

**CHALAN MUNICIPIO DESTINO TURISTICO EN EL DEPARTAMENTO DE
SUCRE: DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO 2017**

LISSET PAOLA ARROYO OVIEDO

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARTAGENA – BOLÍVAR

2017

**CHALAN MUNICIPIO DESTINO TURISTICO EN EL DEPARTAMENTO DE
SUCRE: DISEÑO DE UN PRODUCTO TURISTICO, 2017**

LISSET PAOLA ARROYO OVIEDO

Administradora de Empresas

**Trabajo presentado como requisito para optar por el título de Máster en
Administración (MBA)**

DIRECTOR:

Ph. D. JUAN CARLOS ROBLEDO FERNÁNDEZ

Doctor (Ph. D.) en Administración

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CARTAGENA – BOLÍVAR

2017

Nota de Aceptación

Firma presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Cartagena, Bolívar, **Julio 21 de 2017**

DEDICATORIA

A Dios por hacer este sueño posible y regalarme la sabiduría para enfrentar nuevos retos para mi vida personal y profesional.

A mi esposo Pedro Romero Abad por ser mi apoyo incondicional a cada instante.

A mi amado hijo Pedro José por ser mi inspiración para construir mis sueños.

A mi princesa Mariangel por hacer parte de esta aventura y acompañarme desde mi vientre a cumplir la meta

A mi madre Mirian Oviedo por su apoyo y cuidar a mis tesoros.

y en general a toda mi familia por creer en mí y apoyarme en todo este proceso de formación.

A mi hermosa comunidad Ain Karim por sus valiosas oraciones y sus sabios consejos.

A mis compañeros de estudios con los cuales compartí esta gran experiencia enriquecedora, en especial a mi compañero EDGAR MEJIA MONTTOYA (Q,E,P,D) que desde el cielo nos acompañó a culminar esta gran etapa.

A los directivos y docentes de la Universidad Tecnológica de Bolívar por su dedicación y entrega en mi proceso de formación.

A CECAR, COLCIENCIAS y Gobernación de Sucre por creer en el potencial Sucreño.

A todos muchas gracias

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no hubiese sido posible sin la colaboración de la comunidad del municipio de Chalán, especialmente en los integrantes de la Asociación ASOJUVENTUD que brindaron su tiempo a que esta propuesta se hiciera realidad.

Estos son unos de los nombres de las personas que alimentaron el trabajo:

Ranfis Yépez Yépez

Wilder Rivera Vuelvas

Carmenza Huertas

Carlos Mario Rodríguez

Ana Victoria Pérez Chamorro

José de la Cruz Solar Martínez

Cesar Velilla Palencia

Grupo de Gaiteritos de Chalán

Grupo de danza Chalán

Grupo prueba piloto “Explora Chalán”

Tabla de Contenido

1. Introducción.....	13
2. El Problema de Investigación	15
2.1. Descripción Del Problema.....	15
2.2. Pregunta problema.....	17
2.3. Objetivos	18
2.3.1. Objetivo General	18
2.3.2. Objetivos Específicos.....	18
2.4. Justificación.....	19
3. Marco teórico.....	21
3.1. Turismo desde la perspectiva teórica	21
3.2. Tipología turística.....	22
3.3. Producto turístico	23
3.4. Formulación de productos turísticos.	25
3.5. Factores de promoción turística.....	26
3.6. Posicionamiento del producto	26
3.7. Competitividad turística	27
3.8. Sostenibilidad turística	30
3.9. Planificación del destino	31
4. Metodología.....	32
4.1. Tipo de Investigación	33
4.2. Población y Muestra.....	33
4.3. Técnicas para la recolección de datos	33
4.3.1. Observación de campo.	33
4.3.2. Documentos.	34
4.3.3. Entrevistas.	34
4.3.4. Encuestas.....	34
4.4. Procesamiento y Análisis de información	34
4.1. Facetas de Investigación.....	34
4.1.1. Fase I: Delimitación del destino turístico	34
4.1.2. Fase II: Análisis del destino turístico	35

4.1.3.	Fase III: Diseño del producto turístico.....	35
4.1.4.	Fase IV: Diseño de estrategias del producto.....	35
5.	Resultados y análisis.....	36
5.1.	Análisis del destino	36
5.1.1.	Delimitación del Municipio de Chalán	36
5.2.	Análisis del Mercado turístico.....	44
5.2.1.	Análisis de la demanda turística.....	44
5.2.2.	Análisis de la oferta.....	46
5.2.3.	Análisis de las Inversiones	62
5.2.4.	Análisis del Contexto Social y Político.....	62
5.2.5.	Matriz de evaluación DOFA	64
5.3.	Formulación del producto turístico	69
5.3.1.	Target o Segmento meta.....	72
5.3.2.	Producto Turístico.....	73
5.4.	Definición del proceso productivo	77
5.4.1.	Análisis y selección de los canales de distribución y comercialización	77
5.4.2.	Manual de procedimientos	78
5.4.3.	Diagrama de Flujo de proceso	79
5.5.	Estrategias de Comunicación del producto	80
5.5.1.	Estructura de la propuesta de comunicación.....	81
5.6.	Estrategias de Precio	85
5.6.1.	Características de precio	85
5.6.2.	Calculo del precio	85
5.6.3.	Constitución de precio por paquete Turístico	87
5.6.4.	Indicadores	91
5.7.	Prueba piloto producto turístico “Explora Chalán”.....	91
5.7.1.	Recorrido hacia Chalán	92
5.7.2.	Ruta 1 – Cultural e Histórica.....	93
5.7.3.	Ruta 2 – Camino a la cueva (Aventura)	94
5.7.4.	Actividad – Noche Chalanera	95
5.7.5.	Ruta 3 – Las Colinas	96

