Definición de la Vocación Turística.	114
Metodología.....	115
Escala de Valoraciones.....	115
Variable de Aptitud.	117
Esquema de Ponderación Variable Aptitud.	118
Variable de Capacidad.	118
Esquema de Ponderación Variable Capacidad.	119
Análisis de los Resultados: Aplicación de la Metodología.....	120
Análisis de la Variable Aptitud Para el Municipio de Villagarzón.	120
Análisis de la Variable Capacidad Para el Municipio de Villagarzón.....	121
Vocación Turística de Villagarzón.	122
Recomendaciones.....	122
Conclusiones.....	123



<i>Gráficos de Vocación Turística</i>	124
Gráficos de Valoración de la Variable Aptitud	124
Gráficos de Valoración de la Variable Capacidad.....	126
ETAPA DE CONSTRUCCIÓN.	128
<i>Metodología Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón con Enfoque Territorial.</i>	128
Etapa de Construcción: Plan de Desarrollo Turístico.	128
Primera Fase: Árbol de Problemas y Árbol de Objetivos.	129
Segunda Fase: Programas, Proyectos y Actividades	130
Tercera Fase: Planes de Inversión y de Implementación y de Acción	131
Cuarta Fase: Matriz de Seguimiento de Metas.	132
Desarrollo Final del Plan de Desarrollo Turístico.	132
<i>Construcción de la Visión, Objetivos, Metas, Estrategias y Acciones del Plan Turístico de Villagarzón</i>	134
¿Qué es la Visión en un Proyecto?.....	134
Características de la Visión.	134
¿Qué son los Objetivos en un Proyecto?	135
Características de los Objetivos.	135
<i>Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.</i>	135
Visión del Plan Turístico de Villagarzón.	135
Primera Fase de Desarrollo	136
Segunda Fase de Desarrollo.....	138
Tercera Fase de Desarrollo.	139
Visión del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.	141
Objetivos del Plan Turístico de Villagarzón.	141
Árbol de Problemas.....	142
Árbol de Objetivos.	143
Objetivo General del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.	144
Objetivos Específicos del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.	144
Metas del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.....	144
Definición de Objetivos y Metas a Corto, Mediano y Largo Plazo.	145
Estrategias del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.	145
Estrategia 1. Identidad Cultural como Insumo para el Desarrollo Turístico.....	146
Estrategia 2. Accesibilidad para el Aprovechamiento Turístico del Destino.	146
Estrategia 3. Productos Turísticos Diferenciados, Sostenibles y Competitivos.	146
Estrategia 4. Más y Mejores Servicios Turísticos.....	147
Estrategia 5. Mercadeo Eficiente del Destino.	147
Estrategia 6. Gobernanza Turística.	148
Acciones.....	148
<i>Caracterización de Programas, Proyectos y Actividades Villagarzón.</i>	149



Matriz Estratégica del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.....	149
Matriz Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón 2020 -2030	150
Programa 1.1 Identidad como Activo del Desarrollo Local	150
Programa 2.1 Accesibilidad	152
Programa 2.2 Infraestructura.....	153
Programa 3.1. Consolidación del Producto de Turismo de Naturaleza.....	154
Programa 3.2. Impulso del Producto de Turismo de Bienestar.....	155
Programa 3.3. Diseño del Producto de Turismo Cultural.....	156
Programa 3.4 Producto de Turismo Étnico	157
Programa 4.1 Fortalecimiento Empresarial y del Talento Humano	158
Programa 4.2 Gestión de la Calidad de los Servicios Turísticos	159
Programa 5.1. Desarrollo del Marketing Territorial	160
Programa 6.1. Adecuación de la administración pública para el desarrollo turístico	162
Programa 6.2. Adecuación de la normatividad	162
Programa 6.3. Apoyo para los Servicios complementarios	163
Programa 6.4. Articulación de actores del sector turismo	164
Programa 6.5. Financiación externa de proyectos.....	164
<i>Plan Plurianual de Inversiones, Plan de Implementación y Plan de Acción, del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón</i>	<i>165</i>
Plan Plurianual de Inversiones.....	165
Estrategia 1. Identidad cultural como insumo para el desarrollo turístico.	165
Estrategia 2. Accesibilidad para el aprovechamiento turístico del destino.....	165
Estrategia 3. Productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.....	166
Estrategia 4. Más y Mejores Servicios Turísticos.....	167
Estrategia 5. Mercadeo Eficiente del Destino	168
Estrategia 6. Gobernanza Turística.	168
Plan de Implementación.....	171
Etapas del Plan de Implementación.....	172
Coordinación y Articulación Interinstitucional para la Implementación del Plan	172
Cronograma Plan de Implementación.....	174
Plan de Acción.....	175
<i>Manual de la Matriz de Seguimiento e Impactos</i>	<i>188</i>
Componentes de la Matriz.....	188
¿Cómo Usar la Matriz de Impactos?	191
¿Cómo Usar la Matriz de Seguimiento?.....	195
Actualizar la Información de la Matriz de Impactos.....	195
BIBLIOGRAFÍA	205
ANEXO 1.....	207



Anexos Socialización del Proyecto y Taller Sistema Turístico.	207
ANEXO 2.....	217
Anexos Taller DOFA municipio de Villagarzón	217
ANEXO 3.....	220
Anexos Taller Construcción de la Visión, Taller de Proyectos, Reuniones de Concertación de Proyectos.....	220

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Etapa de apertura - Metodología	17
Tabla 2. Etapa de diagnóstico - Metodología	19
Tabla 3. Etapa de análisis – Metodología.	20
Tabla 4. Etapa de construcción – Metodología.	21
Tabla 5. Etapa de socialización y Logística - Metodología	22
Tabla 6. Datos Generales del Municipio de Villagarzón	24
Tabla 7. Población Indígena en Villagarzón	25
Tabla 8. Cabildos Constituidos en el Municipio de Villagarzón	26
Tabla 9. Porcentaje de Ejecución Presupuestal por Sector	26
Tabla 10. Porcentaje del Valor Agregado por Actividades Económicas	27
Tabla 11. Estudio de informalidad Cámara de Comercio de Putumayo	27
Tabla 12. Cobertura de Servicios Públicos Villagarzón	29
Tabla 13. Literatura y antecedentes turísticos	32
Tabla 14. Inversión Municipal en el Sector Turismo	34
Tabla 15. Concepto turistas y visitantes	40
Tabla 16. Definiciones del turismo	40
Tabla 17. Lugares más frecuentados por los turistas de Villagarzón	48
Tabla 18. Perfil del turista, taller sistema turístico - Villagarzón	50
Tabla 19. Perfil del turista 2, taller sistema turístico - Villagarzón	50
Tabla 20. Lugar de procedencia, taller sistema turístico - Villagarzón	51
Tabla 21. Explicación de las tonalidades de color de iconos y tablas	53
Tabla 22. Perfil del turista - Producto turístico de naturaleza	54
Tabla 23. Perfil del turista - Producto turístico de Bienestar	55
Tabla 24. Perfil del turista - Producto turístico cultural de etnoturismo	56
Tabla 25. Recursos, atractivos y sitios turísticos de Villagarzón	57
Tabla 26. Revisión del producto de turismo de naturaleza	71



Tabla 27. Revisión del producto de turismo de salud _____	72
Tabla 28. Revisión del producto de turismo cultural _____	73
Tabla 29. Inventario turístico final – Actualizado _____	76
Tabla 30. Formulario general de resumen de los recursos y atractivos turísticos naturales del municipio ____	78
Tabla 31. Formulario general de resumen de los recursos y atractivos turísticos culturales del municipio ____	79
Tabla 32. Resumen vías nacionales, departamentales y municipales de Villagarzón _____	82
Tabla 33. Resumen agencias de viajes _____	86
Tabla 34. Resumen empresas de transporte terrestre automotor _____	86
Tabla 35. Resumen establecimientos de establecimientos de alojamiento turístico _____	87
Tabla 36. Resumen guías de turismo _____	90
Tabla 37. Resumen viviendas turísticas _____	90
Tabla 38. Estado actual metas del plan de desarrollo municipal de Villagarzón _____	91
Tabla 39. Servicios de apoyo municipio de Villagarzón _____	92
Tabla 40. Usos del suelo por categoría Vilagarzón _____	92
Tabla 41. Resumen de necesidades de Educación turística en Villagarzón _____	97
Tabla 42. Resumen necesidades de tecnología en el municipio de Villagarzón _____	100
Tabla 43. Taller DOFA análisis del aspecto infraestructura _____	103
Tabla 44. Taller DOFA análisis del aspecto atractivos turísticos _____	105
Tabla 45. Taller DOFA análisis del aspecto superestructura _____	105
Tabla 46. Taller DOFA análisis del aspecto planta turística _____	106
Tabla 47, Taller DOFA análisis del aspecto mercados _____	107
Tabla 48. Taller DOFA análisis del aspecto información _____	108
Tabla 49, Taller DOFA análisis del aspecto tecnología _____	108
Tabla 50. Taller DOFA análisis del aspecto educación _____	109
Tabla 51, Taller DOFA análisis del aspecto otros aspectos _____	110
Tabla 52. Taller DOFA análisis del aspecto normas _____	111
Tabla 53. Taller DOFA análisis del aspecto tecnología _____	111
Tabla 54. Taller DOFA análisis del aspecto mercado _____	112
Tabla 55. Taller DOFA análisis del aspecto otros aspectos _____	112
Tabla 56. Tabla de Vocación Turística _____	116
Tabla 57. Factores, criterios y argumentos de calificación para la variable aptitud. _____	117
Tabla 58. Definición de la ponderación de los factores de aptitud _____	118
Tabla 59. Factores, criterios y argumentos de calificación para la variable capacidad. _____	118
Tabla 60. Aplicación del esquema de ponderación variable aptitud - Villagarzón _____	120
Tabla 61. Cuadro de análisis de la variable capacidad - Villagarzón _____	121



Tabla 62. Aplicación del esquema de ponderación variable capacidad - Villagarzón	121
Tabla 63. Propuesta para el plan de desarrollo turístico de Villagarzón - Escenario 1	137
Tabla 64. Propuesta para el plan de desarrollo turístico de Villagarzón - Escenario 2	137
Tabla 65. Propuesta para el plan de desarrollo turístico de Villagarzón - Escenario 3	137
Tabla 66. Visión presentada por los participantes de la primera mesa de trabajo del taller – Villagarzón	138
Tabla 67. Visión presentada por los participantes de la segunda mesa de trabajo del taller – Villagarzón	138
Tabla 68. Visión presentada por los participantes de la segunda mesa de trabajo del taller – Villagarzón	138
Tabla 69. Objetivos y metas distribuidos en el corto, mediano y largo plazo.	145
Tabla 70. Disposición de los proyectos a lo largo del tiempo	149
Tabla 71. Matriz estratégica del Plan de desarrollo turístico de Villagarzón	150
Tabla 72. Matriz del Plan plurianual de inversiones Villagarzón	165
Tabla 73. Rol de actores y aliados	173
Tabla 74. Cronograma del plan de implementación por etapas	174
Tabla 75. Matriz del plan de acción - Villagarzón	175

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Ubicación Municipio de Villagarzón en Mapas	23
Ilustración 2. Estadísticas departamentales CITUR - Putumayo	41
Ilustración 3. Encuestas a turistas en Villagarzón	42
Ilustración 4. Encuestas a turistas en Villagarzón 2	43
Ilustración 5. Taller sistema turístico Villagarzón - evidencia fotográfica	50
Ilustración 6. Taller sistema turístico Villagarzón - evidencia fotográfica 2	51
Ilustración 7. Taller sistema turístico Villagarzón - evidencia fotográfica 3	52
Ilustración 8. Mapa de demanda - Turistas internacionales	60
Ilustración 9. Mapa de demanda - Turistas nacionales	61
Ilustración 10. Mapa de demanda - Medio de transporte usado por los turistas	61
Ilustración 11. Mapa de oferta - Atractivos naturales de Villagarzón	62
Ilustración 12. Mapa de oferta - Atractivos culturales de Villagarzón	62
Ilustración 13. Mapeo de productos turísticos de Villagarzón	64
Ilustración 14. Oferta de ecoturismo Villagarzón	65
Ilustración 15. Oferta de turismo de aventura Villagarzón	65
Ilustración 16. Oferta de turismo comunitario Villagarzón	66
Ilustración 17. Mapa resumen metodología para determinar la viabilidad de un producto turístico	74



Ilustración 18. Taller sistema turístico Villagarzón (1).	93
Ilustración 19. Taller DOFA Villagarzón (1)	94
Ilustración 20. Taller Sistema turístico Villagarzón (2)	95
Ilustración 21. Reunión con representantes de comunidades indígenas Villagarzón	96
Ilustración 22. Programas de desarrollo profesional a los empleados - Villagarzón	96
Ilustración 23. Taller DOFA Villagarzón (2)	98
Ilustración 24. Taller DOFA Villagarzón (3)	100
Ilustración 25. Taller DOFA Villagarzón evidencias fotográficas (1)	101
Ilustración 26. Taller DOFA Villagarzón evidencias fotográficas (2)	102
Ilustración 27. Taller DOFA Villagarzón evidencias fotográficas (3)	102
Ilustración 28. Cuadro de vocación turística - Villagarzón	122
Ilustración 29. Esquema visual del árbol de problemas “Etapa de Construcción”	129
Ilustración 30. Esquema visual del árbol de objetivos “Etapa de Construcción”	130
Ilustración 31. Esquema visual de la segunda fase de la “Etapa de Construcción”	131
Ilustración 32. Mapa conceptual - Resumen etapas del plan de desarrollo turístico	133
Ilustración 33. Evidencias fotográficas taller de construcción de proyectos Villagarzón	137
Ilustración 34. Evidencias taller de construcción de proyectos Villagarzón - 3	139
Ilustración 35. Evidencias fotográficas taller de construcción de proyectos Villagarzón - 2	140
Ilustración 36. Listado de asistencia taller construcción de proyectos Villagarzón	140
Ilustración 37. Listado de asistencia taller construcción de proyectos Villagarzón - 2	141
Ilustración 38. Visión definitiva del plan de desarrollo turístico de Villagarzón	141
Ilustración 39. Árbol de problemas del municipio de Villagarzón	142
Ilustración 40. Árbol de objetivos del municipio de Villagarzón	143
Ilustración 41. Esquema visual de las etapas del plan de implementación	173
Ilustración 42. Pantalla de inicio matriz de seguimiento	188
Ilustración 43. Progreso de Ejecución del Plan	188
Ilustración 44. Total de Inversiones Realizadas	189
Ilustración 45. Total de Inversiones Anuales	189
Ilustración 46. Gráfico Central	189
Ilustración 47. Inversiones Realizadas por Programa	190
Ilustración 48. Comando Interactivo “Estrategias”	190
Ilustración 49. Matriz de seguimiento de Impactos	191
Ilustración 50. Búsqueda de un indicador	192
Ilustración 51. Progreso apuntado en la matriz	192
Ilustración 52. Ingresar dinero invertido a la matriz	193



Ilustración 53. Progreso incompleto apuntado en la matriz	193
Ilustración 54. Ingresar dinero invertido a la matriz - 2	194
Ilustración 55. Comando interactivo "Estrategias"	195
Ilustración 56. Donde dar clic en el comando interactivo "Estrategias"	195
Ilustración 57. Menú para actualizar la matriz de seguimiento	196
Ilustración 58. Vista general de la matriz de seguimiento	197
Ilustración 59. Clic en la Estrategia 1. del comando interactivo "Estrategias"	198
Ilustración 60. Ejemplo uso del comando interactivo "Estrategias" Estrategia 1.	198
Ilustración 61. Ejemplo uso del comando interactivo "Estrategias" Estrategia 2.	199
Ilustración 62. Ubicación del botón selección múltiple	200
Ilustración 63. Botón de selección múltiple desactivado	200
Ilustración 64. Botón de selección múltiple activado	201
Ilustración 65. Matriz de seguimiento, análisis de 2 estrategias en simultaneo.	201
Ilustración 66. Matriz de seguimiento, análisis de 3 estrategias en simultaneo.	202
Ilustración 67. Ubicación del botón borrar filtro	202
Ilustración 68. Botón de selección múltiple activado después de eliminar filtros	203
Ilustración 69. Uso del comando interactivo "Estrategias" con el botón de selección múltiple activado	203
Ilustración 70. Acta reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón	207
Ilustración 71. Acta reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)	208
Ilustración 72. Acta de socialización y taller (sistema turístico) - Villagarzón	209
Ilustración 73. Acta de socialización y taller (sistema turístico) – Villagarzón (2)	210
Ilustración 74. Fotografías reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón	211
Ilustración 75. Fotografías reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)	211
Ilustración 76. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón	212
Ilustración 77. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)	212
Ilustración 78. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (3)	213
Ilustración 79. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (4)	213
Ilustración 80. Listado de convocatoria reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón	214
Ilustración 81. Listado de asistencia reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón	215
Ilustración 82. Listado de asistencia reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)	216
Ilustración 83. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA - Villagarzón	217
Ilustración 84. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA – Villagarzón (2)	217
Ilustración 85. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA - Villagarzón (3)	218



Ilustración 86. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA - Villagarzón (4)	218
Ilustración 87. Listado de asistencia - Mesas de trabajo análisis DOFA - Villagarzón	219
Ilustración 88. Taller de construcción de proyectos, Visión	220
Ilustración 89. Taller de construcción de proyectos, Visión (2)	220
Ilustración 90. Taller de construcción de proyectos, Visión (3)	221
Ilustración 91. Taller de construcción de proyectos, Visión (4)	221
Ilustración 92. Taller de construcción de proyectos - Listado de asistencia 1	222
Ilustración 93. Taller de construcción de proyectos - Listado de asistencia 2	223
Ilustración 94. Evidencia Fotográfica de la reunión concertación de matriz de proyectos Villagarzón - 1	224
Ilustración 95. Evidencia Fotográfica de la reunión concertación de matriz de proyectos Villagarzón - 2	224
Ilustración 96. Listado de asistencia reunión concertación de proyectos Villagarzón	225

ÍNDICE DE GRAFICAS

Gráfica 1. Información SISBEN - DNP 2017	25
Gráfica 2. Número de Empleados en los Establecimientos de Comercio – Cámara de Comercio del Putumayo – Censo Empresarial	28
Gráfica 3. Cobertura Neta en Educación Total – DNP Colombia	30
Gráfica 4. Distribución de PSTs en Villagarzón	36
Gráfica 5. Mapa mundial turismo emisor hacia Villagarzón	43
Gráfica 6. Mapa de turismo interno nacional hacia Villagarzón	44
Gráfica 7. Tiempo de estadía de los turistas en Villagarzón	45
Gráfica 8. Cantidad de acompañantes de los turistas de Villagarzón	45
Gráfica 9. Gasto diario turistas de Villagarzón	46
Gráfica 10. Frecuencia de visita de los turistas que visitan Villagarzón	46
Gráfica 11. Motivo principal de viaje - turistas de Villagarzón	47
Gráfica 12. Otros motivos de viaje - turistas de Villagarzón	48
Gráfica 13. Motivo principal de viaje turistas internacionales que visitan Villagarzón	48
Gráfica 14. Productos turísticos del municipio de Villagarzón	53
Gráfica 15. Proporción de recursos naturales vs culturales de Villagarzón	56
Gráfica 16. Proporción de recursos culturales de Villagarzón	57
Gráfica 17. Distribución porcentual de atractivos inventariados del municipio de Villagarzón	78
Gráfica 18. Prestadores de servicios turísticos total - Villagarzón	84
Gráfica 19. Distribución del estado actual de los PSTs - Villagarzón	85
Gráfica 20. Distribución de PSTs activos - Villagarzón	85



Gráfica 21. Método para determinar la satisfacción del cliente – Villagarzón _____	99
Gráfica 22. Gráfico de valoración - Factores de la variable aptitud. _____	124
Gráfica 23. Gráfico de valoración - Criterios de la variable aptitud. _____	125
Gráfica 24. Gráfico de valoración - Factores de la variable capacidad. _____	126
Gráfica 25. Gráfico de valoración - Criterios de la variable capacidad. _____	127
Gráfica 26. Distribución anual de la inversión del plan de desarrollo turístico de Villagarzón _____	170
Gráfica 27. Distribución anual de la inversión por estrategias _____	171





Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón

Etapa de Apertura.

Para la elaboración del plan de desarrollo turístico convencional para el municipio de Villagarzón del departamento de Putumayo, programado a vigencia de los años 2020 – 2030, se presenta la siguiente metodología que se realizará con las siguientes etapas:

Metodología.

- ✓ **Etapa de apertura:** reunión inicial, cronograma y metodología
- ✓ **Etapa de diagnóstico:** limitantes y potencialidades de la situación de cada municipio en materia de turismo.
- ✓ **Etapa de análisis:** vocación turística
- ✓ **Etapa de construcción:** plan de desarrollo turístico para cada municipio
- ✓ **Etapa de socialización y logística** del plan de desarrollo turístico para cada municipio

A continuación, se presentan cada una de las etapas, por las cuales tomarán forma los dos planes turísticos convencionales, anexando las obligaciones, actividades y productos o entregables esperados a realizar en cada una de las etapas.

Etapa de Apertura: Reunión Inicial, Cronograma y Metodología.

Durante la fase de apertura se espera la participación, realización y evidencia de la reunión inicial con el comité de seguimiento, en donde se espera entregar para su posterior revisión, por parte del equipo de consultoría el cronograma general y específico, en conjunto con el actual documento en donde se describe la metodología a usar para realizar la gestión del presente proyecto.

En la **Tabla 1**, se describe brevemente la metodología a utilizar durante la **etapa de apertura**:

Tabla 1. Etapa de apertura - Metodología

Obligaciones	Metodología / Actividades / procedimientos	Materiales y recursos	Entregables
Participar de manera presencial en la reunión de inicio en FONTUR a la que asistirá el contratista, la Supervisión del contrato, un delegado del área misional del Fondo Nacional de Turismo FONTUR, un representante del municipio	Realización de la reunión del comité de seguimiento y levantamiento y suscripción de acta correspondiente.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Lista de asistencia e informe o acta sobre la reunión inicial con el Comité de Seguimiento



de Mocoa y un representante del municipio de Villagarzón, la cual se denominará Comité de Seguimiento del Contrato, y tendrá el propósito de coordinar la ejecución de las actividades del contrato.			
Elaborar y entregar un cronograma general donde se indique el tiempo de ejecución de las obligaciones contractuales, y un cronograma específico donde se discriminen las actividades que se van a realizar para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Convencional de cada municipio, el tiempo para su desarrollo, los recursos humanos y materiales que se necesitarán para llevarlas a cabo.	Entrega y aprobación del cronograma general y específico	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento en formato Word que contenga el cronograma general Un (01) documento en formato Word que contenga el cronograma específico
Elaborar y entregar una metodología donde se especifiquen los medios, procedimientos, actividades, materiales y recursos más adecuados para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Convencional de cada municipio.	Entrega y aprobación de la metodología planteada a desarrollar	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento en formato Word que contenga la metodología

Etapa de Diagnóstico: Limitantes y Potencialidades de la Situación de Cada Municipio en Materia de Turismo.

Durante la etapa de diagnóstico se busca realizar una recopilación de datos referentes al sistema turístico de cada uno de los municipios de estudio. En donde se busca analizar aspectos como la oferta y la demanda turística, elementos como la superestructura e infraestructura turísticas presentes y dispuestos para puesta en marcha del turismo, y como estos elementos afecta directamente a la comunidad receptora.

En la **Tabla 2**, se describe brevemente la metodología a utilizar durante la **etapa de diagnóstico**:



Tabla 2. Etapa de diagnóstico - Metodología

Obligaciones	Metodología / Actividades / procedimientos	Materiales y recursos	Entregables
Determinar el contexto actual del sector turístico de cada uno de los municipios, que incluya la caracterización del territorio, uso del suelo.	Búsqueda y análisis de información de fuentes primarias y secundarias y taller para realizar la construcción del documento.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) informe del contexto actual por cada municipio, así como, las listas de asistencia y evidencias fotográficas de los talleres realizados
Analizar la evolución del mercado turístico en cada uno de los municipios e identificar nuevas características y tendencias para los productos existentes y/o potenciales.	Búsqueda y análisis de información de fuentes secundarias. Encuestas a prestadores de servicios turísticos para identificar la existencia de productos turísticos.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento por cada municipio, de caracterización de la oferta y demanda turística y su evolución, tendencias y motivaciones, que incluya un mapa de oferta y demanda turística identificada. Un (01) documento por cada municipio, en el que se analicen los productos turísticos del municipio desde el punto de vista de la oferta y la demanda y determinar su viabilidad
Revisar, actualizar y caracterizar los recursos y atractivos turísticos de cada uno de los municipios	Solicitud y recepción de inventarios turísticos de MINCIT Seguir la metodología para la elaboración del inventario en caso de ser necesario.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) formulario por cada municipio general de resumen de los recursos y atractivos turísticos del municipio, con sus respectivas fichas de inventario de recursos y/o atractivos
Identificar y caracterizar la infraestructura turística, planta turística y superestructura existente para el desarrollo del turismo en cada uno de los municipios, a través de revisión de fuentes primarias, secundarias e investigación de trabajo de campo.	Búsqueda y análisis de información de fuentes secundarias para armar el documento.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento por cada municipio, en el que se identifique y caracterice la infraestructura turística, planta turística y superestructura existente para el desarrollo del turismo
Identificar y caracterizar las necesidades de educación para turismo en cada uno de los municipios	Búsqueda y análisis de información de fuentes secundarias para armar el documento.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento por cada municipio, que identifique y caracterice las necesidades de educación y el uso de tecnología en el sector turismo
Identificar y caracterizar el uso de tecnología en el turismo en cada uno de los municipios.	Elaboración de encuestas		
Identificar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas	Realización del taller para la formación del DOFA	Equipo de trabajo del proyecto	Un (01) documento por cada municipio, que contenga el análisis DOFA



del territorio para el desarrollo del turismo, a través de mesas de trabajo con actores locales de acuerdo con los resultados de las obligaciones específicas anteriores, mediante la herramienta de análisis DOFA para cada uno de los municipios.	Búsqueda y análisis de información de fuentes secundarias para armar el documento.	Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (1) documento diagnóstico, por cada municipio, que contenga el contexto actual, mercado turístico, recursos, atractivos turísticos, infraestructura turística, planta y superestructura turísticas, necesidades de educación para el turismo, uso de la tecnología y análisis DOFA.
---	--	---	--

Etapa de Análisis: Vocación Turística

Al momento de realizar la etapa de análisis que busca determinar la vocación turística de un territorio, se tomara en cuenta las variables de aptitud y de capacidad, con el objetivo de determinar y dar a conocer a los actores involucrados cual debería ser el rumbo a tomar, por cada uno de los municipios, al momento de optar por el desarrollo de productos turísticos consolidados.

En la **Tabla 3**, se describe brevemente la metodología a usar durante el proceso de ejecución de la **etapa de análisis**:

Tabla 3. Etapa de análisis – Metodología.

Obligaciones	Metodología / Actividades / procedimientos	Materiales y recursos	Entregables
Determinar la vocación turística en cada uno de los municipios, teniendo en cuenta la variable de aptitud	Búsqueda y análisis de los resultados obtenidos de los recursos y atractivos turísticos, en conjunto con los resultados de infraestructura, planta y superestructura turística de los municipios	Equipo de trabajo del proyecto	Un (01) informe por cada municipio, con análisis de los resultados, datos relevantes, recomendaciones y conclusiones Un (01) gráfico por cada municipio, de vocación turística y valoración de los resultados
Determinar la vocación turística en cada uno de los municipios, teniendo en cuenta la variable de capacidad		Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	
		Equipo de trabajo del proyecto	
		Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	

Etapa de Construcción: Plan de Desarrollo Turístico Para Cada Municipio.

La etapa de construcción busca explotar los datos obtenidos en la etapa de análisis. Al determinar la vocación turística de un territorio es posible diseñar una metodología que permita establecer; una visión, unos objetivos, unas metas, unas estrategias y las posibles acciones a seguir durante el tiempo que este proyectado el plan convencional de turismo. También permite conocer los recursos y el tiempo estimado para su ejecución, así como también los actores que se encuentren



involucrados ya sea como inversionistas o comunidades afectadas. Finalmente, permite la posibilidad de generar un seguimiento de las metas y acciones predispuestas a desarrollar.

En la **Tabla 4**, se describe brevemente la metodología a usar durante la **etapa de construcción**:

Tabla 4. Etapa de construcción – Metodología.

Obligaciones	Metodología / Actividades / procedimientos	Materiales y recursos	Entregables
Diseñar el proceso metodológico con enfoque territorial que se utilizará para formular el Plan de Desarrollo Turístico en cada uno de los municipios	Retomar el análisis de vocación turística y formular la metodología del plan.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento metodológico con enfoque territorial por cada municipio.
Establecer la visión, objetivos, metas, estrategias y acciones, a través de talleres con los actores locales y cadena de servicios para cada uno de los municipios.	Definir la visión, objetivos, metas, estrategias y acciones para el corto, mediano y largo plazo	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento por cada municipio, que contenga la visión, objetivos, metas, estrategias y acciones
Realizar la caracterización de programas, proyectos y actividades para cada municipio, a través de talleres con los actores locales y cadena de servicios, en donde se prioricen los proyectos y se formule el plan financiero.	Convocatoria y puesta en marcha del taller de proyectos en cada uno de los municipios	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Una (01) caracterización por cada municipio, de programas, proyectos y actividades
Diseñar y formular un documento y matriz del plan plurianual de inversiones y/o financiero, plan de implementación y plan de acción que incluya: identificación de aliados y/o actores estratégicos, roles, indicadores de resultado, producto e impacto para el seguimiento, actividades, cronograma de ejecución y metas para cada uno de los municipios.	Planificación del plan plurianual de inversiones en conjunto con el experto financiero. Y definir los tiempos y objetivos del plan implementación y de acción.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento y una (01) matriz por cada municipio, que contenga el plan plurianual de inversiones, plan de implementación y plan de acción
Diseñar y construir una matriz para el seguimiento de las metas e impactos del Plan de Desarrollo Turístico para cada uno de los municipios.	Definir la matriz de seguimiento con ayuda de todo el equipo de trabajo	Equipo de trabajo del proyecto	Una (01) matriz de seguimiento de metas e impactos por cada municipio



		Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	
Realizar un documento final denominado Plan de Desarrollo Turístico para cada uno de los municipios.	Desarrollo del documento final para cada uno de los municipios	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) documento final por cada municipio, con el Plan de Desarrollo Turístico digital e impreso

Etapa de Socialización y Logística del Plan de Desarrollo Turístico en Cada Municipio.

La etapa de socialización y logística abarca desde el inicio del desarrollo del proyecto hasta que finaliza, en donde se espera que se realicen reuniones de seguimiento durante todo el desarrollo del proyecto y al final de este, este proceso también incluye el cómo se realizó la logística de los procesos de socialización y logística del plan de desarrollo turístico de cada municipio.

En la **Tabla 5**, se describe brevemente la metodología a usar durante la **etapa de socialización y logística**:

Tabla 5. Etapa de socialización y Logística - Metodología

Obligaciones	Metodología / Actividades / procedimientos	Materiales y recursos	Entregables
Realizar una (1) socialización por cada municipio, donde se presente el Plan de Desarrollo Turístico en cada uno de los municipios a las autoridades de turismo y los actores locales.	Convocatoria y realización para la presentación del plan de los planes convencionales de turismo en cada uno de los municipios.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Un (01) informe de evidencias por cada municipio de la socialización del Plan de Desarrollo Turístico, a través de actas, registros fotográficos y listas de asistencia
Participar mínimo en una reunión mensual de Comité de Seguimiento del Contrato	Definir las fechas dispuestas para realizar una reunión mensual hasta que se finalice el proyecto y la elaboración de los documentos correspondientes	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Listas de asistencia e informe o acta sobre la reunión mensual de seguimiento por cada municipio, de la cual se deberá entregar además el correspondiente informe mensual
Participar en una reunión de cierre de manera presencial en FONTUR, en la que asistirá el Comité de Seguimiento del Contrato	Convocatoria y realización de la reunión de cierre del proyecto y elaboración del informe final	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	Lista de asistencia e informe o acta de la reunión de cierre con el Comité de Seguimiento por cada municipio
Realizar la logística necesaria durante todo el proceso de elaboración y socialización del Plan de Desarrollo Turístico en cada uno de los municipios (tiquetes, desplazamientos terrestres, hospedaje del equipo de trabajo, salones, ayudas audiovisuales, material didáctico).	El proceso logístico se encuentra dispuesto dentro de los cronogramas que pueden estar sujetos a cambios de fechas según corresponda para la comodidad y facilidad al momento de realizar el proyecto.	Equipo de trabajo del proyecto Artículos logísticos tanto tecnológicos como de papelería	



Etapa de Diagnostico.

Informe del Contexto Actual Turístico del Municipio de Villagarzón.

Caracterización del Territorio.

La caracterización del territorio surge con la necesidad de indagar sobre temas específicos como la ubicación del territorio en un espacio geográfico determinado, la población del municipio ubicando rasgos importantes a destacar como la presencia grupos de especial interés, las finanzas públicas para conocer la distribución presupuestal del municipio.

También nos permite conocer sobre aspectos como: la economía local del municipio y las principales actividades económicas, la distribución y alcance de la vivienda y servicios públicos, los niveles de educación de los pobladores, la distribución real de los usos del suelo y como estos se pueden aprovechar para el turismo.

Finalmente, se indaga sobre los antecedentes en materia de turismo, los problemas actuales del sector conocidos desde la administración municipal, así como los recursos del sector turismo, el marco legal turístico, los posibles actores involucrados para con el sector y por último aquellos factores que afectan el desarrollo e imagen del sector turismo en el municipio.

Ubicación del Municipio.

El municipio de Villagarzón se encuentra ubicado en el departamento de Putumayo, a 156 km de Puente Internacional frontera con Ecuador, limita al norte con los municipios de Santiago y Mocoa, por el occidente con Orito, por el sur con Orito y Puerto Caicedo, y por el oriente con Mocoa. Sus coordenadas exactas son: paralelos 01°04'30" N - 00°46'00" N, y los meridianos 077°02'30" W - 076°26'30" W. (PDT Villagarzón, 2022).

Ilustración 1. Ubicación Municipio de Villagarzón en Mapas



Fuente: Elaboración propia Fundaculta rescatado de mapas de vectores dispuestos en Wikipedia.



La superficie del municipio cuenta con un área aproximada de 1.380 km², de estas 2.982 hectáreas (ha) están anexas a territorios de los asentamientos indígenas los cuales se distribuyen de la siguiente manera: Pertenecientes a la etnia Inga, los resguardos de Albania, Chaluayaco, Wasipungo, San Miguel de la Castellana y Blasiakú. Por otro lado, aproximadamente 17.884 hectáreas (ha) pertenecen a la Unidad de Ordenación Forestal (UOF) Mecaya – Sencella y 1.676 hectáreas (ha) declaradas UOF por Corpoamazonía. (CORPOAMAZONIA, 2014)

Según datos del plan de desarrollo municipal de la Alcaldía de Villagarzón **“Unidos de verdad por Villagarzón”** (PDT Villagarzón, 2022) la división territorial se divide en 31 barrios y un total de 73 veredas. En la siguiente **Tabla 6** podemos tener una visión general datos principales del municipio:

Tabla 6. Datos Generales del Municipio de Villagarzón

DATOS GENERALES DEL MUNICIPIO	
Código DANE Municipio	86885
Región	Centro Sur
Subregión (SGR)	Medio Putumayo
Entorno De Desarrollo (DNP)	Intermedio
Categoría	6
Extensión	1.380 Km ²
Población	24.759 habitantes (2022)
Densidad Poblacional	19,81 Hab / Km ² (2022)
Población Urbana	15.106
Población Rural	9.653
Población Indígena *	3.948 (Censo 2018)
Población Étnica Total *	4.516 (Censo 2018)
*Población Estimada	
Tomada de: DANE – Censo Nacional de Población y Vivienda 2022 – TerriData – DNP	

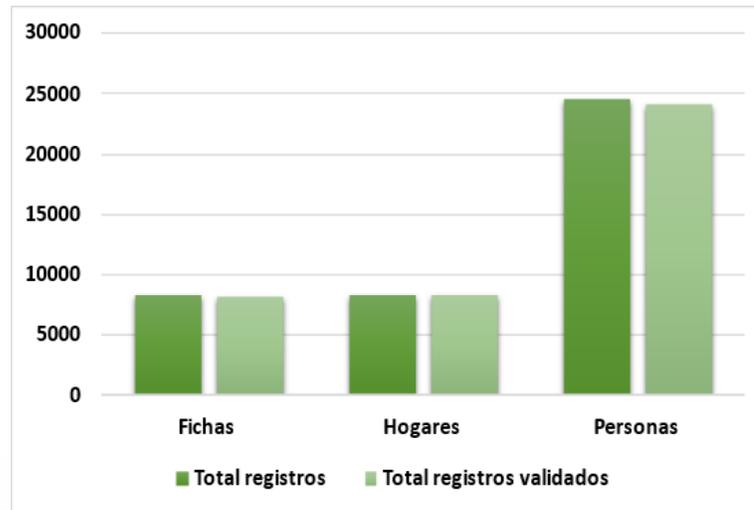
Población del Municipio.

De acuerdo con el último censo nacional de población y vivienda, realizado por el DANE en el año 2022, de los 24.759 habitantes del municipio de Villagarzón, se identifican 12.432 son mujeres y 12.327 son hombres. Concentrando la mayoría de población con un 56,08% en las edades de entre los 0 años y los 29 años, y el 43,92% restante todas aquellas personas de 30 años o más. (DNP , 2022)

El comportamiento del SISBEN se disgrega de la siguiente manera y como se puede observar en la **Gráfica 1:**



Gráfica 1. Información SISBEN - DNP 2017



Fuente: Elaboración propia datos rescatados del DNP.

Cabecera municipal con puntajes mínimos del 1,21 y máximos de 72,23 puntos, el centro poblado del municipio con puntajes mínimos de 1,53 y máximos de 64,77 puntos y finalmente el área rural disperso con puntajes mínimos de 0,76 y máximos de 52,84 puntos. (DNP , 2022)

Tabla 7. Población Indígena en Villagarzón

NO.	COMUNIDAD	NÚMERO DE COMUNIDADES	POBLACIÓN ESTIMADA	% POBLACIONAL
1	PUEBLO INGA	10	2.524	43%
2	PUEBLO NASA	8	1.090	19%
3	PUEBLO PASTO	2	1.063	18%
4	PUEBLO INKAL AWÁ	6	490	8%
5	PUEBLO KAMENTZÁ	1	360	6%
6	PUEBLO EMBERÁ CHAMI	2	113	2%
7	PUEBLO QUILLASINGA	1	230	4%

Tomado de: Plan de Desarrollo Municipal 2020 - 2023

En el municipio se encuentran nueve (9) resguardos constituidos de los cuales cinco (5) pertenecen al pueblo Inga; resguardo Albania, Chaluayaco, Wasipungo, San Miguel de la Castellana y Blasiaku, dos (2) pertenecen al pueblo Nasa; resguardo Jerusalén San Luis Alto Picudito y Santa Rosa Juanambú-Campoalegre-Alpes orientales- Floresta Alto Coqueto, uno (1) al pueblo Pastos; resguardo Piedra Sagrada los Pastos, y finalmente el último al pueblo Awá; resguardo Awá Playa Larga. (PDT Villagarzón, 2022)

En la siguiente **Tabla 8.** Cabildos Constituidos en el Municipio de Villagarzón podemos ver a manera resumida el nombre de los cabildos presentes en el municipio y la comunidad a la que pertenecen cada uno de estos:



Tabla 8. Cabildos Constituidos en el Municipio de Villagarzón

No.	NOMBRE DEL CABILDO	COMUNIDAD
1	MUSU WAIRA SACHA NUKANCHIPA	Inga
2	SALADILLO IACO	Inga
3	NUKANCHIPA TAITA KAUSADIRU	Inga
4	KACHIYACO ANDAKI	Inga
5	LPARRUMIYACO	Inga
6	NASA KIWE ALTO SINAI	Nasa
7	CXHAM WALA	Nasa
8	CAMPO ALEGRE	Nasa
9	NASA KIWE THA TADX LOMA REDONDA	Nasa
10	KAMENTZÁ BIYA AGUACAT BUYESH	Kamentzá
11	PADAKERA	Emberá
12	KIPARADÓ	Emberá
13	AWA ALTO CHAWI	Awa
14	AWA SILOE	Awa
15	AWA FLORIDA ALTO SARDINAS	Awa
16	AWA MAYASKER	Awa

Tomado de: Plan de Desarrollo Municipal 2020 - 2023

Por otra parte, la población afrodescendiente en el municipio de Villagarzón se presenta desde el apartado de Consejos Comunitarios y Organizaciones distribuidos de la siguiente manera: Comunidad de Desarrollo Afro villagarzonense (CODAFVI), la Asociación de desarrollo de negritudes del corregimiento de Puerto Umbría (ADENECPU), la Afro Villa Zona Rural, y la asociación municipal por los derechos humanos de las Comunidades Afro del municipio de Villagarzón – El Palenque.

Finanzas Públicas.

De acuerdo con el DNP a partir de la información del FUT y DANE durante los años 2010 al 2020, los gastos totales per cápita del municipio variaron entre los \$892.702,56 pesos corrientes en su punto más bajo en él 2012 y los \$2.602.997,72 pesos corrientes en su punto más alto en el 2015, para el último año de medición 2020 se registra un gasto total per cápita de \$1.709.045,75 pesos corrientes, frente a los \$1.367.964,63 pesos corrientes de ingresos totales per cápita. (DNP , 2022)

Tabla 9. Porcentaje de Ejecución Presupuestal por Sector

SECTOR	PUTUMAYO	VILLAGARZÓN
EDUCACIÓN	78,95%	95,32%
SALUD	98,06%	97,24%
AGUA	29,27%	73,88%
LIBRE DESTINACIÓN	8,70%	10,01%
DEPORTE	75,64%	63,40%
CULTURA	82,90%	83,92%
LIBRE INVERSIÓN	62,43%	23,90%
ALIMENTACIÓN ESCOLAR	58,03%	68,61%

Tomada de: DNP a partir de información del FUT y SICODIS SGP - 2016



Economía.

De acuerdo con información obtenida por el DANE para el año 2019 el valor agregado del municipio ascendió hasta los \$498,28 valor expuesto en miles de millones de pesos corrientes, lo cual generó una participación del valor agregado municipal en el departamental del 12,76%. Para el 2016 según la Evaluación Agropecuaria Municipal, en conjunto con MinAgricultura el 100% de los cultivos transitorios del municipio fueron de maíz produciendo un total de 209 toneladas y los cultivos permanentes se dividen en primer lugar en la producción de chontaduro con un 69,47% del total de cultivos permanentes, seguido de la piña con un 16,81%, el plátano con un 10,05% y finalmente otros cultivos permanentes con un 3,67%. (DNP , 2022)

Tabla 10. Porcentaje del Valor Agregado por Actividades Económicas

ACTIVIDAD ECONÓMICA	PORCENTAJE DEL VALOR AGREGADO MUNICIPAL
Actividades Primarias	73,24%
Actividades Secundarias	2,76%
Actividades Terciarias	24,00%

Tomado de: DNP con información del DANE - 2019

La segunda actividad económica del municipio son los servicios (24,00%), actividades dentro de las cuales se encuentra el turismo, por lo que la dinámica del sector es muy importante para la economía local.

La industria es la principal actividad económica en el municipio, es de las actividades más importantes y generadoras de ingresos como se observa con anterioridad, apoyando el sector servicios con la llegada y estadía de diferentes trabajadores, desde la administración pública se recalca la importancia de empezar a trabajar de manera mancomunada y organizada, ya que este fue uno de los sectores mayormente golpeados por la Pandemia del Covid-19.

Según la cámara de comercio para el año 2021 el municipio de Villagarzón es el segundo con mayor cantidad de establecimientos de comercio matriculados y renovados. (CCP, 2022)

Tabla 11. Estudio de informalidad Cámara de Comercio de Putumayo

	MATRICULADOS		RENOVADOS		TOTAL	
Villagarzón	260	11%	819	9%	1.079	9%
Putumayo	2.435	100%	9.100	100%	11.535	100%

Estudio de informalidad 2021 – Cámara de Comercio de Putumayo

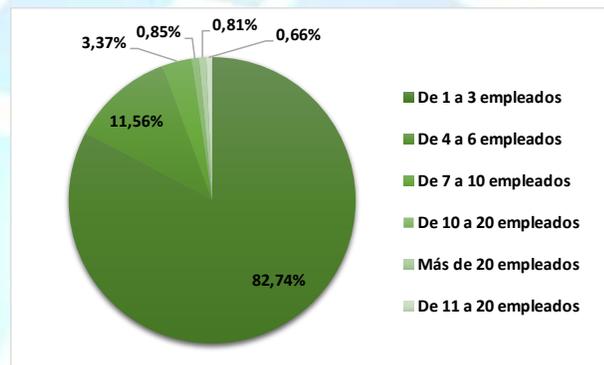
Por otro lado, los niveles de informalidad del municipio corresponden a **6%** del total general del departamento, siendo Villagarzón el sexto municipio donde más se encuentran establecimientos de comercio “No renovados” y “No Matriculados”, con un total de 131 establecimientos de



comercio y ubicado en el último lugar de los municipios del departamento con mayor informalidad según el ranking de informalidad vigencia 2021, publicado por la cámara de comercio del Putumayo, siendo esto un aspecto muy positivo para el municipio. (CCP, 2022)

Es destacable los altos índices de formalidad de los establecimientos de alojamiento en donde Hoteles – residencias – hostales – reservados, tan solo ocupan el 1% de informalidad del departamento, con 9 establecimientos no renovados y 7 no matriculados según los datos publicados por la cámara de comercio del Putumayo en el Estudio de la informalidad – vigencia 2021.

Gráfica 2. Número de Empleados en los Establecimientos de Comercio – Cámara de Comercio del Putumayo – Censo Empresarial



Fuente: Elaboración propia, datos compartidos por la Cámara de Comercio del Putumayo

En cuanto a la empleabilidad es importante destacar que la gran mayoría de empresas no supera los 3 empleados o trabajadores del establecimiento de comercio, incluyendo al propietario y es que esto puede inducir la poca presencia de grandes empresas en todo el departamento del Putumayo. Esta información se corrobora con el estudio de composición empresarial de la cámara de comercio del Putumayo, en donde en el municipio de Villagarzón tan solo se encuentran 1 mediana empresa y 1 gran empresa, en los consolidados por tamaño – vigencia 2021. (CCP, 2022)

Según los datos recopilados durante el taller de sistema turístico realizado el día 22 de marzo de 2022 en el municipio de Villagarzón, aseguran que aspectos a tener en cuenta en el ámbito económico son:

- ✓ Falta de empresas que generen empleo
- ✓ Falta de creación de empresas propias de la región
- ✓ Falta de inversión
- ✓ Falta de apoyo a los pequeños emprendedores
- ✓ Falta de restaurantes que ofrecen la comida típica de la región.



Vivienda y Servicios Públicos.

Según el DANE en el año 2018 el déficit cuantitativo de vivienda se ubicó en 37,70% lo cual corresponde a 5,67 puntos por debajo del nivel Departamental y el déficit cualitativo de vivienda se ubicó en 21,61% lo cual corresponde a 7,2 puntos por debajo del nivel Departamental. De acuerdo con los datos proporcionados por el DANE (2018), el Ministerio de Tecnologías de la Información y Las Comunicaciones (2020) y la UPME (2019) la cobertura de los servicios públicos se distribuyó de la siguiente manera: (DNP , 2022)

Tabla 12. Cobertura de Servicios Públicos Villagarzón

SERVICIO	COBERTURA EN EL MUNICIPIO
Acueducto	76,26%
Alcantarillado	63,01%
Penetración De Banda Ancha	1,25%
Cobertura De Energía Eléctrica Rural	72,21%
<i>Tomado de: TerriData – Colombia 2022</i>	

Servicios como la energía eléctrica urbana según la percepción de la comunidad es cercana al 100%, por otro lado, la cobertura de gas domiciliario en el área urbana es aproximadamente del 10%, en donde el uso de pipetas de gas es aproximadamente el 80% y otros medios el 10%, para la zona rural aseguran ser aproximadamente de entre el 60% con uso de pipeta y el 40% otros tipos. (DNP , 2022)

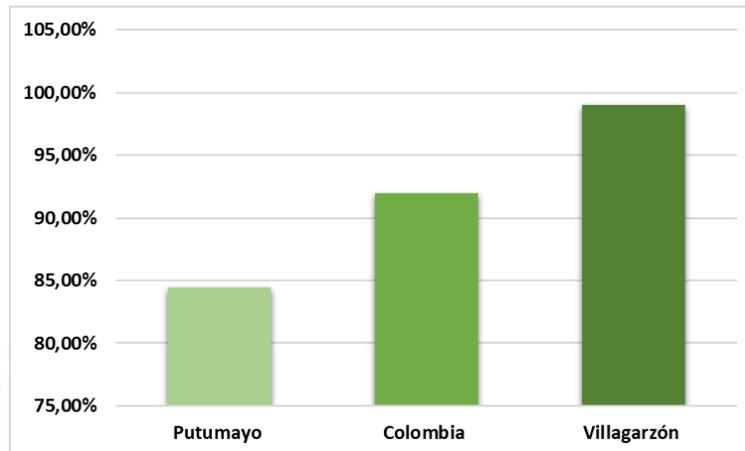
Educación.

De acuerdo con los datos presentados por el Ministerio de Educación Nacional la cobertura neta de educación primaria en el municipio de Villagarzón se ubica por encima del 100% esto podría explicarse al momento de recibir en las escuelas municipales estudiantes de otros municipios, la cobertura neta de educación secundaria se ubica en un 91,57% y finalmente la cobertura neta de educación media se encuentra en un 42,24%. En donde, la tasa de deserción intra – anual del sector oficial para el año 2020 fue de un 7,92% y la tasa de repitencia del sector oficial es de un 7,14%. (DNP , 2022)

En la siguiente **Gráfica 3** podemos observar según datos obtenidos desde el DNP los niveles promedio de cobertura neta en educación total, en donde Villagarzón se encuentra muy por encima del nivel departamental y del proyectado a nivel nacional, un dato muy importante para implementar futuras acciones en temas específicos como el programa de “Colegios Amigos del Turismo”. Por otro lado, el colegio agropecuario de Villagarzón está incentivando el estudio de agroturismo.



Gráfica 3. Cobertura Neta en Educación Total – DNP Colombia



Fuente: Elaboración propia datos extraídos del DNP

Uso del Suelo.