5.8. Estrategias del producto	97
6. Conclusiones	99
7. Bibliografía	101
8. ANEXOS	108

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1: Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie	28
Ilustración 2: Mapa turístico del departamento de Sucre	36
Ilustración 3: Reserva forestal Coraza en Sucre y Chalán.....	37
Ilustración 4: Chalán en Sucre y Colombia	38
Ilustración 5: Llegadas de turistas extranjeros a Colombia (2006 - 2016)	44
Ilustración 6: Imagen turística "Explora Chalán" - 2017	82
Ilustración 7: Paleta de Colores Logo.....	83
Ilustración 8: Flyer e Itinerario paquete 1, pasadía "Explora Chalán" - Español	88
Ilustración 9: Flyer e Itinerario paquete 1, pasadía "Explora Chalán" – Inglés	88
Ilustración 10: Flyer e Itinerario paquete 1, pasadía "Explora Chalán" - Portugués.....	89
Ilustración 11: Flyer e Itinerario paquete 2 - Dos días, "Explora Chalán" - Español....	89
Ilustración 12: Flyer e Itinerario paquete 2 - Dos días, "Explora Chalán" - Inglés	90
Ilustración 13: Flyer e itinerario paquete 2 - dos días "Explora Chalán" – Portugués ..	90

Lista de Tablas

Tabla 1: Caracterización de la demanda turística, Chalán Sucre	45
Tabla 2: Categoría, grupo y componentes patrimonio Cultural del municipio de Chalán 2016.....	49
Tabla 3: Recursos patrimonio cultural Material, 2017.....	51
Tabla 4: Recursos patrimonio cultural inmaterial, 2017	53
Tabla 5: <i>Categoría, grupo y componentes patrimonio Natural del municipio de Chalán 2016</i>	55
Tabla 6: Recursos patrimonio Natural, 2017	56
Tabla 7: Establecimientos de alojamiento en Sucre, 2016	60
Tabla 8: Matriz FODA, más estrategias del municipio de Chalán como destino. 2017	65
Tabla 9: Actividades Generales - Explora Chalán	75
Tabla 10: Itinerario paquete pasadía.....	75
Tabla 11: Itinerario paquete 2 días con alojamiento	76
Tabla 12: Canales de Distribución paquetes turísticos "Explora Chalán" - 2017	77
Tabla 13: Total Costos y Gastos Unitarios - producto turístico 2017.....	86
Tabla 16: Indicadores producto turístico "Explora Chalán"	91
Tabla 17: Estrategias a partir del producto - según el modelo de Crouch y Ritchie	97

Resumen

El turismo se ha convertido en una alternativa para el desarrollo de las ciudades, más aún el no tradicional, como el cultural y natural. Este tipo de turismo ayuda a la sostenibilidad tanto económica, social y natural de una comunidad, haciéndola competitiva en el mercado. El municipio de Chalán en el departamento de Sucre, anteriormente azotado por el conflicto armado en Colombia, cuenta con una gran riqueza tanto cultural como natural, donde se incluye un acoplamiento de la tradición indígena, negra y española complementadas con el pulmón de Sucre, es decir, La Serranía de San Jacinto, donde se encuentra la Reserva Forestal Serranía Coraza y Montes de María. Toda esta belleza se ve empañada por la mala imagen del municipio a nivel departamental y nacional, lo que trunca en cierta manera el desarrollo económico de esta localidad. En este sentido, saber cómo está constituido el municipio necesario para generar estrategias de planificación y diseño de productos turísticos, esto, permitirá que esta localidad sea vista como destino cultural y natural competitiva sostenible en el departamento de Sucre. Para efectos de esta investigación, es indispensable el levantamiento de información turística y su posterior análisis para desarrollar estrategias e implementar una de ellas en busca de contribuir al desarrollo sostenible de Chalán como destino turístico cultural y Natural del departamento de Sucre.

Palabras clave: Competitividad, Sostenibilidad, Turismo sostenible, Diseño de producto, Estrategias.

Abstract

Tourism has become an alternative for the development of cities, even more non-traditional, such as cultural and natural. This type of tourism helps the economic, social and natural sustainability of a community, making it competitive in the market. Chalán city in Sucre, previously hit by the armed conflict in Colombia, has a great cultural and natural wealth, which includes a linkage of the indigenous, afro-american and Spanish man tradition complemented by the Sucre lung. The Serranía Coraza and Montes de María Forest Reserve. All this beauty is marred by the poor image of the city at the departmental and national level, which in a way truncates the economic development of this town. In this sense, to know how is constituted the necessary municipality to generate strategies of planning and design of tourist products, this, will allow that this locality is seen as a cultural and natural competitive destination sustainable in the department of Sucre. For the purposes of this research, it is essential to collect tourist information and analyze it to develop strategies and implement one of them in order to contribute to the sustainable development of Chalán as a cultural and natural tourist destination in Sucre.

Key words: Competitiveness, Sustainability, Sustainable tourism, Product design, Strategies.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en una alternativa para el desarrollo de las ciudades, más aun el turismo cultural, ha permitido, que muchos pueblos, puedan adquirir beneficios por este concepto, sin dejar de lado sus creencias y ayudando al mantenimiento de las tradiciones culturales y la conservación del medio ambiente. El municipio de Chalán, ubicado en la Subregión Montes de María del departamento de Sucre, se caracteriza por sus tradiciones culturales arraigadas a la comunidad, al igual que por su potencial natural por ser parte del área que conforma la Reserva Forestal Serranía Coraza y Montes de María. Aunque a pesar de tener todo este potencial tiene una mala imagen a nivel departamental y nacional por cómo se vivió anteriormente el conflicto armado en esta zona.

A pesar de que en la actualidad el municipio de Chalán es un municipio tranquilo y seguro, aún permanece la mala imagen, lo que de cierta manera a truncado el desarrollo de la comunidad. Actualmente las únicas fuentes de ingreso que existen en el municipio es la agricultura y la ganadería, pero no es suficiente, además depende grandemente de las condiciones climáticas, por lo cual los ingresos no son constantes y permanentes. De ahí se busca generar nuevas formas de generación de ingresos para el municipio, haciéndolo competitivo a nivel departamental. Aprovechando su alto potencial, el diseño de productos turísticos constituye una buena alternativa para su desarrollo, apuntando a la sostenibilidad y competitividad del destino.

Para que esto se pueda dar, en primera instancia es necesario saber cómo está constituido el municipio a través de un análisis de todo lo que compete al ámbito cultural y natural del mismo, donde se integre todo el potencial cultural con el natural, al igual que las facilidades turísticas existentes. Por esta razón, la siguiente investigación, tiene como finalidad, determinar la configuración del municipio de Chalán como destino turístico a través del diseño de un producto turístico. En primer lugar, caracterizando las condiciones del municipio identificando y clasificando los recursos y capacidades que poseen a nivel turístico, así mismo, realizar una propuesta del diseño del producto y proponer estrategias

para que Chalán se constituya en un destino turístico sostenible y competitivo en el departamento.

La presente investigación, en primera instancia, está compuesta por una sección en donde se justifican el porqué del estudio, al igual que las teorías y conceptos que comprenden el desarrollo de la actividad turística. Seguido, se encuentra una lista de potencialidades turísticas culturales, inventario necesario para incursionar en el diseño del producto y sus estrategias que apunten a promocionarlo. Seguido se encuentra un análisis del estado actual de la infraestructura de servicios que posee el municipio, además de ello la formulación de una matriz DOFA con sus estrategias que juegan un papel fundamental a la hora del diseño de producto. Por último, se genera la propuesta del producto turístico y sus estrategias de promoción.

2. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1.Descripción Del Problema

El sector turístico se ha desarrollado como la industria de más rápido crecimiento en el mundo siendo sus actividades generadoras de múltiples beneficios económicos, sociales y culturales dentro de un país o región. Este sector se ha caracterizado por su crecimiento ininterrumpido demostrando una sostenibilidad en los últimos años. Según la Organización Mundial del Turismo – OMT (2015) , este sector representa cerca del 9% del PIB mundial y es responsable de 1 de cada 11 puestos de trabajo de muchos países tanto desarrollados como en vía de desarrollo. Estos indicadores pronostican que durante los próximos diez años el sector turístico crecerá un 4,4 % anual frente a un 3,5% del PIB mundial y generando en 2024 más de 11 billones de dólares y 75 millones de puestos de trabajo.

Dado este panorama mundial, el desarrollo de la actividad turística es relevante para un país o región; Colombia no es la excepción. Aunque el impulso por el desarrollo del sector turístico en Colombia es reciente, el crecimiento relativo ha sido significativo. De acuerdo con el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo - MCIT, (2010), en el año 2000 llegaron 557.280 viajeros extranjeros no residentes, cifra superada por la presentada en el año 2016 (2.593.057 visitantes extranjeros no residentes). Las principales motivaciones de los turistas fueron guiadas por vacaciones, recreo y ocio con un 70,4%, siendo los principales tipos de turismo Sol y playa, Naturaleza y Cultural (ProColombia, 2016). Todo esto se ha dado gracias a la competitividad enfocada en las potencialidades Naturales y culturales en la cual ocupó el puesto número 19 según el último Reporte de Competitividad de Viajes y turismo realizado por el Foro Económico Mundial (2015)

A pesar de la diversidad natural y cultural que presenta el país, el desarrollo del turismo se limita debido a problemas como los enfrentamientos del estado entre el ejército, grupos de extrema izquierda (guerrilla) y milicias independientes (paramilitares), además del tráfico de

drogas, que ha producido migraciones internas forzadas (Zuñiga, 2015). Con la firma del tratado de paz entre el gobierno y el grupo guerrillero con mayor cantidad de militantes del país (FARC) ocurrida en el 2016, se espera un mayor crecimiento y desarrollo turístico, especialmente en los lugares afectados por el conflicto armado. Una de estas zonas es los Montes de María, subregión ubicada territorialmente en los departamentos de Sucre y Bolívar. Anteriormente azotada por la violencia, los Montes de María (MM) cuenta con una gran biodiversidad natural. Sin embargo, estos lugares han sido afectados por la deforestación, que ocasiona problemas ambientales de deslizamientos, erosiones de suelos y deterioro del hábitat de la fauna (Aguilera D. M., 2013) lo cual indirectamente limita la explotación turística de la zona.

Además, a pesar que las preferencias de los turistas a nivel mundial van encaminadas al turismo de naturaleza y de aventura, los MM a pesar de ser un gran recurso natural y por tanto un potencial turístico, no constituyen un atractivo para los visitantes, lo cual puede deberse a la falta de una oferta turística constante, ya sea a modo de rutas o circuitos. En la Guía turística que presenta el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (2012) acerca del departamento de Sucre, abarca una ruta ecoturística artesanal en los MM, que no ha sido explotada por la falta de una estrategia que genere productos turísticos específicos para cada uno de los municipios de la Subregión.

Por su parte, y gracias a su condición histórica y geográfica, Chalán es un municipio ubicado en jurisdicción de lo que se conoce como Serranía Coraza y Montes de María, reconocida como reserva forestal a través del Acuerdo N° 0028 del 6 de Julio de 1983 (Instituto Nacional de los Recursos Naturales, Renovables y del Ambiente - INDERENA, 1983). A su vez, es un municipio lleno de historia y tradiciones culturales, reflejo de la costa caribe y sus Montes de María. Por tanto, cuenta con potencial natural y cultural para el desarrollo del turismo, sin embargo, actualmente no posee con un plan orientado a diseñar e implementar productos turísticos que le generen ingresos económicos a los pobladores de la zona y a su vez promuevan la conservación como herramienta base para el desarrollo rural y urbano del municipio de Chalán. Estas condiciones motivaron la realización de este proyecto,

esperando promover un desarrollo turístico y sostenible a través del diseño de un producto que enlace las potencialidades del municipio.