Entorno Ambiental Amazónico.

Las zonas de piedemonte y llanura amazónica le generan un paisajismo excepcional que se puede aprovechar para actividades de turismo en sus diferentes manifestaciones, siendo conscientes que no solo los atractivos naturales soportan la industria del turismo sino también una serie de servicios complementarios que es necesario planificar y gestionar. (CORPOAMAZONIA, 2014)

Dentro de las líneas de acción se establecen las siguientes:

- ✓ Desarrollo de la industria forestal
- ✓ Implementación de la industria del turismo
- ✓ Aprovechar las ventajas comparativas a partir del patrimonio natural para generar empleo e ingresos para la población

Se deberá dar continuidad a la vía que en un futuro comunicará a Villagarzón y el municipio de Orito a través de la vía Inter-veredal que comunicará la Vereda La Betulia hasta la vereda Portugal y posteriormente Orito y desde luego de La Betulia hasta Villagarzón desatascando una zona de pie de monte rica para el sector agropecuario y el turismo ecológico.

Áreas SINAP Presentes en el Municipio.

Actualmente, el municipio de Villagarzón no se encuentran registros de zonas SINAP según los estudios realizados por Corpoamazonía, las cuales corresponden al Sistema de Parques Nacionales Naturales (SPNN), Reservas Forestales Protocolos (RFP), Parques Naturales Regionales



(PNR), Distrito de Manejo Integrado (DMI), Distrito de Conservación de Suelos (DCS), Áreas de Recreación (AR) y Reservas Naturales de la Sociedad Civil (RNSC). (CORPOAMAZONIA, 2014)

Reserva Forestal de Ley Segunda Amazonia.

Actualmente, el municipio de Villagarzón cuenta con un área en Reserva Forestal de ley segunda Amazonia, la cual debe ser incluida en los Planes de Ordenamiento Territorial Municipal, y debe ser incluida en una categoría de suelo de protección dentro del artículos 35 de la ley 3888 de 1997 y el artículo 4 del Decreto 3600 de 2007. (CORPOAMAZONIA, 2014)

Ecosistemas de Alto Riesgo.

Según datos del instituto Humboldt, en el departamento del Putumayo hay presencia de dos (2) complejos de páramos, los cuales cuentan con un total de 32.343 hectáreas, y de las cuales el municipio de Villagarzón cuenta con una zona de 2.047 hectáreas equivalentes al 6,2% del porcentaje total, y se encuentran ubicadas en el complejo de “La cocha – Patascoy”. Estas zonas deberán estar zonificadas y reglamentadas ambientalmente en el POTM. (CORPOAMAZONIA, 2014)

Áreas de Tierras Forestales Para la Protección.

El municipio de Villagarzón cuenta con **61.489** hectáreas de áreas (**FP**), las cuales destacan por estar ubicadas en altitudes que van desde los 1000 hasta los 3400 msnm. Se caracteriza por tener zonas de nacimientos y vertientes hídricas, coberturas vegetales de bosque altoandino y zonas de bosques de mediana altura y achaparrada con fuerte presencias de niebla. Su principal uso es de carácter preservativo e investigativo con fines científicos, se plantea como apta para actividades de ecoturismo con carácter de **uso restringido**, y se presenta no apta para actividades agroforestales, ganadería, piscicultura, agricultura y minería. (CORPOAMAZONIA, 2014)

Áreas de Tierras Forestales Para la Producción.

El municipio de Villagarzón cuenta con 11.173 hectáreas de áreas (F), las cuales destacan por estar ubicadas en altitudes que van desde los 600 hasta los 1200 msnm. Caracterizadas por su buen grado de protección natural y grandes zonas prístinas asociadas a la cuenca alta del Rio San Juan. Cuenta con gran potencial para el aprovechamiento sostenible y científico del bosque y del ecoturismo con carácter de **uso restringido**, teniendo en cuenta su gran riqueza de flora y fauna. Actualmente el municipio cuenta con un Plan de Manejo para el Área Forestal de uso Múltiple de la Cuenca del Río San Juan. (CORPOAMAZONIA, 2014)



Antecedentes Turísticos

Plan de Desarrollo Turístico Putumayo 2011-2020

Proyectado para el año 2020 en donde putumayo se habrá posicionado la actividad turística como uno de los sectores de mayor importancia en la economía del departamento, con un producto turístico estable, social y ambientalmente sostenible, soportado en la legalidad, la tecnología, la innovación, la colaboración público – privada y un capital humano calificado, bajo un entorno de seguridad y calidad. (PDT Putumayo, 2022)

En donde los cinco objetivos estratégicos del plan de desarrollo turístico y el único objetivo transversal del departamental fueron los siguientes:

Objetivos Estratégicos.

- ✓ *Integración Público – Privada*
- ✓ *Capital Humano Calificado*
- ✓ *Infraestructura y Conectividad*
- ✓ *Productos Diferenciados y Promoción*
- ✓ *Desarrollo Empresarial*

Objetivo Transversal

- ✓ *Sostenibilidad social y ambiental*

(Actualmente, el Departamento se encuentra construyendo un nuevo plan de desarrollo turístico Departamental)

Dentro del estudio de fuentes secundarias se pudieron identificar una serie de documentos relacionados con el sector turístico y sus implicaciones dentro del sector:

Tabla 13. Literatura y antecedentes turísticos

ESTUDIOS	DESCRIPCIÓN
La Iniciativa “Taxista Amigo Del Turismo”.	Dirigida a los trabajadores del gremio en los municipios de Mocoa y Villagarzón. Una iniciativa que dio lugar en el año 2019 gracias a la Cámara de Comercio del Putumayo, el SENA Regional Putumayo, en conjunto con el apoyo de Gran Tierra Energy. El nombre del curso en cuestión se denominó Informador Turístico y su objetivo principal es fortalecer la cadena de valor turística.
Programa 25 Pueblos Que Enamoran.	En Putumayo está el Municipio de Villagarzón, localizado en el piedemonte de la llanura amazónica, formando atractivos como cascadas, ríos, reservas naturales, fauna, flora y el majestuoso paisaje, que están entre las maravillas que brinda la región Andino amazónica. Ríos cristalinos como el Vides, que se convierten en piscinas naturales, cascadas como el salto del indio, reservas como el escondite y la selva vides hacen parte de este hermoso escenario natural. Uno de los sitios imperdibles es el “ caserío de Urcusique ”, primera población fundada por los arrieros que transitaban el camino pasando por Sacha Mates y Mocoa, y desde allí continuaban a Puerto Asís. Urcusique era otro punto obligado de los arrieros para pernoctar y descansar del largo camino que recorrían con mulas, cuyo lomo llevaban los productos de primera necesidad con rumbo a Puerto asís, ya que no existía carretera.



Diseño De Un Producto Turístico En El Eje Ambiental Mocoa – Villagarzón	Diseñado por Corpoamazonía y en colaboración con la Cámara de Comercio del Putumayo y la Corporación Biocomercio Sostenible en el año 2013. Consultoría ejecutada en el marco del contrato No. CC027-008-2012 celebrado entre la Corporación Biocomercio Sostenible (CBS) y la Cámara de Comercio de Putumayo. Arrojando como resultado la apuesta por el turismo de naturaleza, con énfasis en ecoturismo, turismo de aventura y “turismo científico”.
Estudios Y Diseños Para La Construcción Y El Mejoramiento De La Red De Senderos Ecoturísticos Entre Los Municipios De Mocoa Y Villagarzón.	Estudio realizado por Ecopetrol en colaboración con Fonade. (8 de mayo de 2014). Convenio de marco de colaboración No. 212021. Ecopetrol – Fonade.

Extraído: *Bibliografías estudios de maestrías universitarios y diferentes publicaciones de la Cámara de comercio de Putumayo.*

Problemas del Sector Turismo.

Desde el plan de desarrollo municipal la alcaldía municipal de Villagarzón identificaron tres problemáticas existentes y que en consecuencia requieren de atención durante la construcción del plan de desarrollo turístico del municipio. (PDT Villagarzón, 2022)

En primer lugar, el débil desarrollo en el plan turístico. En donde se identifican causas como tales como: Dificultad en el acceso a los atractivos y recursos, escasa información turística y el bajo impulso en un plan turístico, provocando por consecuencia indicadores deficientes en cobertura y atención al sector turístico, e insuficientes campañas de marketing turístico.

En segundo lugar, la baja competitividad en desarrollo económico. En donde se identifica una baja inversión pública y un deficiente estado de la malla vial, acompañado de un bajo nivel de conectividad, e inexistencia de políticas públicas y poca gestión en ciencia, innovación y tecnología, provocando por consecuencia la imposibilidad del desarrollo económico siendo esta improductiva y poco competitiva, aumento del valor en los desplazamientos, pocas posibilidades de nuevos empleos en el sector y un estímulo inferior en inversiones privadas.

Por último, altos niveles de desempleo. En donde se identifican pocos incentivos a la generación de nuevas empresas, poca conexión de las áreas rurales y zonas de influencia, además de los bajos niveles de educación e insuficiencia de capacitaciones, provocando por consecuencia niveles de ingresos menores para el sostenimiento y la calidad de vida, bajas competencias laborales y pocas oportunidades para la capacitación en el sector. (PDT Villagarzón, 2022)

Por otro lado, la inexistencia de puntos de control y buen registro de información no permite conocer datos de vital importancia para el municipio y para el departamento en general en donde no se encuentra estadísticas tales como:



- ✓ **Visitantes a parques naturales:** El departamento de Putumayo se caracteriza por su gran zona amazónica y este potencial no puede ser desaprovechado ni por el departamento ni por el municipio que cuenta con una gran extensión de reserva natural.
- ✓ **Salidas y llegadas de pasajeros en las terminales de transporte terrestre:** En donde migración Colombia no recibe esta información y por tanto no hay datos para recrear los posibles emisores de turismo tanto del Municipio como del Departamento.
- ✓ **Mal manejo de índices e indicadores hoteleros:** La ocupación hotelera presenta inexistencia de datos, por otro lado, los totales de habitaciones y camas en alojamientos y hospedajes se encuentran desactualizados.

Recursos del Sector Turismo.

Recursos Municipales.

Para la ejecución del sector turístico el municipio de Villagarzón cuenta con una inversión total de 767 millones de pesos, los cuales serán distribuidos de la siguiente manera: (PDT Villagarzón, 2022)

Tabla 14. Inversión Municipal en el Sector Turismo

<i>METAS</i>	<i>INVERSIÓN 2020 – 2023</i>
<i>Servicio De Circuito Turístico.</i>	<i>\$180.000.000</i>
<i>Servicio De Promoción Turística.</i>	<i>\$430.000.000</i>
<i>Apoyo A La Gestión Para La Construcción Del Ecoparque Turístico.</i>	<i>\$2.000.000</i>
<i>Documentos De Lineamientos Técnicos.</i>	<i>\$25.000.000</i>
<i>Servicio De Señalización Para La Ruta Turística Del Municipio De Villagarzón</i>	<i>\$130.000.000</i>
TOTAL	\$767.000.000

Tomado de: Plan de Desarrollo Territorial Villagarzón 2020 – 2023

Recursos Departamentales.

Por otro lado, la inversión de apoyo para el sector turístico departamental se distribuye en un único eje de acción, el cual se centra en la “Promoción del desarrollo turístico con enfoque diferencial, innovador y competitivo”, con un total acumulado para el actual periodo 2020 – 2023 de “mil noventa y un millón de pesos” (\$1.091.000.000). (PDT Putumayo, 2022)



Marco Legal Turístico

Dentro del marco legal turístico se han de tener en cuenta “La nueva ley general de turismo” Ley 2068 (LEY 2068 , 2020) turismo sostenible como factor de competitividad. La cual propone 4 ejes específicos para tener en cuenta y una serie de ajustes a tener en cuenta en cada uno de ellos:

Sostenibilidad:

- ✓ Principios y definiciones de la actividad turística actualizados a los estándares internacionales
- ✓ Atractivos turísticos, su declaratoria, los efectos de la declaratoria y capacidad del atractivo turístico.
- ✓ Puntos de control turístico, su establecimiento, tarifas y su aplicación.
- ✓ Medidas especiales para la sostenibilidad y protección ambiental de los destinos y atractivos turísticos.
- ✓ Consecuencias y procedimientos sancionatorios por infracciones en materia de conservación del medio ambiente y de los recursos naturales.
- ✓ Beneficio tributario para inversiones realizadas en control, conservación y mejoramiento del medio ambiente en actividades turísticas
- ✓ Impulso del ecoturismo y turismo comunitario rural

Calidad:

- ✓ Niveles mínimos de calidad, seguridad y sostenibilidad.
- ✓ Sello de accesibilidad e inclusión universal.
- ✓ Protección en las playas turísticas.
- ✓ Innovación y digitalización del turismo
- ✓ Fortalecimiento de la protección al turista

Formalización:

- ✓ Guionaje turístico
- ✓ Tarjeta de registro de alojamiento
- ✓ Reactivación gratuita del RNT
- ✓ Orientación gratuita en el proceso de formalización
- ✓ Plataformas electrónicas o digitales de servicios turísticos
- ✓ Contribución parafiscal para el turismo

Reactivación:

- ✓ Medidas tributarias de apoyo a los empresarios del sector
- ✓ Estímulo tributario del 9% del impuesto sobre la renta
- ✓ Estímulos tributarios territoriales
- ✓ Incentivos económicos



- ✓ Mecanismos de promoción turística dirigidos a los colombianos residentes en el exterior.
- ✓ Medidas para la reactivación del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Actores Involucrados Sector Turístico.

Sector Público.

Dentro de este sector encontramos a todas aquellas entidades, instituciones, empresas y personas trabajan para el Estado o que lo representan. Sus acciones están orientadas a atender necesidades esenciales para el desarrollo del lugar. Pueden apoyar proyectos de diferentes sectores económicos. Se componen de entidades nacionales, regionales y locales:

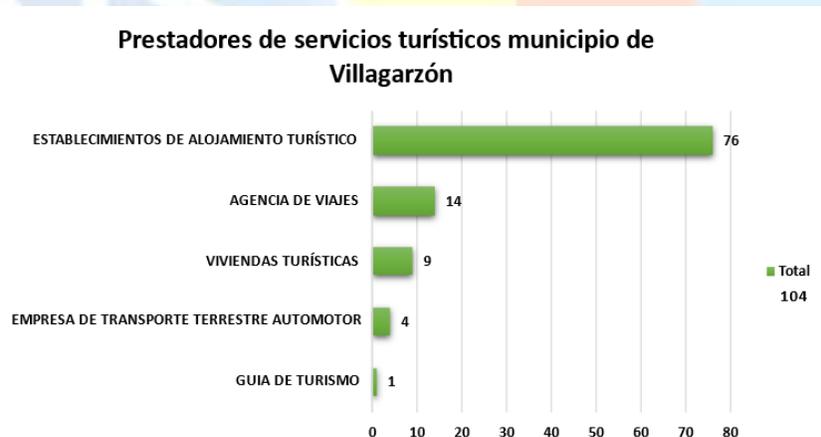
- ✓ Alcaldía Municipal de Villagarzón
- ✓ FONTUR
- ✓ Gobernación del Putumayo
- ✓ Corpoamazonía

Sector Privado.

Encontramos aquellas entidades, instituciones o personas que buscan utilidades con su actividad o servicios ofrecidos. Hacen parte del sistema económico de un lugar. Para el sistema turístico está representada por los prestadores de servicios turísticos - PTS y sus gremios asociados: (CCP, 2022)

- ✓ Asociaciones - Asociación de guías profesionales Andino – amazónicos
- ✓ 104 prestadores de servicios turísticos distribuidos de la siguiente manera:

Gráfica 4. Distribución de PSTs en Villagarzón



Fuente: Elaboración propia datos compartidos por la Cámara de Comercio del Putumayo



Sociedad Civil.

Son comunidad anfitriona, comunidad residente o comunidad local, es decir los habitantes de un lugar, representados principalmente por líderes comunitarios. La comunidad es un elemento esencial en el sistema turístico y pueden ser apoyo u obstáculo para el desarrollo de cualquier proyecto.

- ✓ Gestores culturales
- ✓ Líderes de acción comunal
- ✓ Representantes de minorías
- ✓ Consejo Municipal de Turismo

Empresas Mixtas.

Aquellas que no son privadas en su totalidad ya que son financiadas por el Estado. Es la unión de las empresas de servicios y las empresas comerciales, es decir, que brindan servicios y venden productos relacionados con el servicio que ofrecen.

- ✓ Cámara de Comercio del Putumayo – Deccy Yanira Ibarra Gonzales
- ✓ Empresas de servicios públicos – Aguas la Cristalina SASEP
- ✓ ACOTUR - Asociación Colombiana de turismo responsable

Organizaciones Sin Ánimo de Lucro.

Son entidades que se encuentran fuera del manejo gubernamental y sus actividades no buscan obtener utilidades o lucro. Por lo general son conformadas y se encuentran a cargo de ciudadanos comunes que comparten propósitos comunes, generalmente para el desarrollo obtienen financiamiento del Gobierno, de otras ONG (como fundaciones), o de individuos o empresas particulares.

- ✓ ASOCIACIÓN DE TURISMO ETNOCAMPESINO ANDINOAMAZONICO BLOQUE SAN JUAN
- ✓ CENTRO ECOTURÍSTICO DONDE SE OCULTA EL SOL
- ✓ ONGs – Corporación Corpoemprender ONG – Fundación Arbolí ONG
- ✓ Asociación De Ganaderos Del Corregimiento De La Castellana
- ✓ Asociación Agropecuaria Alpa Wuauakunapa
- ✓ Asociación de Familias Desplazadas y Vulnerables Villa Esperanza
- ✓ Asociación Campesina Agropecuaria de Desplazados



Factores que Afectan el Desarrollo e Imagen del Turismo.

Conectividad

Durante el desarrollo del taller de sistema turístico realizado en Villagarzón el día 22 de marzo de 2022, los actores identificaron cuatro (3) situaciones problemáticas:

- ✓ **Acceso a internet:** en donde la comunidad resalta la falta de penetración y cobertura del internet en donde aproximadamente el 70% de las zonas rurales podría no tener buen acceso al internet, e incluso en la zona urbana aseguran que aproximadamente un 50% de falta de cobertura.
- ✓ **Conectividad terrestre, aérea y fluvial:** presentan un deficiente conglomerado de vías regionales apropiadamente asfaltadas en las zonas del municipio, en cuanto a las vías primarias, secundarias y terciarias, los participantes aseguran que aproximadamente el 70% de las vías terciarias se encuentran en estado regular y al menos el 30% son caminos y/o trochas, también señalan la existencia de 5 vías secundarias no asfaltadas (destapadas), por otro lado, el municipio cuenta para recibir el tráfico aéreo en el aeropuerto de Canaguachal de clase 2C en donde únicamente opera la aerolínea Satena.
- ✓ **Caminos o rutas de acceso a atractivos o recursos turísticos:** principalmente señalan que el acceso a estos sitios es mediante vías terciarias, caminos y trochas, en donde algunas zonas de vías terciarias cuentan con placas huellas.

Situaciones Económicas.

Durante el desarrollo del taller del sistema turístico aplicado de manera presencial en el municipio de Villagarzón el 22 de marzo de 2022 se identificaron cuatro (4) situaciones claves:

- ✓ **Falta de organización de gremios:** Si bien manifiestan presencia de asociaciones y agremiaciones de prestadores de servicios turísticos, manifiestan la falta de gremios turísticos hoteleros de nivel nacional o equivalentes de alto impacto.
- ✓ **Falta de infraestructura hotelera:** Los participantes indican la falta de infraestructura hotelera de lujo y amigable con el medio ambiente y la diversificación de oferta de alojamiento como resorts, hostales, hoteles boutique, hoteles tipo lodge, casas rurales, eco-hoteles, campings y glampings.
- ✓ **Falta del rescate y puesta en valor de la cocina y sabores amazónicos:** En este apartado los asistentes al evento indicaron la falta de restaurantes y locales identitarios en donde se rescaten la cocina del sector, los sabores y platos ancestrales de la región.
- ✓ **Falta de líneas de crédito a bajo interés:** Para este apartado indicaron la falta de oportunidades financieras a los medianos y pequeños empresarios.



Situaciones Sociales.

Las principales situaciones sociales identificadas por los participantes se resumen de la siguiente manera:

- ✓ Percepción de inseguridad general.
- ✓ Hurtos a locales y establecimientos.
- ✓ Fallas en el actual Plan de Ordenamiento Territorial.
- ✓ Falta de señalización de tránsito y señalética turística.
- ✓ Alto consumo de sustancias psicoactivas.
- ✓ Falta o fallos en el alumbrado público.

Situaciones Ambientales.

En cuanto a las situaciones ambientales los participantes del taller aseguran los altos niveles de contaminación en el Rio Guineo, con el arrojado de basuras y desperdicios, esto sumado a la falta de cultura ambiental y el mal manejo de aguas residuales en zonas rurales y urbanas. Por otro lado, la tala indiscriminada en zonas rurales presenta un gran problema al momento de mantener los ecosistemas estratégicos de la región. Finalmente, el factor cambiante del clima puede ser un impedimento debido a las constantes precipitaciones repentinas en la región.

En el apartado **Anexo 1.** se encuentran todos las actas, fotografías y listados de asistencia, de reuniones, talleres y socializaciones realizadas en el municipio de Villagarzón para dar cumplimiento a lo establecido contractualmente para elaborar el documento “Entregable 2.2.5 Informe del Contexto Actual” insumo necesario para la construcción del plan de desarrollo turístico.

Caracterización de la Oferta y la Demanda.

Demanda Turística.

La demanda turística del municipio se determinó a partir de fuentes secundarias (CITUR) y de fuentes primarias. La principal fuente primaria fue la práctica de una encuesta a ciento noventa (147) turistas realizadas en el mes de abril de 2022 en diferentes lugares de relevancia turística del destino.

Las encuestas se practicaron en dos momentos: la semana anterior a semana santa (4 - 10 de abril: temporada baja) y durante ésta (11 al 17 de abril: temporada alta) y en su diseño se tuvo en cuenta el documento Asistencia Técnica en Planificación del Turismo. (MINCIT, 2017)

Igualmente, la información recolectada se contrastó con el dicho de los diferentes actores que participaron en los dos talleres que a la fecha se han realizado en el municipio, en el que se les



solicitó realizar un perfil del turista a partir de la percepción que los prestadores de servicios turísticos tenían de sus clientes.

Unidades Básicas del Turismo.

El **turista** es aquel visitante que pernocta y realiza actividades de turismo interno, receptor o emisor. Según la OMT, un visitante puede clasificarse en (2) variantes aceptadas a nivel internacional: (UNWTO, 2022)

Tabla 15. Concepto turistas y visitantes

VISITANTE	CONCEPTO
TURISTA (VISITANTE QUE PERNOCTA)	Dentro de las actividades de su viaje incluye una pernoctación.
VISITANTE DEL DÍA (EXCURSIONISTA)	Dentro de las actividades de su viaje no incluye una pernoctación.

Tomada de: Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 – OMT

Turismo. Según la OMT se refiere a las actividades que realizan los visitantes durante su viaje y este se puede clasificar de la siguiente manera según sea caso de análisis para un destino turístico. (UNWTO, 2022)

Tabla 16. Definiciones del turismo

TURISMO	CONCEPTO
Turismo Interno	Incluye todas las actividades realizadas por los visitantes residentes en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno
Turismo Receptor	Engloba todas las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.
Turismo Emisor	Abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.
Turismo Interior	Engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.
Turismo Internacional	Incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia como parte de sus viajes turísticos receptores.
Turismo Nacional	Abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

Tomada de: Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008 – OMT



Estadísticas del CITUR.

Dentro del marco estadístico del CITUR para el departamento del Putumayo, se puede observar como la llegada de pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares presentaba un alza durante el 2017 – 2019, en el año 2020 se presenta una disminución que puede explicarse debido a la pandemia del COVID-19. No obstante, el año 2021 considerado como un año de transición y vuelta a la normalidad de actividades se puede evidenciar como la llegada de pasajeros recobro un alza y registro niveles similares a los del año 2017. (CITUR, 2022)

Ilustración 2. Estadísticas departamentales CITUR - Putumayo

INDICADOR	2017	2018	2019	2020	2021	Crec %18/17	Crec %19/18	Crec %20/19	Crec %21/20	2021	2022	Crec %22/21	Período Acum.
Llegada de Pasajeros aéreos internacionales en vuelos regulares	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	-	-	0,00	0,00	0%	-
Llegada de Pasajeros aéreos nacionales en vuelos regulares	51.428,00	62.015,00	83.329,00	26.765,00	53.455,00	21%	34%	-68%	100%	0,00	0,00	0%	-
Visitantes extranjeros no residentes	1.698,00	1.691,00	2.506,00	762,00	354,00	-0%	48%	-70%	-54%	0,00	0,00	0%	-
Visitantes parques nacionales naturales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	-	-	0,00	0,00	0%	-
Salidas pasajeros terminal de transporte terrestre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	-	-	0,00	0,00	0%	-
Pasajeros en Crucero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-	-	-	-	0,00	0,00	0%	-
Prestadores de servicios turísticos activos en RNT	193,00	243,00	299,00	313,00	368,00	26%	23%	5%	18%	247,00	283,00	14,57%	ENE-ENE
Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	160,00	201,00	242,00	244,00	283,00	26%	20%	1%	16%	247,00	283,00	14,57%	ENE-ENE
Ocupación hotelera (%)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00	0,00	0%	-
Total Habitaciones Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	0,00	2.964,00	3.513,00	3.469,00	3.788,00	-	19%	-1%	9%	3.494,00	3.795,00	8,61%	ENE-ENE
Total Camas Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje	0,00	3.660,00	4.254,00	4.155,00	4.550,00	-	16%	-2%	10%	4.186,00	4.559,00	8,91%	ENE-ENE

Fuente: Extraído del portal nacional CITUR

También, destacan datos como el total de 3.788 habitaciones en el departamento, dato que sigue en aumento desde el año 2018, y el aumento de camas para un total de 4.550, el cual tuvo una leve disminución en el año 2020 no obstante, el número de camas permanece al alza.



Perfil del Turista de Villagarzón a Partir de la Encuesta Practicada.

Aspectos Sociodemográficos.

Con un total de 147 participantes, de los cuales el 51% son mujeres y el 49% son hombres. El 39,46% de la muestra se encuentra ubicado en el rango de edad de los 25 a 34 años, el 34,01% en el rango de edad de los 35 a 44 años, el 10,20% en el rango de edad de los 18 a 24 años, el 8,84% corresponde al rango de edad de 45 a 54 años, el 5,44% al rango de edad de los 55 a 64 años, y finalmente con un 2,04% los adultos mayores de 65 años.

Del total de la muestra, el 59,86% indica estar actualmente “empleado”, el 20,41% aseguran ser trabajadores “independientes”, el 10,88% manifiestan ser “estudiantes”, el 4,76% se encuentran “pensionados” y al menos un 4,08% indican encontrarse “buscando un empleo”.

Al momento de preguntar a los encuestados sobre su estado civil, encontramos que el 59,86% de la muestra aseguran estar “solteros”, el 23,13% estar “casados”, el 14,97% aseguran encontrarse en una situación de “unión libre”, finalmente el restante 2,04% se encuentran “separados” o “viudos”.

Ilustración 3. Encuestas a turistas en Villagarzón



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

En cuanto al nivel educativo el **49,66%** asegura ser “profesional”, el **31,97%** se definen como “técnicos o tecnólogos”, el **12,24%** afirman tener un nivel educativo de “secundaria”, y al menos un **6,12%** del total de la muestra aseguran tener estudios básicos de “posgrado”.



Ilustración 4. Encuestas a turistas en Villagarzón 2



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Lugar de Origen

Según los resultados obtenidos por las encuestas realizadas en Villagarzón durante el mes de abril, el **79,59%** de los **turistas son nacionales** y el restante **20,41%** son **turistas internacionales** en donde el 12,93% son europeos y el restante 7,48% son propios del continente americano. Destacan países como “Francia”, “Ecuador” e “Inglaterra”, tal y como se puede ver en la siguiente **Gráfica 5**:

Gráfica 5. Mapa mundial turismo emisor hacia Villagarzón

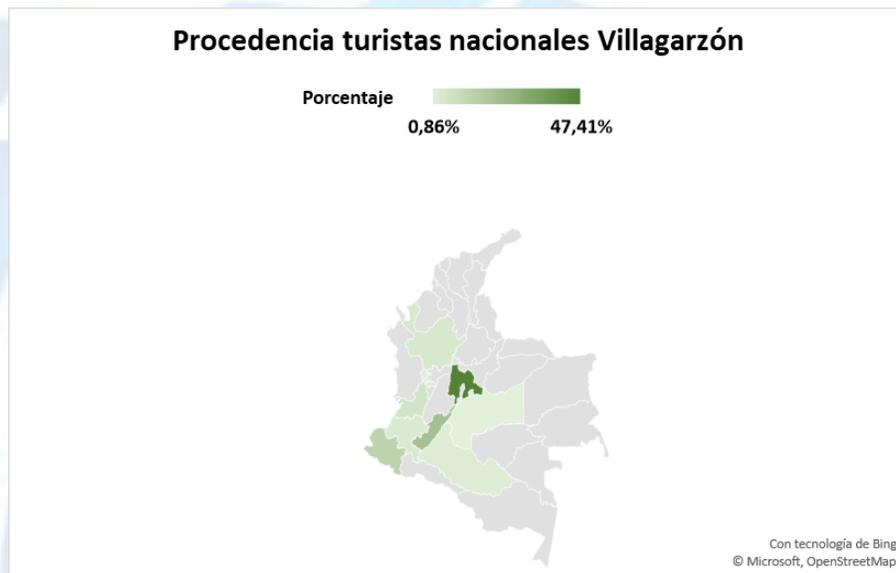


Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas



Dentro del marco de los turistas nacionales los principales departamentos emisores de turistas hacia el municipio de Villagarzón son los departamentos de: **Cundinamarca** con un **47,41%**, **Huila** con un **20,69%**, **Nariño** con un **12,93%**, **Valle del Cauca** con un **6,03%** y **Antioquia** con un **4,31%**. También destacan en menor medida departamentos tales como: Cauca, Caquetá, Risaralda y Meta. Del mismo modo las ciudades más importantes emisoras de turismo hacia Villagarzón son: Bogotá, Pasto, Pitalito, Medellín, Popayán y Gigante, destacando también ciudades como Neiva, Florencia y San Agustín.

Gráfica 6. Mapa de turismo interno nacional hacia Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

Es importante destacar el bajo porcentaje de visitantes del día, que se presentan en el municipio de Villagarzón el cual tan solo corresponde al 8,84% de la muestra. Por otro lado, se presenta una **tendencia** clara al momento de permanecer en el municipio al menos “**2 días**” con un **37,41%**, también es de destacar las largas estancias de “**3 días**” y de al menos “**4 días**” en el municipio, tal y como se puede observar en la **Gráfica 7**.

Otro resultado importante del estudio es el gran porcentaje de **turistas que viajan acompañados** los cuales corresponden al **71,43%** del total de la muestra frente al 28,57% que aseguran viajar solos. Dentro de este resultado es importante destacar que los turistas que afirmaron viajar acompañados en su gran mayoría con un **42,86%** indicaron viajar con al menos **dos acompañantes**, el **31,43%** indicaron viajar con “**1 acompañante**”, seguido de “**más de 5 acompañantes**” con 9,52%, 4 acompañantes con un 6,67%, 3 acompañantes con un 6,76% y específicamente viajar con 5 acompañantes un 2,86% del total de la muestra véase en la **Gráfica 8**.

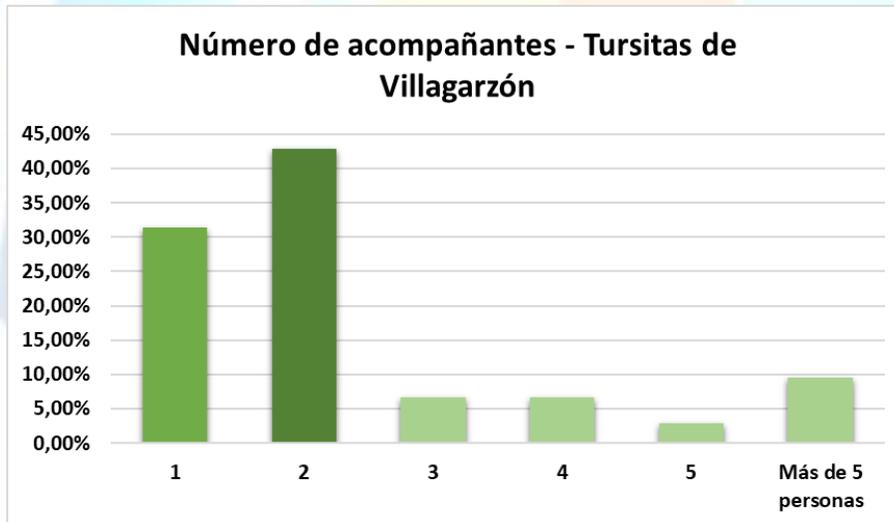


Gráfica 7. Tiempo de estadía de los turistas en Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

Gráfica 8. Cantidad de acompañantes de los turistas de Villagarzón

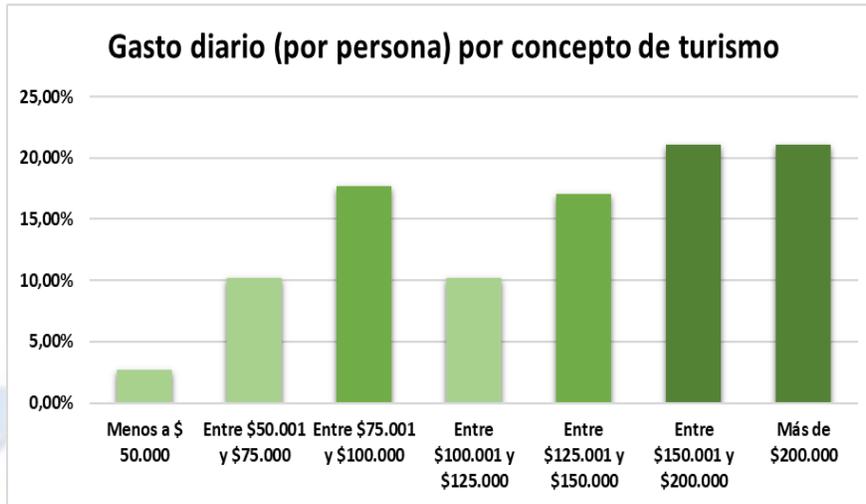


Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

En cuanto al gasto diario en actividades turísticas por concepto de; alojamiento, comida, bebida, compra de souvenirs, transporte local, recreación, esparcimiento, etc. Los promedios de gastos se distribuyeron de la siguiente manera: **“Más de \$200.000”** el 21,09%, seguido de **“Entre \$150.000 y \$200.000”** con un 21,09%, en tercer lugar, con un 17,69% **“Entre \$75.001 y \$100.000”**, en cuarto lugar **“Entre 125.001 y \$150.000”** con un 17,01% y demás opciones de respuesta como se detalla en la siguiente gráfica:



Gráfica 9. Gasto diario turistas de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

Evolución, Tendencias y Motivaciones.

Cuando se les preguntó a los turistas “¿Con qué frecuencia visita lugares del municipio de Villagarzón?”, el **42,18%** de los participantes indicaron visitar el municipio “Una vez al año”, lo cual es muy positivo porque hace referencia al grado de repetitividad de visita del destino. Con el **28,57%** indicaron “Cada seis meses”, siendo este el segundo apartado más apoyados por los participantes, seguido de “Primera vez que visita el Municipio” con un **15,65%** lo cual indica una tendencia de interés en el destino, y demás opciones de respuesta tales como: “cada tres meses”, “cada dos años”, “esporádicamente”, “cada mes” y “cada 3 años”, presentan resultados no superiores al 13,61% conjuntamente. Como puede observarse en la **Gráfica 10**:

Gráfica 10. Frecuencia de visita de los turistas que visitan Villagarzón



Fuente: Elaboración propia a partir de la práctica de encuestas



Motivos de Viaje.

El principal motivo de viaje es el determinado “Descanso”, alcanzando un 27,21% de participación por parte de los encuestados, en segundo lugar, el motivo más apoyado fue el de “Turismo de naturaleza” con un 25,85% y el último con mayor apoyo como principal motivo de viaje fue el de “Ceremonia ancestrales (YAGÉ)” con un 21,77% como se puede observar en la siguiente **Gráfica 11:**

Gráfica 11. Motivo principal de viaje - turistas de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

En segunda instancia se plantea cual o cuales serían otros motivos de viaje, representando que otras actividades de las mencionadas en el punto anterior le gustaría realizar, siendo los motivos de viaje más apoyados, “Turismo de naturaleza” con un **22,82%**, “Cultura” con un **17,96%**, “Descanso” con un 15,05% y “Aviturismo” con un 9,95%, seguido de los demás motivos mostrados en el **Gráfica 12:**

Por otro lado, el principal motivo de viaje de los turistas internacionales es el “Ceremonias ancestrales (YAGÉ)”, con un 43,33% de participación, seguido del “Aviturismo” con un 20,79% como se puede ver en la **Gráfica 13** de resumen:



Gráfica 12. Otros motivos de viaje - turistas de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

Gráfica 13. Motivo principal de viaje turistas internacionales que visitan Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

Por otro lado, los lugares que más frecuentan los turistas, dentro del municipio de Villagarzón o en el Departamento fueron:

Tabla 17. Lugares más frecuentados por los turistas de Villagarzón

Pregunta	15. ¿Qué lugares del Municipio de Villagarzón o del Departamento frecuenta?	
	Cantidad	Porcentaje
DONDE SE OCULTA EL SOL	42	18,42%
RESERVA FIN DEL MUNDO	35	15,35%



CASCADA SALTO DEL INDIO	24	10,53%
MOCOA	21	9,21%
NINGUNO	17	7,46%
HORNOYACO	13	5,70%
PUERTO ASÍS	8	3,51%
RIO GUINEO	8	3,51%
CAÑÓN DEL MANDIYACO	7	3,07%
ORITO	7	3,07%
SIBUNDOY	6	2,63%
RIO VIDES	4	1,75%
LA HORMIGA	4	1,75%
YUNGUILLO	3	1,32%
PUERTO LIMÓN	3	1,32%
RIO VIDES	3	1,32%
EL ESCONDITE	2	0,88%
VILLA GARZÓN	2	0,88%
PUERTO UMBRIA	2	0,88%
RIO RUMIYACO	1	0,44%
COMUNIDADES INDIGENAS	1	0,44%
RINCÓN DEL VIDES	1	0,44%
BALNEARIOS DE VILLAGARZÓN	1	0,44%
CAICEDO REGATA	1	0,44%
CASA DE LOS TAITAS	1	0,44%
JARDÍN DE SUCUMBOS	1	0,44%
SALTO GOLONDRINAS	1	0,44%
LOS PAISAJES	1	0,44%
LA COFANIA	1	0,44%
CAÑÓN DEL DUENDE	1	0,44%
RÍOS DE MOCOA	1	0,44%
COMUNIDADES CAMPESINAS	1	0,44%
REGATA	1	0,44%
OJO DE DIOS	1	0,44%
MANDIYACO	1	0,44%
VALLE DE SIBUNDOY	1	0,44%

Tomada de: Encuesta realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Perfil del Turista a Partir de la Percepción de los PSTs.

Los resultados obtenidos del taller realizado el 22 de marzo en el municipio de Villagarzón manifiestan 7 grupos, de los cuales al menos 5 grupos seleccionados se relacionan estrechamente con los resultados obtenidos dentro del marco estadístico generado por las encuestas realizadas a turistas durante el mes de abril de 2022.



Ilustración 5. Taller sistema turístico Villagarzón - evidencia fotográfica



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Tabla 18. Perfil del turista, taller sistema turístico - Villagarzón

EDAD	SEXO
55 – 60 AÑOS (ADULTOS MAYORES)	✓ MUJERES 60% > HOMBRES 40%
25 – 50 AÑOS (SOLTEROS)	✓ MUJERES 50% = HOMBRES 50%
25 – 55 AÑOS (PAREJAS)	✓ MUJERES 50% = HOMBRES 50%
24 – 40 AÑOS (JÓVENES – ADULTOS SIN HIJOS)	✓ MUJERES 60% > HOMBRES 40%
30 – 45 AÑOS (PURISTAS CULTURALES)	✓ MUJERES 60% > HOMBRES 40%
35 – 65 AÑOS (CULTURAL AFICIONADO)	✓ MUJERES 60% > HOMBRES 40%
25 – 50 AÑOS (ÉTNICOS RESPONSABLES)	✓ MUJERES 60% > HOMBRES 40%

Tomada de: Taller de sistema turístico realizado por Fundaculta

Al momento de analizar los niveles de estudio de los turistas, los participantes del taller indicaron sobre el total de los visitantes de la siguiente manera lo cual se aproxima a los resultados obtenidos durante el estudio estadístico aplicado durante el mes de abril en los siguientes apartados:

Tabla 19. Perfil del turista 2, taller sistema turístico - Villagarzón

NIVEL EDUCATIVO	PORCENTAJE
PROFESIONALES	60%
TÉCNICOS – TECNÓLOGOS	20%
BACHILLER	15%
SIN ESTUDIOS	5%

Tomada de: Taller de sistema turístico realizado por Fundaculta



Ilustración 6. Taller sistema turístico Villagarzón - evidencia fotográfica 2



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Por otro lado, aseguran que el nivel socioeconómico de los turistas se ubica dentro del rango “medio” con al menos un aproximado de 50% de turistas con este nivel socioeconómico, un 25% en un nivel socioeconómico “alto”, y finalmente un 25% con un nivel socioeconómico “bajo”.

Otro aspecto importante para destacar es la distribución de procedencia generada en el taller en donde los resultados se distribuyen de la siguiente manera, en donde los resultados obtenidos por las encuestas realizadas indicaron similitudes en aspectos tales como:

Tabla 20. Lugar de procedencia, taller sistema turístico - Villagarzón

PROCEDENCIA	LOCALIDAD
TURISTA INTERNO (PUTUMAYO) 65%	✓ VILLAGARZÓN
	✓ MOCOA
	✓ PUERTO ASÍS
	✓ ORITO
TURISTA NACIONAL 25%	✓ NARIÑO
	✓ ANTIOQUIA
	✓ CUNDINAMARCA (BOGOTÁ)
	✓ CALI
	✓ HUILA
TURISTA INTERNACIONAL 10%	✓ ESTADOS UNIDOS
	✓ ALEMANIA
	✓ FRANCIA
	✓ ITALIA
	✓ PAÍSES ASIÁTICOS

Tomada de: Taller de sistema turístico realizado por Fundaculta

- ✓ Según los participantes el nicho de mercado más fuerte es el de turismo cultural, relacionado con actividades wellnes y medicinales, en donde aseguran que al menos el 80% de los viajeros realizan turismo cultural y étnico directamente con las comunidades indígenas.



- ✓ Perfil del turista que visita al municipio de Villagarzón: El 60% de las personas que visitan el municipio de Villagarzón viven en pareja, aproximadamente el 80% son personas con estudios técnicos o profesionales, suelen vestir ropas deportivas y ligeras, óptimas para el desarrollo de senderismo, en su gran mayoría visitan el municipio en grupos y dentro de su personalidad destacan por ser aventureros y en búsqueda de la tranquilidad.

Ilustración 7. Taller sistema turístico Villagarzón - evidencia fotográfica 3



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Conclusiones Perfil de la Demanda Turística.

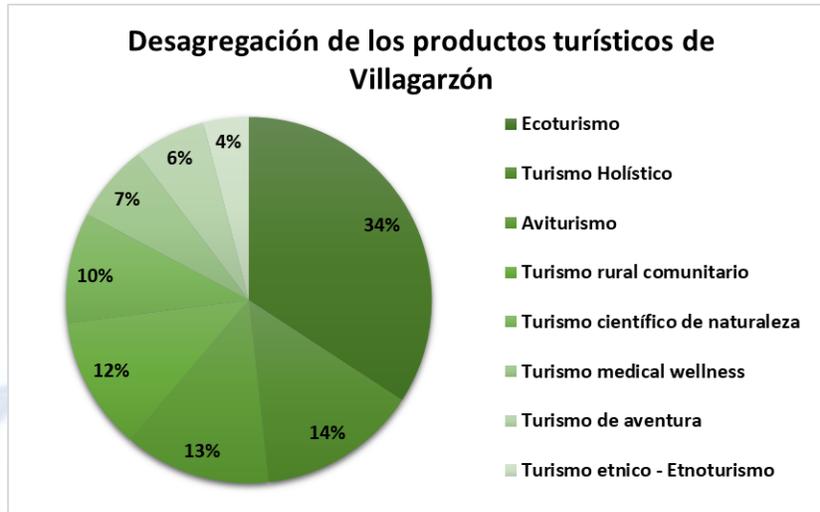
Actualmente el municipio de Villagarzón presenta una fuerte demanda hacia los productos turísticos de naturaleza (Ecoturismo, Turismo rural comunitario, turismo de aventura y aviturismo) siendo estos los más buscados por los turistas que visitan el municipio. Por otro lado, los productos de turismo de salud (Turismo holístico y turismo Medical Wellness) y turismo cultural (Turismo étnico – etnoturismo), presentan un potencial interesante para su desarrollo y apuesta por parte de los habitantes del municipio.

Al determinar los productos actuales en base a los datos recopilados de la demanda turista del municipio es posible ajustar los perfiles de turista que visitan el municipio de Villagarzón, resumidos de la siguiente manera:

- ✓ **Ecoturismo:** Turistas de naturaleza
- ✓ **Turismo holístico:** Seguidores del turismo ancestral
- ✓ **Aviturismo:** Turistas de interés especial en avistamiento de aves
- ✓ **Turismo rural comunitario:** Aficionado por el turismo rural comunitario
- ✓ **Turismo científico de naturaleza:** Turistas investigadores y científicos
- ✓ **Turismo medical wellness:** Aficionados por el bienestar alternativo
- ✓ **Turismo étnico – Enoturismo:** Aficionados por el etnoturismo



Gráfica 14. Productos turísticos del municipio de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de la práctica de encuestas

En las siguientes tablas se explica detalladamente los perfiles de los turistas en donde lo tonalidad oscura del color verde de los iconos representa una participación mayor de turistas en cada uno de los perfiles definidos con anterioridad, de igual manera se presenta una breve descripción del turista.

Tabla 21. Explicación de las tonalidades de color de iconos y tablas

Mayor participación de turistas	Buena participación de turistas	Participación de turistas regular	Menor participación de turistas	Baja participación de turistas



Tabla 22. Perfil del turista - Producto turístico de naturaleza

Perfil del turista	Subproductos turísticos	Sexo	Grupos (máx.)	Edad	Estudios	Transporte	Gasto diario	Pernoctación	Procedencia	Preferencias	¿Cómo se enteraron del destino?
Turistas que buscan Productos Turísticos de naturaleza	Ecoturismo	 50/50		25 – 54 años			Min. \$125.000 Max. \$200.000 +	2 noches 3 noches 4 noches +			
	Turista de naturaleza: Turistas mayormente nacionales, solos o acompañados por grupos principalmente de 3 personas, con edades entre los 25 a 54 años, con estudios principalmente profesionales. Llegan al destino especialmente por tierra, suelen quedarse entre 2 y 4 noches en promedio y gastar diariamente entre \$125.000 y más de \$200.000 pesos colombianos. Tienen preferencias por visitar y contemplar sitios naturales como cascadas, jardines botánicos y hacer rutas de senderismo. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos o por anuncios en redes sociales.										
	Aviturismo	 50/50		25 – 44 años			Min. \$100.000 Max. \$150.000	3 noches 4 noches 5 noches +			
	Turistas de interés especial en avistamiento de aves: Turistas nacionales e internacionales, solos o acompañados por grupos de hasta 2 personas, con edades entre los 25 a 44 años, con estudios principalmente profesionales. Llegan al destino tanto por tierra como por aire, suelen quedarse mínimo 3 noches y hasta más de 5 noches, y gastan entre \$100.000 y \$150.000 pesos colombianos. Tienen preferencias por realizar actividades de contemplación aviaria y de investigación mezcladas con senderismo. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos o por anuncios en redes sociales.										
	Turismo científico de naturaleza	 50/50		25 – 44 años			Min. \$100.000 Max. \$175.000 +	3 noches 4 noches 5 noches +			
Turistas investigadores y científicos: Turistas mayormente internacionales y en menor medida nacionales, solos o acompañados de 1 persona, con edades entre los 25 a 44 años, principalmente profesionales. Llegan al destino especialmente por aire, su rango de pernoctación va desde las 3 noches hasta más de 5 noches, y su gasto diario ronda entre los \$100.000 y los \$175.000 pesos colombianos o más. Sus preferencias varían entre actividades de aprendizaje y naturaleza, hasta visitas culturales a comunidades indígenas y práctica de ceremonias ancestrales. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos y familiares o por anuncios en redes sociales.											
	Turismo rural comunitario	 50/50		25 – 44 años			Min. \$100.000 Max. \$200.000 +	2 noches a 5 noches			
Aficionados del turismo rural comunitario: Turistas mayormente nacionales, solos o acompañados por grupos variados, con edades de entre los 25 a 44 años, con estudios principalmente profesionales. Llegan al destino por tierra, suelen quedarse entre 2 noches y hasta 5 noches, y gastan diariamente entre \$100.000 y \$200.000 pesos o más. Tienen preferencias por realizar actividades sostenibles y amigables con la naturaleza, desarrollados por las comunidades locales, buscan aprender y colaborar durante sus estancias. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos, familia o por anuncios en redes sociales.											



Turismo de aventura	50/50	25 – 44 años			Min. \$50.000 Max. \$200.000 +	Entre 1 y más de 5 noches			
	<p>Turista de aventura: Turistas mayormente nacionales, solos o acompañados por grupos de hasta 2 personas, con edades entre los 25 a 44 años, técnicos o tecnólogos y profesionales. Llegan al destino especialmente por tierra, su rango de pernoctación es variado entre 1 y más de 5 noches, al igual que su gasto diario promedio que va desde los \$50.000 hasta los \$200.000 o más. Tienen preferencias variadas por realizar actividades de turismo de naturaleza variadas y de turismo cultural. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos y familiares o por anuncios en redes sociales.</p>								

Tabla 23. Perfil del turista - Producto turístico de Bienestar

Perfil del turista	Subproductos turísticos	Sexo	Grupos (máx.)	Edad	Estudios	Transporte	Gasto diario	Pernoctación	Procedencia	Preferencias	¿Cómo se enteraron del destino?
Turistas que buscan Productos Turísticos de Bienestar	Turismo Holístico "tradiciones ancestrales"	50/50		25 – 44 años			Min. \$100.000 Max. \$200.000 +	3 noches 4 noches 5 noches +			
		<p>Seguidores del turismo ancestral: Turistas mayormente internacionales y en menor medida nacionales, solos o acompañados por 1 persona, con edades entre los 25 a 44 años, con estudios principalmente profesionales. Llegan al destino especialmente por aire, suelen quedarse entre 4 y más de 5 noches en promedio y gastar diariamente entre \$100.000 y más de \$200.000 pesos colombianos. Sus preferencias son las ceremonias ancestrales como la toma del YAGÉ y el conocimiento de las culturas indígenas sobre su cosmovisión, además de la contemplación de sitios naturales y aves. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos o por anuncios en redes sociales.</p>									
	Turismo wellness o Medical wellness	50/50		25 – 44 años			Min. \$100.000 Max. \$200.000 +	3 noches 4 noches 5 noches +			
		<p>Aficionados por el bienestar alternativo: Turistas nacionales e internacionales, solos o acompañados por 1 persona, con edades entre los 25 a 44 años, con estudios principalmente profesionales. Llegan al destino tanto por tierra como por aire, suelen quedarse 3 noches y hasta más de 5 noches, y gastan entre \$100.000 y \$200.000 pesos colombianos. Tienen preferencias únicamente por realizar tratamientos alternativos y para prevenir condiciones médicas, así como el conocimiento de la cultura receptora y sus conocimientos sobre la naturaleza. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos o por anuncios en redes sociales.</p>									



Tabla 24. Perfil del turista - Producto turístico cultural de etnoturismo

Perfil del turista	Subproductos turísticos	Sexo	Grupos (máx.)	Edad	Estudios	Transporte	Gasto diario	Pernoctación	Procedencia	Preferencias	¿Cómo se enteraron del destino?
Turistas que buscan Productos de turismo cultural	Turismo étnico - Etnoturismo	 50/50	 2	25 – 54 años			Min. \$100.000 Max. \$200.000 +	3 noches 4 noches 5 noches +			
		<p>Aficionados por el etnoturismo: Turistas mayormente internacionales y en menor medida nacionales, solos o acompañados por 1 persona, con edades entre los 25 a 54 años, con estudios principalmente profesionales. Llegan al destino tanto por tierra como por aire, suelen quedarse 3 noches y hasta más de 5 noches, y gastan entre \$100.000 y \$200.000 pesos colombianos. Tienen preferencias por practicar y convivir con las comunidades indígenas aprendiendo sobre su lengua, música y bailes, su gastronomía, su cultura, saberes ancestrales, su cosmovisión, prácticas de caza y agricultura. Se enteran del destino gracias a comentarios de amigos o por anuncios en redes sociales.</p>									

Oferta Turística.

La oferta turística está conformada por los recursos, atractivos y sitios turísticos ya sean naturales o culturales, para el municipio de Villagarzón se distribuyen así:

Gráfica 15. Proporción de recursos naturales vs culturales de Villagarzón

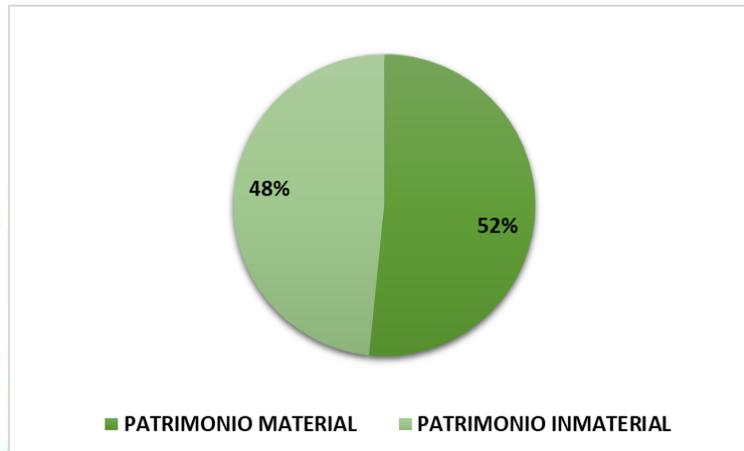


Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados por el taller de sistema turístico y autoridades locales del municipio de Villagarzón.



Como se puede observar en primera instancia el municipio de Villagarzón presenta una proporción considerable de atractivos culturales, primando estos por encima de los naturales. Del mismo modo los recursos culturales se subdividen de la siguiente manera:

Gráfica 16. Proporción de recursos culturales de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia a partir de datos suministrados por el taller de sistema turístico y autoridades locales del municipio de Villagarzón

Atractivos turísticos

Este listado preliminar se ha confeccionado con base en diferentes fuentes primarias (el dicho de los actores que participaron en los talleres, visitas técnicas practicadas a algunos de los atractivos) y secundarias (principalmente, materiales promocionales del destino, entorno web e información de los funcionarios de turismo del municipio, posteriormente será analizado a mayor detalle dentro del marco del entregable correspondiente a la revisión de inventarios turísticos del municipio.

Tabla 25. Recursos, atractivos y sitios turísticos de Villagarzón

RECURSOS NATURALES /SITIOS/ATRATIVOS TURISTICOS	
N°	NOMBRE
1	RESERVA NATURAL EL ESCONDITE
2	CASCADA MOHANO- WUAKANA- PUENTE DE PIEDRA (DONDE SE OCULTA EL SOL)
3	CENTRO TURÍSTICO RINCÓN DEL VIDES
4	BALNEARIO RÍO GUINEO
5	BALNEARIO RIO UCHUPAYACO
6	CAVERNAS DE URCUSIQUE



7	RESERVA NATURAL SELVA VIDES
8	CONJUNTO DE CASCADAS (3): CASCADAS WAIRAS, RANA, POZO DEL CORAZÓN KINDIWAIRA
9	CASCADAS DE LA VIRGEN DEL ESLABÓN
10	SALTO DEL INDIO, LAGO CISNES, CASCADA DUENDE
11	CASCADA OLLA DE ROCA (SERRANÍA CHUMBELOS)
12	CASCADA LA CRISTALINA, VILLA LIGIA (PISCICARS)
13	RESERVA CHARGUAYACO (ESCUELA VDA CHARGUAYACO)
14	RESERVA NATURAL EL SALADO DE LOS LOROS (ESCUELA VDA CHARGUAYACO)
15	RESERVA FORESTAL TIGRES DEL ALTO (VIDES DEL ALTO)
16	COMPLEJO TURISTICO VILLA VERDE

PATRIMONIO CULTURAL

18	MALECÓN DE PUERTO UMBRÍA
19	MALECÓN DE LA ESPERANZA (VDA GUINEO)
20	PARQUE ECOLÓGICO DE VILLAGARZÓN (PARQUE CENTRAL)
21	PARQUE LAS HELICONIAS (PORVENIR)
22	PARQUE LA PLAYA
23	PLAZA DE FERIAS (BIBLIOTECA, EVENTOS CULTURALES, FERIA DE CHONTADURO)
24	SANTUARIO NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS (TEATRO PARROQUIAL) UMBRÍA
25	PARROQUIA NUESTRA SEÑORA DE FÁTIMA VILLA
26	PLANTA TRANSFORMADORA ASOCHON (RUTA CHONTADURO, VITRINA COMERCIAL, AGROTURISMO)
27	PARQUE ARQUEOLOGICO VIDES: UNA HUELLA EN PIEDRA
28	COMUNIDAD INDIGENA EMBERA (CHAMI)
29	COMUNIDAD INDIGENA INGA
30	COMUNIDAD INDIGENA CAMENTSA
31	COMUNIDAD INDIGENA AWA
32	COMUNIDAD INDIGENA QUILLASINGA
33	COMUNIDAD INDIGENA PASTOS



FESTIVIDADES Y EVENTOS

34	CARNAVAL DEL PERDÓN
35	CARNAVALES DE BLANCOS Y NEGROS
36	CARNAVAL DEL AGUA Y SANTOS INOCENTES
37	DESFILES DE CARROZAS, AÑOS Y DISFRACES
38	FERIA GANADERA DE VILLAGARZÓN
39	EVENTO FESTIVAL FESTIPIÑA
40	SAN MARTIN DE PORRRES COMUNIDAD AFRODECENDIENTES
41	FERIA NACIONAL DEL CHONTADURO

BAILE Y FOLCLOR

42	ENCUENTRO SUR COLOMBIANO ARTÍSTICO, CULTURAL Y RECREATIVO "CORAZÓN LIBRE"
43	KARUSTULINGA DEL PUEBLO INGA
44	DANZA CHONTADURO
45	DANZA DE LA AFROCOLOMBIANIDAD Y FIESTA DE SAN MARTÍN DE PORRES
46	DANZA DE LA PLATANIRA

GASTRONOMÍA Y BEBIDAS

47	TACACHO, CHUCULA, ENVUELTOS DE CHOCLO, POLIADA DE MAIZ, MAITU KUSADO, SALUDU
48	JUGOS DE BOROJÓ, CHONTADURO, COPOAZÚ, ARAZÁ, PIÑA, GUALANDO, POMARROSO Y CHICHA DE MAÍZ

Se establecerá el listado definitivo de atractivos turísticos en el Entregable 2.2.8 Resumen de Recursos y Atractivos turísticos Villagarzón.

Conclusiones.

- ✓ Aunque los actores perciben altos niveles de informalidad de PSTs, no existe información de contraste que permita calcular el fenómeno.

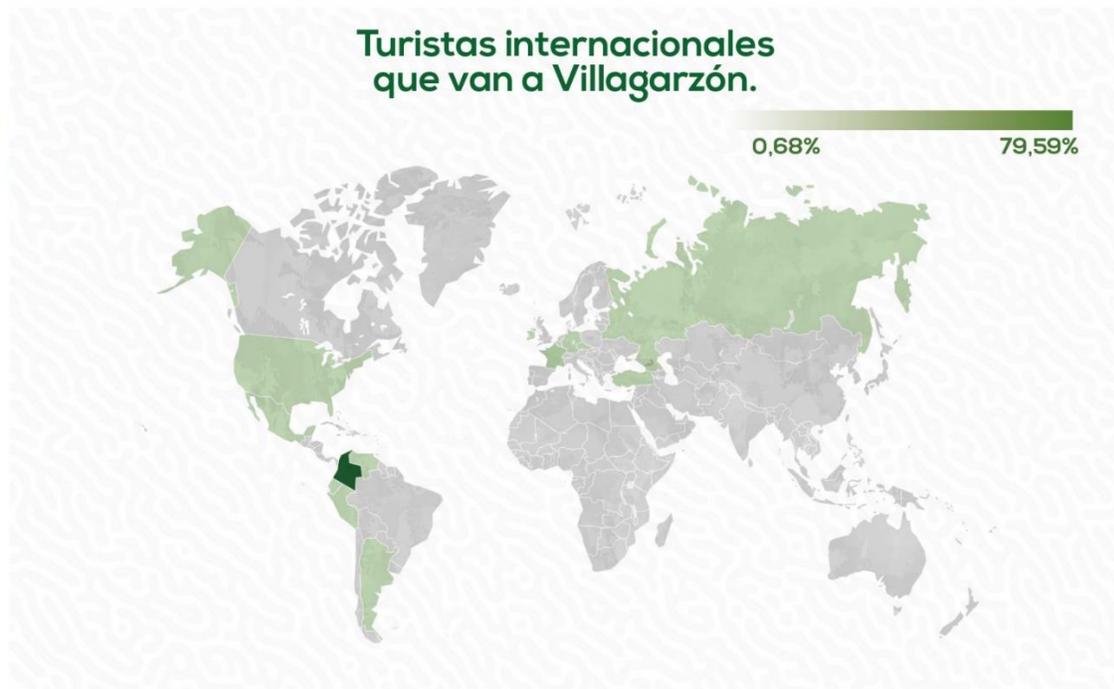


- ✓ Cerca de la mitad de los PSTs que se encontraban activos antes de la pandemia Covid-19, en 2021 se encuentran cancelados o suspendidos por falta de renovación, por lo que se comprueba un alto impacto negativo en el tejido empresarial del sector.
- ✓ Solo existe dos establecimientos de gastronomía y bares con RNT, lo que evidencia una debilidad en uno de los principales eslabones de la cadena de valor turístico.
- ✓ No existen en el registro operadores de congresos, ferias y convenciones que son un PST necesario para desarrollar el nicho de mercado del turismo MICE.

Mapa de Oferta y Demanda Turística

Mapas de demanda.

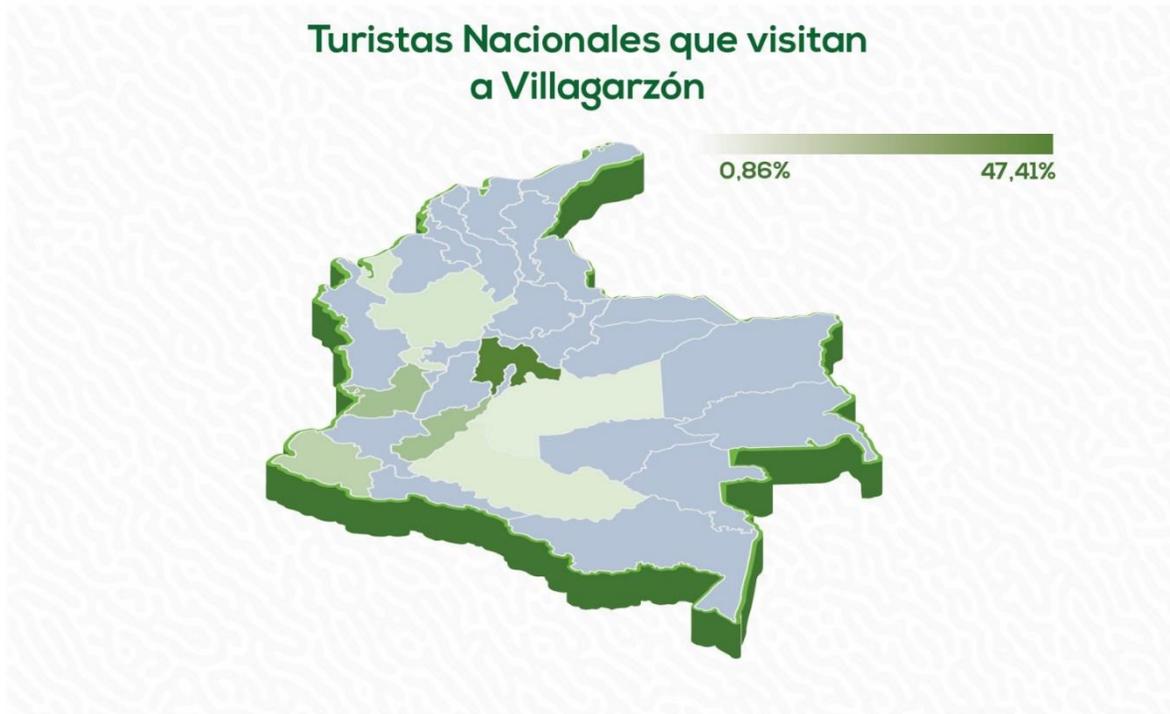
Ilustración 8. Mapa de demanda - Turistas internacionales



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de las encuestas realizadas a los turistas que llegan al municipio.



Ilustración 9. Mapa de demanda - Turistas nacionales



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de las encuestas realizadas a los turistas que llegan al municipio.

Ilustración 10. Mapa de demanda - Medio de transporte usado por los turistas

Medio de transporte por el cuál llegan los turistas al municipio



Fuente: Elaboración propia Fundaculta a partir de las encuestas realizadas a los turistas que llegan al municipio.



Mapas de oferta.

Ilustración 11. Mapa de oferta - Atractivos naturales de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Ilustración 12. Mapa de oferta - Atractivos culturales de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Análisis de Productos Turísticos.

¿Qué es un Producto Turístico?

Según la OMT los productos turísticos se originan al momento de articular elementos materiales e inmateriales (recursos naturales, culturales y antrópicos), así como los diferentes atractivos turísticos, las instalaciones (planta turística), los servicios y las actividades dispuestas en torno a un elemento específico de interés, en donde estos representan la esencia de los planes de comercialización de los destinos, generando así una experiencia turística integral y emocional para los posibles clientes.

Características del Producto Turístico.

Los servicios y productos del sector turístico presentan algunas características diferentes a los productos del sector industrial, los cuales deben ser tenidos en cuenta a la hora de su comercialización. Algunas de esas características son:

- ✓ *El servicio turístico es intangible.*
- ✓ *La experiencia turística no se puede transferir.*
- ✓ *El servicio no puede probarse, por tanto, corre el riesgo de clientes insatisfechos.*
- ✓ *El producto no vendido, se ha perdido.*
- ✓ *El servicio produce un derecho de uso sin transferir la propiedad.*
- ✓ *El cliente es quien acude a la compra.*
- ✓ *El contacto con el cliente en la mayoría de los casos suele ser directo.*
- ✓ *El cliente participa en la producción.*
- ✓ *Peculiaridades de los servicios y productos turísticos deportivos*

Subproducto turístico: Es una modalidad turística que presenta la misma motivación común al producto “paraguas”. No obstante, se diferencia por la forma de consumo del recurso durante la actividad turística. (MINCIT, 2012)

Subproductos especializados: Son líneas de productos de interés especial ya sea por su alta segmentación de mercado y/o espacios físicos particulares en donde se realiza. (MINCIT, 2012)

Productos Turísticos del Municipio.

De acuerdo con los resultados obtenidos al analizar la oferta y demanda del municipio de Villagarzón en el entregable **2.2.6**, los productos turísticos del municipio de Villagarzón se resumen en el siguiente **Ilustración 13**.



Ilustración 13. Mapeo de productos turísticos de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Producto de Turismo de Naturaleza.

Dentro del marco conceptual proporcionado por la organización mundial del turismo se cataloga como “... todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (UNWTO, 2002). También podría considerarse como cualquier forma de actividad turística realizada esencialmente en entornos naturales por sus atractivos y por sus escenarios.

En esencia el turismo de naturaleza es un producto “paraguas” englobando dentro de su motivación principal el disfrute y la recreación dentro de espacios naturales. (MINCIT, 2012)

Subproducto Turístico: Ecoturismo.

Determinado como un subproducto de turismo de naturaleza cuya motivación principal es la contemplación, interpretación y comprensión del entorno natural. En donde se realiza un turismo “por” la naturaleza, definido como aquel que únicamente busca contemplar y aprender del medio natural mediante actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales. (MINCIT, 2012)



Ilustración 14. Oferta de ecoturismo Villagarzón



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Subproducto Turístico: Turismo de Aventura.

Determinado como un subproducto de turismo de naturaleza cuya motivación principal es la realización de alguna actividad física recreativa sobre el escenario natural. En donde se realiza un turismo “sobre” la naturaleza, definido como aquel que busca realizar actividades de diferente nivel físico y que se usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos. (MINCIT, 2012)

Ilustración 15. Oferta de turismo de aventura Villagarzón



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Subproducto Especializado: Avistamiento de Aves o “Aviturismo”.

Determinado como un segmento especializado del ecoturismo dirigido a públicos específicos. En donde se realiza la observación e interpretación de las aves en su entorno natural. (MINCIT, 2012)



Subproducto de Turismo Rural Comunitario.

Determinado como un subproducto de turismo de naturaleza cuya motivación principal es la recreación, descanso o realización de actividades en espacios naturales o campestres. En donde la oferta de servicios turísticos es organizada por la comunidad, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo. **Fuente especificada no válida.**

Ilustración 16. Oferta de turismo comunitario Villagarzon



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Subproducto de Turismo Científico de Naturaleza.

Determinado como un subproducto de turismo de naturaleza basado en la gestión del conocimiento, que promueve la conservación y uso sostenible de la biodiversidad y la participación de la comunidad local. En donde investigadores y científicos se involucran en viajes por razones de trabajo o de experimentación del terreno. En este aspecto los visitantes han participado con sus estudios y han fomentado la construcción de destinos naturalistas, que dan lugar posteriormente a la creación de viajes ecoturísticos. **Fuente especificada no válida.**

Producto Turismo de Salud.

Según la OMT el turismo de salud abarca aquellos tipos de turismo cuya motivación principal es la de contribuir a la salud física, mental o espiritual mediante actividades médicas y de bienestar. (UNWTO, 2002). Del mismo modo, los productos de turismo de salud buscan como motivo de viaje recibir servicios de salud de a nivel médico o de bienestar. (MINCIT, 2013)



Subproducto Turismo de Bienestar

Determinado como un subproducto del producto de salud en donde los turistas realizan sus viajes con el objetivo primordial de realizar actividades de mantenimiento y reforzar la salud y bienestar. (MINCIT, 2013)

Subproducto Especializado: Turismo Wellness “Medicina Indígena”

Determinado como un segmento especializado del turismo de bienestar cuyo objetivo es el de cuidarse así mismo mediante la búsqueda de tratamientos alternativos e intentando prevenir condiciones médicas. En donde el resultado esperado es curar preventivamente el cuerpo y la mente tanto de desorden físicos como mentales con tratamientos a base de plantas locales. (MINCIT, 2013)

Subproducto Especializado: Turismo Holístico “Tradiciones Indígenas”.

Determinado como un segmento especializado del turismo de bienestar cuyo objetivo es el de cuidarse así mediante la búsqueda de tratamientos alternativos e intentando prevenir condiciones médicas. En donde el resultado esperado es realizar viajes para sentirse bien en cuerpo, mente y espíritu, realizando actividades como retiros espirituales, la práctica de tradiciones indígenas ancestrales, la meditación, el yoga, el shiatsu, entre otras. (MINCIT, 2013)

Subproducto Especializado: Etnoturismo

Determinado como un subproducto del turismo cultural definido como los viajes realizados por motivos culturales tales como: estudio, festivales y otros eventos artísticos, **visitas a sitios** o monumentos, viajes para estudiar el arte, el folklore y las peregrinaciones de acuerdo lo determinado por el “plan estratégico y de negocios del turismo cultural de Colombia”. **Fuente especificada no válida.**

De esta manera el **etnoturismo** hace referencia al turismo especializado que se realiza en territorios donde se encuentran asentados grupos étnicos. En donde se realizan actividades culturales, educativas y recreativas y que busca dar a conocer las tradiciones, saberes ancestrales, historia, valores culturales, forma de vida, manejo ambiental, costumbres y demás particularidades como rituales y cosmovisión de dichos grupos. (LEY 2068 , 2020)

Viabilidad de los Productos Turísticos

Para determinar la viabilidad de los productos turísticos del municipio de Villagarzón se plantea una metodología que recoge las teorías de componentes del producto turístico expuestas



por Antoni Serra Cantalopos en su libro “marketing turístico”, el uso de la información cualitativa y cuantitativa de los procesos de creación de inventarios turísticos propuestos por el viceministerio y los talleres de “sistema turístico” y “DOFA”, además de la experiencia en formulación de proyectos turísticos del equipo de trabajo de Fundaculta.

Metodología para Determinar la Viabilidad de un Producto Turístico.

Esta metodología busca determinar el grado de viabilidad de los 6 componentes de un producto turístico escogidos, para esto se miden una serie de elementos en cada uno de los componentes conforme a los resultados expuestos de la realización de talleres (sistema turístico, DOFA), la de la elaboración de inventarios turísticos y los estudios de realizados por el equipo consultor en torno a la caracterización de la oferta y la demanda del municipio. Los componentes y elementos por analizar se distribuyen de la siguiente manera:

Los componentes y elementos por analizar se distribuyen de la siguiente manera:

- ✓ **Consistencia del producto:** Se desarrolla con la presencia y el estado actual de subproductos turísticos ubicados dentro del paraguas de un producto general, y soportado por los diferentes subproductos especializados.
 1. **Subproductos turísticos:** Presencia y estado de subproductos turísticos como motivación para la visita de los turistas que llegan al destino.
 2. **Subproducto especializado:** Presencia y estado de subproductos turísticos especializados, que busca atraer a un público especializado con gustos y preferencias muy específicas.

- ✓ **Soporte del producto en el territorio:** En este apartado se incluyen todos los compendios, dentro del destino analizado, que hacen posible la ejecución de actividades turísticas por parte de los visitantes durante su estancia en destino, contienen:
 1. **Planta turística:** Comprende el estado y diversidad de los prestadores de servicios turísticos presentes en el territorio y dispuestos alrededor de los atractivos y recursos turísticos que conforman la naturaleza del producto turístico. (alojamiento, agencias de viajes, guías de turismo, establecimientos de gastronomía, etc.)
 2. **Estado y articulación de atractivos y recursos:** Comprende el estado y diversidad de los atractivos y recursos turísticos presentes en el territorio y ubicados dentro de un paraguas de producto turístico en específico y la articulación y relación entre los mismos.
 3. **Oferta complementaria:** Consta de la facilidad al acceso de servicios como: bares y vida nocturna, tiendas de implementos especializados, tiendas de souvenirs o artesanías, cajeros automáticos y medios de pago disponibles, calidad en los servicios públicos dentro de la zona de influencia de los



atractivos o recursos, facilidades a personas que presenten algún tipo de discapacidad y el buen manejo de diferentes lenguajes, etc.

- ✓ **La accesibilidad al producto:** En términos generales expresa la importancia y facilidad al momento de desplazarse desde cualquier parte hacia el destino en donde se encuentre el producto turístico.
 1. **Conectividad y tecnología:** Estado y disponibilidad de la conexión a internet y elementos tecnológicos que faciliten el uso de las comunicaciones dentro del territorio de influencia de los productos turísticos y sus respectivas variantes.
 2. **Estado de las conexiones:** Estado actual de la infraestructura de vías terrestres, aeropuertos, terminales de transporte, estaciones de trenes y puertos fluviales.
 3. **Regulaciones para la adquisición del servicio:** Facilidad al momento de contratar los servicios de transporte, diversidad de oferentes, ausencia de servicios de transporte.
 4. **Precios y tiempos de traslados:** Coste de los servicios versus calidad presentada, tiempos de los traslados, condiciones climáticas que dificultan los traslados.
 5. **Disponibilidad:** La capacidad para el acceso y uso del bien o recurso turístico. (derechos de autor, territorios étnicos, territorios en conflicto)

- ✓ **La imagen del producto:** Uno de los objetivos del marketing es influir en aquellos que nunca han estado en destino o visitado un producto contemplado dentro de un atractivo o recurso turístico, mediante una buena imagen de producto o de destino, en la decisión de visitarlo.
 1. **Imagen de destino o de producto consolidada:** Determinado por estudios de mercado, y tiempo de ejecución de la imagen.

- ✓ **Precio para el consumidor:** Consta del precio final sumando los costes que deben pagar los turistas por todos los servicios y productos consumidos.
 1. **Calidad vs precio del producto turístico:** Incluye los costos de acceso a un destino o atractivo turístico en caso de tenerlo o de compra del producto o servicio turístico
 2. **Calidad vs precio de los desplazamientos:** Incluye todos los costes de desplazamiento de los visitantes desde el momento de salir de su lugar de residencia, hasta el momento de disfrutar del producto turístico.
 3. **Calidad vs precio de los alojamientos:** Incluye todos los costos generados por motivo de realizar actividades de pernoctación.
 4. **Calidad vs precio de los consumos del turista:** Incluye todos los costes de consumo de los turistas ya sea servicios de restaurantes y demás servicios complementarios.



- ✓ **Capacidad de gestión del producto:** Este elemento evalúa la capacidad organizacional para operar el producto turístico en el destino. Está asociado a los PST's (u otros actores sectoriales o comunitarios) disponibles, con competencias para la operación del producto en condiciones de calidad y seguridad suficientes.
 1. **Calidad del servicio de las organizaciones:** incluye las capacidades para la operación del servicio por parte de los prestadores de servicios turísticos y actores relacionados.
 2. **Seguridad y reglamentación del servicio:** incluye las capacidades de seguridad dispuestas por los prestadores de servicios turísticos en torno a los productos turísticos.
 3. **Formalidad:** Legalidad de los actores y prestadores de servicios turísticos a cargo de los productos turísticos ofertados

De esta manera el componente de análisis para determinar la viabilidad turística de un producto turístico se distribuye de la siguiente manera y en donde la suma de los porcentajes de los componentes del producto turístico, determinan el nivel de viabilidad del producto turístico, a mayor porcentaje obtenido mayor viabilidad tendrá el producto turístico.

Los porcentajes otorgados a los elementos del componente se definen de acuerdo con la disponibilidad y presencia de estos, así como también por los resultados obtenidos del **taller DOFA** realizado en el territorio de análisis y el **taller de sistema turístico**. Así como también las visitas de campo a destino en donde se revisó y actualizó el inventario de recursos y atractivos del municipio de Villagarzón y las conclusiones de cada uno de los apartados que el **equipo consultor** considere pertinentes.

Determinar un valor cuantitativo permite al equipo consultor enfocar sugerencias y recomendaciones hacia elementos de un componente en específico o hacia el componente del producto turístico completo con todo lo que este representa. De esta manera se procede a realizar un análisis de los productos turísticos presentes en el municipio, determinando su viabilidad y catalogándolos como **productos actuales** y **productos potenciales**.

A continuación, se presentan los análisis de cada uno de los productos turísticos detectados en el municipio de Villagarzón, no sin antes dar una explicación más visual del modelo metodológico para determinar la viabilidad de los productos encontrados, para ver elemento visual puede mirar la siguiente **Ilustración 17**.



Viabilidad de Producto de Turismo de Naturaleza de Villagarzón.

Tabla 26. Revisión del producto de turismo de naturaleza

% MÁXIMO DE VIABILIDAD	COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO	ELEMENTOS DEL COMPONENTE	% OTORGADO POR ELEMENTO	% FINAL COMPONENTE
20%	Consistencia del producto	Subproductos turísticos (12% máx.)	12%	20%
		<ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Turismo rural comunitario • Turismo de aventura • Turismo científico de naturaleza 		
		Subproductos especializados (8 máx.)		
		<ul style="list-style-type: none"> • Aviturismo – Avistamiento de aves • Agroturismo 		
20%	Soporte del producto en el territorio	Planta turística (7,5% máx.)	5,5%	14%
		Estado y articulación de atractivos y recursos (7,5% máx.)	5%	
		Oferta complementaria (5% máx.)	3,5%	
15%	La accesibilidad al producto	Conectividad y tecnología (3% máx.)	1,5%	11,5%
		Estado de las conexiones al atractivo (3% máx.)	1,5%	
		Regulaciones para la adquisición del servicio (3% máx.)	3%	
		Precios y tiempos de traslados (3% máx.)	2,75%	
		Disponibilidad (3% máx.)	2,75%	
14%	La imagen del producto	Imagen de destino o de producto consolidada (14% máx.)	7%	7%
16%	Precio para el consumidor	Calidad vs precio del producto turístico (4% máx.)	3,25%	14,25%
		Calidad vs precio de los desplazamientos (4% máx.)	3,75%	
		Calidad vs precio de los alojamientos (4% máx.)	3,75%	
		Calidad vs precio de los consumos del turista (4% máx.)	3,5%	
15%	Capacidad de gestión del producto	Calidad del servicio de las organizaciones (5% máx.)	3,75%	10%
		Seguridad del servicio y reglamentación (5% máx.)	2,5%	
		Formalidad (5% máx.)	3,75%	
			Total	76,75%

VIABILIDAD DE PRODUCTO DE TURISMO DE NATURALEZA

Muy poco potencial turístico					Poco viable					Con viabilidad turística					Producto turístico muy viable				
5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%
														X					

Fuente: Elaboración propia



Viabilidad de Producto de Turismo de Salud en Villagarzón.

Tabla 27. Revisión del producto de turismo de salud

% MÁXIMO DE VIABILIDAD	COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO	ELEMENTOS DEL COMPONENTE	% OTORGADO POR ELEMENTO	% FINAL COMPONENTE
20%	Consistencia del producto	Subproductos turísticos (12% máx.)	6%	14%
		• Turismo de bienestar		
		Subproductos especializados (8 máx.)	8%	
		• Turismo holístico • Turismo medical wellness		
20%	Soporte del producto en el territorio	Planta turística (7,5% máx.)	4,5%	12%
		Estado y articulación de atractivos y recursos (7,5% máx.)	4%	
		Oferta complementaria (5% máx.)	3,5%	
15%	La accesibilidad al producto	Conectividad y tecnología (3% máx.)	1,25%	9,5%
		Estado de las conexiones al atractivo (3% máx.)	1,75%	
		Regulaciones para la adquisición del servicio (3% máx.)	2%	
		Precios y tiempos de traslados (3% máx.)	2,5%	
		Disponibilidad (3% máx.)	2%	
14%	La imagen del producto	Imagen de destino o de producto consolidada (14% máx.)	6%	6%
16%	Precio para el consumidor	Calidad vs precio del producto turístico (4% máx.)	2,5%	11,5%
		Calidad vs precio de los desplazamientos (4% máx.)	3%	
		Calidad vs precio de los alojamientos (4% máx.)	2,5%	
		Calidad vs precio de los consumos del turista (4% máx.)	3,5%	
15%	Capacidad de gestión del producto	Calidad del servicio de las organizaciones (5% máx.)	2,5%	8%
		Seguridad del servicio y reglamentación (5% máx.)	2,5%	
		Formalidad (5% máx.)	3%	
			Total	61%

VIABILIDAD DE PRODUCTO DE TURISMO DE SALUD

Muy poco potencial turístico					Poco viable					Con viabilidad turística					Producto turístico muy viable				
5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%
											X								

Fuente: Elaboración propia



Viabilidad de Producto de Turismo Cultural en Villagarzón.

Tabla 28. Revisión del producto de turismo cultural

% MÁXIMO DE VIABILIDAD	COMPONENTES DEL PRODUCTO TURÍSTICO	ELEMENTOS DEL COMPONENTE	% OTORGADO POR ELEMENTO	% FINAL COMPONENTE
20%	Consistencia del producto	Subproductos turísticos (12% máx.)	4%	12%
		<ul style="list-style-type: none"> Turismo Patrimonial Turismo Urbano Turismo de Interés Especial 		
		Subproductos especializados (8 máx.)		
		<ul style="list-style-type: none"> Turismo étnico – Enoturismo 		
20%	Soporte del producto en el territorio	Planta turística (7,5% máx.)	4,25%	11%
		Estado y articulación de atractivos y recursos (7,5% máx.)	4%	
		Oferta complementaria (5% máx.)	2,75%	
15%	La accesibilidad al producto	Conectividad y tecnología (3% máx.)	1,25%	7%
		Estado de las conexiones al atractivo (3% máx.)	1,25%	
		Regulaciones para la adquisición del servicio (3% máx.)	1,25%	
		Precios y tiempos de traslados (3% máx.)	1,75%	
		Disponibilidad (3% máx.)	1,5%	
14%	La imagen del producto	Imagen de destino o de producto consolidada (14% máx.)	5%	5%
16%	Precio para el consumidor	Calidad vs precio del producto turístico (4% máx.)	2,5%	11%
		Calidad vs precio de los desplazamientos (4% máx.)	3%	
		Calidad vs precio de los alojamientos (4% máx.)	2%	
		Calidad vs precio de los consumos del turista (4% máx.)	3,5%	
15%	Capacidad de gestión del producto	Calidad del servicio de las organizaciones (5% máx.)	2,5%	7%
		Seguridad del servicio y reglamentación (5% máx.)	2%	
		Formalidad (5% máx.)	2,5%	
			Total	53%

VIABILIDAD DE PRODUCTO DE TURISMO CULTURAL

Muy poco potencial turístico					Poco viable					Con viabilidad turística					Producto turístico muy viable				
5%	10%	15%	20%	25%	30%	35%	40%	45%	50%	55%	60%	65%	70%	75%	80%	85%	90%	95%	100%
									X										

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 17. Mapa resumen metodología para determinar la viabilidad de un producto turístico



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Conclusiones Viabilidad de Productos.

El **producto de turismo de naturaleza** se presenta como un **producto actual** con una variedad de subproductos favoreciendo la práctica de actividades en mayor medida como el ecoturismo, el turismo rural comunitario y el turismo científico y en menor medida el turismo de aventura, el avistamiento de aves y el agroturismo. De esta manera, el producto de turismo de naturaleza es el que **mayor viabilidad turística** presenta el municipio. Por consiguiente, es de vital importancia implementar acciones de mejoramiento en apartados específicos como:

- ✓ **La planta turística**
- ✓ **Estado y articulación de atractivos y recursos**
- ✓ **La conectividad y tecnología**
- ✓ **Estado de las conexiones al atractivo**
- ✓ **Seguridad de los servicios y reglamentación**
- ✓ **Imagen de destino o de producto consolidado**

El **producto de turismo de salud** se presenta como una posibilidad a futuro siendo un producto actual al contar con variedad en subproductos especializados. No obstante, es importante fortalecer los subproductos con una mayor oferta complementaria, diversificando las posibilidades que brinda el turismo de bienestar, con la inclusión de más subproductos especializados en torno al



turismo holístico y el turismo medical wellness. Por otro lado, es vital implementar acciones de mejoramiento en apartados como:

- ✓ **Consistencia el subproducto de turismo de bienestar**
- ✓ **La conectividad y tecnología, y el estado de las conexiones al atractivo**
- ✓ **El soporte del producto en el territorio: En apartados como**
- ✓ **Imagen de destino o de producto consolidado**
- ✓ **El precio para el consumidor: En elementos como la calidad Vs precio del producto, y la calidad Vs precio de los alojamientos**
- ✓ **La capacidad de gestión del producto**

El **producto de turismo cultural** presenta los mayores impedimentos para su aplicación en el municipio contemplándose como un producto con potencial turístico, contando únicamente con subproductos de turismo étnico o etnoturismo. No obstante, a nivel mundial es bien sabido la importancia y proyección del turismo étnico, siendo este un nicho de mercado con una demanda en aumento y que brinda un gran beneficio a las comunidades que lo practican. Con el fin de nutrir la oferta cultural del municipio es necesario implementar acciones que permitan mejorar aspectos como:

- ✓ **Subproductos turísticos culturales complementarios: El turismo patrimonial, El turismo urbano y el turismo de interés especial.**
- ✓ **El soporte del producto en el territorio: En elementos como la planta turística, y la oferta complementaria**
- ✓ **La accesibilidad al producto: En todos sus elementos**
- ✓ **La imagen del producto**
- ✓ **El precio para el consumidor: En elementos como la calidad Vs precio del producto, y la calidad Vs precio de los alojamientos.**
- ✓ **Capacidad de gestión del producto: En todos sus elementos**



Resumen de Recursos y Atractivos Turísticos.

Caracterización de los Recursos y/o Atractivos Turísticos del Municipio.

Para este proceso de planificación turística, se tomó como referencia, la Metodología para la Elaboración del Inventario de Atractivos Turísticos del Viceministerio de Turismo Dirección de Calidad y Desarrollo Sostenible, (Abril 2020), la cual nos permite al equipo consultor realizar de una forma objetiva (cualitativa y cuantitativa), cuáles recursos y atractivos turísticos del municipio de Villagarzón, tienen potencial turístico para ser incorporados como atractivo turístico competitivo y que se puedan establecer acciones del mejoramiento de su calidad, que permitan su inclusión en productos turísticos.

Por lo anterior expuesto es importante y de acuerdo con la metodología consultada, tener claro los siguientes conceptos:

Inventario: Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven como base para los productos turísticos en una región.

Por tal motivo es necesario establecer una diferencia entre lo que puede ser llamado un recurso turístico y lo que es denominado un atractivo turístico.

- ✓ **Recurso:** Factores físicos y culturales **potencialmente** aprovechables por el turismo.
- ✓ **Atractivo:** Factores físicos y culturales que reúnen las condiciones para ser **integrados de inmediato** a los productos turísticos.

Inventario Turístico Actual.

Actualmente, el municipio de Villagarzón cuenta con el siguiente registro de inventarios turísticos y su debida ficha de inventario turístico realizada en procesos previos al momento de realizar la revisión de los recursos y atractivos turísticos del municipio. En donde se detectaron un total de 17 fichas de inventario turístico relacionadas con el patrimonio cultural del municipio y un total de 9 fichas de inventario relacionadas con el patrimonio natural, distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 29. Inventario turístico final – Actualizado

PATRIMONIO CULTURAL	PATRIMONIO NATURAL
ATRATIVOS TURÍSTICOS	
PUEBLO INDÍGENA EMBERÁ CHAMI	RESERVA NATURAL EL ESCONDITE
UNA HUELLA EN PIEDRA	CASCADAS DONDE SE OCULTA EL SOL (MOHANO- WUAKANA- PUENTE DE PIEDRA)
FIESTA DEL PERDÓN	RINCON DEL VIDES
CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS	CAVERNAS DE URCUSIQUE



FESTIVAL DE LA PIÑA	SELVA VIDES RESERVA NATURAL
FESTIVIDAD SAN MARTIN DE PORRES	BALNEARIO RIO GUINEO
FERIA NACIONAL DEL CHONTADURO	
ENCUENTRO SUR COLOMBIANO	
DANZA DEL CHONTADURO	
FERIA GANADERA	
MAITU KUSADU (ASADO ENVUELTO EN HOJA)	
CARNAVAL DEL AGUA	
VIRGEN DEL ESLABÓN	
MALECÓN PUERTO UMBRÍA	
ALCALDÍA DE VILLAGARZÓN	
NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS	
NUESTRA SEÑORA DE FÁTIMA	

RECURSOS TURÍSTICOS

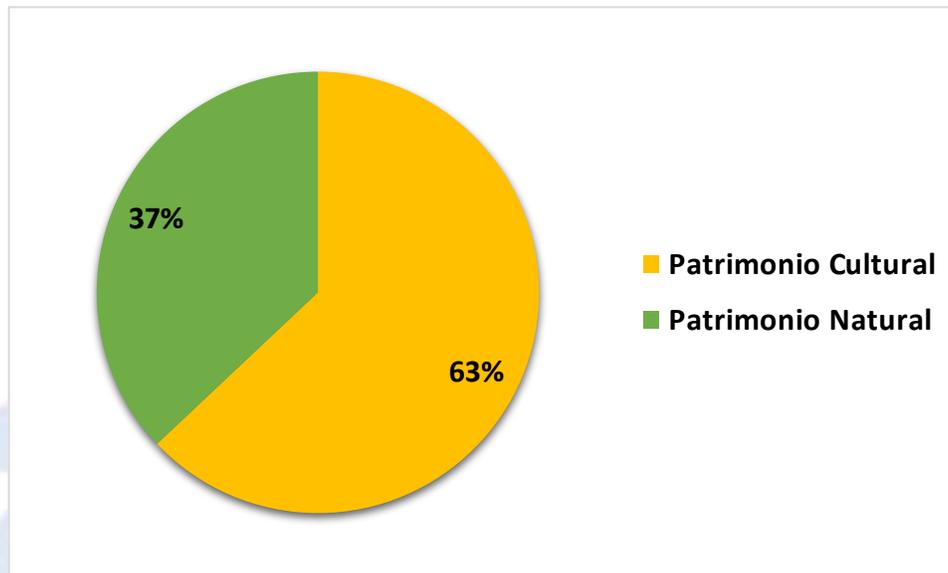
	CASCADAS KINDIWAIRA (WAIRA, RANA, POZO DEL CORAZÓN)
	CASCADAS VIRGEN DEL ESLABON
	RESERVA NATURAL SALADO DE LOS LOROS (ESCUELA VDA CHARGUAYACO)
	RESERVA FORESTAL TIGRES DEL ALTO (VIDES DEL ALTO)

Oferta Complementaria:

- ✓ *Ecoparque Villa Verde "Turismo con Propósito"*
- ✓ *Centro Recreacional Turístico "Villa Santana" - Pista de motocross*
- ✓ *Balneario el Manantial*
- ✓ *Centro Turístico Villa Sofia*
- ✓ *Centro Recreacional Pisciaventura*
- ✓ *Malecón La Esperanza*
- ✓ *Centro Recreacional Villa Clara*
- ✓ *Wasi Yuku Casa del Rio*
- ✓ *Acuamazonia*
- ✓ *Kindiwaira Ecohostal*
- ✓ *Posada Turística El portal del Sol*
- ✓ *Centro Ecoturístico Donde se Oculta el Sol*
- ✓ *Centro de Bienestar Ambiental "El Colibrí"*
- ✓ *Centro Turístico Perengolandia*



Gráfica 17. Distribución porcentual de atractivos inventariados del municipio de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Formulario General de Resumen de los Recursos y Atractivos Turísticos Naturales del Municipio

Tabla 30. Formulario general de resumen de los recursos y atractivos turísticos naturales del municipio

2020					
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS. CUADRO DE RESÚMEN - SITIOS NATURALES					
PUTUMAYO / VILLAGARZÓN					
Nº	NOMBRE	CÓDIGO	CALIFICACIÓN	UBICACIÓN	GEORREFERENCIACIÓN
1	RESERVA NATURAL EL ESCONDITE	2.10.1.2	76	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA SAN RAFAEL	LAT. 00°47'40,67" LONG.076°34'42,73"
2	CASCADAS DONDE SE OCULTA EL SOL (MOHANO- WUAKANA- PUENTE DE PIEDRA)	2.5.1	75	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA GUINEO	LAT. 1.00'82" LONG. -76°40'27"
3	RINCÓN DEL VIDES "CENTRO ECOTURISTICO"	2.5.5	76	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA VIDES	0°.89665, 76°.77063
4	CAVERNAS DE URCUSIQUE	2.12.2	71	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA SAN RAFAEL	LAT. 01°02'47" LONG. -76.3715
5	SELVA VIDES RESERVA NATURAL	2.10.1.2	54	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA VIDES	0°53'12",5"N 76°45'45"14,3W



6	BALNEARIO RIO GUINEO	2.5.5	51	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA EL GUINEO	LAT. 1.00859 LONG. -76.6442
7	CASCADAS KINDIWAIRA (WAIRA, RANA, POZO DEL CORAZÓN)	2.5.1	58	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA URCUSIQUE	1°.04766 76°6'1858
8	CASCADAS VIRGEN DEL ESLABÓN	2.5.1	53	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA EL ESLABÓN	1°02"58,22"N 76°39"58,8"W
9	RESERVA FORESTAL TIGRES DEL ALTO (VIDES DEL ALTO), RESERVA NATURAL SALADO DE LOS LOROS (ESCUELA VDA CHARGUAYACO)	2.10.1.2	76	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA TIGRES DEL ALTO	0°52"26.9"N 76° 46"50.8"W
DILIGENCIADO POR: FUNDACULTA FECHA: MAYO DE 2022					

Fuente: Elaboración propia

Formulario General de Resumen de los Recursos y Atractivos Turísticos Culturales del Municipio

Tabla 31. Formulario general de resumen de los recursos y atractivos turísticos culturales del municipio

2020					
FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS. CUADRO DE RESÚMEN - PATRIMONIO CULTURAL					
PUTUMAYO / VILLAGARZÓN					
N°	NOMBRE	CÓDIGO	CALIFICACIÓN	UBICACIÓN	GEORREFERENCIACIÓN
1	MALECÓN PUERTO UMBRÍA	1.5.1.1	75	PUERTO UMBRÍA	1-475 LATITUD NORTE- 076°34
2	ALCALDÍA DE VILLAGARZÓN	1.1.4.1	66	DIRECCIÓN: CALLE 2 N° 5- 14 - PALACIO MUNICIPAL - VILLAGARZÓN PUTUMAYO	1.04305191254979, - 76.6165054136135
3	PARQUE CENTRAL DE VILLAGARZÓN	1.1.4.5	66	DIRECCIÓN: CALLE 2 N° 5- 14 - PALACIO MUNICIPAL - VILLAGARZÓN PUTUMAYO	1.04305191254979, - 76.6165054136135
4	NUESTRA SEÑORA DE LAS LAJAS	1.1.3.1	67	SE ENCUENTRA UBICADA POR EL B/ PROGRESO	0.860880 - 76580850
5	NUESTRA SEÑORA DE FÁTIMA	1.1.3.1	74	B/ CENTRO A 6-72, CRA. 5 #62, VILLAGARZÓN	1°01'46.6"N 76°37'02.2"W
6	UNA HUELLA EN PIEDRA	1.6.2	70	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA EL VIDES	00° 56,52 07 - 76° 346.93



7	MAITU KUSADU (ASADO ENVUELTO EN HOJA)	1.6.2	70	PORTAL DEL SOL. SECTOR SARDINAS, VDA. EL GUINEO, VILLAGARZÓN, PUTUMAYO	1.04305191254979, - 76.6165054136135
8	CELEBRACIÓN ANCESTRAL "FIESTA DEL PERDÓN"	1.6	73	VILLAGARZÓN, B/ LAS VILLAS. CALLE 14 D CR 6C	1.04305191254979, - 76.6165054136135
9	CARNAVAL DE NEGROS Y BLANCOS	1.7.1.2	72	VILLAGARZÓN, DIRECCIÓN : CALLE 2 N° 5-14 - PALACIO MUNICIPAL - VILLAGARZÓN PUTUMAYO	1°01'30.9"N 76°37'02.0"W
10	FESTIVAL DE LA PIÑA " FESTIPIÑA"	1.7.2	70	VILLAGARZÓN, ESTÁ UBICADO EN LA VEREDA ORO YACO A 20 MINUTOS DE VILLAGARZÓN VIA PUERTO CAICEDO. KM 16	1.04305191254979, - 76.6165054136135
11	FESTIVIDAD SAN MARTIN DE PORRES	1.7.1.5	68	VILLAGARZÓN, CORREGIMIENTO Y VEREDAS DE PUERTO UMBRÍA	1.04305191254979, - 76.6165054136135
12	FERIA NACIONAL DEL CHONTADURO	1.7.2	83	VILLAGARZÓN, A 10 MINUTOS DE VILLAGARZÓN VIA A PUERTO ASÍS	1.04305191254979, - 76.6165054136135
13	ENCUENTRO SUR COLOMBIANO ARTÍSTICO CULTURAL RECREATIVO "CORAZÓN LIBRE"	1.7.1.6	76	VILLAGARZÓN, B/ DORADO	1.027457 - 76.613093
14	DANZA DEL CHONTADURO	1.7.3.1	70	VILLAGARZÓN, B/ DORADO	1.04305191254979, - 76.6165054136135
15	FERIA GANADERA MUNICIPAL	1.7.2.8	67	VILLAGARZÓN, CRA. 7 #2 SUR-1 A 2 SUR-31	1.04305191254979, - 76.6165054136135
16	CARNAVAL DEL AGUA	1.7.1.2	67	VILLAGARZÓN, BARRIO CENTRO	1.04305191254979, - 76.6165054136135
17	PUEBLO INDÍGENA EMBERÁ CHAMI	1.2.1.1	72	PUTUMAYO, VILLAGARZÓN, VEREDA EL VIDES	0.884756-76°42'37.9
DILIGENCIADO POR: FUNDACULTA FECHA: MAYO DE 2022					

Fuente: Elaboración propia

Fichas y Formularios de los Inventarios Turísticos

Todas las fichas y formularios de inventarios turísticos revisadas, analizadas y actualizadas se encuentran disponibles en la siguiente carpeta de la plataforma Google Drive:

INVENTARIO TURISTICO VILLAGARZÓN:

<https://drive.google.com/drive/folders/1p80OdnLRCpXyRS0SSRgMcb5g81VTRGlu?usp=sharing>



Infraestructura, Planta y Superestructura Turística.