2.2.Pregunta problema

La propuesta se elaboró para promover de atractivos turísticos del Municipio de Chalán que por su ubicación geográfica proporciona y dispone de elementos que pueden considerarse como potencialidades para el desarrollo de productos turísticos, de acuerdo a los gustos y deseos de los segmentos de mercado interesados en este tipo de producto, por lo que se plantea la siguiente pregunta problema *¿Cómo puede configurarse el municipio de chalan como destino turístico a través del diseño del producto turístico?*

2.3.Objetivos

2.3.1. Objetivo General

Determinar la configuración del municipio de Chalán como destino turístico a través del diseño de un producto turístico.

2.3.2. Objetivos Específicos

- ✓ Caracterizar las condiciones del municipio de Chalán
- ✓ Identificar y clasificar los recursos y capacidades del municipio de Chalán como destino turístico
- ✓ Realizar una propuesta del diseño del producto turístico para Chalán como destino turístico
- ✓ Proponer estrategias para que Chalán se constituya en un destino a partir del diseño del producto turístico

2.4. Justificación

El turismo sucreño en los últimos años se ha caracterizado por la comercialización del producto sol y playa, sin embargo, hay potencialidades que apuntan a otros subsectores del turismo, tal como el turismo cultural, étnico y ecoturismo (Krieger, 2005). Estos han presentado un aumento significativo en su demanda por las motivaciones del turista, debido a la preocupación que hay por la conservación de la cultura y medio ambiente. Este aumento de la demanda puede ser aprovechado junto con estrategias de promoción del destino, para el desarrollo de las potencialidades como atractivos turísticos generando beneficios para la comunidad.

Tales beneficios pueden ser: empleo decente, oportunidades comerciales, creación de conciencia ambiental, conservación y protección del medio ambiente, protección de fauna y flora, sostenibilidad de la cultura, conservación de tradiciones (Departamento Nacional de Planeación, 2014); además, gracias a las políticas establecidas por el gobierno nacional para el turismo sostenible, se apoyan las actividades de este sector a fin del logro de los objetivos de desarrollo sostenible, esto se hace a través de la creación de empresas y facilitando el acceso a recursos financieros, mediante iniciativas de microcréditos para las comunidades pobres, indígenas y locales de zonas con gran potencial turístico.

De ahí, la comunidad del municipio de Chalán se vería beneficiada, por ende, es una manera integral de aprovechar los recursos que su entorno en pro de mejorar las condiciones económicas de los habitantes de la zona (Blas & Fabeiro, 2004). Adicionalmente, el desarrollo del turismo sostenible en los Montes de María, más específicamente en el municipio de Chalán, propenderá por la conservación natural y cultural de la Reserva Natural Coraza, conformada por bosques secos tropicales y manglares, recursos hídricos y ecosistemas asociados como ciénagas, lagunas y aguas subterráneas, formaciones coralinas, playas marinas y variedad de flora y fauna; que actualmente por no dirigir políticas de desarrollo a la zona, se están presentando actividades de deforestación, además de daños causados por las actividades agropecuarias de subsistencia (Aguilera D. M., 2013). Por lo

cual, si los habitantes tienen otro medio de generación de ingreso, que a su vez beneficie al ambiente será la mejor opción para la conservación de la Reserva de Coraza.

Para ello, es necesaria la creación de productos turísticos, utilizados como base dentro de los procesos de planificación de la subregión, que constituye un elemento de trascendencia para la gestión y el mejoramiento continuo en la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2010). Además, facilitaría la identificación del mercado potencial del turismo en el municipio buscando conocer las perspectivas y expectativas que se tiene para el ecoturismo en Chalán, teniendo en cuenta el contexto actual del posconflicto (Organización Mundial de Turismo, 2013).

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Turismo desde la perspectiva teórica

El concepto de turismo puede ser estudiado desde diversas perspectivas y disciplinas, dada la complejidad de las relaciones entre los elementos que lo forman. El turismo, como materia de investigación universitaria, comienza a interesar en el período comprendido entre las dos grandes guerras mundiales de este siglo (1919-1938). Durante este período, economistas europeos comienzan a publicar los primeros trabajos, destacando la llamada escuela berlinesa. En (1953), los profesores de la Universidad de Berna, W. Hunziker y K. Krapf, definían el turismo como “el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no esté motivado por razones lucrativas”

A partir de ahí, se fueron gestando los conceptos en torno al turismo, tanto así que en (1974) se perfeccionó este concepto, al incluir por Burkart y Medlik, las actividades realizadas en esos lugares de desplazamiento. Por su parte, Mathieson y Wall (1982), utilizaron una definición muy similar a la anterior, aunque con algunas modificaciones:

“El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”

Finalmente, recopilando las anotaciones más importantes de cada autor, la OMT (1997), adoptó una definición la cual plantea que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros. De igual forma se anexan características necesarias para que se dé la actividad turística, estas son:

- Movimiento físico de los turistas que, por definición, son quienes se desplazan fuera de su lugar de residencia.
- La estancia en el destino ha de ser durante un período determinado de tiempo, no permanente.
- El turismo comprende tanto el viaje hacia el destino como las actividades realizadas durante la estancia.
- Cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

3.2. Tipología turística

Todas estas actividades van encaminadas a las preferencias que poseen los turistas o consumidores de las actividades. Lo anterior se logra a través de diferentes formas de turismo, estas, se constituyen como turismo temático. Según (SWARBROOKE, 1995), el turismo temático comprende: turismo de salud, cultural, turismo deportivo, de aventura, turismo religioso, entre otros. En ocasiones, el turismo temático se puede ver reflejado en restaurantes, bares, incluso en el sector de transportes, como es el caso del Orient Express (Servicio de tren de larga distancia en Europa). Uno de los más destacados tipos de turismo, es el temático – Cultural, definido por la OMT, citado por SERNATUR (2008) como la posibilidad que las personas tienen de adentrarse en la historia natural, el patrimonio humano y cultural, las artes, la filosofía, y las instituciones de otros países o regiones.