Identificación y Caracterización de la Infraestructura Turística.

Uno de los aspectos a destacar de los talleres realizados con la comunidad de Villagarzón durante el proceso de socialización del plan de desarrollo turístico del municipio, fue la recolección de información y opiniones de fuentes primarias y el análisis de fuentes secundarias, en donde destacan los siguientes datos:

Energía Eléctrica.

En la zona urbana del municipio se presenta un panorama donde los habitantes de la comunidad y autoridades municipales aseguran tener una cobertura cercana al 100%. Por otro lado, la cobertura eléctrica rural según datos oficiales del Departamento Nacional de Planeación presenta niveles cercanos al 72,2%, que fueron aceptados por los participantes, y complementado asegurando que hay “zonas rurales sin cobertura eléctrica y al menos un 10% de la zona rural hace uso de paneles solares para satisfacer su consumo”.

Cobertura de Servicio de Gas Natural.

En las zonas urbanas los participantes y autoridades locales aseguran una cobertura de al menos un 10% del servicio de gas natural, dejando por manifiesto la “cerca del 80% de habitantes del casco urbano dependen del uso de pipetas de gas y al menos un 10% usan otros medios”. En cuanto a la cobertura en las zonas rurales, aseguran que en su totalidad usan pipetas de gas y otros medios para las actividades diarias de cocina.

Cobertura de Agua Potable y Alcantarillado.

Según los participantes de los talleres pese a estar ubicados en una zona con gran cantidad de recursos hídricos los niveles de cobertura de estos dos servicios públicos son muy reducida, algo que se confirma con los datos oficiales consultados en el DNP, en donde en ninguno de los dos casos (zona urbana y zona rural) superan el 40% de cobertura. Los participantes aseguran “el agua no es potable tanto en zonas urbanas como zonas rurales”

Cobertura de Aseo y Limpieza.

Según los participantes y autoridades locales los responsables de realizar este servicio es la empresa Aguas la Cristalina, en donde realizan una recolección de basuras y residuos en las zonas urbanas cercana al 100%, y muy limitado en las zonas rurales en donde realizan recolecciones el martes (residuos orgánicos) y miércoles (reciclables), en donde finalmente serán dispuestos para su buen manejo en el relleno sanitario Parque Tecnológico y Ambiental Wayra.



Cobertura de Telecomunicaciones.

En cuanto al acceso a internet aseguran que los niveles de cobertura de acceso a internet en zonas urbanas son de aproximadamente un 50% y que al menos un 30% del área rural cuenta con este servicio. Por otro lado, el servicio de telefonía presenta grandes limitaciones con los operadores y zonas dentro del casco urbano y en el área rural sin cobertura o con una cobertura muy baja.

Cobertura Transporte Público.

El municipio presenta una serie de servicios de rutas de busetas que brindan transporte a los habitantes del municipio. Sin embargo, los habitantes del municipio manifiestan la gran confianza en el servicio privado de taxis y la presencia de moto taxis. Por otro lado, los participantes aseguran la falta de presencia de rutas de transporte hacia las zonas veredales dispuestas como áreas rurales del municipio presentando una cobertura de aproximadamente el 70%.

Conectividad Terrestre, Área y Fluvial.

Hacia el municipio de Villagarzón destaca 1 vía principal, hacia Mocoa, conectando con Pitalito y el centro del país y con Sibundoy rumbo a Pasto, y hacia Puente Internacional frontera con Ecuador. En cuanto al tema de aeropuertos, actualmente Villagarzón dispone del aeropuerto de Cananguchal de clase 2C con aerolínea de SATENA. Por otro lado, los puertos fluviales más cercanos se encuentran en el municipio de Puerto Asís y de Puerto Guzmán, en los ríos Putumayo y Caquetá.

Tabla 32. Resumen vías nacionales, departamentales y municipales de Villagarzón

Nombre de la vía	Longitud	Vías pavimentadas	Vías en afirmado	Vías en tierra
SANTA ANA - MOCOA, SECTOR: YE URCUSIQUE., VILLAGARZON – LAS TOLDAS MOCOA).	2,52 km		2,52 km	
VILLAGARZON - SAN JOSE DEL FRAGUA, TRAMO: (PORVENIR - MEZÓN)	6,7 km		6,7 km	
LA PALANCA-RIO BLANCOJUANAMBU	9,25 km		9,25 km	
PUERTO UMBRIA-LA MARIPOSA	3,16 km		3,16 km	
LA PAZ- RIO GUINEO	2,89 km		2,89 km	
CANANGUCHO-CHAMPAGNAHT ALEMANIA	6,2 km		6,2 km	
EL MEZON-PTO LIMON	3,0 km		3,0 km	
SAN MIGUEL - LA CABAÑA	1,64 km		1,64 km	
LA KOFANIA- EL CARMEN	4,71 km		4,71 km	
VILLA RICA-SAN JOSÉ DEL GUINEO-CHANANGUCHO	11,83 km		11,83 km	
SANTA ANA- EL CARMEN	6,01 km		6,01 km	
VILLAGARZON-KOFANIA-PTO UMBRIA	38,50 km		38,50 km	
SANTA ANA - MOCOA, SECTOR: EL PROVENIRVILLAGARZON	4,51 km		4,51 km	
SAN LUIS ISLANDIA RIO UCHUIPAYAC	3,14 km		3,07 km	0,07 km
CANANGUCHO-	2,87 km		2,87 km	
VILLAGARZÓN-PUERTO LIMÓN	9,53 km	0,83 km	4,46 km	4,23 km
LA JOYA-SAN VICENTE	8 km		8 km	
SAN MIGUEL-RIO PUTUMAYO	1 km		1 km	
UCHUPAYACO-ALTO MACAYA	4 km		4 km	
PR66-LA CAFELINA	1 km		1 km	



PORVENIR-MANANTIAL	3 km		3 km	
CENTRAL-SAN ISIDRO	5 km		5 km	
PORVENIR-CAFELINA SANTANA	5 km		5 km	
ISLANDIA-LAS MINAS	3 km		3 km	
JUANAMBU-SAN LUIS ALTO PICUDITO	4 km		4 km	
QUEBRADONIA-PUEBLO NUEVO	2 km		2 km	
SAN JOSE-SAN FERNANDO	4 km		4 km	
CENTRAL (ALGUACIL)-VILLALUZ	4 km		4 km	
CASTELLANA-GAITANA	4 km		4 km	
LA RUPASCA-SANTA TERESA	2 km		2 km	
KOFANIA-ALTO ALGUACIL	6 km		6 km	
KOFANIA -CASTELLANA ALTO VIDES	12 km		12 km	
PUERTO UMBRIA-ALBANIA	5,40 km		5,40 km	

Extraído de: Plan vial departamental Putumayo 2021 – 2030 (PRIIT Putumayo , 2021)

Caminos o Rutas de Acceso a Atractivos o Recursos Turísticos.

Los resultados obtenidos indican el gran deterioro y poco mantenimiento de los senderos o “trochas” rumbo a atractivos o recursos turísticos del municipio. Por otro lado, afirman la posibilidad de realizar recorridos por un determinado camino y salir por otro con el objetivo de salvaguardar la capacidad de carga de los senderos.

Identificación y Caracterización de la Planta Turística.

Dentro del sistema turístico la planta turística es definida como todas aquellas instalaciones predispuestas para la realización y desarrollo de los servicios turísticos generalmente de carácter privado, como lo pueden ser: hoteles, agencias de viajes restaurantes, tiendas de souvenirs, sistemas de transporte especializados, etc.

Prestadores de Servicios Turísticos.

Actualmente, los prestadores de servicios turísticos se encuentran reglamentados por ley a contar con el “registro nacional de turismo”, esto para operar adecuadamente y dentro de la legalidad en este sector económico. Según datos suministrados por la Cámara de Comercio del Putumayo los prestadores de servicios turísticos (PSTs) del municipio de Villagarzón se distribuyen de la siguiente manera: (CCP, 2022)

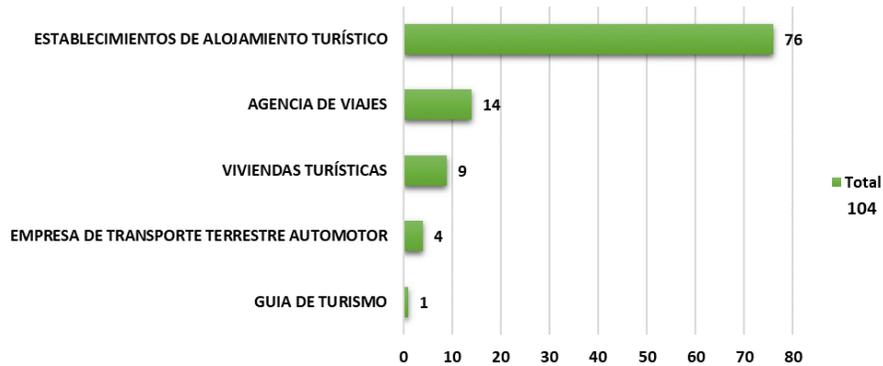
Actualmente el municipio de Villagarzón cuenta con un total de 104 registros históricos de prestadores de servicios turísticos. No obstante, estos registros presentan un acumulado de todos los PSTs del municipio que se encuentran Activos (60), Cancelados por decisión administrativa (1), Cancelado por matrícula mercantil (7), Cancelado por no renovar (24), Cancelado voluntariamente (8), y finalmente suspendidos por no renovar (4).

En la siguiente gráfica se pueden observar cómo se encuentran distribuidos los históricos de prestadores de servicios turísticos del municipio de Villagarzón:



Gráfica 18. Prestadores de servicios turísticos total - Villagarzón

Prestadores de servicios turísticos municipio de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia datos compartidos por la Cámara de Comercio del Putumayo

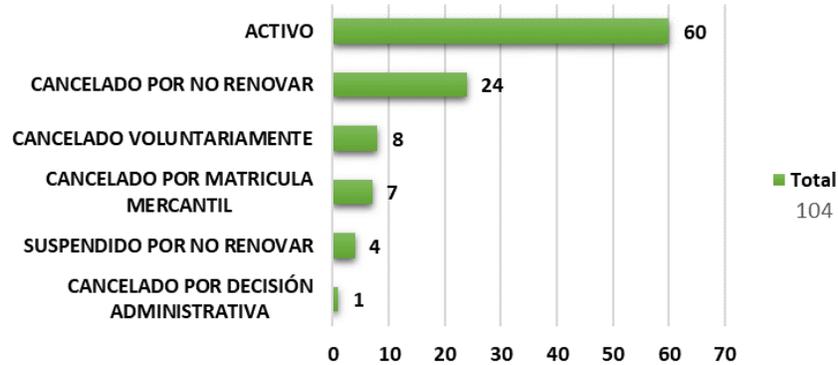
Es importante destacar los 76 establecimientos de alojamiento turístico que se encuentran registradas en el histórico del municipio, así como también las 14 agencias de viajes registrados, en donde generalmente hacen referencia a una dependencia de otros sectores productivos que participan en actividades de turismo como fuentes de ocio complementarias al momento de pernoctar en el municipio ya sea por trabajo, estudio o aspectos científicos o culturales.

En la siguiente gráfica podemos observar la distribución del estado actual de los registros nacionales de turismo distribuidos entre activos, cancelado por no renovar, cancelado voluntariamente, cancelado por matrícula mercantil, suspendido por no renovar y cancelado por decisión administrativa presentes en el municipio de Villagarzón:



Gráfica 19. Distribución del estado actual de los PSTs - Villagarzón

Estado actual RNT en el municipio de Villagarzón



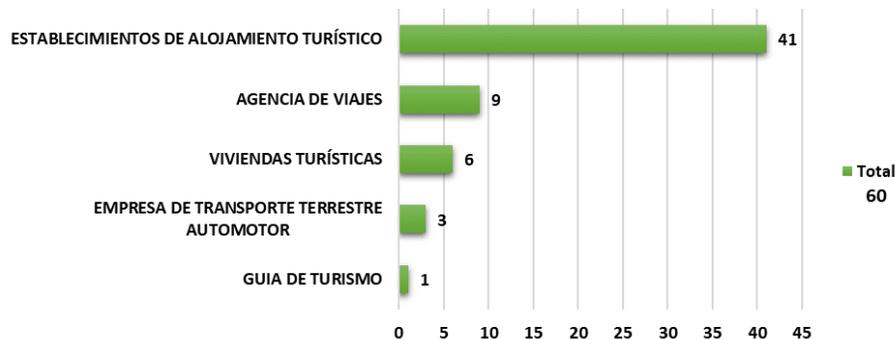
Fuente: Elaboración propia datos compartidos por la Cámara de Comercio del Putumayo

Actualmente, se tiene conocimiento que, de los 104 registros históricos, aproximadamente el 57,69% de PSTs se encuentran con un registro “ACTIVO” correspondiendo a un total de 60 prestadores de servicios turísticos. Este panorama es producto de las dificultades y grandes temporadas de cierre ocasionadas durante la actual pandemia, en donde actores del sector entrevistados y autoridades locales evidencian la crisis, donde el sector turismo fue el más golpeado a nivel mundial.

De esta manera, en la siguiente gráfica podemos observar la distribución actual de prestadores de servicios turísticos activos del municipio de Villagarzón:

Gráfica 20. Distribución de PSTs activos - Villagarzón

Prestadores de servicios turísticos de Villagarzón - Activos



Fuente: Elaboración propia datos compartidos por la Cámara de Comercio del Putumayo



En donde el 78,33% representa prestadores de servicios turísticos que prestan algún servicio de alojamiento u hospedaje no permanentes, el 10% corresponden a las agencias de viajes del municipio, el 5% empresas de transporte terrestre automotor y el restante 1,6% corresponde a guías de turismo.

Resúmenes Prestadores de Servicios Turísticos.

En las siguientes tablas se pueden observar cómo se encuentran distribuidos los históricos de prestadores de servicios turísticos del municipio de Villagarzón:

Agencias de Viajes

Tabla 33. Resumen agencias de viajes

DONDE SE OCULTA EL SOL	AGENCIA DE VIAJES	VDA EL GUINEO FINCA BETANIA QUEBRADA LAS SARDINAS
AGENCIA DE VIAJES MOCHILEROS TRAVEL	AGENCIA DE VIAJES	BARRIO OBRERO FRENTE DE LA CLINICA SAN JOSE
PIONEROS TOURS	AGENCIA DE VIAJES	BARRIO LAS VILLAS DETRAS DE LA ESTACION DE SERVICIO FALKONERY
ECOTURISMO LA CANDELARIA	AGENCIA DE VIAJES	VDA LA CANDELARIA
SELVA VIDES RESERVA NATURAL	AGENCIA DE VIAJES	VDA ALTO VIDES
DONDE SE OCULTA EL SOL	AGENCIA DE VIAJES	VDA EL GUINEO FINCA BETANIA QUEBRADA LAS SARDINAS
EL RINCON DEL VIDES	AGENCIA DE VIAJES	CL 3 4 33 ALMACEN CADEL
CENTRO ECOTURISTICO DONDE SE OCULTA EL SOL	AGENCIA DE VIAJES	VDA SANTA ANA
PURUYAKU PUTUMAYO MAGICO	AGENCIA DE VIAJES	CRA 3 CLL 3 ESQ

Empresa de Transporte Terrestre Automotor

Tabla 34. Resumen empresas de transporte terrestre automotor

COOTRANSERP	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	VEREDA EL PORVENIR DIAGONAL A LA CANCHA SINTETICA
-------------	---	---



COOPERATIVA DE MOTORISTAS DEL HUILA Y CAQUETA LIMITADA COOMOTOR LTDA.	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	CRA 6 NO. 3 - 27 BARRIO INDUSTRIAL
TRANSPORTADORA VILLA EXPRESS SAS	EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	CR 7 A 13 B 70 BRR

Establecimientos de Alojamiento Turístico.

Tabla 35. Resumen establecimientos de establecimientos de alojamiento turístico

HOTEL ORO NEGRO V	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CR 7 CL 2 NO 1 - 165 BRR SAN DIEGO
HOTEL LA PALMERA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VEREDA EL PORVENIR
MALECON DE LA ESPERANZA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VDA LA ESPERANZA
HOTEL LA FACTORIA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CARRERA 6 4 - 3 BARRIO CENTRO FRENTE AL PARQUE DE LOS CAMIONEROS
HOTEL DON FRANCO	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	BRR INDUSTRIAL
HOTEL PARK PLAZA VILLA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CRA 2 NUMERO 5 - 07 BARRIO CENTRO
HOTEL VALERIA SANDOVAL VILLAGARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	BARRIO CENTRO CARRERA 6 CALLE 5 MANZANA 4
HOTEL VILLA CABAÑA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CR 6 NRO. 6 – 19
HOTEL EL TRIUNFO N 1	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	BRR CENTRO DIAGONAL 5 NUMERO 4 - 03
HOTEL Y RESTAURANTE SAN DIEGO 2	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CLL PRINCIPAL SALIDA PUERTO ASIS BRR SAN DIEGO



HOTEL BARUC	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CRA 6 NRO. 2 - 30 BRR INDUSTRIAL
CENTRO RECREACIONAL PISCI AVENTURA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	KILOMETRO 1
GLAMPING AMAZONICO	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VDA URCUSIQUE SALIDA A MOCOA
ESTADERO Y CABAÑAS LOS PALMARES	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VDA PORVENIR VIA PRINCIPAL KM 2
HOTEL CONDAGUA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CL 5 NRO. 4 - 24 BRR FATIMA
ECO- HOSTAL KINDIWAYRA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VDA LAS TOLDAS BAJAS - VIA MOCOA
CASTILLO DE CHELA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VIA MOCOA KM1 VDA URCUSIQUE
PARQUEADERO Y RESIDENCIA VILLA SALOME	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VIA PUERTO UMBRIA
HOTEL PARQUEADERO Y RESTAURANTE EL PORTAL DIANA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VIA PRINCIPAL FRENTE AL TERMINAL DE TRANSPORTES
HOTEL Y RESTAURANTE CAMPO VERDE BG	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VEREDA CANANGUCHO KM 51
HOTEL CASA BLANCA VILLAGARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CR 7 NRO. 3 - 53 ENSEGUIDA SUPERBARATO
CENTRO CAMPESTRE VILLA SOFIA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VEREDA CANANGUCHO
HOTEL JUANEPÓ	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CL 5 NRO. 5 – 29
HOTEL Y RSTAURANTE KAROL	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CARRERA 7 VIA PUERTO ASIS BARRIO PORVENIR



VILLAMELISSA HOTEL	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CARRERA 3 NO 1-32 DIAGONAL COLEGIO PILAR
RAHSMEL HOTEL	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	TV 6 NRO. 5 - 09 BRR INDUSTRIAL
SAMARII RESORT HOTEL SAS	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	BRR EL PORVENIR
HOTEL JUAN PABLO II	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CARRERA 6 CALLE 2
HOTEL GOURMET DEL BOSQUE	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	VEREDA LA CAFELINA POZO COSTAYACO 1
HOTEL VILLA HUESPED	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CRA 7 NO. 13-20 ENSEGUIDA ESTACION DE SERVICIO FALCONERY
HOTEL ORO NEGRO V	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CR 7 CL 2 NO 1 - 165 BRR SAN DIEGO
HOTEL ACHALAI	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CR 4 NRO. 7- 45 BARRIO CENTRO
HOTEL DAMARY	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CL 5 NRO. 7 – 56
HOTEL Y RESTAURANTE MONACO VILLAGARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CL 10 6 A 45
HOTEL ISABEL MT	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CARRERA 5 NUMERO 4-68 BARRIO FATIMA
HOTEL Y BILLARES MI OFICINA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CARRERA 6 NUMERO 4-21
HOTEL GARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CALLE 5 NRO. 6- 46 BRR CENTRO
HOTEL SAN MARTIN - VILLAGARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	BRR FATIMA



RESIDENCIAS EL VIAJERO - VILLAGARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CALLE 3 NO. 4-33
HOTEL AKURAWA	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	CRA 6 CL 5 -29
HOTEL REAL VILLAGARZON	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO	B/ CENTRO CRA. 6 NRO. 5 -28

Guías de Turismo.

Tabla 36. Resumen guías de turismo

LUIS ALFREDO YELA JOJOA	GUIA DE TURISMO	CRA 3 CL 3 ESQ BRR OBRERO
MARISOL BUCHLEY	Informador turístico	TARJETA PROFESIONAL EN PROCESO
JHON JAIRO RINCÓN CHAVEZ	GUIA DE TURISMO	PENDIENTE DE RENOVACIÓN RNT
AURA BASTIDAS	Informador turístico	TARJETA PROFESIONAL EN PROCESO
MARTA LUNA	Informador turístico	TARJETA PROFESIONAL EN PROCESO

Viviendas Turísticas.

Tabla 37. Resumen viviendas turísticas

VILLA SAHARA	VIVIENDAS TURÍSTICAS	VDA CANANGUCHO
WASIYAKU CASA RÍO	VIVIENDAS TURÍSTICAS	CL PRINCIPAL CRR PUERTO UMBRIA
FINCA ECOTURISTICA NIRVANA	VIVIENDAS TURÍSTICAS	VDA CANDELARIA
EL ESCONDITE RESERVA NATURAL	VIVIENDAS TURÍSTICAS	VEREDA SAN RAFAEL
PORTAL DEL SOL	VIVIENDAS TURÍSTICAS	SECTOR SARDINAS
DONDE SE OCULTA EL SOL	VIVIENDAS TURÍSTICAS	VDA EL GUINEO FINCA BETANIA QUEBRADA LAS SARDINAS

Identificación y Caracterización de la Superestructura Turística.

Gestión Pública.

Actualmente, el municipio de Villagarzón cuenta con un consejo de turismo el cual fue creado en el año 2020. Por otro lado, la secretaria de desarrollo rural y medio ambiente es la actual dependencia municipal encargada del sector turismo del municipio.



El actual plan de desarrollo municipal vislumbra las siguientes metas dentro del sector turismo:

Tabla 38. Estado actual metas del plan de desarrollo municipal de Villagarzón

METAS	ESTADO ACTUAL
SERVICIO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	PENDIENTE
IMPLEMENTACIÓN DE RUTAS Y SENDEROS TURÍSTICOS	PENDIENTE
CONSTRUCCIÓN DE MONUMENTO (CENTRO INTERPRETATIVO)	PENDIENTE
SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	PENDIENTE
APOYO FINANCIERO EN EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN TURÍSTICA.	PENDIENTE

Fuente: Plan de desarrollo Villagarzón

Proyecto Públicos.

Los participantes y autoridades locales manifiestan la importancia de implementar un **punto de información turística** del municipio ya que actualmente el municipio no dispone de este complejo, dato corroborado durante las visitas de reconocimiento del territorio.

Actualmente, el municipio dispone con una instalación dentro del programa de **colegios amigos del turismo**, el colegio Nuestra Señora del Pilar. Por otro lado, el municipio pertenece al programa de **pueblos que enamoran** impulsados por el gobierno nacional de Colombia ganando su lugar dentro de los primeros 25 pueblos seleccionados dentro de este proyecto que busca promocionar el destino, preservar la cultura y tradiciones del municipio, creación de imagen, posicionamiento y crecimiento económico.

Por otro lado, la importancia de la construcción del actual plan de desarrollo turístico y su posterior cumplimiento servirán como base para la progresión y viabilidad turística del municipio.

Gremios del Sector.

Actualmente, la ausencia de gremios turísticos hoteleros es nula según los resultados que arrojan los talleres participativos y las investigaciones de material secundario, en donde los participantes afirman “los gremios no están definidos a la fecha”. No obstante, existe presencia de la asociación de guías de turismo andino – amazónicos y por otro lado en el atractivo turístico “Donde se Oculta el Sol” se encuentra la presencia de la Asociación Ecoturística Donde se Oculta el Sol, la Asociación de Turismo Etnocampesina Andino amazónica del bloque San Juan, la Asociación de Turismo de Naturaleza y vida (Malecón de la esperanza) y la Asociación Campesina Agropecuaria la Heredia (complejo recreacional ecoturístico Jacaranda).

Capacitación y Formación Turística.

En cuanto a la enseñanza turística el municipio cuenta con la presencia del SENA, con programas específicos y que apuntan al beneficio turístico como lo son: Tecnología en guianza



turística, Técnico en operación turística local y técnico en cocina enfocado en servicio al cliente y turismo según afirman los participantes y autoridades locales.

Servicios de Apoyo.

El municipio de Villagarzón cuenta con los siguientes servicios de apoyo constituidos y operativos.

Tabla 39. Servicios de apoyo municipio de Villagarzón

✓	Cuerpo de Bomberos Voluntario de Villagarzón, DNBC
✓	Defensa Civil Colombia, Seccional Villagarzón
✓	Servicios financieros por parte de:
●	Sucursal Bancolombia
●	BBVA
●	Banco Agrario
●	Contactar Microfinanciera

Usos del Suelo para Actividades Turísticas POT/EOT/PBOT.

Actualmente, el municipio de Villagarzón cuenta con EOT formulado en el año 2011 en donde se planteó la posibilidad de usos del suelo rural para actividades de ecoturismo definiendo los usos del suelo por categoría de la siguiente manera:

Tabla 40. Usos del suelo por categoría Vilagarzón

USO DEL SUELO POR CATEGORÍA			
USO PRINCIPAL (PL)	USO COMPLEMENTARIO (CO)	USO RESTRINGIDO (RE)	USO PROHIBIDO (PR)
✓ Áreas de sistemas Silvopastoriles.	✓ Agricultura sin limitaciones.	✓ Área de tierras forestales para la producción.	-
✓ Áreas de agroforestería con cultivos anuales.	✓ Área de agricultura con mejoras y ganadería.	✓ Área de tierras forestales para la protección	
✓ Áreas de agroforestería con cultivos permanentes.			



Necesidades de Educación y Uso de la Tecnología.

Necesidades de Educación Para el Turismo.

Instituciones Educativas.

El entorno educativo en el municipio de Villagarzón es reflejado desde el ámbito de los programas académicos presentes en el municipio. En donde la principal entidad educativa técnica o superior proponente de programas académicos relacionados con el sector turismo es el SENA con programas tales como: Tecnología en guianza turística, técnico en operación turística local y otros programas afines como; técnico en cocina.

Ilustración 18. Taller sistema turístico Villagarzón (1).



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Por otro lado, los más jóvenes cuentan sin presencia de del programa de “colegios amigos del turismo” iniciativa creada por el gobierno nacional cuyo objetivo es que los más jóvenes expresen y examinen los medios y congruencias que el turismo les ofrece en cada una de las regiones del país. No obstante, el colegio agropecuario de Villagarzón se encuentra incentivando el estudio de materias relacionadas con agroturismo.

De igual manera, la falta de programas académicos de nivel universitario relacionados con el sector turismo en la región, impiden el crecimiento intelectual y vocacional de empresas dedicadas al turismo, así como también, la sana competencia del sector en materia de regulación de precios, creación de subproductos articulados a grandes productos turísticos y falta de investigaciones académicas relacionadas con el sector turismo.

Otras debilidades presentes en el municipio de Villagarzón mencionadas en el taller fueron; “la ausencia de programas universitarios para que técnicos o tecnólogos terminen sus estudios



profesionales”, “no hay oferta integral en capacitaciones de turismo” y finalmente “insuficiente cantidad de instituciones relacionadas con el programa colegios amigos del turismo”.

Inclusión de Idiomas.

Actualmente, el municipio presenta una demanda considerable proveniente de países extranjeros, en donde el inglés es su idioma nativo o segundo lenguaje nacional. Por tal motivo, el aprendizaje del idioma inglés es un valor agregado presente para tener en cuenta en el sector turístico del municipio de Villagarzón.

Del mismo modo, dentro del marco y desarrollo del taller DOFA realizado en el municipio de Villagarzón el día 22 de abril del 2022, la falta de apoyo público en torno al aprendizaje de segundos idiomas, como becas educativas o descuentos a estudiantes técnicos o tecnólogos de carreras relacionadas con el turismo a operadores turísticos.

Ilustración 19. Taller DOFA Villagarzón (1)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Educación Turística.

Es importante destacar debilidades obtenidos durante el taller DOFA en el municipio de Villagarzón, en donde en el apartado de capacitaciones a prestadores de servicios turísticos, destacan la importancia de mejorar aspectos como las “Débiles capacitaciones en temas de turismo.”, o que “No hay alternativas en los horarios para participar en las capacitaciones.”, y finalmente que “No hay facilidad de acceso para participar de los espacios.”.



Por otro lado, es importante destacar la presencia de instituciones como el SENA para brindar capacitaciones en atención al cliente ya sea de manera presencial o virtual.

Ilustración 20. Taller Sistema turístico Villagarzón (2)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

En cuanto a la cultura educativa disponible para inversionista se evidencia la falta de estudios sobre el mercado y la ausencia de herramientas de planificación turística.

En cuanto a las capacitaciones y sensibilizaciones a la comunidad en general, se identificaron aspectos claves como; la falta de socialización y capacitación de talleres para la sensibilización de las comunidades indígenas, la falta de convocatorias y buena difusión de los talleres o capacitaciones y la poca inclusión en los mismos de las comunidades indígenas. No obstante, es destacable el gran interés de las comunidades indígenas en prestar servicios turísticos de manera respetuosa con sus creencias, costumbres y cultura.

Al momento de resaltar las capacitaciones a empleados del sector turismo lo participantes del taller indicaron como debilidades: la falta de espacios de capacitación para los empleados, las actuales ofertas de capacitación no satisfacen las necesidades existentes de los empleados del sector, no se incluyen o convocan a todos los emprendimientos, y finalmente muchas ofertas de capacitación son direccionadas únicamente para algunos empresarios. En cuanto a las fortalezas destacaron: La existencia de programas virtuales y la accesibilidad a estos cursos por parte del instituto tecnológico del putumayo, y por medio del SENA.



Ilustración 21. Reunión con representantes de comunidades indígenas Villagarzón

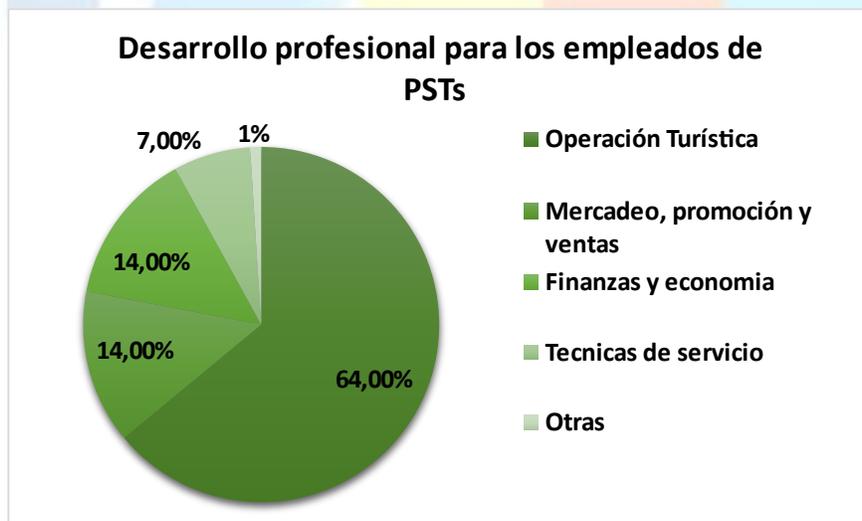


Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

El desarrollo de capacitaciones y sensibilización a las minorías étnicas presentes en el municipio presenta dificultades como la falta de inclusión de programas de capacitación con metodologías acordes a la identidad cultural presente en las comunidades indígenas.

Del mismo modo el 61,5% de las empresas prestadoras de servicios turísticos aclararon en la encuesta realizada durante el mes de mayo de 2022, que diseñan capacitaciones para sus empleados en donde resaltan programas para el desarrollo profesional de los empleados destacando los siguientes:

Ilustración 22. Programas de desarrollo profesional a los empleados - Villagarzón



Fuente: Elaboración propia encuesta a empresarios turísticos de Villagarzón



Cuadro Resumen Necesidades de Educación.

Tabla 41. Resumen de necesidades de Educación turística en Villagarzón

ASPECTOS	NECESIDAD (A menor % mayor necesidad)				
	20%	40%	60%	80%	100%
INSTITUCIONES EDUCATIVAS	X				
Diversidad de instituciones académicas	x				
Colegios amigos del turismo	x				
Diversidad de programas académicos relacionados al sector turismo	x				
INCLUSIÓN DE IDIOMAS			X		
Demanda de idiomas complementarios				x	
Facilidad en el acceso al aprendizaje de idiomas			X		
EDUCACIÓN TURÍSTICA			X		
Capacitaciones a empresarios turísticos			X		
Capacitaciones a comunidades en general				x	
Capacitaciones a empleados del sector turismo			X		

Necesidades de Uso de la Tecnología Para el Turismo

Tecnología de los PSTs.

Durante el desarrollo del taller DOFA aplicado en el municipio de Villagarzón se identificaron fortalezas al momento de contar con equipos y herramientas digitales para aplicar tecnologías de marketing digital y programas de software usados en el sector turismo. No obstante, la principal debilidad encontrada en el municipio es la conectividad de manera bidireccional tanto por parte de los equipos propios de los prestadores de servicios turísticos, así como también, la ausencia de información turística y el desconocimiento en general de los prestadores en bases de datos.

Dentro de las amenazas más significativas los habitantes del municipio de Villagarzón aseguran “no estar preparados para la llegada de nuevas tecnologías”, o la llegada de operadores turísticos “con mejor calidad en el servicio por el uso y aplicaciones de tecnológicas de alta gama” y la falta de competitividad debido a estar ubicados en un “destino con falta de tecnología”.

Otro aspecto importante detectado es la falta de desarrollo de las páginas webs de los diferentes prestadores de servicios turísticos, dificultando la posibilidad de realizar reservas, pagos en línea, solicitudes de información, contacto directo con posibles clientes, y bajos niveles de articulación entre diferentes páginas y sitios web referentes del municipio.



Ilustración 23. Taller DOFA Villagarzón (2)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Conexión y Estabilidad de la Tecnología.

En cuanto a los servicios de internet prestados a los habitantes del municipio y a sus visitantes, los participantes del taller afirmaron: la débil conexión presente en el municipio en general en donde entrar a redes sociales es muy limitado y con velocidades muy lentas. Otro aspecto importante es la conexión y estabilidad el cual presenta irregularidad en el servicio de internet con caídas e intermitencia.

Como aspecto positivo o fortaleza se ve como los prestadores de servicios turísticos implementan herramientas de promoción de sus servicios y actividades por redes sociales y la fácil accesibilidad al momento de usar dichas herramientas. Por otro lado, el municipio recibe nuevos nuevos proveedores de servicio de internet en las zonas urbanas. Esto se verifica con los resultados de las encuestas a prestadores de servicios turísticos en donde el principal método de promoción para sus empresas son las redes sociales con al menos un 80% de los votos.

Esto se confirma con los resultados de la encuesta realizada a prestadores de servicios turísticos en el municipio de Villagarzón, en donde al momento de preguntar si los sistemas de comunicaciones actuales del emprendimiento permiten a usuarios conexión nacional e internacional de manera permanente o parcial, en donde al menos un 76,9% de los participantes indicaron que su sistema de comunicaciones era parcial.

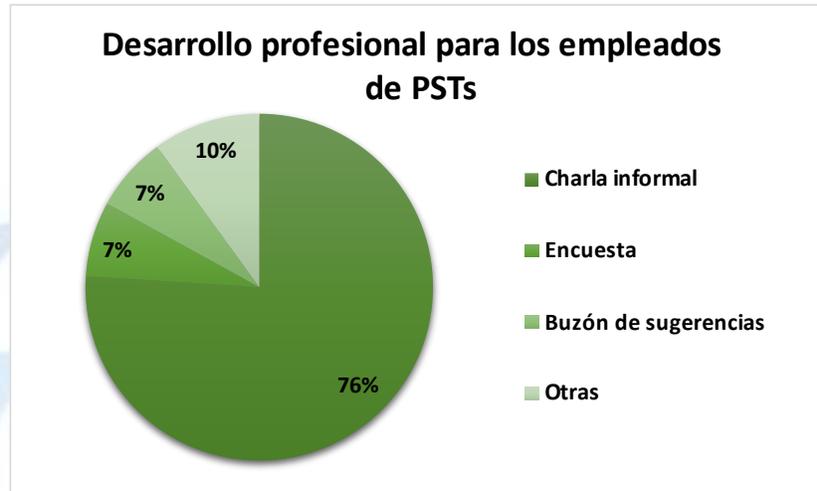
Mecanismos Tecnológicos Usados por las Empresas.

Durante el mes de mayo de 2022 se practicaron encuestas a PSTs en el municipio de Villagarzón, al momento de medir el grado de satisfacción de los usuarios que adquieren los



servicios o actividades de los prestadores de servicios turísticos, los resultados indican que el uso de los medios tecnológicos es realmente bajo comparado con métodos tales como las charlas informales como se puede observar en la siguiente gráfica:

Gráfica 21. Método para determinar la satisfacción del cliente – Villagarzón



Fuente: Elaboración propia encuesta a empresarios turísticos de Villagarzón

Por otro lado, al momento de preguntar sobre si los participantes de la encuesta (Prestadores de servicios turísticos) tendrían sistematizadas las operaciones de su empresa, al menos un 76,9% de los participantes indicaron que no tenían sistematizadas sus operaciones.

En donde las principales tecnologías utilizadas por los prestadores de servicios turísticos fueron:

- ✓ Excel
- ✓ Teléfono
- ✓ Software para reservas
- ✓ WhatsApp
- ✓ Refrigeración de alimentos
- ✓ Herramientas de ofimática
- ✓ Redes sociales

Otros Aspectos Tecnológicos.

Para el manejo de ofimática y/o software especializado por parte de los prestadores de servicios turísticos del municipio de Villagarzón presenta según los participantes del taller DOFA realizado en el mes de abril de 2022, es nivel “Medio – Bajo”, incluyendo dentro de este taller afirmaciones como: “No se utilizan muchas herramientas de ofimática”, “No se cuenta con



conocimientos sobre el tema”, “No se tienen los recursos para adquirir un buen software” o la “Falta de capacitación en el uso de estas herramientas”.

De esta manera, se determina el aprovechamiento e inclusión de nuevas tecnologías en los emprendimientos en donde los participantes del taller aseguraron: “Se desconoce las nuevas tecnologías para fortalecer su empresa”, “No se cuenta con capacitaciones sobre el tema” y finalmente indicaron “No se cuenta con recursos económicos para adquirir nuevas tecnologías”. Por otro lado, como fortalezas aseguran contar con un buen manejo de herramientas básicas de marketing digital.

Ilustración 24. Taller DOFA Villagarzón (3)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Finalmente, en cuanto al uso del manejo de información como el buen uso de correos electrónicos, números de contacto y respuestas en redes sociales, se detectaron debilidades tales como: el “El internet afecta el buen uso de las redes y el manejo de información” y “manejo básico en redes sociales por desconocimiento”.

Cuadro Resumen Necesidades en Tecnología.

Tabla 42. Resumen necesidades de tecnología en el municipio de Villagarzón

ASPECTOS	NECESIDAD (A menor % mayor necesidad)				
	20%	40%	60%	80%	100%
TECNOLOGÍA DE LOS PSTS.		X			



Equipos y herramientas tecnológicos			x		
Páginas Web		x			
CONEXIÓN Y ESTABILIDAD DE LA TECNOLOGÍA		X			
Conexión a internet	x				
Manejo de las redes sociales		x			
MECANISMOS TECNOLÓGICOS USADOS POR LAS EMPRESAS.		X			
Métodos para determinar la satisfacción del cliente			x		
Sistematización de operaciones	x				
Diversificación de herramientas operacionales	x				
OTROS ASPECTOS TECNOLÓGICOS.			X		
Manejo de la ofimática y software especializado	x				
Aprovechamiento de las tecnologías			x		
Manejo de información			x		

Análisis DOFA.

Metodología Para el Análisis DOFA

Para la elaboración de los planes de los planes turísticos convencionales para el municipio de Villagarzón del departamento de Putumayo, programados a vigencia de los años 2020 – 2030, se realizó el desarrollo de la **Etapas de diagnóstico: (limitantes y potencialidades de la situación de cada municipio en materia de turismo)**, mediante talleres constructivos de aplicación de la herramienta DOFA, conjuntamente realizado con prestadores de servicios turísticos, empresarios, comunidades con enfoque diferencial, instituciones públicas, privada, y actores clave del sector turístico del municipio de Villagarzón.

Ilustración 25. Taller DOFA Villagarzón evidencias fotográficas (1)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta



Ilustración 26. Taller DOFA Villagarzón evidencias fotográficas (2)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta

Ilustración 27. Taller DOFA Villagarzón evidencias fotográficas (3)



Fuente: Fotografía realizada por el equipo de trabajo de Fundaculta



En el taller realizado se pudo identificar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del territorio para el desarrollo del turismo, a través de mesas de trabajo con actores locales de acuerdo con los resultados de las obligaciones específicas anteriores, mediante la herramienta de análisis DOFA para cada uno de los municipios.

A continuación, se presentan el desarrollo del taller y el insumo generado conjuntamente DOFA, teniendo en cuenta los diferentes aspectos que hacen parte del sector turístico.

Debilidades y Fortalezas.

Análisis detallado de la situación actual presentada en el municipio de Villagarzòn, con relación al entorno en el sector turístico.

Tabla 43. Taller DOFA análisis del aspecto infraestructura

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
INFRAESTRUCTURA										
Estado de las vías			X							
Señalización General			X							
Señalización Turística	X									
Calidad del servicio de transporte			X							
Frecuencia servicio de transporte			X							
Transporte especializado			X							
Servicios terminales de transporte						X				
Servicio de aeropuerto					X					
Otras modalidades de transporte				X						
Servicio de energía				X						
Servicio de alcantarillado			X							
Servicio de recolección de basuras				X						
Servicio de acueducto			X							
Servicio de telecomunicaciones			X							
Seguridad para el turista			X							
Servicios de salud			X							
Acceso a atractivos turísticos		X								

El municipio de Villagarzòn catalogado como el corazón del putumayo por contar con una rica gama de biodiversidad se viene convirtiendo en un destino turístico con potencial en recursos naturales y culturales por la presencia de sus comunidades indígenas, que poco a poco ha ido avanzando y creciendo en la base empresarial que se dedica a actividades de sector turístico.



Actualmente el sector vial cuenta con una vía nacional panamericana que conectan el municipio con otros departamentos como, Caquetá, Huila, Nariño y con el país cercano frontera con Ecuador, solo cuenta con dos carriles para tránsito (ida-regreso), las condiciones actuales en las que se encuentran es en Mal estado de las vías primarias, secundarias y terciarias, algunas vías presentan fallas geológicas , en todas las vías del municipio no hay acceso peatonal ni señalización, ni buena iluminación, la señalización de tránsito es mínima, no hay señalización que direccionen los sitios turísticos, falta iluminación dentro de los atractivos turísticos, señalización de los corredores ambientales, no existe señalización en los senderos de sitios turísticos y también señalización de prevención de riesgo en los atractivos turísticos lo que incrementa el alto grado de accidentalidad de los turistas.

El servicio de transporte intermunicipal maneja un constante servicio, pero no se brinda un servicio de calidad para los turistas que a veces lo utilizan, no existe transporte especializado en rutas turísticas en los corredores de Villagarzòn dedicadas especialmente al servicio del turismo que estén certificados y que presten servicio de vehículos de transporte con las comodidades de lujo. Actualmente se cuenta con un terminal intermunicipal, un terminal rural con su planta estructural y operativa en buenas condiciones, pero no se realiza control de servicio de transporte y condiciones mecánicas, no hay una buena atención al cliente, visitante o turista que llega al municipio.

De igual manera existe un aeropuerto denominado aeropuerto Cananguchal ubicado en la vereda canangucho a 10 minutos del municipio de Villagarzòn, donde se reciben la llegada de turistas al municipio y a todo el departamento, cuenta con una infraestructura operativa antigua y pequeña, lo que ocasiona manejar muy pocas frecuencias de vuelo al día y a la semana, los costos en las tarifas son muy altos y su mayor limitación es la infraestructura tan mínima y el medio transporte para trasladar del aeropuerto hasta el destino del turista o visitante, no se cuenta con buenas herramientas tecnológicas, pantallas, avisos o puntos de información para que el turista se pueda orientar sobre la oferta turística local y del departamento.

Los servicios básicos como energía, alcantarillado, recolección de basuras, servicio de acueducto, servicio de telecomunicaciones, salud son nivel medio, es intermitente y presentan muchas fallas, las limitaciones del territorio al no contar con hospitales de 3 nivel incrementan el riesgo de muerte, los servicios de telecomunicaciones no presentan buena cobertura y señal, lo que dificulta el uso de tecnologías avanzadas y manejo de redes sociales en el municipio.



Tabla 44. Taller DOFA análisis del aspecto atractivos turísticos

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Atractivos turísticos										
Patrimonio natural Sitios / recursos naturales			X							
Patrimonio Cultural / Recursos Culturales			X							
Festividades y eventos				X						
Patrimonio inmaterial Gastronomía / Técnicas ancestrales de artesanía			X							
Diversidad en los atractivos turísticos				X						

El municipio cuenta con un amplio potencial en recursos naturales y culturales, pero actualmente las condiciones de algunos sitios no son favorables, el acceso a atractivos turísticos vías de acceso, caminos, senderos, puentes colgantes, señalización turística y general, se encuentran en mal estado, mal manejo de las aguas residuales, deterioro de las aguas que hacen parte del atractivo y sus fuentes hídricas.

Por otro lado, no hay infraestructura turística para disminuir los peligros en algunos tramos del sendero donde no se cuenta con ningún tipo de contención preventiva para el tránsito de turista, la falta de conectividad, la presencia de turismo informal, la insuficiente guía turística con interpretación ambiental, la poca concientización a los turistas sobre el cuidado del medio ambiente, hacen que exista un riesgo latente en la sostenibilidad turística del municipio.

El patrimonio cultural / recursos culturales tienen un significativo potencial, pero actualmente las comunidades indígenas no están relacionadas con el sector turismo, ha sido difícil el acercamiento entre las comunidades indígenas y el sector, se requiere sensibilizar a las comunidades indígenas y fortalecer la gastronomía, Artesanía, festividades entre otros.

Tabla 45. Taller DOFA análisis del aspecto superestructura

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Superestructura										
Delimitación de funciones				X						
Eficiencia de las entidades				X						



Gestión pública				x						
Diversidad de gremios en el sector				x						
Entidades educativas en pro del turismo				x						
Servicios de apoyo complementarios al sector turismo				x						
Usos del suelo definidos		x								

La superestructura permite analizar cómo se encuentra los roles de cada actora clave de la cadena de valor del sector turismo, actualmente el sector turismo está a cargo de la secretaria de agricultura y se maneja un enlace de turismo municipal con cargo provisional por lo tanto es difícil tener permanencia de los procesos que se realizan, los recursos designados son mínimos para fortalecer el sector turístico.

En el municipio no se tienen unidades de policía de turismo, no hay control público del (RNT) Registro nacional de turismo, no hay inversión pública, para la construcción de puentes en los sitios/atractivos turísticos con potencial. Los programas de educación y capacitación que ofrecen las autoridades nacionales permiten fortalecer e incentivar el turismo en las regiones, pero hay poco interés por que son virtuales, solo el Sena tiene programas de formación técnicos y tecnologías presenciales, hay una débil oferta de instituciones educativas en pro del turismo y no hay oferta integral de capacitaciones en turismo.

Tabla 46. Taller DOFA análisis del aspecto planta turística

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Planta turística										
Ubicación cerca de atractivos				x						
Densidad de prestadores de servicios turísticos				x						
Posibilidades de expansión por parte de las empresas prestadoras de servicios turísticos					x					

La Planta turística del sector turismo, presente una debilidad la gran mayoría de la ubicación de los atractivos turísticos y culturales del municipio están alejados de las carreteras, las vías de acceso están en mal estado, carreteras, caminos, senderos, puentes, entre otros, Senderos



deteriorados en mal estado, Fallas geológicas en senderos, predios compartidos para acceder a los caminos para llegar a los sitios turísticos.

La densidad de prestadores de servicios turísticos es débil aún no se tiene consolidada una base empresarial turística fuerte para el desarrollo del municipio, no hay articulación en los prestadores de servicios turísticos, existe desconocimiento de la oferta turística, no hay base de datos emprendimientos que presten servicios para fortalecer la oferta.

Posibilidades de expansión por parte de las empresas prestadoras de servicios turísticos es mínima debido débil apoyo institucional, designación de recursos públicos y falta de recursos económicos para el fortalecimiento del mismo, la falta de clientes o turistas permanentes, los actuales son el flujo de turistas nacionales, locales que no permutan mucho tiempo para generar una buena rentabilidad en las empresas prestadoras de servicios turísticos.

Tabla 47, Taller DOFA análisis del aspecto mercados

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS										
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%	
Mercados											
Productos turísticos definidos					X						
Información del mercado objetivo (perfil del turista definido)					x						
Apuesta por nuevos productos y segmentos de mercado		x									

El municipio necesita Establecer estudios de mercado y oferta que permitan conocer el segmento de mercado y fortalecer la existente de los productos de Turismo de naturaleza, aventura, bienestar y aves. El desconocimiento por parte de los actores locales, prestadores de servicios turísticos y comunidad en general, hace que se pierda la oportunidad de fortalecer los existentes productos, así como también de generar nuevos productos turísticos en cuanto a la oferta cultural que se cuenta. El segmento de mercado extranjero se disminuyó debido a la pandemia, por lo tanto, el mayor lujo de turistas es nacionales y locales, con poca permanencia en el municipio.

Es importante fortalecer una de las grandes debilidades que es no conocer ni contar con Información del mercado objetivo (perfil del turista definido), lo que dificulta apostar por nuevos productos y segmentos de mercado nacionales e internacional que permitan ampliar mercado, teniendo en cuenta la oferta turística existente.



Tabla 48. Taller DOFA análisis del aspecto información

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Información										
Información general del destino para el turista				x						
Información específica de atractivos para el turista				x						
Información específica de prestadores de servicios turísticos para el turista	x									
Información general del destino para inversionistas	x									
Información específica de atractivos para el inversionista	x									
Informática en las empresas prestadoras de servicios turísticos	x									

La Información general del destino para el turista, es muy débil actualmente el municipio no cuenta con una oficina de turismo, puntos de información turística, rutas turísticas establecidas, no tiene vallas publicitarias y no hay plataformas web turísticas que promocionen la oferta turística del municipio. también una gran debilidad para e posible inversionista es que no hay en un lugar digital o físico Información general del destino, Información específica de prestadores de servicios turísticos para el turista, Información específica de atractivos para el turista, solo existe una página web denominada visitaputumayo.com que cuenta con información del departamento en general, esta página es administrada por la cámara de comercio del Putumayo.

Tabla 49, Taller DOFA análisis del aspecto tecnología

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Tecnología										
Informática en las empresas prestadoras de servicios turísticos				x						
Conexión y estabilidad en las redes				x						
Conexión y estabilidad de los servicios de internet			x							
Manejo adecuado de ofimática y/o software especializado			x							
Aprovechamiento e inclusión de nuevas tecnologías en los emprendimientos				x						
Buen manejo de la información (correos electrónicos, números de contacto, redes sociales)				x						



La Informática en las empresas prestadoras de servicios turísticos es una gran debilidad, no realizan el aprovechamiento e inclusión de nuevas tecnologías en los emprendimientos, ni manejo adecuado de ofimática y/o software especializado debido a las debilidades en el servicio de Conexión, falta de capacitación sobre el tema y estabilidad en las redes es débil la mínima cobertura y calidad en el servicio en la conexión de redes sociales es inestable y lenta debido al servicio de internet intermitente, solo se manejan páginas web básicas sin sistemas de pagos en línea, utilizadas con mínima tecnología.

Tabla 50. Taller DOFA análisis del aspecto educación

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Educación										
Capacitación a prestadores de servicios turísticos					X					
Capacitación a empresarios e inversionistas					X					
Capacitaciones y sensibilizaciones a la comunidad en general				X						
Capacitaciones y sensibilizaciones a las minorías étnicas presentes en el municipio				X						
Capacitaciones a empleados del sector turismo					X					

La capacidad instalada en la base empresarial de la cadena de valor turístico es baja, hay deficiencia en la capacitación a prestadores de servicios turísticos, hay debilidades en temas de turismo, No hay alternativas en los horarios para participar en las capacitaciones, no se tiene opciones de facilidad de acceso para participar de los espacios, se requiere de temas de capacitación que satisfagan las necesidades existentes de los prestadores de servicios turísticos y la cadena de valor.

Las capacitaciones para empresarios e inversionistas no se realizan por que se desconoce completamente el territorio y su oferta turística, se requiere de talleres prácticos y capacitaciones dinámicas, sensibilización con la comunidad, principalmente con las comunidades indígenas que habitan en el municipio, para generar mayor inclusión de capacitación de turismo accesible. Se requiere de capacitaciones constantes que permitan fortalecer y mejorar los servicios y la oferta turística que se ofrece en el municipio.



Tabla 51, Taller DOFA análisis del aspecto otros aspectos

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Otros Aspectos										
1. Gestión pública			X							
2. Gremios de sector turismo				X						
3. Festividades y eventos			X							
4. Programas de capacitación			X							
5. Seguridad del turista			X							
6. Servicio de salud				X						
7. Acceso a atractivos turísticos			X							

El municipio de Villagarzòn, presenta grandes debilidades que se pueden convertir en fortalezas si se realiza mejoras en los diferentes aspectos técnicos del sector turismo, muchas de ellas tienen que ver con la necesidad de implementar herramientas de planificación turística (inventarios turísticos, base empresarial y emprendimientos), que permitan la planeación real a las situaciones actuales que presenta el sector.

Se cuenta con potencial natural y cultural pero se carece infraestructura turística, vías de acceso en buen estado que permita fortalecer los recursos naturales y culturales para que se potencialicen como una oferta turística, no hay señalización turística ni vial para llegar hasta los sitios turísticos y culturales, debilidad en servicios de internet y telecomunicaciones en las zonas rurales Falta de seguridad turística para los visitantes o turistas que visitan el territorio teniendo en cuenta que son territorios de paz, la falta de capacitaciones con enfoque diferencial para que puedan incluirse en la oferta turística.

Los instrumentos de planeación territorial y sectorial identifican a la inseguridad turística como una de las principales problemáticas del sector, pero no especifican alternativas de mitigación o prevención, las deficiencias e inexistencias de protocolos de seguridad en destino y atractivos, no permiten rutas turística seguras.



Amenazas y Oportunidades

Tabla 52. Taller DOFA análisis del aspecto normas

ASPECTO	AMENAZAS Y OPORTUNIDADES									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Normas										
Normas nacionales					X					
Normas departamentales					X					
Normas municipales				X						

Las amenazas latentes en el municipio de Villagarzòn para el sector turístico en cuanto a la planificación turística se ven reflejadas en la no consolidación de oferta turística del municipio y la no identificación del segmento de mercado, el desconocimiento y la falta de aplicación de normas turísticas nacionales, departamentales, municipales, hace que el municipio no tenga competitividad ni calidad turística, no sea reconocido como destinos emergentes y se convierte en un destino turístico inseguro de visitar .

Tabla 53. Taller DOFA análisis del aspecto tecnología

ASPECTO	AMENAZAS Y OPORTUNIDADES									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Tecnología										
Nuevas tecnologías emergentes					X					
Llegada de nuevas tecnologías					X					

Existe una gran amenaza que afecta la evolución y desarrollo del sector turístico, para el municipio de Villagarzòn referente al no uso y aprovechamiento de nuevas tecnologías y tecnologías emergentes en la cadena de valor turístico y base empresarial, debido a que los empresarios no están preparados tecnológicamente, existe rezago en las nuevas tecnologías, puede ocasionar la llegada de operadores turísticos de otros departamentos, con mejor calidad en el servicio por el uso y aplicación de tecnologías de alta gama que facilitan el servicio.



Tabla 54. Taller DOFA análisis del aspecto mercado

ASPECTO	AMENAZAS Y OPORTUNIDADES									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Mercado										
Tendencias de mercado nacional					X					
Tendencias de mercado interno					X					
Tendencias de mercado internacional					X					
Actuales competidores					X					
Productos actuales					X					
Nuevos productos					X					
Nuevos competidores					X					

Actualmente el municipio de Villagarzòn no cuenta con el segmento de mercado específico reconocido y apropiado para generar estrategias de fortalecimiento y ampliación del Mercado frente a la oferta turística existente. Actualmente se desconocen de las tendencias de mercado internacional, actuales competidores, Productos actuales, ocasionando una desventaja a nivel local, regional, nacional e internacional frente a otros municipios turísticos que están en este momento creando nuevos productos turísticos, promocionando y fortaleciendo la oferta turística local. Lo que nos genera amenazas en la percepción del destino del no reconocimiento como destino turístico emergente, destino sin calidad turística para el mercado nacional e internacional, destino inseguro y peligroso.

Tabla 55. Taller DOFA análisis del aspecto otros aspectos

ASPECTO	DEBILIDADES Y FORTALEZAS									
	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Otros Aspectos										
Infraestructura turística					X					
Transporte					X					
Patrimonio cultural					X					
Inclusión del enfoque diferencial en el sector turismo					X					

Existen otros aspectos importantes también que se incluyeron para complementar algunos ítems del DOFA, como: Infraestructura turística, Transporte, Patrimonio cultural, Inclusión del enfoque diferencial en el sector turismo que son relevantes en la presentación actual del sector turístico.



La existencia de estos aspectos genera brindar un servicio con mínima calidad turística, factor importante que no permite el avance de la oferta turística, generando mínimas visitas de turista al municipio, Insuficiente Oferta de servicios de transporte para el turista que desea visitar el municipio, Pérdida de identidad cultural por la no apropiación de la cultura indígena de generación en generación (artesanías, tejido, chaquiras, otros), Usurpación de los usos, costumbres de la comunidad indígenas, medicina tradicional pérdida de control de los encargados para suministrarla.

Pero a la vez La inclusión de comunidades con enfoque diferencial, genera retrasos en los procesos debido a la diferencia de pensamiento que existe, por lo tanto, es una gran amenaza para ciertos procesos de fortalecimiento por lo que requieren de una metodología especial para este tipo de población. Pero a su vez se puede generar una fuerte oportunidad de ofertar un negocio único y diferencial si se logra concertar metodologías con las poblaciones se puede generar un producto turístico con enfoque diferencial incluyente.

Las fotografías de la realización del taller y listados de asistencias se encuentran en el **Anexo 2.**

Vocación Turística del Municipio de Villagarzón.

Vocación Turística.

Actualmente el termino vocación turística despierta un recelo en la comunidad del sector turismo. En donde múltiples definiciones hacen lugar a la definición de la “vocación turística”, *representada por una serie de limitaciones y posibilidades hacia la actividad turística que tienen los países, regiones y subregiones, por poseer riquezas eminentemente turísticas.* (UMSA, 2009).

La vocación turística también es definida como... *el estudio de la imagen proyectada del destino y la percibida por los clientes*, en donde el elemento más relevante para su estudio es la “imagen” la cual es definida desde la percepción que tienen los turistas y no desde la realidad objetiva del propio destino. De este mismo modo autores como Gallarza, Gil y Calderón aseguran que *la imagen del destino es un concepto subjetivo, concebido como una percepción del turista.* (UCOL, 2019)

Por otro lado, la vocación turística en actividades prácticas como la “detección de la vocación turística y perfil empresarial de los habitantes de la Costa Yucateca que prestan servicios



de turismo” definen el termino como... *la disposición e interés de los habitantes de una zona para desempeñarse en el sector de servicios turísticos con la finalidad de promoverlo y beneficiarse de él* (UTM, 2017). No obstante, este concepto esta únicamente relación con actores y no con el territorio.

Hasta el momento la teoría científica analizada nos permite determinar la vocación turística desde puntos de partida específicos, y no desde la articulación de múltiples variables, lo que conlleva a realizar análisis predispuestos por actores involucrados, por la imagen del destino o incluso en otras teorías tomando únicamente en cuenta el uso de atractivos y recursos turístico como apartado para la medición de la vocación turística.

Para determinar la vocación turística de un municipio es importante reconocer múltiples variables, como lo pueden ser *las aptitudes y características de las comunidades, recursos naturales y culturales, y los atractivos turísticos del territorio, estos contrastados con las capacidades presentes en el destino dispuestas por la población, complementando esta información con el análisis y perfil de los turistas* entendido, como la demanda turística (UQR, 2014).

De esta manera y en relación con lo expuesto por el estudio realizado por la Universidad Quintana Roo (UQR) para determinar la vocación turística del destino Tuxtla Gutiérrez en Chiapas, México. Es importante realizar un cruce de variables como se evidencia en la “Propuesta metodológica para la medición y valoración turística dentro de una ciudad. Estudio de caso en las ciudades de Medellín y Bogotá, Colombia.” En donde se entiende la vocación turística como una construcción social que relaciona dos elementos: **la aptitud y la capacidad** (López, Gómez, Sepúlveda, & Ochoa, 2017).

Definición de la Vocación Turística.

Para asegurar el desarrollo del **producto 2.2.13** del **entregable 3**. el equipo de trabajo de Fundaculta, propone definir la vocación turística como: *la medición cuantitativa del entorno turístico de un lugar, asociado al cruce de las variables de aptitud y de capacidad las cuales se encuentran directamente relacionadas con el sistema turístico y sus complementos.*

En donde la aptitud hace referencia a factores relacionados con los atractivos turísticos, planta turística, e infraestructura y superestructura turística, y la capacidad hace referencia a factores relacionados con la oferta y la demanda turística, la viabilidad de los productos turísticos presentes, el uso de las tics y las necesidades de educación y la planificación y marketing turístico del destino.



Metodología.

Para determinar la vocación turística del municipio de Villagarzón se plantea revisar las variables de capacidad y aptitud, en donde la determinación de la vocación turística se realizará de forma cuantitativa en una escala de **0 a 2**, expresando la disponibilidad o carencia de cada uno de los elementos evaluados en cada variable, denominados para este estudio “factores”.

En donde, cero (**0**) significa la ausencia de componentes de la oferta turística o de la demanda de servicios turísticos, uno (**1**) confirma la existencia de los componentes de la oferta y/o demanda, pero con fuertes limitaciones, y finalmente dos (**2**) expresa la presencia de componentes de la oferta y/o demanda en condiciones aceptables para el aprovechamiento actual del sector turismo.

Esta metodología surge como respuesta a la necesidad de medir múltiples factores dentro de dos diferentes variables, originada en principio únicamente para catalogar la vocación de sitios turísticos de una región y determinado con estos resultados la importancia general del sector analizado **Fuente especificada no válida..** Posteriormente, para analizar la posible determinación de la vocación turística de una ciudad siendo aplicada una variante de la misma por parte de Ledys Vianey López Zapata, Johan Sebastián Gómez, Wilmar Mauricio Sepúlveda y Alexandra Ochoa Vélez, en su documento de propuesta metodológica para la medición y valoración de la vocación turística dentro de una ciudad, siguiendo la misma propuesta de evaluación desarrollada por SETUR en el año 2011 y definiendo las variables de capacidad y de aptitud. (López, Gómez, Sepúlveda, & Ochoa, 2017).

De esta manera el equipo de trabajo de Fundaculta realiza una adaptación de estas propuestas metodológicas para dar cumplimiento a las obligaciones contractuales exigidas por FONTUR al momento de analizar la vocación turística de un municipio en cuestión.

Del mismo modo es importante aclarar: El resultado de la aplicación de la metodología para determinar la vocación turística es un insumo necesario para la identificación de estrategias, programas, proyectos y acciones a realizar dentro del plan de desarrollo turístico del municipio, no es un resultado ligado a si el municipio debe o no proyectarse como un municipio con vocación turística.

Escala de Valoraciones.

Para cada variable se presentará una serie de “factores” que determinaran el resultado total de la variable, en donde se aplicara un promedio general de todos los criterios presentes en cada



factor, sumando los resultados obtenidos de la escala propuesta de **0 a 2**, y dividiendo en el total de criterios presentados para cada factor.

El “esquema de ponderación” hace referencia al porcentaje de participación de cada uno de los factores dentro de la variable analizada, este porcentaje será definida por el equipo de trabajo de Fundaculta, según la importancia y representatividad de cada uno de los factores en torno a las variables que conoceremos en próximos apartados.

Finalmente, los resultados obtenidos por cada variable serán ubicados dentro de una “tabla de vocación turística”, seccionado en 4 secciones identificadas de la siguiente manera; si la variable capacidad y la variable aptitud son menores a 1, se ubicará en la sección 1 llamada “**Municipio sin vocación turística**”, si la variable capacidad es mayor a 1 y la variable aptitud en menor a 1, se ubicara en la sección 2 llamada “**Municipio con capacidad para la proyección turística**”, si la variable capacidad es menor a 1 y la variable aptitud es mayor a 1, se ubicara en la sección 3 llamada “**Municipio con aptitud para la proyección turística**”, finalmente si la variable capacidad y la variable aptitud son mayores a 1, se ubicara en la sección 4 llamada “**Municipio con vocación turística**”. De la siguiente manera:

Tabla 56. Tabla de Vocación Turística

CAPACIDAD	2	SECCIÓN 2 MUNICIPIO CON CAPACIDAD PARA LA PROYECCIÓN TURÍSTICA	SECCIÓN 4 MUNICIPIO CON VOCACIÓN TURÍSTICA
	1	SECCIÓN 1 MUNICIPIO SIN VOCACIÓN TURÍSTICA	SECCIÓN 3 MUNICIPIO CON APTITUD PARA LA PROYECCIÓN TURÍSTICA
	0	1	2
		APTITUD	

Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación del cuadro de vocación turística SECTUR



Variable de Aptitud.

Esta variable se desarrolla en torno al análisis de factores tales como: los recursos y atractivos turísticos presentes en el municipio, la infraestructura dispuesta para el desarrollo del turismo, la planta turística determinada como los actores y/o prestadores de servicios turísticos, y la superestructura encargada del buen desarrollo turístico del municipio.

De esta manera la variable **Aptitud** se analiza en torno a los siguientes “factores” y sus respectivos criterios de análisis y argumentos de calificación como se detalla a continuación:

Tabla 57. Factores, criterios y argumentos de calificación para la variable aptitud.

FACTOR	CRITERIO	ARGUMENTOS DE CALIFICACIÓN
DIVERSIDAD DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	Atractivos naturales	0. Ausencia o presencia de atractivos naturales, pero con restricciones de uso turístico. 1. Presencia de atractivos naturales, con limitada oferta de servicios turísticos. 2. Presencia de atractivos naturales óptimos y con excelente oferta de servicios turísticos.
	Patrimonio material	0. Carencia de diversidad de bienes culturales muebles e inmuebles 1. Bienes culturales presentes, sin servicios turísticos y estado de conservación regular. 2. Bienes culturales presentes, conservados y con oferta de servicios turísticos.
	Patrimonio inmaterial	0. Inexistencia o carencia patrimonio inmaterial con cualquier tipo de significado. 1. Existencia de patrimonio inmaterial con significado local y regional. 2. Existencia de patrimonio inmaterial con gran significado y alto reconocimiento turístico.
	Festividades y eventos	0. Ausencia o carencia de festividades y eventos en el municipio. 1. Festividades y eventos con significado local y regional con buena proyección turística. 2. Festividades y eventos con gran significado y alto reconocimiento turístico.
INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.	Accesibilidad al destino.	0. Acceso al destino incipiente. (vías, aeropuerto, terminal de transporte, puertos, precios, etc.) 1. Acceso dificultoso al destino, presencia de limitaciones y restricciones. 2. Buena accesibilidad al destino, sin limitación y restricciones.
	Accesibilidad a los atractivos.	0. Acceso a los atractivos incipiente o limitado. 1. Acceso a los atractivos dificultoso pero posible. 2. Accesibilidad plena a los atractivos y recursos turísticos del municipio.
	Servicios de conectividad y comunicación.	0. Cobertura general de conectividad y comunicaciones incipiente. 1. Cobertura general de conectividad y comunicaciones limitada. 2. Cobertura general de conectividad y comunicaciones plena.
	Señalización vial general y turística.	0. Ausencia de señalización vial y señalética turística. 1. Señalización vial y señalética turística insuficiente. 2. Adecuada señalización vial y señalética turística.
PLANTA TURÍSTICA	Restaurantes y bares.	0. Ausencia o escasez de restaurantes y bares temáticos 1. Oferta limitada de restaurantes y bares temáticos y especializados en turismo. 2. Amplia oferta de restaurantes y bares dispuestos para el turista.
	Alojamiento y hospedaje.	0. Ausencia de establecimientos de alojamiento y hospedaje 1. Presencia de establecimientos de alojamiento y hospedaje limitados y no diversificados. 2. Amplia oferta de establecimientos de alojamiento y hospedaje temáticos y diversos.
	Agencias de viajes	0. Ausencia de agencias de viajes operadoras y mayoristas. 1. Oferta de agencias de viajes limitada y en proceso de consolidación 2. Amplia oferta de agencias de viajes consolidadas y especializadas en todo tipo de turistas.
	Información turística.	0. Ausencia de información turística y puntos de información turística. 1. Presencia de información sobre el destino y PITs vinculados o no a la red nacional de PITS. 2. Amplia información sobre el destino, PITS y operados locales articulados.
	Oferta de complemento.	0. Ausencia de ofertas complementarias (artesanías, transporte, auditorios, guías, etc.) 1. Oferta complementaria limitada y poco capacitada 2. Amplia oferta complementaria y especializada en el municipio.
SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	Consolidación del sector público.	0. No existe institucionalidad pública dispuesta para atender el sector turismo del municipio. 1. Presencia de institucionalidad pública limitada y no especializada o enlazada a otros sectores. 2. Actores institucionales públicos con dependencia propia para el desarrollo del turismo.
	Gremios y asociaciones del sector.	0. Sin presencia de gremios y asociaciones del sector turístico. 1. Presencia de gremios y asociaciones del sector turístico locales y muy limitados. 2. Amplia presencia de gremios y asociaciones del sector turístico de nivel regional y nacional.
	Articulación entre actores,	0. Sin articulación entre los gremios y asociaciones, con actores y el sector institucional. 1. Procesos de articulación aislados y preferenciales entre actores, gremios e institucionalidad.



<i>gremios y sector público.</i>	2. Plena articulación entre todos los actores, gremios e institución pública en pro de las actividades turísticas del municipio.
----------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR

Esquema de Ponderación Variable Aptitud.

Determinado como el porcentaje dedicado a cada uno de los factores analizados en la variable aptitud, en donde la suma del porcentaje de todos los “factores” será igual a 100% del valor otorgado a la variable capacidad, de la siguiente manera:

Tabla 58. Definición de la ponderación de los factores de aptitud

FACTORES	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	REVISIÓN
DIVERSIDAD DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	0 a 2	35%	Resumen de recursos y atractivos, valoración del equipo consultor, fichas de inventarios turísticos.
INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.	0 a 2	25%	Valoración del equipo consultor, Documentos diagnóstico correspondiente.
PLANTA TURÍSTICA	0 a 2	25%	Valoración del equipo consultor, Documentos diagnóstico correspondiente.
SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	0 a 2	15%	Valoración del equipo consultor, Documentos diagnóstico correspondiente.

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR

Variable de Capacidad.

Esta variable se desarrolla en torno al análisis de factores tales como: la oferta y demanda del municipio, la viabilidad de los productos turísticos actuales y potenciales, las necesidades de educación para el turismo y el uso de tecnología dispuesta para el desarrollo del sector turístico del municipio, y finalmente el grado de planificación turística entorno a la importancia turística del municipio en la región y el buen manejo del marketing turístico como herramienta de promoción y publicidad

De esta manera la variable **Capacidad** se analiza en torno a los siguientes “factores” y sus respectivos criterios de análisis y argumentos de calificación como se detalla a continuación:

Tabla 59. Factores, criterios y argumentos de calificación para la variable capacidad.

FACTOR	CRITERIO	ARGUMENTOS DE CALIFICACIÓN
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.	<i>Bases de datos actualizadas</i>	0. Ausencia de bases de datos de oferta y demanda turística en el municipio. 1. Bases de datos de oferta y demanda turística desactualizados e incipientes. 2. Bases de datos de oferta y demanda turística actualizados y en constante sustento.
	<i>Perfil del turista identificado</i>	0. Ausencia de un perfil del turista identificado. 1. Perfil básico del turista y no relacionado con los productos turísticos del municipio. 2. Perfil detallado del turista y su relación con los productos turísticos del municipio.
	<i>Calidad de la oferta turística</i>	0. La oferta turística del municipio es incipiente 1. La oferta turística del municipio presenta las condiciones básicas para el desarrollo turístico. 2. La oferta turística del municipio presenta las condiciones óptimas para el turismo.



	Control y registro de turistas.	0. Inexistencia de controles y registros de turistas. 1. Existencia de controles y registros de turistas básicos. 2. Excelente manejo del control y registro de turistas.
VIABILIDAD DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS IDENTIFICADOS.	Producto de turismo de naturaleza.	0. Inexistencia del producto de turismo de naturaleza o poco viable 1. Producto de turismo de naturaleza algo viable. 2. Producto de turismo de naturaleza con gran viabilidad turística.
	Producto de turismo de salud.	0. Inexistencia del producto de turismo de salud o poco viable 1. Producto de turismo de salud algo viable. 2. Producto de turismo de salud con gran viabilidad turística.
	Producto de turismo cultural.	0. Inexistencia del producto de turismo cultural o poco viable 1. Producto de turismo cultural algo viable 2. Producto de turismo cultural con gran viabilidad turística.
NECESIDADES DE EDUCACION Y USO DE TECNOLOGIAS DEL SECTOR TURISMO	Oferta educativa en turismo.	0. Ausencia o escasez de oferta educativa afín al sector turístico 1. Oferta educativa afín al sector turístico limitada 2. Amplia oferta educativa afín al sector turístico.
	Capacitación y especialidad en turismo.	0. Ausencia de programas de capacitación para empleados y actores del sector turismo. 1. Actores y empleados del sector turismo capacitados no periódicamente. 2. Actores y empleados del sector turismo capacitados y especializados regularmente.
	Uso de las TICs	0. Ausencia o escasez del uso de las TICs en el destino. 1. Uso básico de las TICs en el destino 2. Uso avanzado de las TICs en el destino.
	Necesidades tecnológicas de los actores.	0. Ausencia de elementos tecnológicos orientados al sector turismo 1. Presencia limitada de elementos tecnológicos orientados al sector turismo. 2. Amplio uso de elementos tecnológicos orientados al sector turismo.
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DE MARKETING	Importancia turística actual	0. Municipio con representatividad turística local. 1. Municipio con representatividad turística a nivel regional. 2. Municipio con representatividad turística a nivel nacional e internacional.
	Planificación turística territorial.	0. Municipio sin procesos de planificación turística. 1. Municipio con procesos de planificación turística básica. 2. Municipio con procesos de planificación turística amplios.
	Acciones de promoción y publicidad del destino.	0. Destino con acciones de promoción y publicidad locales 1. Destino con acciones de promoción y publicidad regionales y desarrollo básico de imagen de marca. 2. Destino con imagen de marca consolidada y con acciones de promoción y publicidad nacionales e internacionales.

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR

Esquema de Ponderación Variable Capacidad.

Determinado como el porcentaje dedicado a cada uno de los factores analizados en la variable capacidad, en donde la suma del porcentaje de todos los “factores” será igual a 100% del valor otorgado a la variable capacidad, de la siguiente manera:

FACTORES	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	REVISIÓN
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.	0 a 2	35%	Caracterización de la oferta y la demanda, valoración del equipo consultor,
VIABILIDAD DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS IDENTIFICADOS.	0 a 2	25%	Valoración del equipo consultor, Documentos de análisis de viabilidad de productos turísticos.
NECESIDADES DE EDUCACION Y USO DE TECNOLOGIAS DEL SECTOR TURISMO	0 a 2	25%	Valoración del equipo consultor, Documentos de necesidades de educación y usos de las TICs
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DE MARKETING	0 a 2	15%	Valoración del equipo consultor, Documentos diagnóstico correspondiente.

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR



Análisis de los Resultados: Aplicación de la Metodología.

La aplicación de la metodología se relaciona directamente con los resultados obtenidos previamente en el proceso de diagnóstico del municipio de Villagarzón, en donde se revisarán cuidadosamente cada uno de los criterios en relación con los productos realizados con el Entregable 2. Del contrato FNTCE-062-2022.

Análisis de la Variable Aptitud Para el Municipio de Villagarzón.

FACTOR	CRITERIO	PUNTAJE	REVISIÓN
DIVERSIDAD DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	<i>Atractivos naturales</i>	2	<i>Inventarios turísticos</i>
	<i>Patrimonio material</i>	1	<i>Inventarios turísticos</i>
	<i>Patrimonio inmaterial</i>	1	<i>Inventarios turísticos</i>
	<i>Festividades y eventos</i>	1	<i>Inventarios turísticos</i>
Subtotal 1.		1,25	
INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.	<i>Accesibilidad al destino.</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Accesibilidad a los atractivos.</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Servicios de conectividad y comunicación.</i>	0	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Señalización vial general y turística.</i>	0	<i>Documento diagnóstico</i>
Subtotal 2.		0,5	
PLANTA TURÍSTICA	<i>Restaurantes y bares.</i>	0	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Alojamiento y hospedaje.</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Agencias de viajes</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Información turística.</i>	0	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Oferta de complemento.</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
Subtotal 3.		0,6	
SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	<i>Consolidación del sector público.</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Gremios y asociaciones del sector.</i>	1	<i>Documento diagnóstico</i>
	<i>Articulación entre actores, gremios y sector público.</i>	2	<i>Documento diagnóstico</i>
Subtotal 3.		1,33	

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR

Como primera impresión el municipio de Villagarzón presenta cuatro calificaciones muy desfavorables en los criterios de **servicios de conectividad y comunicación, señalización vial general y turística**, y en los criterios de **restaurantes y bares, e información turística** los cuales pueden influir en gran medida al momento de realizar el esquema de ponderación que se presenta a continuación:

Tabla 60. Aplicación del esquema de ponderación variable aptitud - Villagarzón

FACTORES	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
DIVERSIDAD DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS	1,25	35%	0,43
INFRAESTRUCTURA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO.	0,5	25%	0,13
PLANTA TURÍSTICA	0,6	25%	0,15
SUPERESTRUCTURA TURÍSTICA	1,33	15%	0,2
RESULTADO FINAL VARIABLE APTITUD			0,91

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR



Como resultado preliminar la variable de aptitud indica la necesidad del municipio por aplicar acciones prontas en los criterios con menor puntaje y fortaleciendo y potenciando aquellos criterios con gran potencial de mejoramiento a corto plazo.

Análisis de la Variable Capacidad Para el Municipio de Villagarzón.

Tabla 61. Cuadro de análisis de la variable capacidad - Villagarzón

FACTOR	CRITERIO	PUNTAJE	REVISIÓN
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.	<i>Bases de datos actualizadas</i>	1	<i>Inventarios turísticos</i>
	<i>Perfil del turista identificado</i>	2	<i>Inventarios turísticos</i>
	<i>Calidad de la oferta turística</i>	1	<i>Inventarios turísticos</i>
	<i>Control y registro de turistas.</i>	1	<i>Inventarios turísticos</i>
Subtotal 1.		1,25	
VIABILIDAD DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS IDENTIFICADOS.	<i>Producto de turismo de naturaleza.</i>	2	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Producto de turismo de salud.</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Producto de turismo cultural.</i>	0	<i>Documento diagnostico</i>
Subtotal 2.		1	
NECESIDADES DE EDUCACION Y USO DE TECNOLOGIAS DEL SECTOR TURISMO	<i>Oferta educativa en turismo.</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Capacitación y especialidad en turismo.</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Uso de las TICs</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Necesidades tecnológicas de los actores.</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
Subtotal 3.		1	
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DE MARKETING	<i>Importancia turística actual</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Planificación turística territorial.</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
	<i>Acciones de promoción y publicidad del destino.</i>	1	<i>Documento diagnostico</i>
Subtotal 3.		1	

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR

Al analizar la variable de capacidad podemos apreciar un resultado favorecedor en criterios como el perfil del turista y el producto de turismo de naturaleza, dos criterios que fueron analizados y registrados dentro del documento de diagnóstico presentado con anterioridad. Es de vital importancia fortalecer criterios que puedan mejorar en el corto y mediano plazo.

Tabla 62. Aplicación del esquema de ponderación variable capacidad - Villagarzón

FACTORES	VALORACIÓN	PONDERACIÓN	RESULTADO
OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO.	1,25	35%	0,43
VIABILIDAD DE LOS PRODUCTOS TURISTICOS IDENTIFICADOS.	1	25%	0,25
NECESIDADES DE EDUCACION Y USO DE TECNOLOGIAS DEL SECTOR TURISMO	1	25%	0,25
PLANIFICACIÓN TURÍSTICA Y DE MARKETING	1	15%	0,15
RESULTADO FINAL VARIABLE CAPACIDAD			1,08

Fuente: Fuente: Elaboración propia Fundaculta, adaptación de la metodología SECTUR

El resultado de la variable de capacidad presenta una relación favorable sin criterios que requieran de acciones a corto plazo, lo cual presenta la posibilidad de fortalecer y potenciar esta variable con acciones a mediano y largo plazo.

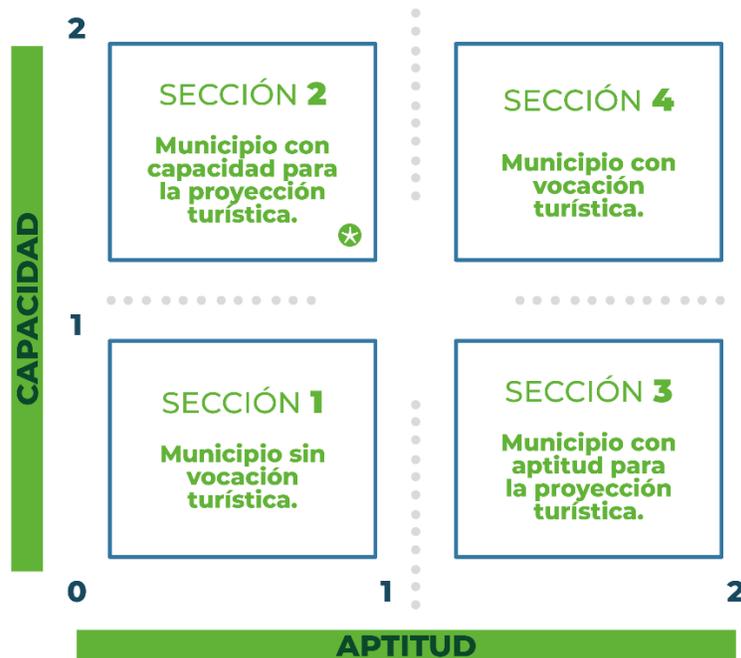


Vocación Turística de Villagarzón.

Los resultados de la metodología indica que el municipio de Villagarzón posee una vocación turística representada como un: **“Municipio con capacidad para la proyección turística”**. Representando una gran posibilidad para el desarrollo del turismo en el municipio y definiendo las acciones claves a aplicar tanto por parte de las entidades institucionales, así como los actores y representantes del sector turístico del municipio para desarrollar a corto, mediano y largo plazo el turismo del municipio.

Esto se evidencia al momento de ubicar dentro del cuadro de vocación turística los resultados obtenidos por las variables de aptitud y de capacidad, tal y como se puede observar a continuación:

Ilustración 28. Cuadro de vocación turística - Villagarzón



☆ Ubicación de Villagarzón en el Cuadro de Vocación Turística

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Recomendaciones

Al aplicar la metodología para determinar la vocación turística del municipio de Villagarzón pueden surgir una serie de dudas conforme a los resultados obtenidos, de esta manera es importante aclarar los siguientes apartados:



- ✓ La metodología se aplica con el objetivo de determinar las acciones a seguir a corto, mediano y largo plazo, de esta manera los resultados obtenidos serán insumos para la práctica del taller de construcción de proyectos, durante la “etapa de construcción”.
- ✓ Los resultados obtenidos dentro del cuadro de vocación turística no son definitivos, puesto que las acciones realizadas en el destino durante la puesta en marcha del proyecto pueden variar los resultados de cada una de las variables (aptitud y capacidad). Aplicar la metodología sirve para ratificar cuales son los criterios específicos a los que se les recomienda realizar acciones contundentes a corto plazo.
- ✓ El municipio de Villagarzón actualmente no es considerado como un “municipio con vocación turística” ya que los resultados obtenidos en la variable aptitud son menores a 1, según la metodología, de esta manera el municipio es considerado un “municipio con capacidad para la proyección turística”. Este resultado no significa que el municipio no deba apostar por el turismo como una alternativa para el desarrollo económico, este resultado justifica la necesidad de realizar acciones para apoyar este sector y consolidarlo en el municipio.

Conclusiones

El resultado del estudio para analizar la vocación turística del municipio indica que el municipio de Villagarzón tiene un gran potencial para desarrollar el turismo ya que este mismo se presenta como un **“Municipio con capacidad para la proyección turística”**. Del mismo modo al aplicar la metodología y analizarla, surgen las siguientes conclusiones:

- ✓ Villagarzón se presenta como un municipio con gran proyección turística hacia el **turismo de naturaleza** (*ecoturismo y agroturismo*) y con la posibilidad de mejorar su abanico de productos turísticos con el fortalecimiento del producto de **turismo de salud** (turismo de bienestar, turismo holístico, turismo medical wellness) y el **turismo cultural** (etnoturismo).
- ✓ El municipio de Villagarzón debería priorizar acciones a corto y mediano plazo en factores como la infraestructura para el desarrollo turístico específicamente en criterios como los **“servicios de conectividad y comunicación”** y **“señalización vial general y turística”**, y en la planta turística en los criterios de **“restaurantes y bares”** entendidos como la oferta gastronómica identitaria del municipio y los espacios dispuestos para su disfrute, aprovechando la diversidad de flora, fauna y saberes ancestrales en torno a la cocina tradicional. y **“información turística”**, entendido como los puntos de información turística y la diversidad de oferta proyectada en el mismo.
- ✓ El resultado obtenido en la variable de capacidad permite definir las acciones a realizar a mediano y largo plazo, en criterios relacionados con el factor de viabilidad de los productos turísticos, fortaleciendo los productos con buenos resultados



(turismo de naturaleza, y el buen manejo del agroturismo) y adoptando estrategias para los productos próximos a consolidarse como el “**producto de turismo de salud y el turismo cultural**”.

- ✓ El análisis realizado para cada una de las variables determina las acciones, programas, proyectos y estrategias a seguir dentro del plan de desarrollo turístico del municipio, con el fin de ser validadas en el marco del taller de construcción de proyectos.

Gráficos de Vocación Turística

Gráficos de Valoración de la Variable Aptitud.

Gráfica 22. Gráfico de valoración - Factores de la variable aptitud.



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Gráfica 23. Gráfico de valoración - Criterios de la variable aptitud.

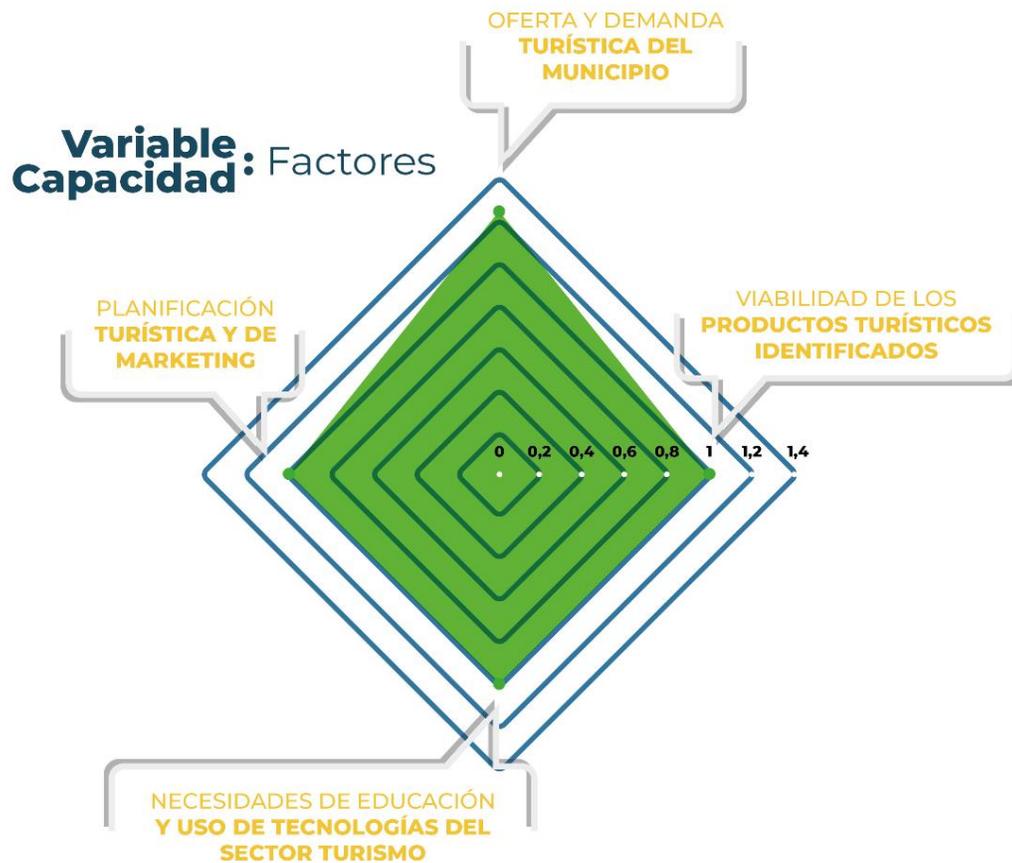


Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Gráficos de Valoración de la Variable Capacidad.

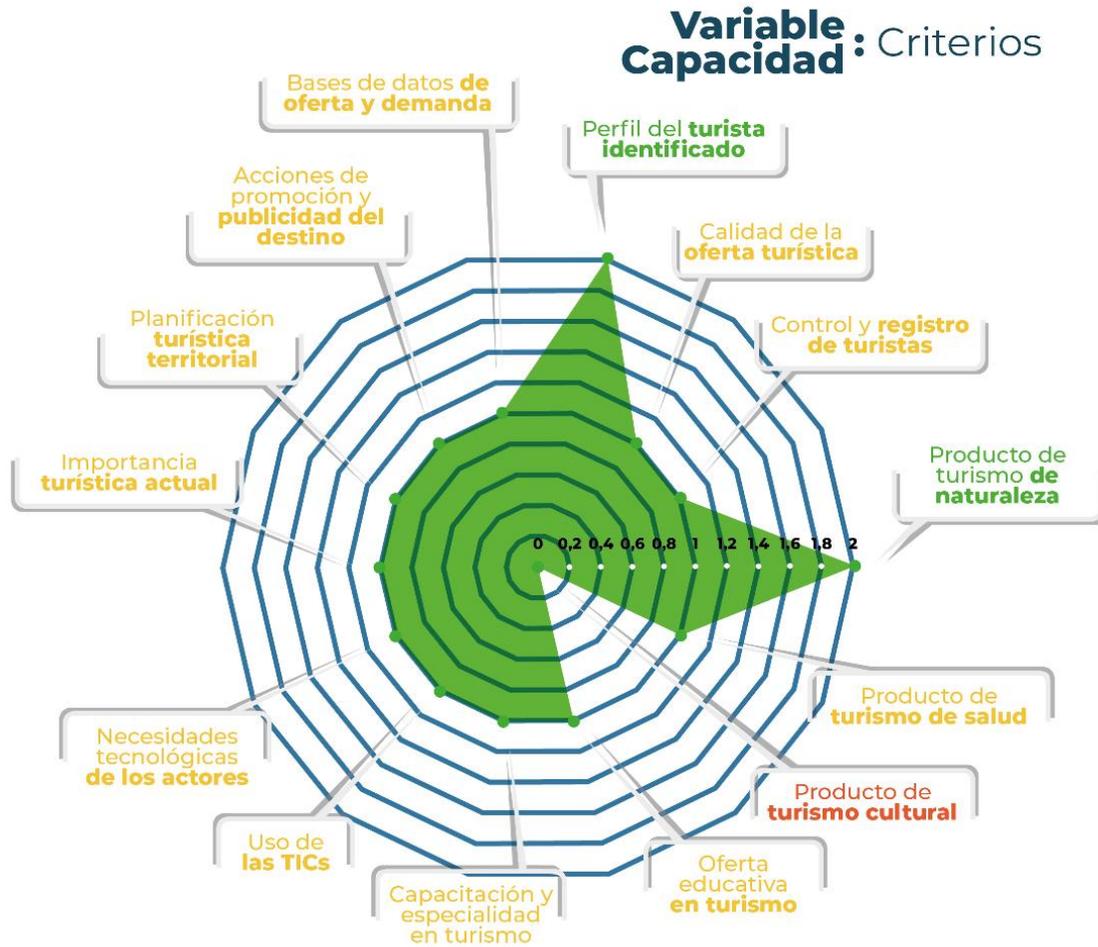
Gráfica 24. Gráfico de valoración - Factores de la variable capacidad.



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Gráfica 25. Gráfico de valoración - Criterios de la variable capacidad.



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Etapa de Construcción.

Metodología Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón con Enfoque Territorial.

La metodología para la elaboración del plan de desarrollo turístico de Villagarzón se subdivide en 5 etapas establecidas de la siguiente manera:

- ✓ **Etapa de apertura:** reunión inicial, cronograma y metodología
- ✓ **Etapa de diagnóstico:** limitantes y potencialidades de la situación de cada municipio en materia de turismo.
- ✓ **Etapa de análisis:** vocación turística
- ✓ **Etapa de construcción:** plan de desarrollo turístico para cada municipio
- ✓ **Etapa de socialización y logística** del plan de desarrollo turístico para cada municipio

Al momento de plantear el presente documento se ha desarrollado la “etapa de apertura”, seguida por la “etapa de diagnóstico” y posteriormente la “etapa de análisis”, siendo aprobadas tanto por la comunidad en general, actores involucrados del sector turismo y las instituciones públicas y privadas en todos y cada uno de los espacios dispuestos para la socialización del proyecto, así como los talleres y mesas de trabajos situadas hasta la fecha.

Para realizar el diseño metodológico con enfoque territorial dispuesto para la formulación del plan de desarrollo turístico convencional del municipio de Villagarzón, se profundizará en la “etapa de construcción” del actual proyecto, entendida de la siguiente manera:

Etapa de Construcción: Plan de Desarrollo Turístico.

La etapa de construcción busca explotar los datos obtenidos en la etapa de diagnóstico y de la etapa de análisis. Al determinar la vocación turística de un territorio es posible aplicar la metodología de marco lógico que permita establecer; una visión, unos objetivos, unas metas, unas estrategias y las posibles acciones a seguir durante el tiempo que este proyectado el plan convencional de turismo. También permite conocer los recursos y el tiempo estimado para su ejecución, así como también los actores que se encuentren involucrados ya sea como inversionistas o comunidades afectadas. Finalmente, permite la posibilidad de generar un seguimiento de las metas y acciones predispuestas a desarrollar.

De esta manera las fases para concretar la etapa de construcción e identificar el **enfoque territorial** del municipio se distribuyen de la siguiente manera:



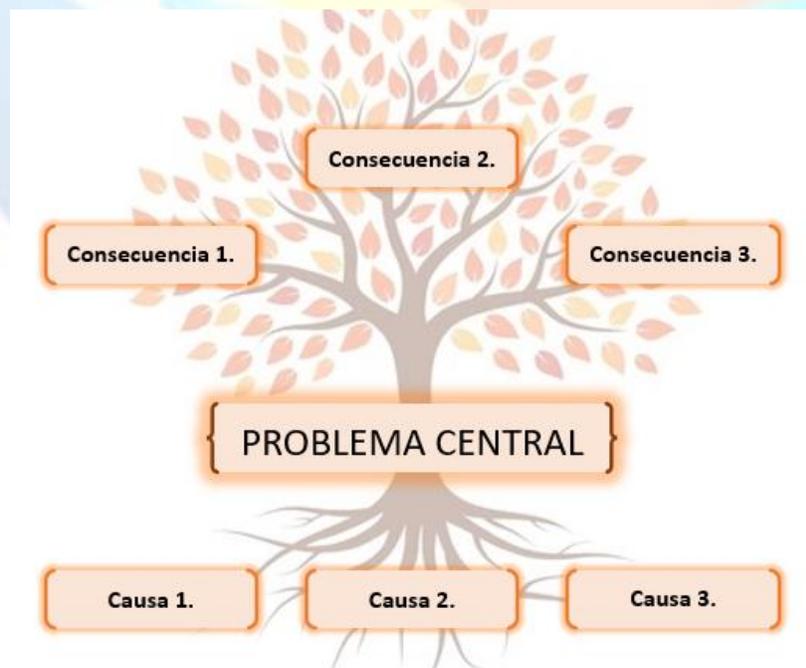
Primera Fase: Árbol de Problemas y Árbol de Objetivos.

En primera instancia para la formulación del plan de desarrollo turístico convencional del municipio de Villagarzón, se plantea la necesidad de establecer una **visión** que funcione como una guía a seguir y en la cual se enfocaran todos y cada uno de los **objetivos** planteados para conseguir la visión general del documento. De esta manera, los objetivos se presentarán en orden de corto, mediano y largo plazo, acordes a los resultados expuestos durante el proceso de identificación de la vocación turística.

Para construir el **árbol de problemas**, se ubica como epicentro (*el tronco*) un enunciado que nos permita observar el problema central que será atendido y al cual se dará solución en fases posteriores. Posteriormente se deberán identificar las causas de dicho problema y ubicarlas debajo del problema central, a modo de (*raíces del árbol*) y del mismo modo encima del problema central se ubicarán las consecuencias a modo de (*las ramas del árbol*).

Del mismo modo, es importante relacionar cada causa con una consecuencia concreta la cual debe pasar por el problema central. De esta manera, cada una de las causas identificadas debe estar ligada directamente a una consecuencia, dando estructura y complejidad al árbol y por consiguiente al proyecto.

Ilustración 29. Esquema visual del árbol de problemas “Etapa de Construcción”



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Para establecer el **árbol de objetivos** se transforma de manera positiva el árbol de problemas, de esta manera lo que era el problema central en el árbol de problemas, pasara a ser el objetivo general en el árbol de objetivos. Del mismo modo, lo que eran causas se transforman en medios, determinados como **objetivos específicos** y las consecuencias se transforman en fines que pasaran a ser una **meta** o una serie de metas o **acciones**.

Ilustración 30. Esquema visual del árbol de objetivos "Etapa de Construcción"



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Una vez culminado la construcción de los árboles de problemas y objetivos es importante conocer de qué manera se dará cumplimiento a estas y para ello se procede a la siguiente fase de acción de la “etapa de construcción” del plan de desarrollo turístico del municipio.

Segunda Fase: Programas, Proyectos y Actividades

Una vez lograda la determinación de los objetivos mediante la creación del árbol de objetivos, es importante establecer a que programa hacen referencia, a que proyecto específico y cuáles son las actividades o acciones que se van a realizar para lograr dicho objetivo.

De esta manera es imprescindible detectar y priorizar aquellas actividades a fines con los objetivos, proyectos y programas, que permitan su fácil construcción hacia el cumplimiento de



estas. Por esta razón es de vital importancia la realización del “taller de proyectos” aplicado directamente en el municipio, y alimentar así con información proporcionada por los actores locales y de la cadena de servicios turísticos, a fin de concertar o tener una idea clara sobre el futuro plan plurianual de inversiones y/o financiero.

Ilustración 31. Esquema visual de la segunda fase de la “Etapa de Construcción”



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Posterior a la priorización de proyectos, programas y actividades a realizar dentro del marco del plan de desarrollo turístico del municipio, es necesario definir como se aplicará, y para esto se procede a la siguiente fase de la “etapa de construcción”

Tercera Fase: Planes de Inversión y de Implementación y de Acción

Para esta fase es importante definir la matriz del plan plurianual de inversión y/o financiero, siendo este la base para la construcción de los planes de implementación y de acción, destinados a la identificación de aliados y/o actores estratégicos, los roles que pueden desempeñar dentro del mismo, los indicadores de resultados, enfocados al cumplimiento de las metas determinadas en la “primera fase” y como estas serán ejecutadas a lo largo del tiempo.



Cuarta Fase: Matriz de Seguimiento de Metas.