Los diferentes tipos de turismo van encaminados a las motivaciones de los turistas. Entre ellos se encuentran: El turismo en espacios lacustres, los espacios lacustres tal como grandes lagos naturales, artificiales, embalses, playas, etc.; el turismo de nieve, ambos con demanda latente a nivel internacional. Siguiendo, el turismo rural, es un producto totalmente nuevo, este se configura como un excelente factor de desarrollo económico, dinamizador y revitalizador de las zonas rurales y como forma de preservación del patrimonio cultural y natural. Su evolución se debe al cansancio del “sol y playa” tradicional, además del desarrollo

de lo “ecológico”, la búsqueda de espacios naturales limpios y la crisis del medio rural debido a la emigración, la industrialización, la disminución de rentas en la agricultura y mayor tecnología en los cultivos. Finalmente, está el turismo verde o ecoturismo y el turismo cultural, ambos, formas de turismo que apuntan a la sostenibilidad de las comunidades y zonas a las que se debe preservar, como parques nacionales, lugares que han sido resguardos indígenas. Para todos estos tipos de turismo hay una demanda con alto potencial. Colombia tiene espacios que pueden desarrollarse a través de uno de estos tipos de turismo. Pero para ello, se deben diseñar e implementar productos turísticos que acoplen estos potenciales y sean entregados al turista para su disfrute (Marín, 2012).

3.3.Producto turístico

Como se explica anteriormente, las expectativas de ver o hacer algo concreto son las que mueven a los turistas a desplazarse a un destino. Sin embargo, para que se pueda llevar a cabo la actividad turística en un destino de manera eficiente, se necesita en primera instancia de recursos turísticos que representen un potencial efectivo y junto con factores como infraestructura y servicios, se llegue a desarrollar un destino a través del desarrollo de productos turísticos. Algunos autores presentan modelos de clasificación de recursos turísticos en relación con la competitividad de los destinos. Un ejemplo de ello es el modelo de Crouch y Ritchie (2003) en él se refieren, a los atractivos, como el componente que principal en la motivación del turista para visitar un destino determinado, dividiéndolos en seis categorías: fisiografía, cultura e historia, restricciones del mercado, actividades de ocio y recreativas, acontecimientos especiales y, finalmente, superestructuras turísticas. Frente al modelo de Crouch y Ritchie, Dwyer y Kim (2003) proponen un modelo, que introduce tres elementos (los recursos heredados, los recursos creados y los factores o recursos complementarios), que conformarían la base de la competitividad de un destino turístico.

De manera que, partiendo de la materia prima del turismo (recursos), el libro blanco del turismo español, editado en 1990, sostiene que los recursos turísticos, son todo aquello que sirve de base para la práctica de las actividades turísticas, sin ellos no sería posible la

continuidad de la actividad turística o lo sería sólo parcialmente y en condiciones poco competitivas. De igual forma, autores como Miguel Sanz (1983) entienden como recurso turístico “todo elemento natural, toda actividad humana o todo producto de la actividad humana que pueda originar un desplazamiento que tenga como móvil una curiosidad o la posibilidad de realizar una actividad física o intelectual por parte del individuo”. También Altés (1993) considera que “los recursos turísticos son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística; son aquellos atractivos que, en el contexto de un destino, pueden generar un interés entre el público, determinar la elección y motivar el desplazamiento o la visita”.

Aunque Según Tresserras (2005), no todo recurso es susceptible de ser transformado en producto turístico, Conti y Cravero (2010) en su artículo titulado *Patrimonio, Comunidad y Turismo*, sostienen que el recurso turístico que tenga la capacidad de transformación a producto turístico, será éste el que usará o consumirá el turista. Así que, el producto turístico constituye un conjunto de elementos materiales e intangibles con potencial, diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del consumidor. Han sido varios los autores que han profundizado en el estudio del producto turístico. Acerenza (2006) por ejemplo, establece tres elementos constitutivos del producto turístico: los atractivos, las instalaciones y la infraestructura que da acceso al lugar. Los atractivos turísticos serían elementos naturales, como la topografía, la flora, la fauna, el clima o el paisaje; y aquellos de naturaleza humana, como las manifestaciones culturales locales y las atracciones hechas y gestionadas por el hombre.

De igual manera, lo anterior guarda relación con lo que Acerenza (2006) denomina facilidades turísticas, que serían las instalaciones existentes en el lugar donde se localizan los atractivos turísticos. Éstas permiten la estancia en el destino, el alojamiento, manutención, participación y disfrute de los atractivos ofrecidos, además del acceso a servicios complementarios. A su vez Acerenza (2006) también resalta la importancia del transporte hacia el destino como elemento constitutivo del producto turístico. Lanquar (2001), también se inspira en este modelo de tres elementos, que definirían el producto turístico como un conjunto muy complejo de elementos heterogéneos.

Este producto tiene peculiaridades que lo diferencian de otros. Efectivamente, al utilizar la palabra producto en turismo, se hace en un sentido más analógico que real, pues no son productos los que se ofrecen sino servicios o comodidades las que se ofrecen a los turistas. El producto turístico, por tratarse básicamente de un servicio se caracteriza por ser prácticamente intangible, no se puede saber si es satisfactorio hasta que no se consume, no puede ser almacenado, ni se puede llevar en inventarios, aunque sí puede ser empaquetado (paquete turístico); parte de este producto lo ofrece la naturaleza (sol, playa, mar, clima, nieve, fauna, etc.)

3.4. Formulación de productos turísticos.

Crear un nuevo producto turístico debe lograr la satisfacción del cliente y para ello tomar en cuenta las nuevas condiciones que exige el consumidor actual. Machado y Hernández plantearon un procedimiento participativo propuesto para la elaboración de productos turísticos integrados; teniendo como objetivo responder a una demanda insatisfecha identificada en el mercado. Machado y Hernández definen que el proceso consta de varias etapas desde el concepto del marketing mix, se inicia por el análisis de la situación y tendencias de la demanda, con el fin de detectar amenazas, debilidades, fortalezas y oportunidades. Así mismo, con análisis de la competencia y sus precios y la estrategia de posicionamiento. Posteriormente se realiza un inventario de recursos para generar un grupo de ideas, basados en las preferencias, gustos y tendencias del mercado y la infraestructura existente. Adicionalmente se definen los atributos y concepto del nuevo producto según los requerimientos de segmentos de mercado. Una vez establecido se prosigue a establecer el nombre, y los servicios que se brindaran de acuerdo al producto, con sus estrategias comerciales como precio, comunicación, posicionamiento, distribución. Por último, se debe diseñar un sistema de evaluación sobre el grado de satisfacción del cliente y sugerencias para mejorar y de tal forma que el producto se encuentre permanentemente en retroalimentación.

3.5. Factores de promoción turística

Factores de la promoción turística. La promoción está fundamentada en la comunicación y transmisión de información desde emisor hasta el receptor. Basados en la teoría de Serra, 2005 donde expone que en el sector turístico los oferentes utilizan aspectos promocionales diferentes a otros sectores, debido al tipo de producto; pues este tiene ciertas características señaladas por Serra donde explica que:

- La intangibilidad de los servicios, es el mayor problema para su promoción y comunicación.
- La mejor promoción en turismo son las opiniones (voz a voz).
- Las acciones de promoción requieren sinergia entre los distintos entes públicos y privados para incrementar su efectividad en acciones promocionales cooperativas.
- Las actividades promocionales como ferias turísticas, las relaciones con periodistas, folletos, catálogos y material impreso tienen alto grado de aceptación y lecturabilidad.

3.6. Posicionamiento del producto

Posicionamiento de un producto / servicio turístico. Los norteamericanos Ries y Trout, autores del libro 'Posicionamiento', demostraron la estrategia de posicionamiento como herramienta principal en los negocios afirmando que en "el mundo de los negocios hay que pensar con la mente de los consumidores", especialmente en esta época de excesiva competencia en la economía globalizada, vale más una idea que lo diferencie; de lo contrario será preferible que tenga un precio bajo porque de lo contrario tienden a desaparecer del mercado. Para un producto turístico, el concepto de posicionamiento es un elemento clave en la gestión de marcas. Kotler menciona sin estrategia de posicionamiento no existe referencia a la imagen percibida, que corresponderá con las características reales del producto turístico, la utilidad y/o beneficios percibidos. La estrategia de posicionamiento define la opción básica de marketing determinando los destinos turísticos a lograr una ventaja competitiva sostenible

para la región. Se puede definir pues el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto en la mente del consumidor a través de un número de atributos, los cuales pueden ser tangibles o intangibles. De hecho, la amplia variedad de servicios turísticos determina lo que el visitante considera como producto turístico, los servicios están determinados por la calidad del producto y la selección del destino, por lo que hace que el turista se desplace hacia dicho destino y haga una estancia prolongada en él.

3.7. Competitividad turística

Para que los productos turísticos puedan impulsar el desarrollo de las comunidades deben cumplir con dos características básicas: competitivos y sostenibles. Incluyendo el concepto de competitividad, descrito por Michael Porter, en su libro *La ventaja competitiva de las naciones* (1993) es el grado en que un país, Estado, región o empresa produce bienes o servicios bajo condiciones de libre mercado, enfrentando la competencia, mejorando simultáneamente los ingresos reales de sus empleados y consecuentemente la productividad de sus empresas. De igual manera, Porter plantea que las empresas competitivas hacen regiones (ciudades y territorios) competitivas y, por lo tanto, naciones con mayor riqueza para sus habitantes y mayor bienestar general.