Como última fase se presenta la matriz de seguimiento para las metas del proyecto en cuestión, siendo esta una herramienta de vital importancia para las instituciones públicas, la cual permitirá revisar, identificar y mantener un control sobre las acciones a realizar para dar cumplimiento al plan de desarrollo turístico del municipio. También, se dispone como un insumo de apoyo al momento de presentar informes del estado actual del proyecto, para su posterior evaluación y resultados finales una vez finalizado el tiempo total de ejecución del plan de desarrollo turístico del municipio.

Desarrollo Final del Plan de Desarrollo Turístico.

. Finalmente, para la construcción del plan, es necesario identificar y sintetizar todas las etapas realizadas hasta la fecha en donde se dará importancia a las etapas de “diagnóstico”, “análisis” y la actual etapa de “construcción”, incluyendo en la misma el desarrollo de todas las fases propuestas dentro de la metodología de enfoque territorial.

De esta manera, y al terminar la “etapa de construcción” es posible pasar a la etapa final del proyecto, en donde se realizará la “etapa de socialización y logística”

A continuación, se presenta un mapa conceptual de resumen de las etapas del plan de desarrollo turístico y su articulación con la producción y construcción del plan de desarrollo turístico del municipio, dando respuesta a la importancia de todos los elementos desarrollados hasta la fecha dentro del marco de la etapa de diagnóstico con los diferentes talleres, mesas de trabajos, socializaciones y visitas técnicas a atractivos turísticos, así como también la importancia del análisis de la vocación turística del municipio.



Ilustración 32. Mapa conceptual - Resumen etapas del plan de desarrollo turístico



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Construcción de la Visión, Objetivos, Metas, Estrategias y Acciones del Plan Turístico de Villagarzón

Al momento de definir el contexto de un plan de desarrollo turístico es importante determinar los elementos que componen dicho contexto. De esta manera, los elementos a analizar se presentan como: la visión de la cual dispondrá el proyecto, objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo y las respectivas estrategias y acciones a tomar durante el desarrollo de la visión del proyecto.

¿Qué es la Visión en un Proyecto?

Generalmente la visión es conceptualizada desde el ámbito organizacional de una empresa en donde va fuertemente ligada a una misión empresarial. Que si bien guarda similitudes con los esquemas de proyección de un proyecto son distantes en muchos apartados. De esta manera, la visión de un proyecto se define como: *...una representación positiva y concisa de lo que el proyecto desea y cree que puede alcanzar al cumplir de manera exitosa con sus objetivos y metas en un espacio determinado de tiempo.* (USON, 2020)

Características de la Visión.

De forma general la visión de un proyecto consta con de las siguientes características:

- ✓ La visión debe ser medible: Debe ser posible medir o verificar el éxito al finalizar el proyecto o que esta visión plantee como un hecho conciso y consistente.
- ✓ La visión debe ser atractiva: Debe ser afín con las aspiraciones y expectativas de los diferentes actores de la comunidad en general en donde se realizará el proyecto.
- ✓ La visión debe ser posible: Gracias a la visión se deberán crear objetivos y metas realistas y alcanzables.
- ✓ La visión debe ser entendible: Debe tener claridad y precisión, y debe ser realizada en un lenguaje sencillo que todos los actores puedan comprender.
- ✓ La visión debe ser inspiradora: Debe estimular y provocar efectos positivos en la comunidad en general en donde se realizará el proyecto.
- ✓ La visión debe ser especificada en el tiempo: Debe tener establecido el tiempo en años, por lo cual al cumplir ese periodo de tiempo no se debe ajustar o cambiar los objetivos a alcanzar.



¿Qué son los Objetivos en un Proyecto?

Los objetivos son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las metas y actividades que integran un proyecto. Son importantes, porque definirán la ruta o guía de las actividades a realizar, por lo que dan direccionalidad al proyecto y también permiten realizar la evaluación de éxito o fracaso del proyecto. (JAVERIANA, 2020)

Características de los Objetivos.

- ✓ Los objetivos deben ser medibles o cuantificables a manera de expresar la posibilidad de completarlos a lo largo del tiempo.
- ✓ Los objetivos deben ser realistas y nunca exponer posibilidades irreales o imposibles de cumplir.
- ✓ Los objetivos deben ser limitados en el tiempo, ubicados dentro del margen de tiempo dispuesto para el desarrollo del proyecto y no sobrepasar los tiempos máximos del proyecto.
- ✓ Los objetivos deben ser realizables, deben ser enunciados posibles de realizar y razonables.
- ✓ Los objetivos deben ser precisos, siendo expresados en un lenguaje fácil de entender.

Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

Siguiendo el contexto planteado, es importante aclarar: que el plan de desarrollo turístico de Villagarzón se vislumbra como un proyecto a corto, mediano y largo plazo. De esta manera determinar ¿Cuál es la visión del proyecto? En este caso, la visión del plan de desarrollo turístico es de vital importancia para plantear en base a esta, una serie de objetivos, metas, estrategias y acciones a seguir durante la ejecución y puesta en marcha de este plan.

Visión del Plan Turístico de Villagarzón.

Para la construcción de la visión del plan de desarrollo turístico del municipio de Villagarzón se plantean 3 fases de desarrollo, en donde serán analizados los resultados de las etapas de diagnóstico y de análisis, los resultados del taller de construcción de proyectos y finalmente la unificación de estos resultados en torno a una única visión que contemple la participación tanto del equipo de trabajo de Fundaculta, así como también de los actores e instituciones locales afines al turismo:



Primera Fase de Desarrollo.

Para la primera fase de construcción de la visión del plan de desarrollo turístico de Villagarzón el equipo de trabajo de Fundaculta, determinó según los resultados de las etapas de diagnóstico y de análisis, la viabilidad actual de los productos de turismo del municipio, encontrando al turismo de naturaleza como el principal gancho de atracción de turistas hacia el municipio, siendo subproductos de enlace el ecoturismo, el turismo rural comunitario, el turismo de aventura y el avistamiento de aves como un subproducto de turismo especializado.

En segunda instancia se proyecta como un producto de turismo con viabilidad turística el turismo de salud, enfocado en su rama de turismo de bienestar, endosado en actividades turísticas como el turismo holístico y el turismo medical wellness, directamente relacionados con prácticas ancestrales de limpieza y de transformación, hacia el bienestar del cuerpo y la mente con el uso y consumo de plantas medicinales tradicionales de la región y las ceremonias ancestrales que engloban dicho elemento.

Finalmente, se determinó la viabilidad actual del producto de turismo cultural, enlazado directamente con los grupos de especial interés presentes en el municipio y observando la carencia de diferentes subproductos de turismo cultural que complementen el producto principal. Dando como resultado la “poca viabilidad” del producto de turismo cultural en el municipio, más no su descarte, ya que este puede empezar a crecer como una oferta complementaria para los productos de turismo de naturaleza y de salud, y finalmente evolucionar hacia un producto de turismo independiente con su propia oferta complementaria, ya que cuenta con los recursos y el potencial necesario para hacerlo.

De esta manera, y siendo coherente con los resultados obtenidos durante la etapa de diagnóstico y en específico con los productos de turismo analizados y siendo coherentes también con los resultados obtenidos al determinar la vocación turística, el equipo de trabajo de Fundaculta propone una serie de escenarios por los cuales los asistentes del taller podrán observar y generar una imagen mental del potencial turístico de su municipio, sirviendo esta como una base para concertar la creación de una visión.

A continuación, se presentan los escenarios proyectados durante la ejecución del taller de construcción de proyectos en el municipio de Villagarzón:



Tabla 63. Propuesta para el plan de desarrollo turístico de Villagarzón - Escenario 1

En 2030 Villagarzón será un destino de turismo de naturaleza, a través del aprovechamiento de sus singulares recursos y atractivos naturales.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Tabla 64. Propuesta para el plan de desarrollo turístico de Villagarzón - Escenario 2

En 2030 Villagarzón será un destino de turismo de naturaleza y de bienestar, a través del aprovechamiento de su diversidad natural.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Tabla 65. Propuesta para el plan de desarrollo turístico de Villagarzón - Escenario 3

En 2030 Villagarzón será un destino turístico sostenible, consolidado y reconocido a nivel nacional por sus productos turísticos de naturaleza y bienestar, articulados a su diversidad étnica y cultural.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Ilustración 33. Evidencias fotográficas taller de construcción de proyectos Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Segunda Fase de Desarrollo.

Para la segunda fase de desarrollo de la visión del plan de desarrollo turístico, se rescataron las visiones realizadas por los actores participantes en el “taller de construcción de proyectos” y se seleccionaron las que cumplen con las características que debe tener una visión. De esta manera los comentarios construidos por los actores y que cumplen las características mínimas se presentan a continuación, a manera de apoyo para la reconstrucción de la visión del plan de desarrollo turístico del municipio de Villagarzón y la posterior construcción colectiva de la visión definitiva que se presentara en la tercera fase de desarrollo de la visión:

Tabla 66. Visión presentada por los participantes de la primera mesa de trabajo del taller – Villagarzón

En el 2030 Villagarzón será un destino turístico sostenible reconocido a nivel nacional e internacional, por ofertar productos ecoturísticos, agroturísticos, turismo de bienestar y étnico, donde la investigación natural y el contexto del territorio sean su bandera.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Tabla 67. Visión presentada por los participantes de la segunda mesa de trabajo del taller – Villagarzón

En el 2030, el municipio de Villagarzón, será un municipio reconocido como un destino turístico sostenible y competitivo con una oferta de productos (biodiversidad, cultural, gastronomía, medicinal, productivo), a través del impulso de la inversión de los diferentes entes.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Tabla 68. Visión presentada por los participantes de la segunda mesa de trabajo del taller – Villagarzón

El municipio de Villagarzón se proyecta en el 2030 ser líder de turismo de naturaleza, bienestar y cultura, de manera sostenible a nivel regional y reconocidos a nivel nacional.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Durante el desarrollo del taller y a petición de los participantes una vez finalizada la etapa de construcción de la visión por cada una de las mesas, se escribieron las visiones de los participantes directamente en el Power Point donde el equipo de trabajo se encontraba proyectando la presentación, de este modo podían tener una mejor visual de las visiones creadas por otras las demás mesas de trabajo y entender sus puntos de vista al momento de exponerlas.



De esta manera, las visiones propuestas por los participantes durante el taller se pueden observar en la siguiente imagen recuperada de la presentación del taller de proyectos.

Ilustración 34. Evidencias taller de construcción de proyectos Villagarzón - 3

El progreso es de todos Mincomercio

VISION 1: En el 2030 Villagarzón será un destino turístico sostenible reconocido a nivel nacional e internacional, por ofertar productos ecoturísticos, agroturísticos, turismo de bienestar y étnico, donde la investigación natural y el contexto del territorio sean su bandera.

VISION 2: En el 2030, el municipio de Villagarzón, será un municipio reconocido como un destino turístico sostenible y competitivo con una oferta de productos (biodiversidad, cultural, gastronómico, medicinal y productivo), a través del impulso de la inversión de los diferentes entes.

VISION 3: El municipio de Villagarzón se proyecta en el 2030 ser líder de turismo de naturaleza, bienestar y cultural, de manera sostenible a nivel regional y reconocidos a nivel nacional.

Fundaculta | MUNICIPIO DE VILLAGARZÓN | FONTUR COLOMBIA

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Tercera Fase de Desarrollo.

Para la tercera fase de desarrollo de la visión del plan de desarrollo turístico se realizó un consenso después de la exposición de las visiones de las diferentes mesas de trabajo, como también de los comentarios de los actores participes del taller de construcción de proyectos.



Ilustración 35. Evidencias fotográficas taller de construcción de proyectos Villagarzón - 2



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Ilustración 36. Listado de asistencia taller construcción de proyectos Villagarzón

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE ASISTENCIA				17/03/2022	
Nombre del Evento:		Taller de construcción de Proyectos "Plan turístico convencional del río de Villagarzón"				VER: 001	
Observación:						FNICE-062-2022	
Lugar:		casa campesina villagarzón					
Fecha:		07 Julio de 2022		Hora:		8:00am a 12:00PM	
Expositor:		Ricardo urela, william monillo, Paola Urrego					
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ORGANIZACIÓN	CORREO ELECTRONICO	TELÉFONO	FIRMA	
1	Harley Liliana López	41170579	ASTNAVI	molecosturistico@gmail.com	3193035182	[Firma]	
2	Gandau Paula, foto	18186942	Selva vida	SelvaVida@gmail.com	3112280329	[Firma]	
3	Juan Carlos Lopez	83215901	Gobernación DPT	Turismo@putumayo.gov.co	310531240	[Firma]	
4	Fredy Alvaro Forero	93389328	Programa Amazona vital	Forero@amazonavital.org	3135740572	[Firma]	
5	Alfonso Botello	4108928	CEDULA Autohosp	cedula.dias@gmail.com	3104718355	[Firma]	
6	Fanny Colombia Puentes	1127071594	Alcalalía	gobierno@villagarzon-putumayo.gov.co	3119112146	[Firma]	
7	Henny MILENA gonzalez	1123100884	SelvaVida		3223257726	[Firma]	
8	Maria Claudia B	41104369	SelvaVida		3223257726	[Firma]	
9	Jhonny H. GARCIA P.	1011226172			3223257726	[Firma]	
10	Aya Eli Bahamón	36386324		johnnaxi24@hotmail.com	3136219864	[Firma]	
11	Kelly Johana Burbano	1127074021	M-financial	lil.bahamon23@histuricid.com	3143219864	[Firma]	
12	Araides TAVAZZ	69009917	v. catalina	kellyburbano008@gmail.com	3142305186	[Firma]	
13	Kleiner Esteban Portillo	1127072006	Dona Huella en Piedra		312425252	[Firma]	
14	Ricardo Mendez	14104487	Hotel Real	keinerportillo45218@gmail.com	3114583794	[Firma]	
15	Walter Esteban Rosero	1123014423	Riton del Vides	hotelrealventos@gmail.com	310761012	[Firma]	
16	Hector Andres Burbano	1123014423	Riton del Vides	walteresteban.ros@gmail.com	3207301304	[Firma]	
17	Luis fernando Martínez	18102357	S.D.R.M.A	lfernandezm@outlook.com	3026875869	[Firma]	
					3138074072	[Firma]	

Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 37. Listado de asistencia taller construcción de proyectos Villagarzón - 2

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE ASISTENCIA				17/03/2022
Nombre del Evento:		Taller construcción Proyecto "Plan convencional Mpio Villagarzón"				VER: 001
Observación						FNTCE-062-2022
Lugar:		Cena Campesina Villagarzón				
Fecha:		8 de Julio de 2022				
Expositor:		Escardo Varela, Willem Mejillo, Paola Vargas		Hora:		8:00am a 12:00PM
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ORGANIZACIÓN	CORREO ELECTRONICO	TELÉFONO	FIRMA
1	Tatiana Delgado	112485214	Aldredia	tatianadelgado33@gmail.com	3103356523	[Firma]
2	Paul Andrés Aranduy	77818517	Aldredia	andrea.aranduy@netmail.com	3203314839	[Firma]
3	Unke Bustos Ace	10105447	ADENECPY	ubustos@adenecepy.com	3105892662	[Firma]
4	Alvarado Castaños	41.170.314	Portal del Sol	portal@portal.org	3224239940	[Firma]
5	Juan Salazar Sánchez	79.790.377	Aldredia	juan.salazar15@netmail.com	3112022272	[Firma]
6	Luis Alfredo Yola	19.101.591	Plurym TCU	luisalfredoyola@netmail.com	3137649353	[Firma]
7	Fredy Helo	43.306.334	LAS TALLAS	fredy@las-tallas.com	3235374644	[Firma]
8	Rosario López	7153397	grupochica	rosariolopez@netmail.com	3133211147	[Firma]
9	Paul Delgado	332804006	Las Tallas	pauld@las-tallas.com	3155072970	[Firma]
10	Jadith delacruz prieto	711745397	Las Tallas	jadith@las-tallas.com	3235193001	[Firma]
11	Manuel Antoniazon	9950531	Kinza Vides	manuel@kinzavides.com	3236133359	[Firma]
12	Fernando Virella	18101910	unaellaempresas	fernando@unaellaempresas.com	3212581101	[Firma]
13	Daniela Cajamarca	72407014	Bebé Los Lores	daniela@bebeloslores.com	3202650227	[Firma]
14						
15						
16						
17						

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

A continuación, se presenta la visión definitiva para el plan de desarrollo turístico del municipio de Villagarzón:

Visión del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

Ilustración 38. Visión definitiva del plan de desarrollo turístico de Villagarzón

En el 2030 Villagarzón será un destino turístico sostenible, competitivo y reconocido a nivel nacional, por su diversidad en turismo de naturaleza, cultura y de bienestar.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Objetivos del Plan Turístico de Villagarzón.

Para la construcción de los objetivos de plan de desarrollo surgen de la aplicación de la metodología del marco lógico en donde podemos encontrar el desarrollo del árbol de problemas detectando las causas y las consecuencias, y el árbol de objetivos en donde se definirán los medios y las metas para solucionar el problema principal, a continuación, se presentan dichos arboles:



Árbol de Problemas.

Ilustración 39. Árbol de problemas del municipio de Villagarzón

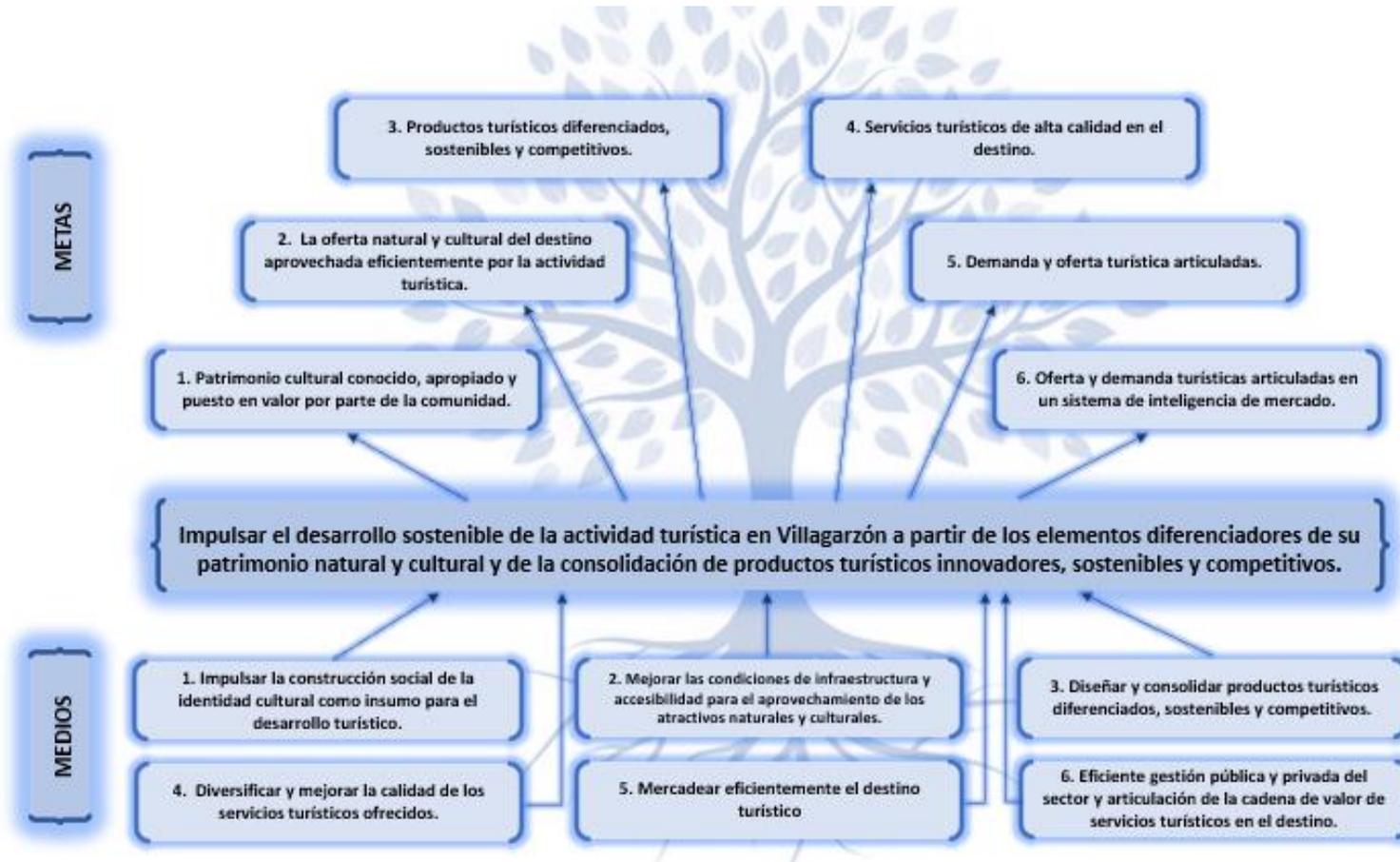


Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Árbol de Objetivos.

Ilustración 40. Árbol de objetivos del municipio de Villagarzón



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



De esta forma, el objetivo general del plan de desarrollo turístico de Villagarzón pasara a ser la resolución del principal problema detectado en el árbol de problemas, de la siguiente manera:

Objetivo General del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

“Impulsar el desarrollo sostenible de la actividad turística en Villagarzón a partir de los elementos diferenciadores de su patrimonio natural y cultural y de la consolidación de productos turísticos innovadores, sostenibles y competitivos”.

Objetivos Específicos del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

- ✓ Impulsar la construcción social de la identidad cultural como insumo para el desarrollo turístico.
- ✓ Mejorar las condiciones de infraestructura y accesibilidad para el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales.
- ✓ Diseñar y consolidar productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.
- ✓ Diversificar y mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.
- ✓ Mercadear eficientemente el destino turístico.
- ✓ Mejorar la gobernanza turística sectorial y la articulación de la cadena de valor de servicios turísticos.

Metas del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

Con relación a los objetivos específicos se determinó en la parte superior los fines, que en este caso serán consideradas las metas del plan de desarrollo turístico de la siguiente manera:

- ✓ Patrimonio cultural conocido, apropiado y puesto en valor por parte de la comunidad.
- ✓ La oferta natural y cultural del destino aprovechada eficientemente por la actividad turística.
- ✓ Productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.
- ✓ Servicios turísticos de alta calidad en el destino.
- ✓ Demanda y oferta turística articuladas.
- ✓ Eficiente gestión pública y privada del sector y articulación de la cadena de valor de servicios turísticos en el destino.



Definición de Objetivos y Metas a Corto, Mediano y Largo Plazo.

Para determinar el tiempo de acción o de ejecución ya sea a corto, mediano o el largo plazo de los objetivos específicos del plan de desarrollo se dispondrá de la siguiente tabla resumen:

Tabla 69. Objetivos y metas distribuidos en el corto, mediano y largo plazo.

Objetivos Específicos	Metas	Corto Plazo	Mediano Plazo	Largo Plazo
1. Impulsar la construcción social de la identidad cultural como insumo para el desarrollo turístico.	1. Patrimonio cultural conocido, apropiado y puesto en valor por parte de la comunidad.			
2. Mejorar las condiciones de infraestructura y accesibilidad para el aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales.	2. La oferta natural y cultural del destino aprovechada eficientemente por la actividad turística.			
3. Diseñar y consolidar productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.	3. Productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.			
4. Diversificar y mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.	4. Servicios turísticos de alta calidad en el destino.			
5. Mercadear eficientemente el destino turístico.	5. Demanda y oferta turística articuladas.			
6. Mejorar la gobernanza turística sectorial y la articulación de la cadena de valor de servicios turísticos.	6. Eficiente gestión pública y privada del sector y articulación de la cadena de valor de servicios turísticos en el destino.			

Nota: Elaboración propia Fundaculta

Estrategias del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

A partir de la construcción de los objetivos específicos del plan de desarrollo turístico del municipio surge la necesidad de enlazarlas a un conjunto de estrategias que permitan identificar los programas, proyectos y actividades a los cuales se va a dirigir el plan turístico en futuras fases de desarrollo del proyecto.

De esta manera surgen 6 grandes estrategias distribuidas de la siguiente manera:



Estrategia 1. Identidad Cultural como Insumo para el Desarrollo Turístico.

Los turistas están en búsqueda de experiencias auténticas relacionadas con la cultura local, sus formas de vida, su gastronomía, sus costumbres, artesanías, artes tradicionales y su cosmología identitaria. Para que dichos elementos culturales se puedan aprovechar turísticamente, es necesario primero desarrollar un proceso de puesta en valor del patrimonio cultural, a través de su investigación, conocimiento y reconocimiento, de tal forma que contribuya al desarrollo humano de los habitantes, la conservación de su legado cultural y también al desarrollo sostenible del turismo en el territorio.

Esta estrategia responde al objetivo específico y meta No. 1 del marco lógico de planificación y pretende solucionar las problemáticas relacionadas con la falta de identidad cultural de la comunidad receptora, el desconocimiento de los elementos distintivos de la cultura local, la ausencia de información sobre su patrimonio inmaterial (gastronomía, artesanía, festividades y el arte en todas sus expresiones) y el desconocimiento de la cadena de valor de las industrias culturales locales, haciendo complejo el reconocimiento de una identidad cultural en Villagarzón, el aprovechamiento de esta para el desarrollo de una cultura turística en la comunidad y la consolidación de un producto de turismo cultural en el **destino**.

Estrategia 2. Accesibilidad para el Aprovechamiento Turístico del Destino.

El aprovechamiento turístico de los recursos naturales y culturales requiere de información suficiente para turistas y locales, y de una infraestructura segura, reglamentada y de calidad para el acceso físico a éstos. Villagarzón cuenta con una amplia gama de recursos naturales y culturales que por falta de accesibilidad no pueden ser considerados atractivos y no se pueden disponer en productos turísticos diferenciados y competitivos.

Esta estrategia responde al objetivo específico y meta No. 2 del marco lógico de planificación y pretende ser el **soporte** de las debilidades halladas en torno a las condiciones de infraestructura y accesibilidad necesarias para el éxito de los productos de turismo que plantea este plan.

Estrategia 3. Productos Turísticos Diferenciados, Sostenibles y Competitivos.

A través de esta estrategia se persigue el diseño, la consolidación, la innovación, la competitividad y el **posicionamiento** de **productos turísticos** en el territorio que contribuyan a la construcción de un destino diferenciado y reconocido en el mercado nacional.

La vocación del territorio evidencia la gran oportunidad de consolidar el producto de turismo de naturaleza (ecoturismo, avistamiento de aves, turismo rural comunitario, turismo de



aventura y agroturismo), de potenciar y desarrollar el producto de bienestar (holístico y medical wellness) y finalmente estructurar y diseñar el producto de turismo cultural (festivales, ferias y eventos, patrimonio material e inmaterial, industrias culturales) como base de una oferta turística sostenible y competitiva en Villagarzón.

Igualmente, la presencia de diversas comunidades indígenas en el territorio abre la posibilidad de desarrollar, de forma participativa y en clave diferencial, un producto de turismo étnico de alto valor que contribuya al desarrollo humano de estas colectividades, la conservación de su cultura y al reconocimiento de sus valores y cosmogonías ancestrales.

La estrategia corresponde al desarrollo del objetivo específico y meta No. 3 y responde a la problemática relacionada con la indiferenciación de productos turísticos y la baja competitividad de estos en el destino.

Estrategia 4. Más y Mejores Servicios Turísticos.

El centro de la planificación del desarrollo turístico es el fortalecimiento de la cadena de valor sectorial en el territorio. Por lo tanto, contar con prestadores de servicios turísticos formalizados, diversificados, capacitados y certificados es lo más importante para consolidar un destino turístico competitivo, diferenciado y con miras de tener una gran **sostenibilidad** a lo largo del tiempo.

Esta estrategia responde al objetivo específico y meta No. 4 del marco lógico de planificación y pretende solucionar las debilidades evidenciadas en los prestadores de servicios turísticos locales, relacionadas con la informalidad de los servicios, la falta de capacitación en aspectos de servicio, bilingüismo y la incorporación de las TICs, la necesidad de diversificación de los servicios y la adopción de normas técnicas de calidad y certificación de servicios.

Estrategia 5. Mercadeo Eficiente del Destino.

La desconexión entre la oferta del territorio y la demanda turística es uno de los principales problemas detectados en el destino. No existe información turística sistematizada sobre la demanda turística, la oferta (inventarios y oferta de PST) no está dispuesta y concentrada en una herramienta digital que permita el comercio electrónico (*portal de turismo*) y la adopción de las TICs en torno a estos apartados es incipiente.

Esta estrategia responde al objetivo específico y meta No. 5 del marco lógico de planificación y pretende robustecer las deficiencias en el **mercadeo** territorial que pasan por la homogenización y concentración articulada de la oferta y la demanda turísticas.



El desarrollo de la actividad turística depende también de la planificación del sector ligada al **marketing** territorial, las capacidades de gestión y financiación del sector público y de la articulación eficiente de la cadena de valor turístico en un organismo asociativo que se apropie de las herramientas de **promoción** y gestión que se planteen en este plan de desarrollo turístico.

Estrategia 6. Gobernanza Turística.

Esta estrategia corresponde al objetivo específico y meta No. 6 del marco lógico de planificación y busca responder a tres problemáticas identificadas en el municipio: débil capacidad de gestión pública de herramientas normativas y recursos financieros para el impulso del turismo desde la administración municipal (*creación de una secretaría de turismo municipal*), la falta de consolidación de un tejido asociativo que oriente el trabajo conjunto entre prestadores, comunidades e instituciones de naturaleza pública, mixta y privada y el desencuentro entre subsectores que pueden agregar valor a la oferta de destino tales como la cultura, el patrimonio, los servicios de recreación, gastronómicos y la cadena de valor de las industrias culturales locales.

Acciones

Para la presente metodología de marco lógico es necesario aclarar que las “acciones” son un símil claro con las “actividades”, por tal motivo las acciones serán ubicadas al final de la matriz dentro de la **segunda fase: programas, proyectos y actividades**, propuesta dentro de la metodología del capítulo anterior del presente plan de desarrollo. De esta manera las acciones serán consideradas actividades.



Caracterización de Programas, Proyectos y Actividades Villagarzón.

Matriz Estratégica del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón.

La matriz estratégica se compone con todos los elementos analizados dentro del marco lógico dando así un orden a cada uno de ellos empezando, por el objetivo general a la izquierda, seguido por los objetivos específicos, las metas y las estrategias, y los presentes programas, proyectos y actividades y/o acciones a la derecha de la matriz.

Para la construcción de la matriz se realizó un taller de proyectos en donde los participantes y actores del municipio de Villagarzón expusieron una serie de proyectos y actividades a realizar, finalizado el taller los resultados fueron analizados y tomados en cuenta para la construcción de la matriz, adaptando o reescribiendo los proyectos en torno a una temática acorde a la que se plantea en los procesos de planificación y plan de desarrollo turístico.

Del mismo modo los colores representan el tiempo de acción en el cual se deberán realizar estos elementos, siendo anaranjado el corto plazo, amarillo el mediano plazo y verde el largo plazo como se puede observar en la siguiente tabla de colores con todas sus variaciones y tiempo de vida del plan de desarrollo turístico:

Tabla 70. Disposición de los proyectos a lo largo del tiempo

Corto plazo	Mediano plazo	Largo plazo
Programadas para los meses desde el 1 al 33 mes posterior a la aprobación del plan de desarrollo turístico del municipio.	Programadas para los meses entre el 34 al 63 mes posterior a la aprobación del plan de desarrollo turístico del municipio.	Programadas para para ejecutarse a lo largo de todo de todo el plan de desarrollo y como finalización entre el 64 al 99 mes posterior a la aprobación del plan de desarrollo turístico del municipio.

Las evidencias de apoyo de reuniones, talleres y listados de asistencia para la construcción de los proyectos se encuentran en el **Anexo 3**.



Tabla 71. Matriz estratégica del Plan de desarrollo turístico de Villagarzón

Matriz Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón 2020 -2030							
Matriz estratégica							
Objetivo general	Objetivos específicos	Metas	Estrategias	Programas	Proyectos	Actividades/acciones	Tiempo
<i>Impulsar el desarrollo sostenible de la actividad turística en Villagarzón a partir de los elementos diferenciadores de su patrimonio natural y cultural y de la consolidación de productos turísticos innovadores, sostenibles y competitivos</i>	<i>Impulsar la construcción social de la identidad cultural como insumo para el desarrollo turístico.</i>	<i>Patrimonio cultural conocido, apropiado y puesto en valor por parte de la comunidad.</i>	<i>Identidad cultural como insumo para el desarrollo turístico.</i>	<i>Programa 1.1 Identidad como Activo del Desarrollo Local</i>	<i>Proyecto 1.</i>	<i>Vincular a (2) instituciones de educación básica y media al programa Colegios amigos del Turismo.</i>	
					<i>Promover la vinculación de instituciones educativas de formación básica y secundaria al programa "Colegios Amigos del Turismo" del viceministerio de Turismo.</i>	<i>Dotación de las Bibliotecas municipales con materiales y herramientas didácticas para el conocimiento y apropiación del patrimonio cultural y la formación en turismo</i>	
						<i>Crear y distribuir entre la comunidad estudiantil una cartilla didáctica para distribución física y digital, que contenga información sobre los principales atractivos culturales y naturales de Villagarzón.</i>	
					<i>Proyecto 2.</i>	<i>Promover campañas que busquen enaltecer y dar a conocer la cultura étnica del municipio de Villagarzón</i>	
					<i>Incentivar y fortalecer el conocimiento de las culturas étnicas</i>	<i>Socializar a la comunidad en general y a los PSTs, el inventario patrimonial de las comunidades indígenas y afro levantado.</i>	
					<i>Proyecto 3.</i>	<i>Sensibilizar al personal que laboren en la plaza de mercado municipal, el terminal de transportes, el aeropuerto, puntos de información turística, defensa civil, cruz roja y las bibliotecas municipales, sobre el patrimonio natural y cultural del municipio.</i>	
					<i>Generación de cultura turística y apropiación de la identidad en el territorio</i>	<i>Creación de una jornada concurso de grafiti y muralismo cuya temática sea la cultura de Villagarzón</i>	
						<i>Programa de cofinanciación para fortalecer iniciativas que exalten la</i>	



						<p><i>gastronomía, la artesanía y la construcción de alojamientos rurales.</i></p> <p><i>Campañas de sensibilización para incentivar la demanda de productos locales como insumos para la oferta turística (alimentos, bebidas, servicios, bienes, lencería, artesanías)</i></p> <p><i>Campañas de sensibilización para el cumplimiento de la prohibición de la caza, pesca y la deforestación</i></p> <p><i>Realizar una campaña para Promocionar las buenas prácticas agrícolas y producción limpia articuladas a la demanda del sector turístico con el fin de reducir agroquímicos y ofertar alimentos limpios.</i></p> <p><i>Desarrollo de proyectos agropecuarios de producción orgánica y generación de un espacios para su comercialización.</i></p>	
					<p>Proyecto 4. Gestión cultural eficiente</p>	<p><i>Diseñar el calendario digital de ferias, festivales y eventos, y articularlo al portal de turismo municipal y a las estrategias de mercadeo territorial.</i></p> <p><i>Programa de fortalecimiento promoción y dotación de las diferentes ferias y festivales actuales del municipio:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Feria Ganadera</i> • <i>Festival del chontaduro</i> • <i>Festipiña o festival de la piña</i> • <i>Fiesta de San Martin del Porres</i> • <i>Festival de blancos y negros</i> <p><i>Desarrollar una investigación para la creación del Recetario de Villagarzón, que recoja el patrimonio gastronómico del municipio.</i></p> <p><i>Capacitar a los gestores culturales locales en temas tales como:</i></p>	



						Identificación y construcción de (2) nuevos senderos ecoturísticos en el municipio de Villagarzón	
					<u>Proyecto 7.</u> Puntos de información turística	Instalar puntos de información turística en: <ul style="list-style-type: none"> Parque principal Terminal de transporte Aeropuerto. 	
					<u>Proyecto 8.</u> Señalética Turística	Implementar la señalética turística bilingüe con estándares internacionales en los siguientes atractivos turísticos: <ul style="list-style-type: none"> Corredor vial Villagarzón – Vides Corredor vial Villagarzón – Cofanía – Puerto Umbría Atractivos turísticos del municipio 	
				Programa 2.2 Infraestructura	<u>Proyecto 9.</u> Impulso a nuevos proyectos de infraestructura turística.	Promover en la comunidad local la construcción de alojamientos rurales.	
			Construir un mirador turístico en la entrada del municipio de Villagarzón				
			Construir la Casa de la Cultura municipal				
			Construir una ciclorruta desde villagarzón hasta los principales atractivos turísticos.				
			Construir (3) monumentos: <ul style="list-style-type: none"> A los Gestores Turísticos y Culturales Al Municipio de Villagarzón “Corazón del Putumayo”. A los Productores de Chontaduro 				
			Instalar iluminación en el parque principal y en las zonas comerciales del parque urbano.				
						Gestión para la dotación de sistemas básicos de agua potable y pozos sépticos a los PST y fincas agroturísticas	



					<p>Proyecto 10. Formulación de estudios de capacidad de carga en atractivos turísticos de Villagarzón</p>	<p>Realizar estudios de capacidad de carga para los principales atractivos turísticos.</p> <p>Demarcación y diseño de planes de manejo y uso turístico de reservas municipales (investigación, levantamiento topográfico, manejo y uso turístico especialmente, áreas como salado de los loros - reserva Charguayaco (Cuenca Alta del Río San Juan) y Mecaya Sencella.</p>		
					<p>Proyecto 11. Poner en valor los atractivos de patrimonio material inmueble del municipio de Villagarzón</p>	<p>Identificar los atractivos de patrimonio cultural inmueble a intervenir</p> <p>Realizar los estudios técnicos necesarios para evaluar la viabilidad de la intervención a los inmuebles.</p> <p>Diseños arquitectónicos y de ingeniería para las intervenciones en (x) atractivos turísticos.</p> <p>Realizar la intervención a los inmuebles viables.</p>		
<p>Diseñar y consolidar productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.</p>	<p>Productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.</p>	<p>Productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.</p>	<p>Programa 3.1. Consolidación del Producto de Turismo de Naturaleza</p>	<p>Proyecto 12. Uso eficiente del inventario y rutas turísticas</p>	<p>Caracterizar el inventario de turismo de naturaleza</p>	<p>Realizar un inventario de aves</p> <p>Rediseño de rutas agroturísticas de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Ruta del Chontaduro Ruta de la Piña Ruta de la Pimienta <p>Articulación del inventario turístico con el portal de turismo del municipio</p> <p>Socializar el inventario turístico levantado con los PSTs</p>		
					<p>Proyecto 13. Elaboración de un guión turístico a partir de la caracterización e inventario levantado.</p>		<p>Seleccionar los atractivos de naturaleza a los que se le hará el guión turístico con base en los inventarios.</p> <p>Realización de un guión turístico a los atractivos de naturaleza seleccionados</p> <p>Capacitar a los guías turísticos locales para el uso de los guiones</p>	
							<p>1 taller de ideación, prototipado y validación con los actores de la cadena de valor</p>	



					<p><u>Proyecto 14.</u> Diseñar el Producto de Turismo de Naturaleza</p>	<p>Diseño del portafolio del producto de turismo de naturaleza</p> <p>Diseño del manual de operaciones del producto de turismo de naturaleza.</p> <p>Manual de imagen corporativo y de uso de marca del producto de turismo de naturaleza.</p> <p>1 taller de validación del diseño del producto de turismo de naturaleza donde se expongan los subproductos de turismo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ecoturismo • Turismo de Aventura • Agroturismo • Avistamiento de aves • Turismo rural comunitario <p>Formular un plan de mercadeo para el producto de turismo de naturaleza</p>	
				<p>Programa 3.2. Impulso del Producto de Turismo de Bienestar</p>	<p><u>Proyecto 15.</u> Levantamiento del inventario de patrimonio cultural relacionados con rituales de medicina ancestral.</p>	<p>Identificar las comunidades que practiquen rituales de medicina ancestral y actividades conexas, que serán sujeto del inventario.</p> <p>Visitas técnicas a las comunidades definidas para el levantamiento de fichas de inventario</p> <p>Disposición pública del inventario para actores sectoriales interesados</p> <p>Articulación del inventario al portal de turismo municipal.</p>	
					<p><u>Proyecto 16.</u> Identificación, caracterización y clasificación de servicios básicos y complementarios de bienestar.</p>	<p>Identificar las comunidades y operadores con capacidades para ofrecer el producto de bienestar</p> <p>Identificar las brechas que estas comunidades y operadores tienen para el desarrollo del producto</p> <p>Identificación de la cadena de servicios complementarios para el desarrollo del producto</p>	
					<p><u>Proyecto 17.</u> Diseñar el producto de turismo de bienestar</p>	<p>Elaboración de guiones interpretativos del PCI relacionados con rituales de medicina ancestral.</p> <p>1 taller de ideación, prototipado y validación con los actores de la cadena de valor</p>	



						<p><i>Diseño del portafolio del producto de turismo de bienestar</i></p> <p><i>Diseño del manual de operaciones del producto de turismo de bienestar</i></p> <p><i>Manual de imagen corporativo y de uso de marca del producto de turismo de bienestar</i></p> <p><i>1 taller de validación del diseño del producto de turismo de bienestar</i></p> <p><i>Formular un plan de mercadeo para el producto de turismo de bienestar</i></p>	
				<p>Programa 3.3. Diseño del Producto de Turismo Cultural</p>	<p><i>Proyecto 18. Levantamiento de inventario de Patrimonio cultural material e inmaterial</i></p>	<p><i>Definir los atractivos culturales a caracterizar e inventariar</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Medicinas ancestrales</i> • <i>Cosmologías ancestrales</i> • <i>Gastronomía típica y ancestral</i> • <i>Artesanías típicas y ancestrales</i> • <i>Artes tradicionales</i> <p><i>Visitas técnicas a los atractivos para el levantamiento de fichas de inventario</i></p> <p><i>Disposición pública del inventario para actores sectoriales interesados</i></p> <p><i>Articulación del inventario al portal de turismo municipal</i></p>	
					<p><i>Proyecto 19. Identificación y caracterización de la cadena de valor de productos y servicios culturales, patrimoniales, industrias culturales, ocio y recreación</i></p>	<p><i>Identificación y caracterización de servicios relacionados con: museos, galerías, arquitectura, antigüedades y restauraciones</i></p> <p><i>Identificación y caracterización de servicios relacionados con: artes escénicas, conciertos, teatro, danza, música, artesanía, diseño gráfico y de interiores y diseño de moda.</i></p> <p><i>Identificación y caracterización de servicios relacionados con: industria cinematográfica, televisiva, fotográfica, publicitaria, contenidos digitales, hardware, radio e industrias discográficas, y editorial.</i></p>	



					<p><i>Proyecto 20.</i> <i>Elaboración de un guión turístico a partir del inventario de patrimonio cultural</i></p>	<p><i>Elaboración de un guión turístico interpretativos PCI (de artesanía, gastronomía, ferias y fiestas, artes tradicionales y tradiciones orales)</i></p> <p><i>Elaboración de guiones turísticos interpretativos PCM (de monumentos, conjuntos arquitectónicos, caminos reales, edificios patrimoniales, esculturas, colecciones de arte, colecciones museísticas)</i></p>	
					<p><i>Proyecto 21.</i> <i>Diseñar el producto de turismo cultural</i></p>	<p><i>1 taller de ideación, prototipado y validación con los actores de la cadena de valor</i></p> <p><i>Diseño del portafolio del producto de turismo cultural</i></p> <p><i>Diseño del manual de operaciones del producto de turismo cultural</i></p> <p><i>Manual de imagen corporativo y de uso de marca del producto de turismo cultural</i></p> <p><i>1 taller de validación del diseño del producto de turismo cultural</i></p> <p><i>Formular un plan de mercadeo para el producto de turismo cultural</i></p>	
				<p>Programa 3.4 Producto de Turismo Étnico</p>	<p><i>Proyecto 22.</i> <i>Levantamiento del inventario de patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas y afro.</i></p>	<p><i>Definir los atractivos culturales a caracterizar e inventariar</i></p> <p><i>Visitas técnicas a los atractivos para el levantamiento de fichas de inventario</i></p> <p><i>Disposición pública del inventario para actores sectoriales interesados</i></p> <p><i>Articulación del inventario al portal de turismo municipal</i></p>	
					<p><i>Proyecto 23.</i> <i>Elaboración de un guión turístico a partir de los inventarios levantados.</i></p>	<p><i>Elaboración de guiones turísticos interpretativos PCI (de artesanía, gastronomía, ferias y fiestas, artes tradicionales y tradiciones orales)</i></p> <p><i>Elaboración de guiones turísticos interpretativos PCM (de monumentos, conjuntos arquitectónicos, caminos reales, edificios patrimoniales, esculturas, colecciones de arte, colecciones museísticas)</i></p>	



					<p>Proyecto 24. Diseño participativo del producto de turismo étnico</p> <p>1 taller de ideación, prototipado y validación con los actores de la cadena de valor</p> <p>Diseño del portafolio del producto de turismo étnico</p> <p>Diseño del manual de operaciones del producto de turismo étnico</p> <p>Manual de imagen corporativo y de uso de marca del producto de turismo étnico</p> <p>1 taller de validación del diseño del producto de turismo étnico</p> <p>Formular un plan de mercadeo para el producto de turismo étnico</p>	
					<p>Proyecto 25. Creación de un operador turístico comunitario que gestione el desarrollo y sostenibilidad del producto de turismo étnico.</p> <p>Caracterización y clasificación de los actores comunitarios que deseen participar.</p> <p>Taller de construcción colectiva de los estatutos y del modelo de negocio CANVAS</p> <p>Diseño del manual de operaciones del producto de turismo étnico</p>	
	Diversificar y mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos.	Servicios turísticos de alta calidad en el destino.	Más y mejores servicios turísticos	Programa 4.1 Fortalecimiento Empresarial y del Talento Humano	<p>Proyecto 26. Capacitación para los PSTs.</p> <p>Realizar capacitación al talento humano de las empresas del sector enfocadas en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Bilingüismo • Tradiciones ancestrales • Estudios de gastronomía internacional. Nacional y local • Marketing digital y turístico • Normas técnicas de calidad • Incorporación de TICs • Modelos de negocios turísticos • Primeros auxilios <p>En asocio con el SENA, hacer el diseño pedagógico del programa de capacitación a PSTs.</p>	



					<p><i>Proyecto 27.</i> <i>Formalización de prestadores de servicios turísticos</i></p>	<p><i>Diseñar e implementar una campaña para incentivar la formalización del sector</i></p>	
				<p><i>Crear una estrategia entre la alcaldía y la cámara de comercio, para acompañar y asesorar a los informales y a los nuevos prestadores de servicios turísticos en la obtención de registro mercantil y registro nacional de turismo</i></p>			
				<p><i>Diseñar un programa municipal de incentivos para la formalización</i></p>			
				<p><i>Coordinar una campaña de control y vigilancia entre la alcaldía y la policía de turismo para dar cumplimiento a la normatividad sancionatoria por parte de los PSTs.</i></p>			
			<p><i>Programa 4.2</i> <i>Gestión de la Calidad de los Servicios Turísticos</i></p>	<p><i>Proyecto 28.</i> <i>Sostenibilidad de los servicios turísticos</i></p>	<p><i>Programa para la Implementación por parte de los PSTs, de sistemas de energías limpias mediante: Micro hidroeléctricas, energía solar, energía eólica. Energía piezoeléctrica.</i></p>		
					<p><i>Programa para la Implementación por parte de los PSTs para la gestión de aguas residuales.</i></p>		
					<p><i>Programa para la Implementación por parte de los PSTs para la gestión de residuos sólidos.</i></p>		
					<p><i>Gestionar con el Fondo Emprender del SENA la apertura de un proceso en Villagarzón para el desarrollo de emprendimientos turísticos.</i></p>		
					<p><i>Realizar una campaña de educación ambiental dirigida a la comunidad y a los PSTs dirigida por CORPOAMAZONIA.</i></p>		
					<p><i>Campaña de sensibilización sobre la economía circular (consumo de recursos no renovables, reutilización y reciclaje)</i></p>		
					<p><i>Campaña de socialización de los beneficios tributarios para el impulso de nuevos emprendimientos turísticos</i></p>		



						<p><i>Crear un aplicativo móvil (APP) destinado a la promoción turística del destino a modo de instrumento complementario al portal de turismo, que permita funciones de georreferenciación y compra electrónica de productos y servicios de PSTs.</i></p> <p><i>Homogenizar y centralizar la gestión de redes sociales del destino con el portal web y la APP que permita la posibilidad de comentar, opinar y compartir fotos y videos y que sirva de información para el mejoramiento de los servicios ofrecidos</i></p> <p><i>Articular la promoción de las rutas turísticas del municipio a la estrategia digital de promoción del destino.</i></p>	
					<p><u>Proyecto 32.</u> <i>Creación, apropiación y divulgación de la marca destino</i></p>	<p><i>Diseño e implementación de la marca territorial Villagarzón.</i></p> <p><i>Unificar e incentivar el uso de la marca destino en todos los elementos de la estrategia digital y física del destino y su uso en las acciones de promoción de los prestadores de servicios turísticos.</i></p> <p><i>Articular la marca destino con la marca Putumayo y la marca Colombia.</i></p>	
					<p><u>Proyecto 33.</u> <i>Crear un modelo de inteligencia de mercado.</i></p>	<p><i>Crear un sistema de información turística que identifique lo flujos de visitantes, los motivos de viaje, los lugares y actividades realizadas por los turistas, la duración media de la estancia, transporte y alojamiento utilizado, y el gasto promedio del turista.</i></p> <p><i>Realizar un estudio de mercado para los productos turísticos definidos:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Naturaleza</i> • <i>Bienestar</i> • <i>Cultura</i> • <i>Étnico</i> <p><i>Formular un plan de marketing territorial para el destino Villagarzón</i></p>	



	Mejorar la gobernanza turística sectorial y la articulación de la cadena de valor de servicios turísticos.	Eficiente gestión pública y privada del sector y articulación de la cadena de valor de servicios turísticos en el destino.	Gobernanza Turística.	Programa 6.1. Adecuación de la administración pública para el desarrollo turístico	Proyecto 34. Creación de la secretaria de cultura y turismo	Diseñar y formular el proyecto desde la secretaria de desarrollo rural actual encargada del sector turismo del municipio de Villagarzón.	
						Implementar una estrategia política en el concejo municipal para la aprobación del proyecto y la apropiación de los recursos.	
						Articular y consolidar el concejo consultivo de turismo municipal con las acciones de la nueva secretaria.	
					Proyecto 35. Aprovechamiento del programa nacional "Pueblos que Enamoran"	Formular proyectos a FONTUR para obtener los beneficios de pertenecer a la red.	
						Proyecto 36. Articulación eficiente con la Gobernación del Putumayo y municipios colindantes	Establecer una mesa de trabajo con la gobernación del Putumayo y el Concejo Departamental de Turismo para alinear proyectos y estrategias comunes.
							Establecer alianzas con Mocoa y Puerto Asís, para la promoción conjunta de los destinos.
				Programa 6.2. Adecuación de la normatividad	Proyecto 37. Seguridad turística municipal.	Asegurar la integración de la gobernación en el organismo mixto asociativo del sector turístico municipal.	
						Formular un plan de seguridad turística.	
						Priorizar (10) atractivos turísticos en la gestión municipal de riesgos y desastres	
						Articular con la policía municipal una estrategia de vigilancia y control periódico del RNT, condiciones de operación de los PSTs.	
						Regulación del uso turístico de elementos de las culturas indígenas.	
						Creación de (2) Puntos de control turístico	



						<p><i>Creación de un frente de seguridad turística conformado por diferentes actores para la veeduría y protección del patrimonio cultural y natural.</i></p> <p><i>Gestión con la policía nacional para tener policía de turismo en el municipio.</i></p> <p><i>Priorizar (10) atractivos turísticos a los planes de gestión de residuos sólidos municipales.</i></p>	
					<p><u>Proyecto 38.</u> <i>Sistema turístico articulado al ordenamiento territorial</i></p>	<p><i>Priorizar en el ordenamiento territorial zonas de desarrollo turístico.</i></p> <p><i>Declaratoria y reconocimiento en el EOT de atractivos turísticos</i></p> <p><i>Que el EOT recopile las estrategias del plan de desarrollo turístico municipal</i></p>	
					<p><u>Proyecto 39.</u> <i>Declaratorias municipales de interés turístico</i></p>	<p><i>Identificar los atractivos turísticos susceptibles de ser declarados como tal, de acuerdo la ley 2068 de 2020</i></p> <p><i>Identificar los atractivos de patrimonio cultural inmueble susceptibles de ser declarados como bienes de interés cultural BIC.</i></p> <p><i>Impulsar las declaratorias en el Concejo Municipal</i></p>	
				<p>Programa 6.3. Apoyo para los Servicios complementarios</p>	<p><u>Proyecto 40.</u> <i>Servicios complementarios</i></p>	<p><i>Gestión para la apertura de una sucursal y un cajero de Bancolombia.</i></p> <p><i>Gestión para la instalación de antenas para aumentar los servicios de telecomunicaciones e internet en el municipio.</i></p> <p><i>Gestión con el concesionario del aeropuerto para la apertura de nuevas rutas nacionales</i></p> <p><i>Gestión de estrategias para la protección y conservación del corredor biológico del bloque San Juan – Asociación de Turismo Etnocampesino Andinoamazonico Bloque San Juan.</i></p>	



				<p>Programa 6.4. <i>Articulación de actores del sector turismo</i></p>	<p><u>Proyecto 41. Creación de un organismo mixto que asocie a los actores de la cadena de valor del turismo</u></p>	<p><i>Realizar talleres con los actores de la cadena de valor para la construcción del modelo asociativo:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Taller modelo de negocio CANVAS</i> - <i>Taller creación del modelo administrativo</i> - <i>Taller definición de estatutos y acta de constitución.</i> - <i>Taller formulación del plan de acción</i> 	
						<p><i>Incluir como uno de los objetivos misionales del organismo creado, el acompañamiento en la implementación del plan de desarrollo turístico municipal</i></p>	
				<p>Programa 6.5. <i>Financiación externa de proyectos</i></p>	<p><u>Proyecto 42. Cooperación nacional e internacional para el desarrollo turístico</u></p>	<p><i>Identificación de los cooperantes nacionales e internacionales</i></p>	
						<p><i>Identificación de proyectos susceptibles de financiarse con cooperación nacional e internacional</i></p>	
						<p><i>Identificar las organizaciones en el territorio con capacidad para gestionar proyectos de cooperación nacional e internacional.</i></p>	
						<p><i>Formular proyectos en marco lógico para la solución de problemáticas identificadas</i></p>	
						<p><i>Gestión para la creación de un banco de financiación para proyectos turísticos con diferentes entidades.</i></p>	



Plan Plurianual de Inversiones, Plan de Implementación y Plan de Acción, del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón

Plan Plurianual de Inversiones.