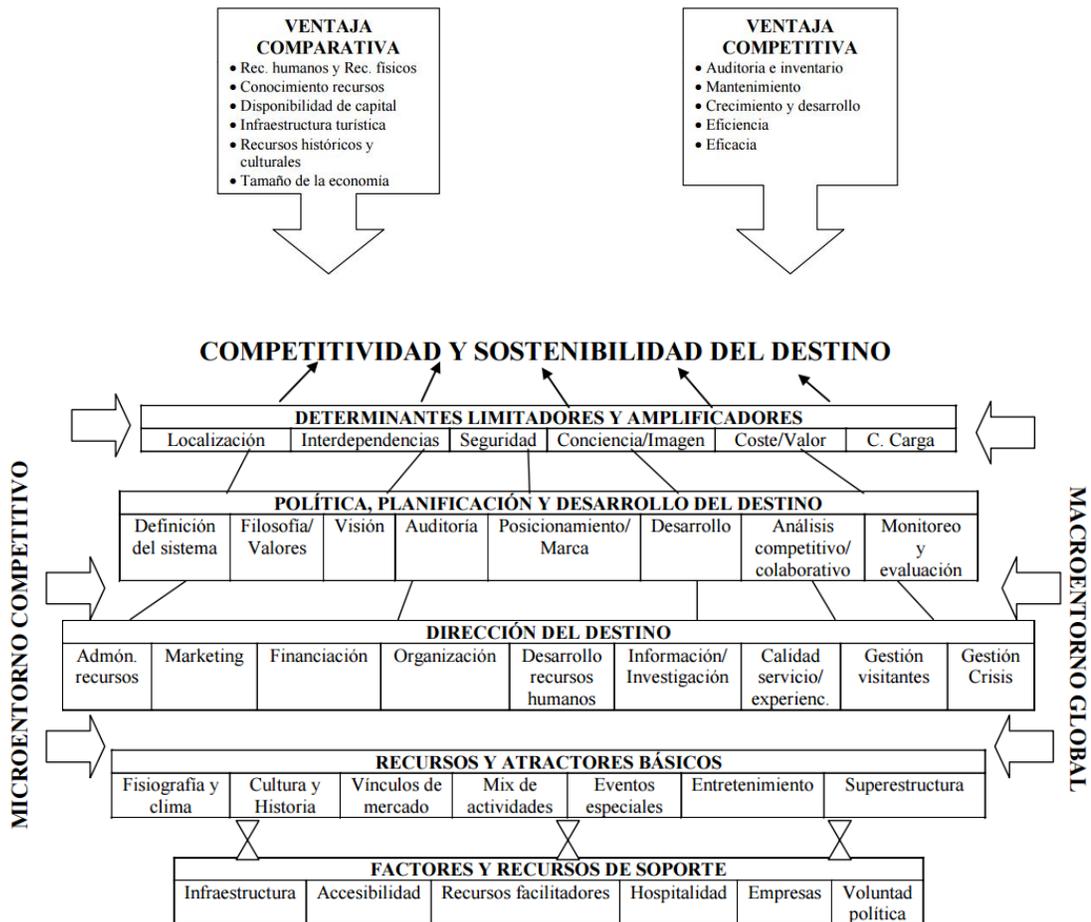
Partiendo de la teoría de la competitividad planteada por Michael Porter, Crouch y Ritchie (1999) desarrollan un modelo explicativo para evaluar la competitividad de los destinos, en él se tiene en cuenta atributos necesarios para el proceso de planificación como lo son, las condiciones de los recursos turísticos, condiciones de la demanda, industrias relacionadas y de apoyo, estrategias, estructura del sector, rivalidad local y empresarial. De igual forma, Crouch y Ritchie sostienen que la competitividad turística está estrechamente asociada con la sostenibilidad.

Por tanto, para tener éxito en el mercado es necesario que un destino turístico (entendido como una región geográfica delimitada) asegure que los atractivos generales y todas las experiencias que ofrece a los visitantes sean superiores a las que ofrecen los otros destinos

(Dwyer & Kim, 2003). Esta definición contempla la competitividad del destino (Pascarella & Filho, 2010)

Ritchie & Crouch (2000, 2003) fueron los primeros en desarrollar un modelo explicativo de competitividad de destinos, este modelo tiene el mérito de ser pionero en los esfuerzos por modelizar las fuerzas que hacen competitivo un destino turístico y la relación existente entre ellas, además, matizan que un destino turístico competitivo debe contribuir a aumentar el bienestar de la población local. Tal modelo está representado en la Ilustración 1: Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie.

Ilustración 1: Modelo conceptual de la competitividad del destino de Crouch y Ritchie



Fuente: Netty Huertas, Diagnostico turístico en los Montes de María.

Ritchie y Crouch (2003:68) proponen un modelo cuya clave son los recursos, puesto que funcionan como factores de atracción. En el mismo, son los recursos naturales los que inicialmente atraen a los turistas al destino. La competitividad dependerá fundamentalmente de los recursos y atractores básicos y de los factores y recursos de soporte, además de la existencia de una dirección del destino, elemento clave para mantener una ventaja competitiva sostenible (González y Mendieta, 2009:122).

Por su parte, otro de los modelos que considera la competitividad de los destinos turísticos lo plantea los autores Dwyer y Kim (2003). Tomando como referencia el modelo de Crouch y Ritchie, propusieron un modelo de competitividad denominado “Modelo Integrado”. Dwyer y Kim (2002:4) exponen en su modelo que los “recursos heredados”, los “recursos creados” y los “recursos de soporte”, conforman los principales determinantes del éxito del destino turístico y la base de la competitividad turística. El modelo, además de por los recursos, está compuesto por las condiciones situacionales, la gestión del destino y la demanda. El conjunto de estos factores y su interrelación conducen a alcanzar la competitividad de los destinos turísticos, cuyo objetivo final es mejorar el nivel de vida y de bienestar de los residentes (Dwyer y Kim, 2002, 2003) (Figura 2). La principal limitación de este modelo es la problemática en su aplicación práctica, puesto que “recoger a través de indicadores o encuestas la situación en cada destino de cada uno de los elementos sería de una gran utilidad, pero sería muy costoso y en algunas ocasiones imposible por la falta de datos disponibles comparables entre destinos” (Garau, 2006:4).

Como bien enuncia Ritchie y Crouch (2003), cuyo modelo es el que mejor representa el sistema turístico en el marco del desarrollo sostenible, las destinaciones que están orientadas por sus principios hacia el planeamiento y gestión reconocen que competitividad es ilusoria sin sostenibilidad, a su vez los autores establecen una categorización inicial de la importancia de los factores que es de gran interés para el desarrollo de la presente investigación.