Tabla 72. Matriz del Plan plurianual de inversiones Villagarzón

	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<i>Estrategia 1. Identidad cultural como insumo para el desarrollo turístico.</i>	\$285	\$30	\$30	\$45	\$15	\$60	\$15	\$15	\$60
<i>Programa 1.1 Identidad como activo del desarrollo local</i>	\$285	\$30	\$30	\$45	\$15	\$60	\$15	\$15	\$60
<i>Proyecto 1. Fortalecimiento del turismo mediante la educación</i>	\$30		\$30						
<i>Proyecto 2. Incentivar y fortalecer el conocimiento de las culturas étnicas</i>	\$30			\$30					
<i>Proyecto 3. Generación de cultura turística y apropiación de la identidad en el territorio</i>	\$90		\$45			\$45			
<i>Proyecto 4. Gestión cultural eficiente</i>	\$30	\$30	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15
	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<i>Estrategia 2. Accesibilidad para el aprovechamiento turístico del destino</i>	\$5.305	\$840	\$705	\$590	\$575	\$560	\$775	\$705	\$705
<i>Programa 2.1 Accesibilidad</i>	\$2.955	\$590	\$305	\$340	\$325	\$260	\$325	\$405	\$405
<i>Proyecto 5. Adecuación de la infraestructura para el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos de los territorios indígenas</i>	\$830	\$130	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
<i>Proyecto 6. Mejoramiento de los accesos viales a los atractivos</i>	\$1.295	\$110	\$165	\$100	\$165	\$100	\$165	\$245	\$245



(5km placa huella, 3 senderos reconstruidos, 2 senderos nuevos, adecuación 2 puentes)									
Proyecto 7. Puntos de información turística	\$200			\$100	\$20	\$20	\$20	\$20	\$20
Proyecto 8. Señalética Turística	\$630	\$350	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40	\$40
<u>Programa 2.2 Infraestructura</u>	\$2.350	\$250	\$400	\$250	\$250	\$300	\$450	\$300	\$300
Proyecto 9. Impulso a nuevos proyectos de infraestructura turística.	\$1.200	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150
Proyecto 10. Formulación de estudios de capacidad de carga en atractivos turísticos de Villagarzón	\$500		\$150			\$50	\$200	\$50	\$50
Proyecto 11. Poner en valor los atractivos de patrimonio material inmueble del municipio de Villagarzón	\$800	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Estrategia 3. Productos turísticos diferenciados, sostenibles y competitivos.	\$1.000	\$175	\$240	\$160	\$255	\$170			
<u>Programa 3.1 Consolidación del Producto de Turismo de Naturaleza</u>	\$250	\$175	\$75						
Proyecto 12. Uso eficiente del inventario y rutas turísticos	\$80	\$80							
Proyecto 13. Elaboración de un guion de turismo de naturaleza	\$75		\$75						
Proyecto 14. Diseñar el Producto de Turismo de Naturaleza	\$95	\$95							
<u>Programa 3.2 Impulso del Producto de Turismo de Bienestar</u>	\$165		\$165						
Proyecto 15. Levantamiento del inventario de patrimonio cultural relacionados con rituales de medicina ancestral.	\$40		\$40						
Proyecto 16. Identificación, caracterización y clasificación de servicios básicos y complementarios de bienestar.	\$30		\$30						
Proyecto 17. Diseñar el producto de turismo de bienestar	\$95		\$95						



<i>Programa 3.3 Diseño del Producto de Turismo Cultural</i>	\$255			\$160	\$95				
<i>Proyecto 18. Levantamiento de inventario de Patrimonio cultural material e inmaterial</i>	\$55			\$55					
<i>Proyecto 19. Identificación y caracterización de la cadena de valor de productos y servicios culturales, patrimoniales, industrias culturales, ocio y recreación</i>	\$30			\$30					
<i>Proyecto 20. Elaboración de guiones turísticos a partir del inventario de patrimonio cultural</i>	\$75			\$75					
<i>Proyecto 21. Diseñar el producto de turismo cultural</i>	\$95				\$95				
<i>Programa 3.4 Impulsar el Producto de Turismo Étnico</i>	\$330				\$160	\$170			
<i>Proyecto 22. Levantamiento del inventario de patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas y afro.</i>	\$80				\$80				
<i>Proyecto 23. Elaboración de un guión turístico a partir de los inventarios levantados.</i>	\$80				\$80				
<i>Proyecto 24. Diseño participativo del producto de turismo étnico</i>	\$100					\$100			
<i>Proyecto 25. Creación de un operador turístico comunitario que gestione el desarrollo y sostenibilidad del producto de turismo étnico.</i>	\$70					\$70			
	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Estrategia 4. Más y Mejores Servicios Turísticos	\$780	\$130	\$110	\$80	\$110	\$80	\$110	\$80	\$80
<i>Programa 4.1 Fortalecimiento Empresarial y del Talento Humano</i>	\$400	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
<i>Proyecto 26. Capacitación para los PSTs.</i>	\$400	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50	\$50
<i>Proyecto 27. Formalización de prestadores de servicios turísticos</i>	Gestión	(G)							



<i>Programa 4.2 Gestión de la Calidad de los Servicios Turísticos</i>	\$380	\$80	\$60	\$30	\$60	\$30	\$60	\$30	\$30
<i>Proyecto 28. Sostenibilidad de los servicios turísticos</i>	\$90		\$30		\$30		\$30		
<i>Proyecto 29. Calidad de los servicios turísticos</i>	\$290	\$80	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<i>Estrategia 5. Mercadeo Eficiente del Destino</i>	\$690	\$120	\$150	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70
<i>Programa 5.1 Desarrollo del marketing territorial</i>	\$690	\$120	\$150	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70	\$70
<i>Proyecto 30. Participación en eventos y convenciones de turismo nacionales</i>	\$240	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
<i>Proyecto 31. Plataforma digital de promoción y divulgación del turismo de Villagarzón</i>	\$100	\$30	\$10	\$10	\$10	\$10	\$10	\$10	\$10
<i>Proyecto 32. Creación, apropiación y divulgación de la marca destino</i>	\$80		\$80						
<i>Proyecto 33. Crear un modelo de inteligencia de mercado.</i>	\$270	\$60	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30	\$30
	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
<i>Estrategia 6. Gobernanza Turística.</i>	\$1.390	\$60	\$130	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250	\$250
<i>Programa 6.1 Educación de la Administración Pública para el Desarrollo Turístico</i>	\$900	-	-	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150
<i>Proyecto 34. Creación de la secretaria de cultura y turismo</i>	\$900			\$150	\$150	\$150	\$150	\$150	\$150
<i>Proyecto 35. Aprovechamiento del programa nacional "Pueblos que Enamoran"</i>	Gestión	(G)							
<i>Proyecto 36. Articulación eficiente con la Gobernación del Putumayo y municipios colindantes</i>	Gestión	(G)							

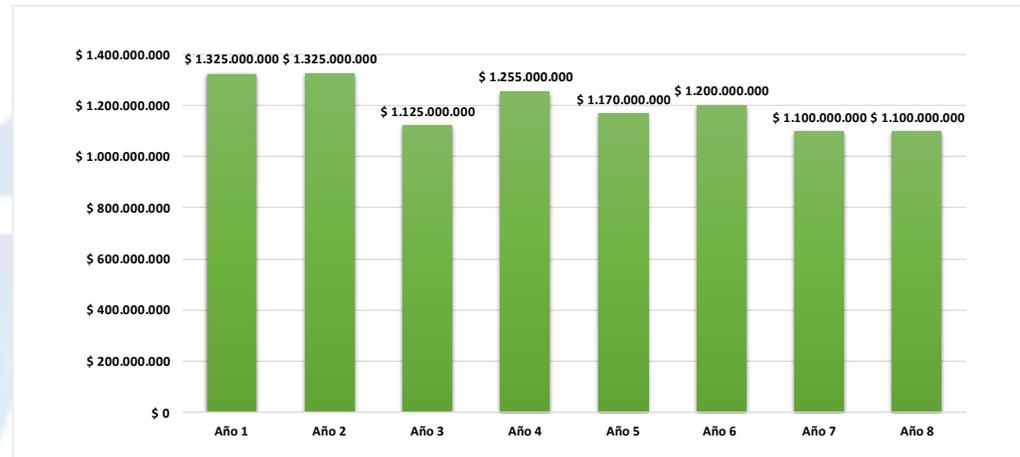


<i>Programa 6.2 Adecuación de la Normatividad</i>	\$60	\$30	\$30	-	-	-	-	-	-
<i>Proyecto 37. Seguridad turística municipal.</i>	\$30		\$30						
<i>Proyecto 38. Sistema turístico articulado al ordenamiento territorial</i>	Gestión	(G)							
<i>Proyecto 39. Declaratorias municipales de interés turístico</i>	\$30	\$30							
<i>Programa 6.3 Apoyo para los Servicios Complementarios</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Proyecto 40. Servicios complementarios</i>	Gestión		(G)		(G)				
<i>Programa 6.4 Articulación de Actores del Sector Turismo</i>	\$430	-	-	\$30	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
<i>Proyecto 41. Creación de un organismo mixto que asocie a los actores de la cadena de valor del turismo</i>	\$430			\$30	\$100	\$100	\$100	\$100	\$100
<i>Programa 6.5 Financiación Externa de Proyectos</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<i>Proyecto 42. Cooperación nacional e internacional para el desarrollo turístico</i>	Gestión	(G)							
	Costo anual (\$ millones de pesos colombianos)								
	Total	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
Total, General	\$9.600	\$1.325	\$1.325	\$1.125	\$1.255	\$1.170	\$1.200	\$1.100	\$1.100

A continuación, se presentan las distribuciones anuales del plan de inversiones:



Gráfica 26. Distribución anual de la inversión del plan de desarrollo turístico de Villagarzón

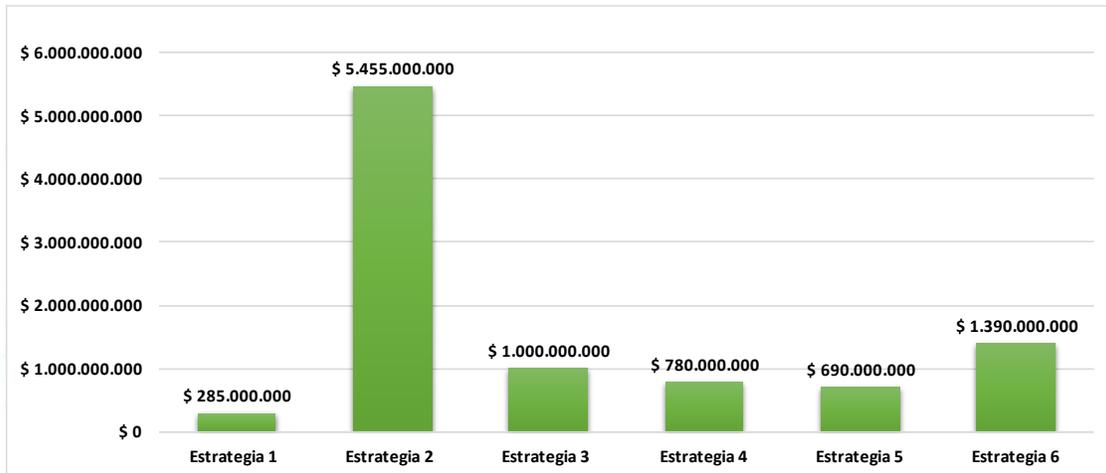


Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Se puede observar cómo durante los primeros años la inversión es fuerte, posteriormente se mantiene estable, para disminuir durante los últimos años de ejecución del plan de desarrollo turístico. Esta proyección de la distribución presupuestal del proyecto evidencia la necesidad de realizar proyectos fundamentales para fortalecer los productos actuales y consolidarlos en el menor plazo posible, y contar con una base de planificación desde el principio de la ejecución del plan.

Gráfica 27. Distribución anual de la inversión por estrategias



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Al revisar la distribución anual de inversión por estrategias podemos evidenciar como la Estrategia 2. Correspondiente a rubros de infraestructura ocupando la mayor cantidad de recursos proyectados, y en donde es vital realizar alianzas con diferentes entidades nacionales como FONTUR que brinden apoyo para la realización de estos proyectos y suplir las necesidades presupuestales municipales.

Plan de Implementación.

El Plan de Implementación cuenta con una serie de etapas siendo la primera la socialización del plan de desarrollo turístico del municipio de Villagarzón, entendida también como una de las actividades finales de la creación del presente plan turístico buscando realizar una socialización de plan de desarrollo turístico presentándolo a las autoridades de turismo del municipio y a los actores locales.

Acto seguido la coordinación y ejecución de la gran mayoría de proyectos del plan turístico están a cargo de la alcaldía municipal de Villagarzón, por esta razón es indispensable que la



dependencia encargada se encuentre con capacidades y aptitudes necesarias para realizar los proyectos del plan de desarrollo de turismo propuestos para el corto plazo y siendo prioritarios como la base de planificación de todo el plan.

En tercer lugar, es imprescindible la creación de una dependencia municipal que se encargue prioritariamente del sector turismo del municipio, capacitando al personal encargado y continuando con el proceso de gestión y ejecución del presente plan de desarrollo turístico liderando el Plan de acción, corroborando actores y definiendo las alianzas estratégicas, permitiéndoles definir roles y planes de trabajo para la ejecución del Plan Turístico.

En penúltimo lugar y como una acción a realizar durante toda la ejecución del plan de desarrollo turístico, es importante establecer desde el despacho municipal un comité comunitario articulando actores locales y autoridades municipales, con el objetivo de implementar la Matriz de Seguimiento e Impactos, calificando y evaluando los proyectos realizados para dar cumplimiento al plan turístico.

Finalmente, al finalizar el proceso de ejecución del Plan de Acción, el equipo consultor de Fundaculta propone realizar un proceso de retroalimentación y adaptación del Plan de Acción, en donde todos aquellos proyectos no ejecutados y evaluados en la Matriz de Seguimiento e Impactos, tomen parte en futuros planes de desarrollo turísticos del municipio de Villagarzón y en donde se realice una jornada de rendición de cuentas del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón, en donde participen actores locales y autoridades municipales y se expongan los resultados de la Matriz de Seguimiento e Impactos propuesta en el presente plan.

Etapas del Plan de Implementación.

Las etapas del plan de implementación se resumen en la **Ilustración 41**. Esquema visual de las etapas del plan de implementación.

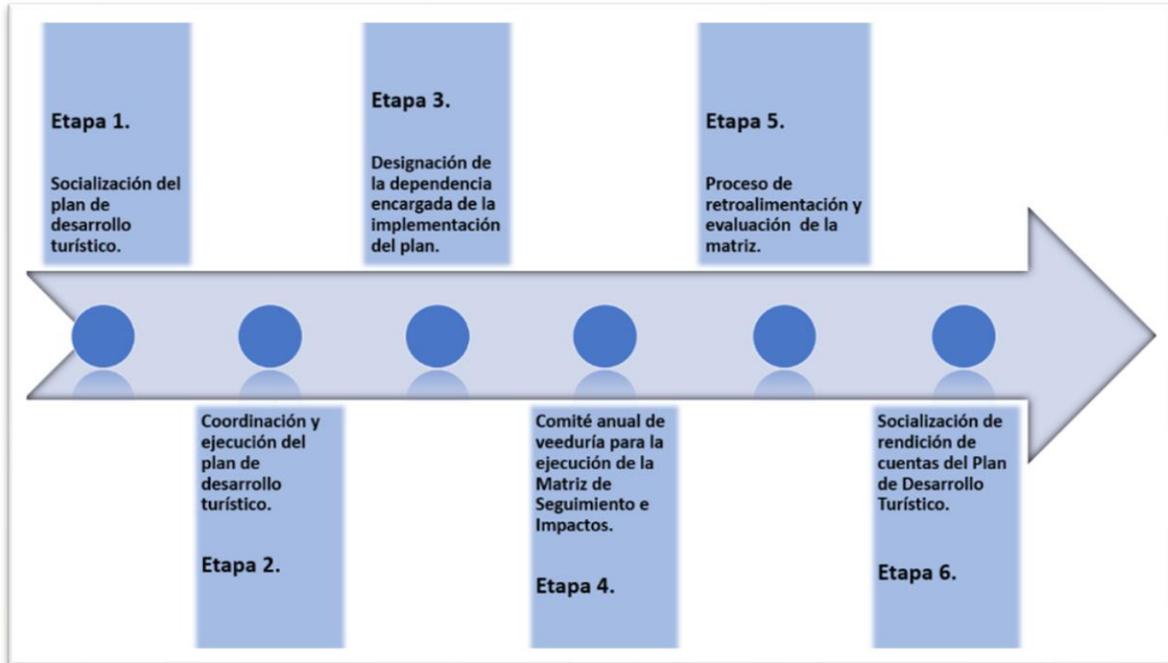
Coordinación y Articulación Interinstitucional para la Implementación del Plan

La implementación del Plan de Desarrollo Turístico con un enfoque territorial se fundamenta en la descentralización y autonomía para la toma de decisiones y gestión de recursos. En consecuencia, se requiere asistencia técnica de los niveles departamentales, nacionales e internacionales, orientado al fortalecimiento local institucional y de las comunidades.

Por tal motivo, en la **Tabla 73**. Rol de actores y aliados se determina el rol y competencia por niveles del gobierno, como una ayuda para la identificación y futura gestión de proyectos del Plan de Desarrollo Turístico del municipio de Villagarzón.



Ilustración 41. Esquema visual de las etapas del plan de implementación



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Tabla 73. Rol de actores y aliados

Nivel de Gobierno	Rol – Competencia
Cooperación internacional	<ul style="list-style-type: none"> • APC – Agencia Presidencial de Cooperación Internacional. • CSS – Cooperación Sur-Sur • CTR – Cooperación Triangular
Nacional – Instituciones de nivel nacional.	<ul style="list-style-type: none"> • MinCIT – Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. • Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible • Parques Nacionales Naturales de Colombia • Consejo Superior de Turismo • ProColombia – Patrimonio autónomo administrado por Fiducoldex • FONTUR • BANCOLDEX • Policía de turismo • Colombia Productiva • INNpuls Colombia • Ministerio de Cultura • SENA • Organismos de socorro: Defensa civil, Bomberos, Cruz Roja. • Entidades Bancarias municipales BBVA, Banco Agrario, Bancolombia.
Departamento – Regional	<ul style="list-style-type: none"> • Gobernación del Putumayo • Cámara de Comercio del Putumayo • SENA regional Putumayo • Instituto Tecnológico del Putumayo • Organización Zonal Indígena del Putumayo • Asociación de guías del Putumayo ASOANDINOAMAZONICOS. • Mesa departamental de Turismo



Local – Alcaldía Municipal

- Concejo Municipal de Turismo
- Asociación de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP.
- Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP.

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Cronograma Plan de Implementación.

Tabla 74. Cronograma del plan de implementación por etapas

Etapas de implementación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8
1. Socialización del plan de desarrollo turístico.								
2. Coordinación y ejecución del plan de desarrollo turístico.								
3. Designación de una dependencia encargada de la implementación del plan								
4. Comité anual de veeduría para la Matriz de Seguimiento e Impactos.								
5. Proceso de retroalimentación y evaluación de la matriz.								
6. Socialización de rendición de cuentas del Plan de Desarrollo Turístico.								

Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Plan de Acción.

Tabla 75. Matriz del plan de acción - Villagarzón

Proyectos / Actividades	Aliados estratégicos	Cronograma de ejecución								Indicador producto	Meta de producto
		1	2	3	4	5	6	7	8		
Proyecto 1. Fortalecimiento del turismo mediante la educación	- Viceministerio de Turismo - Secretarías de educación departamental y municipal. - SENA - FONTUR - Instituto tecnológico del Putumayo									# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa “Colegios Amigos de Turismo”	2
										# de Bibliotecas municipales abastecidas con material alusivo al patrimonio cultural y la formación en turismo	2
										# de cartillas didácticas entregadas a la comunidad sobre los principales atractivos culturales y naturales del municipio.	1000
Proyecto 2. Incentivar y fortalecer el conocimiento de las culturas étnicas	- Gobernación del Putumayo - Cabildos y resguardos Indígenas - ONIC - MinInterior – Dirección de asuntos indígenas - Organización Zonal Indígena del Putumayo OZIP									# de campañas que busquen enaltecer y dar a conocer la cultura étnica del municipio realizadas	2
										Socialización a la comunidad en general y a los PSTs el inventario patrimonial de las comunidades indígenas y afro del municipio realizada	1
Proyecto 3. Generación de cultura turística y apropiación de la identidad en el territorio	- MinCultura - Corpoamazonía – CEA - SENA - Secretaría de Educación Municipal - Secretaría de Educación y Cultura del Putumayo. - Concejo Municipal de Turismo - Gobernación del Putumayo									# de campañas para sensibilizar sobre el patrimonio natural y cultural a actores de: <ul style="list-style-type: none"> • La plaza de mercado • Terminal de transporte • Aeropuerto Cananguchal • Puntos de información turística • Defensa Civil • Cruz Roja • Personal Bibliotecario 	7
										Concurso de muralismo o grafiti con temática sobre la cultura de Villagarzón realizado.	1
										# de campañas de sensibilización para incentivar la demanda de productos locales como insumos para la oferta turística	1



								# de Campañas de sensibilización para el cumplimiento de la prohibición de la caza, pesca y la deforestación	2
								# de campaña para Promocionar las buenas prácticas agrícolas y producción limpia articuladas a la demanda del sector turístico con el fin de reducir agroquímicos y ofertar alimentos limpios.	1
								# de proyectos agropecuarios de producción orgánica y generación de un espacios para su comercialización.	5
								# de programas de beneficios para fortalecer iniciativas que exalten: <ul style="list-style-type: none"> • Expresiones Gastronómicas • Artesanías • Alojamientos rurales comunitarios 	3
Proyecto 4. Gestión cultural eficiente	<ul style="list-style-type: none"> - MinCultura - SENA - Secretaria de Educación y Cultura del Putumayo. - Alcaldía Municipal - Artistas locales - IES Locales - Academia Putumayense de Historia - Cámara de Comercio del Putumayo - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. 							# de Calendarios digitales de ferias y fiestas consolidados y articulados con el portal de turismo	1
								# de programas de fortalecimiento de las ferias, festivales y fiestas del municipio	8
								# de investigaciones para la creación del Recetario de Villagarzón realizadas	1
								# de capacitaciones a los gestores culturales en los siguientes temas: <ul style="list-style-type: none"> • Producción técnica de eventos • Formulación de proyectos para la financiación • Marketing digital cultural • Gestión financiera de proyectos culturales 	4
								# de acreditaciones ante el ministerio de cultura para la conformación del grupo “vigías del patrimonio cultural”	1
Proyecto 5. Adecuación de la infraestructura para el aprovechamiento turístico de los recursos y atractivos de los territorios indígenas	<ul style="list-style-type: none"> - MinCIT - FONTUR - Gobernación del Putumayo - Organización Nacional Indígena de Colombia 							# de estudios realizados para identificar las necesidades de infraestructura en los territorios indígenas	1
								# de intervenciones de infraestructura realizadas en los territorios indígenas	8



									<ul style="list-style-type: none"> Al municipio de Villagarzón “Corazón del Putumayo” A los Productores de Chontaduro 	
									Alumbrado en el parque principal de Villagarzón, rediseñado e instalado	1
									# de gestiones para la dotación de sistemas básicos de agua potable y pozos sépticos a los PST y fincas agroturísticas	1
Proyecto 10. Formulación de estudios de capacidad de carga en atractivos turísticos de Villagarzón	- MinCIT - FONTUR - Corpoamazonia - MinAmbiente - Instituto Tecnológico del Putumayo								# de estudios de capacidad de carga del destino realizados	2
									# de planes de manejo y uso turístico de reservas municipales realizados <ul style="list-style-type: none"> Salado de los loros Reserva Charguayaco Mecaya Sencella. 	3
Proyecto 11. Poner en valor los atractivos de patrimonio material inmueble del municipio de Villagarzón	- MinCIT - FONTUR - Gobernación del Putumayo - Concejo Municipal de Turismo - MinCultura								# de estudios técnicos para evaluar la viabilidad de intervenciones a inmuebles	1
									# de diseño arquitectónicos y de ingeniería para realizar las intervenciones a inmuebles	1
									# de intervenciones realizadas a los inmuebles	4
Proyecto 12. Uso eficiente del inventario y rutas turísticas	- FONTUR - Gobernación del Putumayo - Cámara de Comercio del Putumayo - Corpoamazonia - Concejo Municipal de Turismo - Ministerio de Agricultura y desarrollo Rural								# caracterización del inventario turístico de naturaleza	1
									# de inventarios de aves realizados	1
									# de rutas agroturísticas rediseñadas: <ul style="list-style-type: none"> Ruta del Chontaduro Ruta de la Piña Ruta de la Pimienta 	3
									Inventarios y rutas turísticas acopladas y enlazadas en el portal web de turismo municipal	1
									# de campañas para socializar los inventarios turísticos de naturaleza del municipio realizadas	1
Proyecto 13. Elaboración de un guion de turismo de naturaleza	- SENA - Guías de turismo locales certificados. - Corpoamazonia - MinAmbiente - Gobernación del Putumayo - Asociación de Guías Andinoamazonicos							# de guiones de turismo de naturaleza creados	1	
								# de guías de turismo capacitados para el uso del guion de turismo de naturaleza de Villagarzón	15	



	- Instituto Tecnológico del Putumayo												
Proyecto 14. Diseñar el Producto de Turismo de Naturaleza	- FONTUR - Gobernación del Putumayo - Cámara de Comercio del Putumayo - Corpoamazonia - Concejo municipal de Turismo - PSTs										# de talleres de ideación, prototipado y validación realizados	2	
											Portafolio del producto y manual de producto de turismo de naturaleza diseñados	2	
											Manual de imagen corporativo y de uso de marca consolidado	1	
											Plan de mercadeo para el producto de turismo de naturaleza formulado.	1	
Proyecto 15. Levantamiento del inventario de patrimonio cultural relacionados con rituales de medicina ancestral.	- MinCultura - FONTUR - Gobernación del Putumayo - Concejo municipal de Turismo - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. - Organización zonal indígena del Putumayo.										Inventario de patrimonio cultural relacionado a rituales de medicina ancestral levantado y articulado con el portal web de turismo	1	
Proyecto 16. Identificación, caracterización y clasificación de servicios básicos y complementarios de bienestar.	- Cámara de Comercio del Putumayo - Asociaciones del sector - ACOPI - ANDI - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. - Organización zonal indígena del Putumayo.										# de estudios para la identificación de las comunidades que ofrezcan productos de bienestar y para la identificación de brechas y obstáculos para su desarrollo	2	
											# de documentos con la caracterización de la cadena de servicios complementarios para el desarrollo del turismo de bienestar	1	
Proyecto 17. Diseñar el producto de turismo de bienestar	- FONTUR - Gobernación del Putumayo - Cámara de Comercio del Putumayo										# de guiones de turismo de bienestar	1	
											# de talleres de ideación, prototipado y validación realizados	2	
											Portafolio del producto y manual de producto de turismo de bienestar diseñados	2	



	<ul style="list-style-type: none"> - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. 							Manual de imagen corporativo y de uso de marca consolidado	1
								Plan de mercadeo para el producto de turismo de bienestar formulado.	1
Proyecto 18. Levantamiento de inventario de Patrimonio cultural material e inmaterial	<ul style="list-style-type: none"> - MinCultura - FONTUR - Gobernación del Putumayo 							Inventario de patrimonio cultural relacionado a rituales de medicina ancestral levantado y articulado con el portal web de turismo	1
Proyecto 19. Identificación y caracterización de la cadena de valor de productos y servicios culturales, patrimoniales, industrias culturales, ocio y recreación	<ul style="list-style-type: none"> - Cámara de Comercio del Putumayo - Asociaciones del sector - ACOPI - ANDI - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. - Organización zonal indígena del Putumayo. 							# de estudios para la identificación de servicios relacionados: museos, galerías, arquitectura, antigüedades, restauración.	1
								# de estudios para la identificación de servicios relacionados: artes escénicas, conciertos, teatro, danza, música, artesanía, diseño gráfico, etc.	1
								# de estudios para la identificación de servicios relacionados: cine, televisión, fotografía, contenido digital, discográficas, editoriales, etc.	1
Proyecto 20. Elaboración de guiones turísticos a partir del inventario de patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none"> - SENA - Guías de turismo locales certificados. - Ministerio de Cultura - FONTUR - Concejo Municipal de Turismo - Camara de Comercio del Putumayo - Instituto Tecnológico del Putumayo 							# de guiones de turismo cultural creados	1
								# de guías de turismo capacitados para el uso del guion de turismo cultural de Villagarzón	15
Proyecto 21. Diseñar el producto de turismo cultural	<ul style="list-style-type: none"> - FONTUR - Gobernación del Putumayo - Cámara de Comercio del Putumayo - Actores del sector cultural local - Asociaciones de artesanos, restaurantes, bares y discotecas. - Artistas locales 							# de talleres de ideación, prototipado y validación realizados	2
								Portafolio del producto y manual de producto de turismo cultural diseñados	2
								Manual de imagen corporativo y de uso de marca consolidado	1
								Plan de mercadeo para el producto de turismo cultural formulado.	1



	- Concejo municipal de Turismo											
Proyecto 22. Levantamiento del inventario de patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas y afro.	- MinCIT - FONTUR - Gobernación del Putumayo - MinCultura - MinInterior – Dirección de asuntos indígenas - Comunidades Indígenas Locales - Corpoamazonia - Organización Nacional Indígena de Colombia - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. - Organización zonal indígena del Putumayo.										Inventario de patrimonio cultural material e inmaterial de las comunidades indígenas levantado y articulado con el portal web de turismo	1
Proyecto 23. Elaboración de guiones turísticos a partir de los inventarios levantados.	- MinCultura - FONTUR - SENA - Guías de turismo locales certificados. - Instituto Tecnológico del Putumayo										# de guiones de turismo interpretativo PCI y PCM	2
											# de guías de turismo capacitados para el uso del guion de turismo cultural de Villagarzón	15
Proyecto 24. Diseño participativo del producto de turismo étnico	- MinCultura - FONTUR - SENA - MinCIT - Cabildos y Resguardos Indígenas - Comunidades Afro - Cámara de Comercio del Putumayo - MinInterior – Dirección de asuntos indígenas - Organización Nacional Indígena de Colombia - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP.										# de talleres de ideación, prototipado y validación realizados	2
											Portafolio del producto y manual de producto de turismo étnico diseñados	2
											Manual de imagen corporativa y de uso de marca consolidado	1
											Plan de mercadeo para el producto de turismo étnico formulado.	1



	- Organización zonal indígena del Putumayo.												
Proyecto 25. Creación de un operador turístico comunitario que gestione el desarrollo y sostenibilidad del producto de turismo étnico.	- MinCultura - FONTUR - MinCIT - Cabildos y Resguardos Indígenas - Comunidades Afro - Cámara de Comercio del Putumayo - Concejo municipal de Turismo - MinInterior – Dirección de asuntos indígenas - Organización Nacional Indígena de Colombia - Organización de cabildos Indígenas Inga del municipio de Villagarzón ACIMVIP. - Asociación de Negritudes del corregimiento de Puerto Umbria ADENECP. - Organización zonal indígena del Putumayo.										# de actores comunitarios en torno al producto de turismo étnico caracterizados y clasificados	20	
												# de talleres de construcción colectiva de estatutos y modelo de negocios CANVAS realizados	2
													# de manuales de operación del producto de turismo étnico diseñados
Proyecto 26. Capacitación para los PSTs.	- SENA - Secretaría de Educación y Cultura del Putumayo. - Alcaldía Municipal - IES - Secretaría de Educación Municipal - Cámara de Comercio del Putumayo - Instituto Tecnológico del Putumayo - Corpoamazonia - Organismos de socorro: Defensa civil, Bomberos, Cruz Roja.										# de capacitaciones realizadas al talento humano de las empresas del sector turismo, enfocadas en:	9	
											<ul style="list-style-type: none"> • Servicio al cliente • Bilinguismo • Tradiciones ancestrales • Gastronomía nacional e internacional • Marketing digital y turismo • Normas técnicas de calidad • Incorporación de TICs • Modelo de negocios turísticos • Primeros auxilios 		
											# de programas municipales de incentivos para la formalización diseñados y operativos		
Proyecto 27. Formalización de prestadores de servicios turísticos	- Cámara de Comercio del Putumayo - Policía Nacional - Alcaldía Municipal - Concejo Municipal de Turismo - Corpoamazonia										# de campañas para incentivar la formalización de actores del sector	1	
											# de campañas para establecer un programa de control y vigilancia entre la alcaldía y la policía nacional, para cumplir normatividad sancionatoria a los PSTs	1	



Proyecto 28. Sostenibilidad de los servicios turísticos	- MinAmbiente - MinCIT - Gobernación del Putumayo - Cámara de Comercio del Putumayo - Corpoamazonia - Policía Nacional - Alcaldía Municipal - Policía de Turismo - Ejercito Nacional - Alcaldía Municipal - Organismos de socorro: Defensa civil, Bomberos, Cruz Roja.								# de programas para la implementación por parte de los PSTs de: <ul style="list-style-type: none"> • Energías limpias • Gestión de residuos solidos • Gestión de aguas residuales 	3
									# de gestiones realizadas para impulsar el fondo emprender del SENA en Villagarzón	5
									# de campañas ambientales dirigidas a la comunidad y a los PSTs dirigidos por Corpoamazonia	2
									# de campañas de enseñanza sobre la economía circular (consumo de recursos no renovables, reutilización y reciclaje)	1
Proyecto 29. Calidad de los servicios turísticos	- Cámara de Comercio del Putumayo - SENA - Gobernación del Putumayo - Viceministerio de Turismo - FONTUR								# de campañas de socialización sobre beneficios tributarios a los actores del sector turismo	1
									# de programas municipales en asistencia técnica y en implementación de NTS y certificaciones	1
									# de manuales sobre la implementación de NTS distribuidos entre los actores del sector turismo	100
									Implementación de un sistema de identificación de PSTs que cumplan con la normatividad correspondiente del sector	1
Proyecto 30. Participación en eventos y convenciones de turismo nacionales	- Gobernación del Putumayo - Alcaldía Municipal - ANATO - SENA - FONTUR - Concejo municipal de Turismo								# de misiones empresariales realizadas con PSTs a destinos y a ferias nacionales ANATO	8
									Feria de turismo del municipio de Villagarzón realizada	1
									Festival gastronómico promocionando el recetario culinario de Villagarzón	1
Proyecto 31. Plataforma digital de promoción y divulgación del turismo de Villagarzón	- Cámara de Comercio del Putumayo - FONTUR - Gobernación del Putumayo - PSTs - Corpoamazonia								Portal web de turismo de Villagarzón diseñado y operativo	1
									Aplicativo móvil (APP) enlazado con el portal web de turismo de Villagarzón y operativo	1
									# de campañas para homogenizar y centralizar las redes sociales	8
									# de promociones realizadas a las rutas turísticas del municipio realizadas y enlazadas con el portal y la APP de turismo del municipio	8



<p>Proyecto 32. Creación, apropiación y divulgación de la marca destino</p>	<ul style="list-style-type: none"> - MinCIT - FONTUR - Gobernación del Putumayo - Concejo Municipal de Turismo - Prestadores de Servicios Turísticos - Corpoamazonia 								<p>Marca territorial o marca destino diseñada y enlazada con las diferentes herramientas de promoción</p>	<p>1</p>
<p>Proyecto 33. Crear un modelo de inteligencia de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - MinCIT - FONTUR - Concejo Municipal de Turismo - Prestadores de Servicios Turísticos - Alcaldía Municipal - Gobernación del Putumayo - IES - Instituto Tecnológico del Putumayo 								<p>Sistema de información turística creado y operativo</p>	<p>1</p>
									<p># de estudios de mercadeo realizados a los productos de turismo del municipio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismo de naturaleza • Turismo de Bienestar • Turismo Cultural • Turismo Étnico 	<p>4</p>
									<p>Plan de marketing territorial para el destino Villagarzón Formulado</p>	<p>1</p>
<p>Proyecto 34. Creación de la secretaria de cultura y turismo</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldía y Concejo Municipal 								<p>Proyecto para el diseño y creación de una dirección o secretaria de turismo en el municipio de Villagarzón</p>	<p>1</p>
<p>Proyecto 35. Aprovechamiento del programa nacional “Pueblos que Enamoran”</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldía y Concejo Municipal 								<p># de proyectos formulados y aceptados por FONTUR, para aprovechar los beneficios de pertenecer a la red nacional de pueblos que enamoran</p>	<p>8</p>
<p>Proyecto 36. Articulación eficiente con la Gobernación del Putumayo y municipios colindantes</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldía Municipal - Gobernación del Putumayo - Mesa departamental de Turismo 								<p># de mesas de trabajo establecidas con la Gobernación del Putumayo y el Concejo Departamental de Turismo</p>	<p>8</p>
									<p># de promociones conjuntas del destino realizadas con municipios cercanos</p>	<p>8</p>
<p>Proyecto 37. Seguridad turística municipal.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Viceministerio de Turismo - FONTUR - Gobernación del Putumayo - Policía Nacional - Mesa departamental de Turismo - Ejército Nacional - Consejo municipal de Turismo - PST 								<p>Plan de seguridad turística formulado e implementado</p>	<p>1</p>
									<p># de sitios de interés turístico enlazados a los planes de gestión de riesgos municipales</p>	<p>10</p>
									<p># de sitios de interés turístico enlazados a los planes de gestión de residuos sólidos municipales</p>	<p>10</p>
									<p># de revisiones de vigilancia y control periódico del RNT realizadas</p>	<p>8</p>
									<p># de campañas de regulación del uso turístico de los elementos de las culturas indígenas</p>	<p>8</p>



									# de puntos de control turístico creados	2
									# de gestiones realizadas para la inclusión del programa de policías de turismo al municipio de Villagarzón	1
Proyecto 38. Sistema turístico articulado al ordenamiento territorial	- Alcaldía Municipal - Concejo Municipal								Gestión realizada para priorizar dentro del ordenamiento territorial las zonas de desarrollo turístico	1
									Gestión realizada para incluir dentro del EOT los atractivos turísticos declarados	1
									Gestión realizada para incluir estrategias, programas o proyectos del actual plan de desarrollo turístico en el próximo EOT del municipio	1
Proyecto 39. Declaratorias municipales de interés turístico	- Alcaldía Municipal - Concejo Municipal - Concejo Municipal de Turismo - Ministerio de Cultura - Gobernación del Putumayo								Gestión realizada para identificar atractivos turísticos susceptibles para obtener declaratoria	1
									Gestión realizada para identificar atractivos de patrimonio inmueble susceptibles a ser declarados BIC	1
									Gestión realizada para impulsar las declaratorias posibles ante el concejo municipal	1
Proyecto 40. Servicios complementarios	- Alcaldía Municipal - Concejo Municipal - Cámara de Comercio del Putumayo - ACOPI - ANDI - Entidades Bancarias municipales BBVA, Banco Agrario, Bancolombia.								Gestión realizada para la apertura de una sucursal y un cajero de Bancolombia	1
									Gestión realizada para aumentar los servicios de telecomunicaciones e internet con la instalación de nuevas antenas	1
									Gestión realizada con el concesionario del aeropuerto para la apertura de nuevas rutas nacionales	1
									Gestión realizada para la creación de un banco de financiación de proyectos turísticos	1
									Gestión de estrategias para la protección y conservación del corredor biológico del bloque San Juan – Asociación de Turismo Etnocampesino Andinoamazonico Bloque San Juan.	1
Proyecto 41. Creación de un organismo mixto que asocie a los actores de la cadena de valor del turismo	- Cámara de Comercio del Putumayo - Clubes de Productos de Turismo - FONTUR								# de talleres realizados con los actores del sector turismo para la construcción del modelo asociativo: • Taller modelo de negocios CANVAS	4



	<ul style="list-style-type: none"> - Concejo Municipal de Turismo - Mesa departamental de Turismo 									<ul style="list-style-type: none"> • Taller creación de modelo administrativo • Taller definición de estatutos y acta de constitución • Taller formulación de plan de acción del organismo mixto 	
										Organismo mixto constituido y operativo	1
										Gestión para incluir el acompañamiento en la implementación del plan de desarrollo turístico municipal como un objetivo del organismo realizada	1
<p>Proyecto 42. Cooperación nacional e internacional para el desarrollo turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Alcaldía Municipal - Concejo Municipal de Turismo - Agencia Presidencial de Cooperación - USAID - Gobernación del Putumayo - PNUD - ICCO - TRAVOLUTION COLOMBIA - GGGI - ICCO - EMBAJADA SUIZA - GRAN TIERRA ENERGY - ECOJETROL - Agremiaciones como: AWAKE TRAVEL, ACOTUR. 									Gestión realizada para la identificación de cooperantes nacionales e internacionales	1
										Gestión realizada para la identificación de proyectos susceptibles a la financiación y cooperación nacional e internacional	1
										Gestión realizada para la identificación de organizaciones en el territorio con capacidad para gestionar proyectos de cooperación	1
										# de proyectos formulados en marco lógico e impulsados por parte de la alcaldía municipal susceptibles a recibir financiación y cooperación nacional e internacional	8



MINISTERIO DE COMERCIO,
INDUSTRIA Y TURISMO



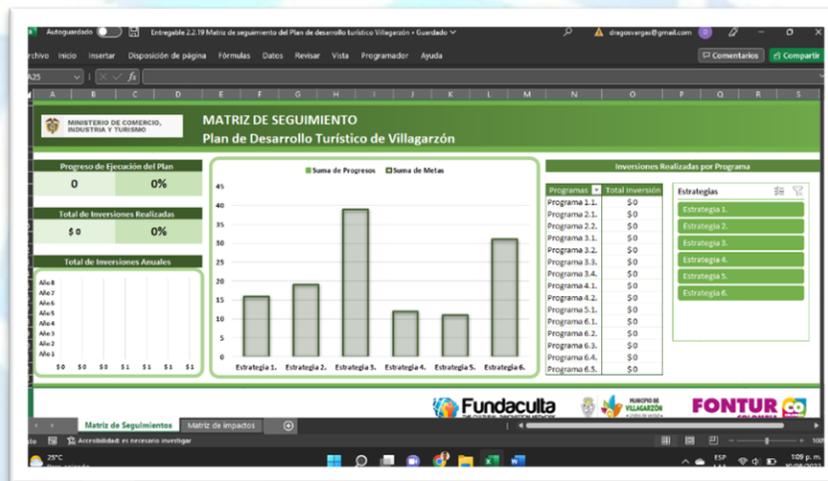


Manual de la Matriz de Seguimiento e Impactos.

Componentes de la Matriz

La matriz se encuentra constituida por dos hojas de Excel, al momento de abrir el documento de Excel encontraremos una pantalla de inicio o Dashboard denominada Matriz de Seguimiento, se puede corroborar esta información ubicándose en la parte inferior izquierda de la pantalla y buscando la hoja de Excel llamada “**Matriz de Seguimiento**”, de tal manera que al abrir o desplegar esta hoja la pantalla que vamos a observar es la siguiente:

Ilustración 42. Pantalla de inicio matriz de seguimiento



Fuente: Elaboración propia

La matriz de seguimiento se encuentra constituida por un total de 6 elementos que veremos más adelante en este manual, resumidos de la siguiente manera:

Ilustración 43. Progreso de Ejecución del Plan

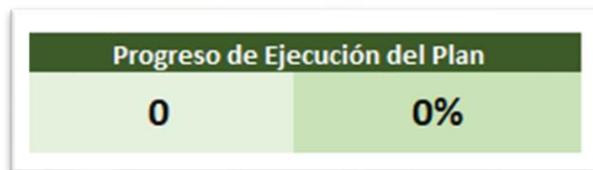




Ilustración 44. Total de Inversiones Realizadas



Ilustración 45. Total de Inversiones Anuales

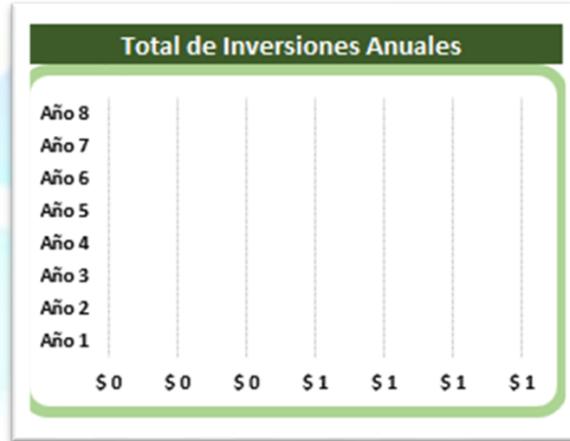


Ilustración 46. Gráfico Central

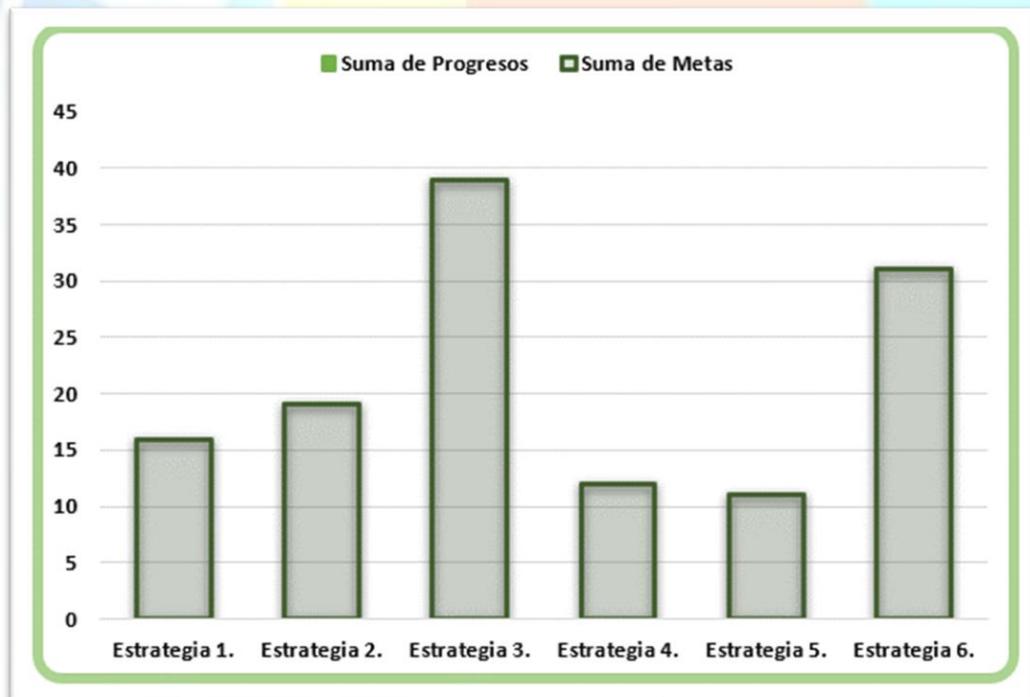
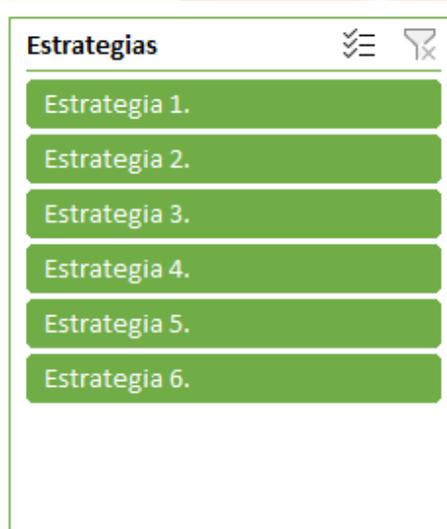




Ilustración 47. Inversiones Realizadas por Programa

Programas	Total Inversión
Programa 1.1.	\$0
Programa 2.1.	\$0
Programa 2.2.	\$0
Programa 3.1.	\$0
Programa 3.2.	\$0
Programa 3.3.	\$0
Programa 3.4.	\$0
Programa 4.1.	\$0
Programa 4.2.	\$0
Programa 5.1.	\$0
Programa 6.1.	\$0
Programa 6.2.	\$0
Programa 6.3.	\$0
Programa 6.4.	\$0
Programa 6.5.	\$0

Ilustración 48. Comando Interactivo “Estrategias”



Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Del mismo modo si nos desplazamos a la parte inferior izquierda de la pantalla podremos encontrar una segunda hoja denominada “**Matriz de Impactos**”, al desplegar esta hoja o hacer clic en su nombre nos mostrara la siguiente hoja:



Ilustración 49. Matriz de seguimiento de Impactos

Proyectos	Indicadores	Progreso	Meta	Dinero Invertido Año 1	Dinero Invertido Año 2	Dinero Invertido Año 3	Dinero Invertido Año 4	Dinero Invertido Año 5	Dinero Invertido Año 6	Dinero Invertido Año 7	Dinero Invertido Año 8	Total de Inversiones
Proyecto 1	# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa "Colegios Amigos de Turismo"		2									\$ -
Proyecto 1	# de Bibliotecas municipales abastecidas con material alusivo al patrimonio cultural y la formación en turismo		2									\$ -
Proyecto 1	# de cartillas didácticas entregadas a la comunidad sobre los principales atractivos culturales y naturales del municipio.		1000									\$ -
Proyecto 2	# de campañas que busquen resaltar y dar a conocer la cultura étnica del municipio realizadas		2									\$ -
Proyecto 2	Socialización a la comunidad en general y a los PSS el inventario patrimonial de las comunidades indígenas y afro del municipio		1									\$ -

Fuente: Elaboración propia Fundaculta

Podemos apreciar una tabla en donde a la izquierda de la pantalla se encuentran por separado cada uno de los **proyectos** establecidos en el plan y al frente de estos sus **indicadores de cumplimiento** establecidos en el “Plan de Acción”.

Seguido a los indicadores se encuentra la columna de “**Progreso**” en la cual todas las celdas se encuentran sombreadas de un color amarillo, seguidamente de la columna progresos se encuentra el apartado “meta”, siendo esta el objetivo al cual debe llegar el indicador.

Finalmente, se encuentran las columnas denominadas “**Dinero Invertido**”, en donde cada una de sus celdas se encuentra sombreadas de un color amarillo y las columnas se encuentran discriminadas de izquierda a derecha entre los años 1 a 8.

Ahora vamos a ver cómo funcionan la matriz de seguimiento de impactos y como hacer uso correcto de su interfaz:

¿Cómo Usar la Matriz de Impactos?

Al momento de cumplir con uno de los indicadores del plan de desarrollo turístico procederemos a abrir el documento de Excel, y nos ubicaremos inmediatamente en segunda hoja del documento denominada “Matriz de Impactos”, buscaremos el indicador que hemos cumplido y anotaremos el progreso de dicho indicador, en la columna “progreso” y en su celda correspondiente, de la siguiente manera:



Ej. La administración municipal realizaron con éxito la inclusión de dos (2) instituciones educativas al programa de “Colegios Amigos del Turismo”, invirtiendo una cantidad de \$60.000.000 millones de pesos colombianos en los 2 primeros años de ejecución del plan de desarrollo turístico.

Jaime, el encargado de la retroalimentación del plan de desarrollo turístico desea incorporar este avance a la matriz de seguimiento e impactos **¿Qué debe hacer?**

Solución:

1. Lo primero que debe hacer Jaime es abrir el documento de Excel llamado “Entregable 2.2.19 Matriz de Seguimiento del Plan de Desarrollo Turístico de Villagarzón”.
2. En segundo lugar, al tener abierto el documento Jaime debe dar clic en la segunda hoja del Excel llamada “Matriz de Impacto” y deberá buscar el indicador al cual da cumplimiento la acción que se realizó en el ejemplo, de la siguiente manera:

Ilustración 50. Búsqueda de un indicador

Proyecto 1.	# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa “Colegios Amigos de Turismo”		2
-------------	---	--	---

3. En tercer lugar, en la casilla progreso anotara manualmente en la casilla designada para dicho indicador el progreso realizado, para este caso y como dice el ejemplo se escribirá el número 2 en la casilla progreso de la siguiente manera:

Ilustración 51. Progreso apuntado en la matriz

Proyecto 1.	# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa “Colegios Amigos de Turismo”	2	2
-------------	---	---	---

4. En cuarto lugar, es importante anexar la distribución del dinero invertido a lo largo de los años de ejecución del plan de desarrollo turístico, siguiendo con el ejemplo se invirtieron \$60.000.000 millones de pesos en los primeros 2 años de ejecución, al distribuir uniformemente esta cantidad en los 3 primeros años, de esta manera serian \$30.000.000 en las casillas correspondientes de la siguiente manera:



Ilustración 52. Ingresar dinero invertido a la matriz

Proyectos	Indicadores	Progreso	Meta	Dinero Invertido Año	
				1	2
Proyecto 1.	# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa "Colegios Amigos de Turismo"	2	2	\$ 30.000.000	\$ 30.000.000

5. Finalmente, Jaime debe oprimir las teclas (Control + G), o buscar manualmente la herramienta de guardar cambios en el documento y con esto la información estará lista en la matriz de impactos.

Otro ejemplo, que podría darse es registrar un indicador incompleto en la matriz de la siguiente manera:

Ej.: La administración municipal realizaron con éxito la inclusión de una (1) institución educativa al programa de "Colegios Amigos del Turismo", invirtiendo una cantidad de \$30.000.000 millones de pesos colombianos en el primer año de ejecución del plan de desarrollo turístico. Siendo que falta por cumplir la meta en su totalidad la inclusión de dos (2) instituciones educativas a dicho programa.

Jaime, el encargado de la retroalimentación del plan de desarrollo turístico desea incorporar este avance a la matriz de seguimiento e impactos **¿Qué debe hacer?**

1. Jaime deberá realizar el mismo procedimiento expuesto con anterioridad para buscar el indicador, y registrar el avance, la única diferencia en este caso, es que Jaime deberá registrar un avance incompleto en la casilla puesto que la meta son 2 acciones, pero hasta el momento solo se ha realizado 1 acción, de la siguiente manera:

Ilustración 53. Progreso incompleto apuntado en la matriz

Proyectos	Indicadores	Progreso	Meta
Proyecto 1.	# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa "Colegios Amigos de Turismo"	1	2



2. Es importante aclarar que estas casillas marcadas con amarillo siempre son editables y una vez realizado 1 inclusión más restantes en el ejemplo expuesto, podrán seguir registrando estos progresos en la matriz.
3. Del mismo modo, Jaime podrá registrar el dinero invertido durante el primer año para realizar dicha acción de la siguiente manera:

Ilustración 54. Ingresar dinero invertido a la matriz - 2

Proyectos	Indicadores	Progreso	Meta	Dinero Invertido Año 1
Proyecto 1.	# de instituciones de educación básica y media incluidas dentro del programa "Colegios Amigos de Turismo"	1	2	\$ 30.000.000

4. Finalmente, Jaime deberá guardar los cambios y con esto la información estará lista en la matriz de impactos.

Otra situación que se pueda llegar a presentar es la realización de más acciones para cumplir los indicadores, siguiendo con el ejemplo inclusión de instituciones educativas al programa "Colegios Amigos del Turismo", la meta en acciones sería realizar 2 pero se realizaron 5. Con respecto al cumplimiento de metas estas se darán por cumplidas al momento de registrar el número de acciones que indica la meta, de esta manera registrar 5 inclusiones de instituciones educativas, representara en el porcentaje de progreso del plan de desarrollo turístico del mismo modo que si hubieran incluido 2 instituciones educativas.

No obstante, el dinero invertido en la inclusión de estos 5 colegios si se verá reflejado en la matriz de seguimiento, en el elemento de "Total de inversiones realizadas" y podremos observar como si llegado el caso al finalizar el tiempo de ejecución del plan de desarrollo turístico se ha invertido más dinero del presupuestado en el plan plurianual de inversiones, este elemento de la matriz de seguimiento tendrá valores superiores al 100% como veremos a continuación con el aprendizaje del manejo de la matriz de seguimiento.

Hasta el momento hemos aprendido a ingresar información en la matriz de impactos, pero estos cambios en la matriz de impactos se han de ver reflejados en algún lugar, y estos cambios se verán en la matriz de seguimiento.



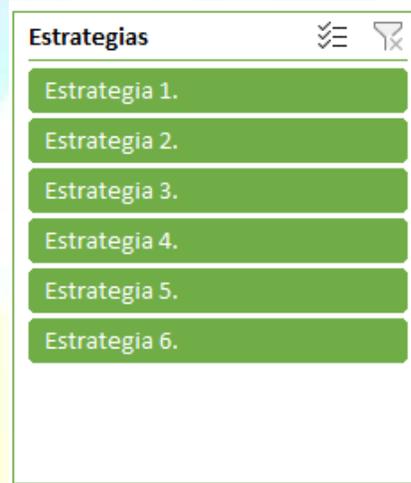
¿Cómo Usar la Matriz de Seguimiento?

Este componente interactivo es totalmente automatizado siempre y cuando todo cambio realizado en la matriz de impactos haya sido guardado correctamente, en donde el uso de la matriz de seguimiento se restringe a las siguientes acciones.

Actualizar la Información de la Matriz de Impactos.

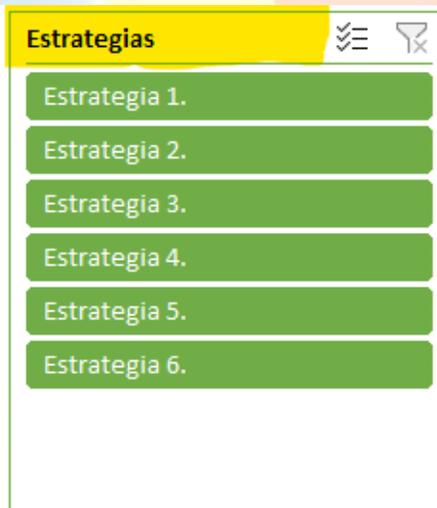
Para actualizar la información de la matriz es tan simple como irse a la parte derecha de la pantalla ubicar el elemento, comando interactivo “estrategias”, como se ve en la siguiente imagen:

Ilustración 55. Comando interactivo "Estrategias"



Al tenerla ubicada es necesario dar clic derecho en la zona donde se encuentra el nombre “Estrategias”, en la siguiente imagen se puede observar la zona a la cual deberá dar clic derecho:

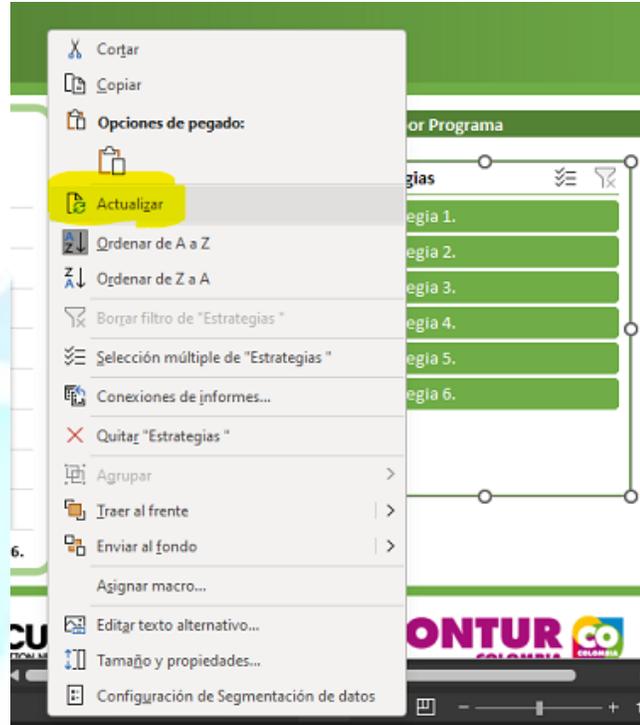
Ilustración 56. Donde dar clic en el comando interactivo "Estrategias"





Al realizar dicha acción se desplegará el siguiente menú, en donde ubicaremos la casilla “Actualizar” y daremos clic izquierdo en dicha casilla:

Ilustración 57. Menú para actualizar la matriz de seguimiento



Al dar clic en esta casilla la matriz se actualizará automáticamente, si se ha registrado información en la matriz de impactos, esta información se verá reflejada en la matriz de seguimiento al realizar esta acción de actualizar.

Si deseamos filtrar la información y conocer más a detalle cómo se encuentra una estrategia del plan de desarrollo turístico en específico, debemos dar clic izquierdo en el nombre de esa estrategia, dentro del comando interactivo “estrategias”. Al realizar esta acción los elementos de la matriz de seguimiento TODOS LOS ELEMENTOS se actualizarán en torno a la estrategia revisada, de la siguiente manera:

En primer lugar, tenemos una imagen general de la matriz en donde podemos observar el progreso del plan de desarrollo turístico en conjunto:



Ilustración 58. Vista general de la matriz de seguimiento



Como podemos observar en el ejemplo en el gráfico central la **Estrategia 1**. Del plan de desarrollo turístico se encuentra cumplida en su totalidad y la **Estrategia 2**. se encuentra avanzando y cumpliendo varias de sus metas, hasta el momento en esta imagen general de la matriz en la izquierda arriba podemos observar cómo: se han cumplido **21** metas, las cuales equivalen a un **16%** del progreso de ejecución del plan, en donde el total de inversiones realizadas es de **\$2.100.000.000** millones de pesos, lo cual equivale a un **22%** de las inversiones predispuestas en el plan plurianual de inversiones. Debajo en el Total de inversiones anuales podemos observar que el dinero fue invertido en el Año 1 y en el Año 3, y a la izquierda podemos ver el total de inversión realizado en el programa 1.1 y en el programa 2.1.

Al momento de dar clic izquierdo en la **Estrategia 1**. en el comando interactivo “estrategias” como se observa a continuación:



Ilustración 59. Clic en la Estrategia 1. del comando interactivo "Estrategias"



La matriz de seguimiento se actualizará en su totalidad para darnos información detallada sobre la Estrategia 1. Observando que la hoja se actualizara y cambiara de la siguiente manera:

Ilustración 60. Ejemplo uso del comando interactivo "Estrategias" Estrategia 1.



Podemos ver como el grafico central a cambiado y se encuentra lleno en su totalidad indicando que ya se han cumplido todas las metas de la **Estrategia 1**. Podemos apreciar a la derecha en el comando interactivo "Estrategias", la Estrategia 1. Se encuentra sombreada con color naranja



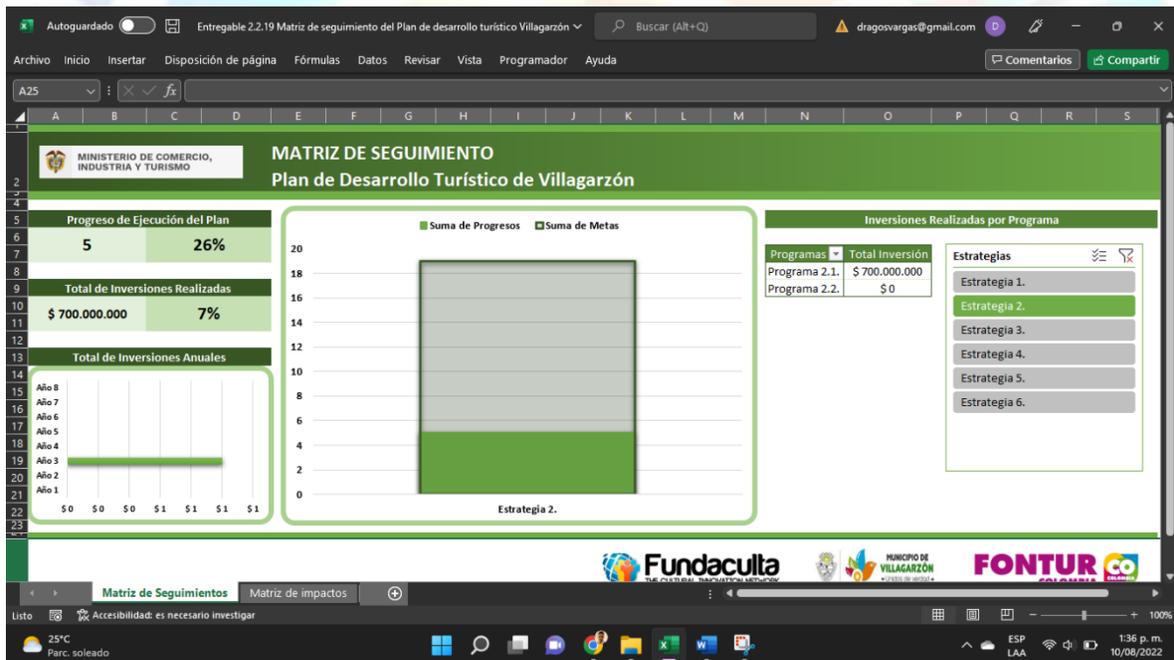
fuerte y las demás estrategias se encuentran en gris, indicando que actualmente estamos revisando información sobre únicamente la Estrategia 1.

Podemos apreciar a la izquierda arriba que se han cumplido **16 metas** que corresponden al **100%** de la Estrategia 1. podemos apreciar el total invertido para ejecutar la Estrategia 1. correspondientes a **\$1.400.000.000** millones de pesos, equivalentes al **15%** del total de inversiones proyectadas en el plan plurianual de inversiones.

Podemos observar como en la gráfica de inversiones anuales esos \$1.400.000.000 millones fueron invertidos en su totalidad en el **Año 1**. Y finalmente podemos apreciar que se han invertido esos \$1.400.000.000 millones únicamente en el **Programa 1.1**, en donde no se realizaron inversiones en los demás programas de la Estrategia 1.

Del mismo modo si damos clic en la Estrategia 2. En el comando interactivo “Estrategias” toda la información se actualizará y cambiará en torno a la **Estrategia 2**. de la siguiente manera:

Ilustración 61. Ejemplo uso del comando interactivo "Estrategias" Estrategia 2.



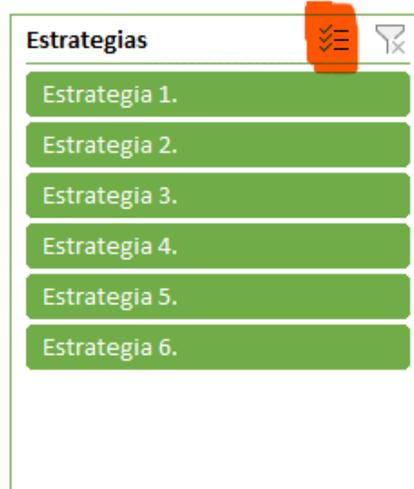
Como podemos observar en el comando interactivo “Estrategias” toda la matriz cambio en torno a dicha estrategia.

Si surge el caso que deseamos analizar más de una estrategia al mismo tiempo, pero no deseamos ver otras podemos hacer uso del botón “selección múltiple” del comando interactivo



“Estrategias”. En la siguiente imagen se puede observar donde está ubicado dicho botón y como saber si esta activado o desactivado:

Ilustración 62. Ubicación del botón selección múltiple



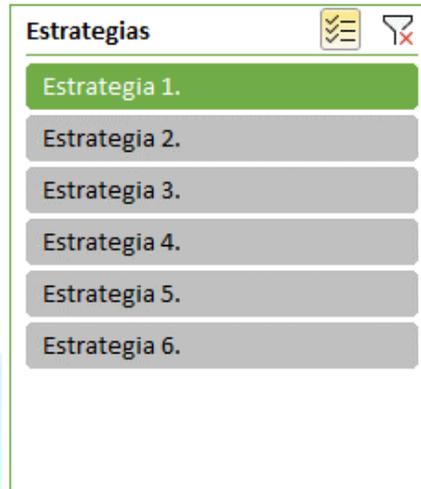
Si el botón se encuentra activado se presentará una sombra amarilla en dicho botón, y esto te permitirá filtrar las estrategias que desees observar:

Ilustración 63. Botón de selección múltiple desactivado





Ilustración 64. Botón de selección múltiple activado



Es importante aclarar este botón debe ser activado una vez analizando una Estrategia, si activamos este botón al tener una visión general de la matriz funcionará, al contrario, y deseleccionará las Estrategias que des clic. Al activarlo mientras estamos mirando una Estrategia en específico podemos filtrar estrategias en el siguiente ejemplo se muestra la información filtrada de las estrategias 1. y 2.:

Ilustración 65. Matriz de seguimiento, análisis de 2 estrategias en simultaneo.





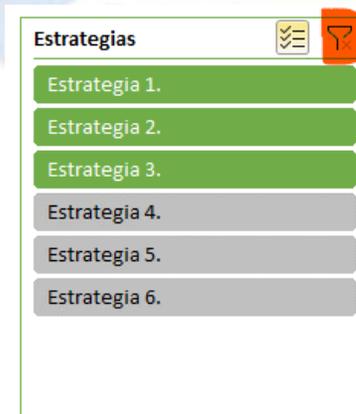
Como podemos observar la matriz de seguimiento muestra el avance de la Estrategia 1. y 2. En simultaneo exceptuando las demás estrategias. Del mismo modo, si tenemos el botón de selección múltiple activo podemos incluir una tercera o más estrategias, seleccionándola en el comando interactivo “Estrategias” de la siguiente manera:

Ilustración 66. Matriz de seguimiento, análisis de 3 estrategias en simultaneo.



Por último, es importante saber cómo podemos desactivar los filtros realizados y volver a la matriz general en donde se aprecia un análisis de todas las Estrategias en conjunto y para esto es necesario dar clic en el botón “Borrar filtro” del comando interactivo “estrategias” ubicado en la siguiente zona remarcada en azul:

Ilustración 67. Ubicación del botón borrar filtro

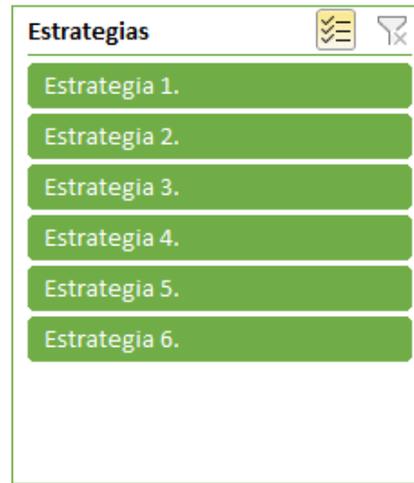




Al dar clic izquierdo en este botón se eliminarán todos los filtros y se volverá a la pantalla general de la matriz, pero no se desactivará el botón de selección múltiple, así que siempre recuerda revisar si este botón se encuentra activado o desactivado.

En la siguiente imagen podemos ver que el botón de selección múltiple se encuentra activado después de realizar la acción de borrar todos los filtros:

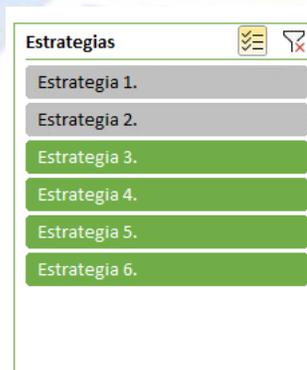
Ilustración 68. Botón de selección múltiple activado después de eliminar filtros



Para desactivarlo, dar clic izquierdo en el botón y listo.

Recuerda que si usas el comando interactivo con el botón de selección múltiple activado funcionara al contrario que, si lo activas después de filtrar la estrategia, si esta activado como se en la imagen anterior y das clic en estrategia 1. y 2. Las estarás excluyendo del análisis general como se ve a continuación:

Ilustración 69. Uso del comando interactivo "Estrategias" con el botón de selección múltiple activado





Del mismo modo damos clic en el botón “borrar filtros” y volveremos a la pantalla principal y recordar nuevamente siempre desactivar el botón de “selección múltiple” cuando estemos en la vista general de la matriz.





Bibliografía

- ACNUR . (6 de Abril de 2022). *ACNUR - La agencia de la ONU para los refugiados* . Obtenido de https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/Pueblos_indigenas/2011/Comunidades_indigenas_en_Colombia_-_ACNUR_2011.pdf
- CCP. (4 de Abril de 2022). *Cámara de Comercio Putumayo* . Obtenido de <https://ccputumayo.org.co/>
- CITUR. (2022). *CITUR*. Obtenido de <https://www.citur.gov.co/estadisticas/departamental#gsc.tab=0>
- CNMH. (4 de Abril de 2022). *Centro Nacional de Memoria Histórica* . Obtenido de <https://centrodememoriahistorica.gov.co/>
- CORPOAMAZONIA. (1 de Abril de 2014). *Corpoamazonia*. Obtenido de https://www.corpoamazonia.gov.co/files/Ordenamiento/Determinantes/Determinantes_Putumayo.pdf#page=22&zoom=100,109,666
- DNP . (4 de Abril de 2022). *Departamento Nacional de Planeación* . Obtenido de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles>
- JAVERIANA. (2020). *Univerisdad Javeriana* . Obtenido de <https://www.javeriana.edu.co/blogs/algomez/files/OBETIVOS1.pdf>
- LEY 2068 . (31 de Diciembre de 2020). *Función pública*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558#:~:text=L a%20presente%20ley%20tiene%20por%20objeto%20fomentar%20la%20sostenibilidad%20e,tur%C3%ADstica%2C%20a%20trav%C3%A9s%20de%20la>
- López, L., Gómez, J., Sepúlveda, W., & Ochoa, A. (27 de marzo de 2017). *Scielo* . Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/esso/v21/v21a05.pdf>
- MINCIT. (octubre de 2012). *colombiaproductiva*. Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=e1760bd0-0060-4974-9f5d-00277ce35cc9>
- MINCIT. (2013). Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=80fca027-7c4e-4585-88f7-a349ed5a1a0b>
- MINCIT. (2017). *MINCIT*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=99fd4bce-d9ea-45a8-8787-be554f7a8627>



- PDT Mocoa. (31 de Mayo de 2020). *mocoa-putumayo*. Obtenido de <https://www.mocoa-putumayo.gov.co/>
- PDT Putumayo. (4 de Abril de 2022). Obtenido de https://www.putumayo.gov.co/index.php?option=com_content&view=article&id=37
- PDT Villagarzón. (4 de Abril de 2022). Obtenido de <http://www.villagarzon-putumayo.gov.co/>
- PRIT Putumayo . (Octubre de 2021). *Putumayo.gov.co*. Obtenido de https://www.putumayo.gov.co/images/documentos/Planes_y_programas/DOCUMENTO%20PRIT%20PVD%20PUTUMAYO%2025102021.pdf
- UCOL. (Diciembre de 2019). *Universidad Colima*. Obtenido de [http://ww.ucol.mx/content/publicacionesenlinea/adjuntos/Turismo-y-vocacion-\(final-conportada\)_481.pdf](http://ww.ucol.mx/content/publicacionesenlinea/adjuntos/Turismo-y-vocacion-(final-conportada)_481.pdf)
- UMSA. (Octubre de 2009). *Universidad Mayor de San Andres* . Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/2117/T-1094.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- UNWTO. (2002). Obtenido de <https://www.unwto.org/es>
- UNWTO. (2022). *Organizacion Mundial del Turismo* . Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#:~:text=Formas%20de%20turismo%3A%20Existen%20tres,nacional%20y%20el%20turismo%20internacional.>
- UQR. (2014). *Universidad Quintana Roo* . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101004.pdf>
- USON. (2020). *Universidad de Sonora* . Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/19838/Capitulo4.pdf>
- UTM. (Diciembre de 2017). Obtenido de https://www.ecorfan.org/bolivia/researchjournals/Desarrollo_Economico/vol4num13/Revista_de_Desarrollo_Econ%C3%B3mico_V4_N13_4.pdf



Anexo 1.

Anexos Socialización del Proyecto y Taller Sistema Turístico.

Ilustración 70. Acta reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón"

El progreso
es de todos

Mincomercio

	FORMATO ACTAS FUNDACULTA PARA EL SEGUIMIENTO DEL CONTRATO FNTCE-062-2022	22/03/2022
		Versión 01

Objeto: 1.ª REUNIÓN DE SOCIALIZACIÓN PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CONVENCIONAL VILLAGARZÓN

Acta N.º 03

Acta de reunión logística del evento – Villagarzón

Lugar: Alcaldía municipal de Villagarzón	Fecha: 22/03/2022
--	-----------------------------

Asistentes: 1. William Munito Mantilla 2. Saúl Andrés Sigindiy	Roles: 1. Experto Turístico – Fundaculta 2. Profesional de apoyo al turismo – Comité de seguimiento
---	--

Orden del día:
Encuentro presencial con el miembro del comité de seguimiento del municipio de Villagarzón, revisión del protocolo para el día de la reunión, solicitud de información, revisión del auditorio y logística del evento.

Desarrollo:

1. Se realiza un encuentro presencial con el representante de Villagarzón miembro del comité de seguimiento del contrato FNTCE-062-2022, en donde se dispone el orden y protocolo del evento para el día 24 de marzo de 2022.
2. Recordatorio de la convocatoria para la realización de la reunión.
3. Se realiza la solicitud de información y archivo necesarios para la buena ejecución del proyecto en el municipio.
4. Se realiza una visita de inspección al auditorio dispuesto para el evento, en donde se estipula cual será la logística por seguir para la óptima ejecución del evento.

Fuente: Elaboración propia



Ilustración 71. Acta reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)

	El progreso es de todos	Mincomercio
Hora de inicio:	2:00 P.M.	Hora de Finalización:

(+57) 3143115753
 (+57) 3175020061
 Calle 52a # 31-92 Apto 301
 Edificio Rivadevia
 proyectos@fundaculta.com

Ricardo Varela Villalba
 Presidente
 FUNDACULTA



Fuente: Elaboración propia



Ilustración 72. Acta de socialización y taller (sistema turístico) - Villagarzón



El progreso
es de todos

Mincomercio

	FORMATO ÁCTAS FUNDACULTA PARA EL SEGUIMIENTO DEL CONTRATO FNTCE-062-2022	22/03/2022
		Versión 01

Objeto: 1. REUNIÓN DE SOCIALIZACIÓN PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CONVENCIONAL VILLAGARZÓN

Acta N.º 02

Acta de Reunión Inicial

Lugar: Auditorio de la alcaldía municipal de Villagarzón – Cl 2 # 5 – 14	Fecha: 22/03/2022
--	-----------------------------

Conferencistas: 1. Ricardo Varela Vilalba 2. William Muriña Montaña	Roles: 1. Presidente de Fundaculta – Director del Proyecto 2. Experto Turístico
--	--

Orden del día:

Realizar la primera reunión de socialización para la formulación del plan de desarrollo turístico convencional en el municipio de Villagarzón, conformado por: Autoridades municipales de turismo, empresarios turísticos y PSTs, líderes indígenas y étnicos, corporaciones ambientales, SENA y sector educativo, líderes comunitarios, cámara de comercio.

Desarrollo:

1. En la primera etapa un saludo por parte del encargado de turismo del municipio el Señor Saul Andrés Sigüenza, profesional de apoyo al turismo explicando el objeto del contrato y los cooperantes MIMACT, FONTUR, alcaldía municipal de Villagarzón y Fundaculta.
2. Acto seguido, palabras del señor alcalde José Andrés López o de su representante
3. Palabras del señor secretario de desarrollo rural y medio ambiente secretario encargado de los procesos turísticos del municipio el señor Luis Fernando Martínez.



Fuente: Elaboración propia



Ilustración 73. Acta de socialización y taller (sistema turístico) – Villagarzón (2)



El progreso es de todos

Mincomercio

4. Presentación de la empresa consultora Fundaculta encargado de realizar el proyecto adjudicado en el contrato FNTCE-062-2022 y presentación del expositor Willem Murillo Mantilla, experto turístico. Administrador de empresas hoteleras y turísticas.
5. Socialización y exposición por parte de sus miembros del equipo de trabajo de Fundaculta, Ricardo Varela y Willem Murillo: Presentación de power point:
 - Presentación y experiencia de Fundaculta
 - Oportunidades del territorio y buenas practicas de turismo en el mundo
 - Metodología y tiempo de acción del proyecto
 - SISTEMA TURÍSTICO Y TALLER PARTICIPATIVO
 - Sugerecias y preguntas
6. Realización de registro fotográfica y toma de asistencia previa aceptación de los asistentes.
7. Reparto de refrigerios a los asistentes

Asistencia:

1. Se anexa formato con listado de asistencia.

Hora de Inicio: 2:00 P.M.	Hora de Finalización:
-------------------------------------	------------------------------

Willem Murillo Mantilla
cc. 91264.695
Experto turístico

Ricardo Varela
Cc 79.881.819 Bta
Fabra Turismo Villagarzón.

(+57) 3143115753
(+57) 3175020061
Calle 52a # 31-92 Apto 501
Edificio Rivadavia
proyectos@fundaculta.com



Ricardo Varela Villaiba
Presidente
FUNDACULTA





Fuente: Elaboración propia



Ilustración 74. Fotografías reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón"



Ilustración 75. Fotografías reunión de logista "reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)"



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 76. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón



Ilustración 77. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 78. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (3)



Ilustración 79. Fotografías reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (4)



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 80. Listado de convocatoria reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE CONVOCATORIA			17/03/2022
					VER: 001
					FNTCE-062-2022
Nombre del Evento:		1.ª Reunión de Socialización Para la Formulación del Plan de Desarrollo Turístico Convencional.			
Observación:		Contexto del turismo en Putumayo, presentación y metodología del proyecto y realización de un taller participativo.			
Lugar:		Auditorio de la Alcaldía Municipal de Villagarzón			
Fecha:		Martes 22 de marzo de 2022		Hora:	2:00 p.m.
Expositor:		William Murillo Mantilla			
N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO	FIRMA	
1	Hotel Luquepa	Centro	3108741613	Nancy Echaveste	
2	Casa Efraimiro Diezese Duque/Ss	Vereda el Guineo	3104918356	Zoltanre Buitrago	
3	Tejiendo Sueños Ancestrales	Bl. Fatima	3228082699	Auro MC	
4	Portal del Sd.	Vereda el Guineo.	3229439940.	Cecilia	
5	Hotel Real	Casco Urbano Villagarzón	3142292716	Ricardo Muzicos	
6	Hotel Akurawa	Casco Urbano Villagarzón	3112315480	Juan Carlos J	
7	Hotel cordillera	Casco Urbano Villagarzón	-	JMA	
8	Hotel San Martín	Casco Urbano Villagarzón	3118653525	Danyana M.	
9	Hotel Villa Melissa	Casco Urbano Villagarzón	3102346021	Gess Méri.	
10	Restaurante Maraca Desgranada	Casco Urbano U.	-	Daniela	
11	Hotel Garzon	Casco Urbano Villag	-	Fátima M.	
12	Pincan Campesino	Centro	3102906999	Fátima	
13	Hotel cara Blanca	cha 7 N: 3-53	3228133708	Shoan Castillo	
14					
15					
16					
17					



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 81. Listado de asistencia reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE ASISTENCIA				17/03/2022
						VER: 001
						FNTCE-062-2022
Nombre del Evento:		1.ª Reunión de Socialización Para la Formulación del Plan de Desarrollo Turístico Convencional.				
Observación:		Contexto del turismo en Putumayo, presentación y metodología del proyecto y realización de un taller participativo.				
Lugar:		Auditorio de la Alcaldía Municipal de Villagarzón				
Fecha:		Martes 22 de marzo de 2022			Hora:	2:00 p.m.
Expositor:		William Murillo Mantilla				
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	OCUPACIÓN	TELÉFONO	FIRMA	
1	Doris Gómez Ortiz	69005292	Comité Representativo Turístico Jacuanda	3209382612		
2	Lucy Gómez	41170381	Hotel Casa Blanca	3228133708		
3	Gonzalo Vallejo	97359613	Molca de la Esperanza	3225815683		
4	Diana M. Arvizabal Z.	1073426442	Ingeniera Tur - SENA	3102952512		
5	Elizabeth Muñoz Sterling	64070576	uzma@estelink.com	3143143120		
6	Frederic Segura	7115043	Arquitecto	3102646785		
7	Alexandra Bastidas	41190314	Administradora	3229437740		
8	Dolly Córdoba Vallejo	61006763	Doc Educacion Vfg	314349392		
9	Renata Montoya	112485251	comunicadora Sfg	3107731319		
10	Milena López Vallejo	41170879	Rta legal	3147035182		
11	Johanna María Gaviria B.	1075283617	Ing. Industrial	317639864		
12	Ana Lili Bahamón	36176283617		3143391881		
13	James García	1053773872	Abogado	3122974619		
14	Matthia Lina	41170297	Guia Profesional	3144281067		
15						
16						
17						



Fuente: Elaboración propia Fundaculta





Ilustración 82. Listado de asistencia reunión de socialización y taller (sistema turístico) Villagarzón (2)

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE ASISTENCIA				17/03/2022
						VER: 001
						FNTCE-062-2022
Nombre del Evento:	1.ª Reunión de Socialización Para la Formulación del Plan de Desarrollo Turístico Convencional.					
Observación	Contexto del turismo en Putumayo, presentación y metodología del proyecto y realización de un taller participativo.					
Lugar:	Auditorio de la Alcaldía Municipal de Villagarzón					
Fecha:	Martes 22 de marzo de 2022			Hora:	2:00 p.m.	
Expositor:	William Murillo Mantilla					
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	OCUPACIÓN	TELÉFONO	FIRMA	
1	LUIS ALFREDO YELIX	18101591	PSYCHOLOGIST	3137164353	<i>[Signature]</i>	
2	Pavel Andros Aguilera	19880519	Alcalde Villagarzón	320336189	<i>[Signature]</i>	
3	Mabel Juliana Hena Rodriguez	1007476018	Killarí	3203377587	<i>[Signature]</i>	
4	Auro Andrei Boshido Guerrero	41108978	RE. dental Contador	8104918356	<i>[Signature]</i>	
5	Guillermo Berroz Carrero	10523667	2272076128	HTel 5000 5000	<i>[Signature]</i>	
6	Yani Javier Suarez	22351771	Escritor	3133667638	<i>[Signature]</i>	
7	Andrés Felipe Solarte Herra	111016852	Unión del agua	3226675251	<i>[Signature]</i>	
8	Jhon Jairo Pinzón Alvarez	18104288	Guía de turismo	3203403507	<i>[Signature]</i>	
9	Daniela Milena Torres Lopez	112707262	Transporte Especial	3124210590	<i>[Signature]</i>	
10	Veronica Cardona Jaramillo	1127070794	SFM	3135934438	<i>[Signature]</i>	
11	Pauca montana Peul	1124552751	Sec. Publicidad Librer	3107734384	<i>[Signature]</i>	
12	Juan Carlos Lopez et.	83215901	S. P. C. D	3108512410	<i>[Signature]</i>	
13	Oscar Daniel Lombardo	124848235	SPCD-Gobernador	3137581008	<i>[Signature]</i>	
14	Alcaldía Rovelo	69007750	SPCD Admin	3227810850	<i>[Signature]</i>	
15	JAIMO OSCAR LOMBARD	18126645	GRAN TIENDA	3145678618	<i>[Signature]</i>	
16	Juan Solarte	79990238	Comid. C. Herra	3112022872	<i>[Signature]</i>	
17	Ricardo Mauricez	18104487	Hotel Real	3107610112	<i>[Signature]</i>	



Fuente: Elaboración propia Fundaculta





Anexo 2.

Anexos Taller DOFA municipio de Villagarzón

Ilustración 83. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA - Villagarzón



Ilustración 84. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA – Villagarzón (2)



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 85. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA - Villagarzón (3)



Ilustración 86. Fotografías realizadas durante el taller de análisis DOFA - Villagarzón (4)



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 87. Listado de asistencia - Mesas de trabajo análisis DOFA - Villagarzón

El progreso es de todos Mincomercio

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK

17/03/2022
VER: 001
FNTCE-062-2022

LISTADO DE ASISTENCIA

Nombre del Evento: Reunión de socialización para la formulación del Plan de Desarrollo Turístico Convencional.

Observación: Contexto del turismo en Putumayo, presentación y metodología del proyecto.

Lugar: Alcaldía Municipal de Villagarzón.

Fecha: Miércoles 20 de abril de 2022 **Hora:** 9:00 a.m.

Expositor: Ricardo Varela Villalba

ORGANIZACIÓN

N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	OCCUPACIÓN	TELÉFONO	FIRMA
1	Doris Gomez Ortiz	69006792	Propietaria sitio	3209332612	[Firma]
2	Herwin Domínguez Pérez	17.189.269	Empresario Turismo	3114733640	[Firma]
3	Susana Vargas Chaves	27353854	Camara Comercio Ptejo	3143627592	[Firma]
4	Maria Monica Jofre M.	47770665	Gobernadora Indígena	3126075097	[Firma]
5	Ayra Adami Botello Guzmán	41108978	Dondele Oculiel del	3104919356	[Firma]
6	Mikel Yuliana Navei Rodriguez	1107426018	Turismo Kilúsi	3203327587	[Firma]
7	Ana Lili Bahamar Bolanos	30170724	Vi- las taldas	3143399881	[Firma]
8	Alexis Cruz Ussio	80424867	SPTM - DUCOLUTIN	32774571331	[Firma]
9	Felipe Dantes C.	80097.703	WASUYAKU ✓	3223769500	[Firma]
10	Juan Salazar Sánchez	79790378	Alcaldía - Muzayal	3112022872	[Firma]
11	Juan Carlos López	83215901	OPCD - Gobernación	3108512410	[Firma]
12	Ximena Marlene Benavides	1121072670	SPT - Villagarzón	3183780711	[Firma]
13	Veronica Candona J.	1127070794	SPTM - An. Guadalupe	3135931138	[Firma]
14	Gloria Molina	27354754	Villa Santana ✓	3143409639	[Firma]
15	Nelly Soledad Jarama J	1123306496	Alguacil Mayor	3209252271	[Firma]
16	Gustavo Pipicano	18100599	Villa Clara mirador	3132211321	[Firma]
17	Harley Milena Lopez Vallejo	41170879	Hidreón de la Yegana	3147035182	[Firma]

Fundaculta THE CULTURAL INNOVATION NETWORK

MUNICIPIO DE VILLAGARZÓN Unidos de verdad

FONTUR COLOMBIA

Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Anexo 3.

Anexos Taller Construcción de la Visión, Taller de Proyectos, Reuniones de Concertación de Proyectos.

Ilustración 88. Taller de construcción de proyectos, Visión



Ilustración 89. Taller de construcción de proyectos, Visión (2)



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 90. Taller de construcción de proyectos, Visión (3)



Ilustración 91. Taller de construcción de proyectos, Visión (4)



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 92. Taller de construcción de proyectos - Listado de asistencia 1

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE ASISTENCIA					17/03/2022
							VER: 001
							FNTCE-062-2022
Nombre del Evento:		Taller de construcción de Proyectos "Plan turístico convencional del NPIO de Villagarzón"					
Observación:							
Lugar:		CASA CAMPESINA VILLAGARZÓN					
Fecha:		07 Julio de 2022		Hora:		8:00am a 12:00pm	
Expositor:		Ricardo Varela, William Montoya, Paola Vargas					
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ORGANIZACIÓN	CORREO ELECTRONICO	TELÉFONO	FIRMA	
1	Harley Milena López	41170879	ASTNAVI	moleconsturistica@gmail.com	3147035182	[Firma]	
2	German Pantoja	18186942	Selva Verde	selvaverde@gmail.com	3112280329	[Firma]	
3	Juan Carlos Lopez	83215901	Gobernación DPT	Turismo@putumayo.gov.co	3105512910	[Firma]	
4	Fredy Alberto Forero	93389328	Programa Amazonía Vital	fforero@amazoniavital.org	3138740522	[Firma]	
5	Adrián Boshías	41108928	CEDESA	cedesa@gmail.com	3104918350	[Firma]	
6	Fanny Colomba Pantoja	1127071574	Alcaldía	gobierno@villagarzon-putumayo.gov.co	314912146	[Firma]	
7	Heidy Milena Ramirez	1123200884	SELVA VERDE		3223257796	[Firma]	
8	Maria Alejandra B	41104369	SELVA VERDE		3223251248	[Firma]	
9	Johanna P. Gaviria B.	1015233612		johannap@hotmai.com	3176719864	[Firma]	
10	Ana Lili Burbano	36176274		liliburbano274@hotmail.es	3143219864	[Firma]	
11	Kelly Johana Burbano	1127074021	Meinental	kellyburbano008@gmail.com	314250586	[Firma]	
12	Aracelis Tauraz C	69009917	v. catalina		3112425252	[Firma]	
13	Eleana Patricia Portillo	1127072006	Una Huelga en Piedra	eleanaportillo45228@gmail.com	3214583294	[Firma]	
14	Ricardo Moysóy	18104487	Hotel Real	hotelrealventos@gmail.com	3107610112	[Firma]	
15	Walter Esteban Rosero	1127014423	Rincon del Viento	walterestebanrosero@gmail.com	3203381301	[Firma]	
16	Hector Andres Burbano	1123203026	Rincon del viento		3026875869	[Firma]	
17	Luis fernando Marti	18102757	S.D.R.H.A.	lfmartinez@hotmail.es	3138074072	[Firma]	

Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 93. Taller de construcción de proyectos - Listado de asistencia 2

El progreso es de todos. **Mincultura**

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK

17/03/2022
VER: 001
FNTCE-062-2022

LISTADO DE ASISTENCIA

Nombre del Evento: Taller construcción Proyecto "Planconvencional Mpio Villagarzón"

Observación:

Lugar: zona compañía villagarzón

Fecha: 8 de Julio de 2022

Expositor: Encarbo Varela, William Melillo, Paola Varago

Hora: 8:00am a 12:00PM

N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ORGANIZACIÓN	CORREO ELECTRONICO	TELÉFONO	FIRMA
1	Tatiana Delgado	1124858211	Alcaldía	tataradelgado303@gmail.com	3103388323	<i>Tatiana Delgado</i>
2	Faul Andres Rindley	77890819	Alcaldía	andres.rindley@hotmail.com	3203316189	<i>Faul Andres Rindley</i>
3	Unite Bastidos Aice	18103447	ADENECPY	ubastidos.aice@gmail.com	3203589062	<i>Unite Bastidos</i>
4	Alexandra Bastidos	41.170.314	Portal del Sol	portaldel.sol.vg@gmail.com	3229439940	<i>Alexandra Bastidos</i>
5	Juan Salazar Sanchez	79790378	Alcaldía	jeansalazar15@hotmail.com	3112022872	<i>Juan Salazar Sanchez</i>
6	Luis Alfonso Yola	198101591	PURUYA FCU	luisalfonsoyola@gmail.com	3137164953	<i>Luis Alfonso Yola</i>
7	Fedequet Melo	43.306.734	LAS TOLDAS	fedequetmelo@gmail.com	3235874644	<i>Fedequet Melo</i>
8	Patricia Delgado	7967397	grupocobras	patriciadelgado@gmail.com	3133271147	<i>Patricia Delgado</i>
9	Diana Delgado	1129904806	grupocobras	dianadelgado@gmail.com	3155972915	<i>Diana Delgado</i>
10	Yudith Patricia Prieto	1111945397	Las Toldas	yudithprieto@gmail.com	3235195091	<i>Yudith Patricia Prieto</i>
11	Manuel Antonio Becerra	9950531	Rincon Verde	manuelbecerra@gmail.com	3236138359	<i>Manuel Antonio Becerra</i>
12	Hernandes Ortega	18101910	una cella en Piedra	hernandesortega@gmail.com	3212581616	<i>Hernandes Ortega</i>
13	Darwin Cajas	77405014	Budo Los Lords	darwincajas@gmail.com	322650927	<i>Darwin Cajas</i>
14						
15						
16						
17						

Fundaculta THE CULTURAL INNOVATION NETWORK

MUNICIPIO DE VILLAGARZÓN

FONTUR COLOMBIA

Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 94. Evidencia Fotográfica de la reunión concertación de matriz de proyectos Villagarzón - 1



Ilustración 95. Evidencia Fotográfica de la reunión concertación de matriz de proyectos Villagarzón - 2



Fuente: Elaboración propia Fundaculta



Ilustración 96. Listado de asistencia reunión concertación de proyectos Villagarzón

El progreso es de todos **Minicomercio**

FUNDACULTA - THE CULTURAL INNOVATION NETWORK		LISTADO DE ASISTENCIA				17/03/2022
Nombre del Evento:		Socialización Matriz de Proyectos				VER: 001
Observación:						FNTCE-062-2022
Lugar:		Alcaldía de Villagarzón				
Fecha:						
Expositor:		Hora:		2:00PM a 4:00PM		
N°	NOMBRE COMPLETO	CEDULA	ORGANIZACIÓN	CORREO ELECTRONICO	TELÉFONO	FIRMA
1	Paula Jerego Maza	124851186	FUNDACULTA	Paula.jerego@fundaculta.org	3132944882	
2	Javi Anderson Sandoval	31880517	Municipio Villagarzón	anderson.j@munivillagarzon.gov.co	3208316189	
3	Wesley Alfredo Gale	18101891	Alcaldía Villagarzón	wesley.gale@munivillagarzon.gov.co	3139164353	
4	Luis Pablos Martínez	18102357	Alcaldía Villagarzón	luis.pablos@munivillagarzon.gov.co	3138074097	
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						