3.8.Sostenibilidad turística

Ahora bien, la sostenibilidad y el desarrollo sostenible son conceptos utilizados comúnmente. En primera instancia el desarrollo sostenible fue definido como “aquello que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades” en el informe Brundtland (1987) “Nuestro Futuro Común” (*OurCommonFuture*, en inglés) que encabezó la Doctora Gro Harlem Brundtland. Desde ahí surgieron las primeras medidas dirigidas a promover la sostenibilidad o el desarrollo sostenible en el turismo. Así, Sancho (1998) desarrolló una definición de turismo sostenible, que, a su vez, se incorporó a la Agenda 21 de la Industria del Turismo y los Viajes:

“Aquellas necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas del presente, además que preserva y promueve las oportunidades para el futuro. Está enfocado a un modelo de gestión de todos los recursos de tal forma que se satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas al tiempo que se respeta la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida”.

En este sentido la sostenibilidad turística contempla una serie de características en cada una de esas dimensiones. En primer lugar, la sostenibilidad económica asegura un crecimiento del turismo eficiente, con lo que el empleo y la renta tendrían unos niveles satisfactorios, junto a un control de los impactos negativos y positivos sobre los recursos y la actividad. Por otro lado, la sostenibilidad ambiental asegura que el desarrollo turístico y los procesos ecológicos esenciales de la diversidad biológica y de los recursos biológicos sean compatibles. Por último, encontramos la sostenibilidad sociocultural que garantiza la compatibilidad entre el desarrollo turístico y la cultura y los valores de la población local, y que favorece la identidad de la comunidad autóctona (Puertas Cañaverall, 2007).

Por tanto, el desarrollo sostenible en la actividad turística busca satisfacer las necesidades de los interesados (*stakeholders*) presentes localizados en el destino, conservando los recursos y el medio natural para el disfrute de las generaciones futuras. Para el desarrollo de

este tipo de turismo en el departamento de Sucre, es necesario identificar cuáles son los recursos turísticos de nuestra Subregión y con ello generar productos turísticos. De ahí, el patrimonio (natural y cultural) en sí mismo se considera como un recurso susceptible de un uso turístico, cuya combinación da lugar a los productos para el consumo (Consejo Nacional de Competitividad, 2009). Así, para que un recurso pase a convertirse en producto debe atravesar por un debido proceso de diseño que se acople a las necesidades de los turistas cada vez en un mercado más exigente y competitivo (McKercher, 2002).

3.9. Planificación del destino

De esta manera, para poder generar ese proceso de diseño se necesita una planificación turística, definida por Getz Citado por Hall (2002), como “un proceso basado en estudios, investigaciones y análisis, que busque optimizar la contribución del turismo al bienestar social y a la conservación ambiental”. Siendo la primera fase de esta planificación el diagnóstico, entendido de manera general, como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turísticas en el destino. (VERA, 1997), desde un enfoque físicoterritorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística —oferta y demanda— del uso y estructura del territorio, así como del medio ambiente del sitio a planificar.

4. METODOLOGÍA.

Dentro de lo que concierne a el diseño de productos turísticos se encuentran diversas metodologías aceptadas nacional e internacionalmente. Entre las más importantes se encuentran:

- ✓ Manual de desarrollo de productos turísticos, elaborado por la Organización Mundial de turismo (2014).
- ✓ Procedimiento para el Diseño de Un producto Turístico Integrado, (2007)
- ✓ Manual para la Planificación de Productos Turísticos, (2014) por grupo Swisscontact en Perú.
- ✓ Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados (2015) Servicio Nacional de Turismo, Chile (SENATUR)
- ✓ Diseño de Rutas Turísticas (2016), por el Servicio Nacional de aprendizaje, Colombia

Todas las anteriores con bases teóricas y prácticas enfocadas a las estrategias que deben ser utilizadas para el diseño eficiente de productos turísticos, teniendo en cuenta la sostenibilidad. La metodología aplicada para el proyecto en curso, será Manual para la Planificación de Productos Turísticos, (2014) por grupo Swisscontact en Perú, incluyendo secciones de las otras metodologías anteriormente planteadas. Se escogió esta metodología por ser la más completa donde se tratan de manera importante el turismo visto desde la comunidad beneficiada, la cual también es participante. En éste se tendrán en cuenta aspectos tales como, búsqueda de información, análisis del destino, conceptualización del producto turístico, diseño del producto turístico, plan de acción para el desarrollo del producto turístico.

Partiendo de la metodología escogida se da paso a lo que corresponde el diseño metodológico:

4.1. Tipo de Investigación

La siguiente investigación es de tipo exploratoria, descriptiva analítica, propositiva, utilizando fuentes primarias y secundarias y secundarias, identificando y analizando la problemática de turismo existente, con grado de abstracción aplicada a través del diseño de un producto turístico en el municipio de estudio.

4.2. Población y Muestra

Para el análisis, se utilizarán métodos para el muestreo no probabilísticos. A través del método bola de nieve, se identificarán las potencialidades culturales a tener en cuenta, la infraestructura básica y los líderes culturales a entrevistar. En la primera parte se realizó una valoración de la oferta de potencialidades turísticas del municipio de Chalán Sucre, identificado sus potencialidades.

Por otra parte, por no tener el municipio una infraestructura de servicios formal, de igual manera a través del método bola de nieve, se incluyeron dentro del estudio, los sitios de mayor relevancia. Adicional a esto, se realizarán entrevistas semiestructuradas a 10 líderes y 8 actores culturales, lo que será fuente fundamental para la investigación y el establecimiento del producto turístico.

4.3. Técnicas para la recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos escogidas para este estudio serán:

4.3.1. Observación de campo.

Visitas periódicas al municipio de Chalán, Sucre, durante en época ordinaria, recorridos por las zonas naturales del municipio, experiencia ecoturística en la reserva Coraza. Las visitas en época ordinaria fueron realizadas días hábiles desde las 8:00 am hasta las 6:00 pm.

4.3.2. Documentos.

Libros, manuales, metodologías para la realización de inventarios, libros de historia. Archivos web oficiales.

4.3.3. Entrevistas.

Estas entrevistas serán no estructuradas, es decir, entrevistas a profundidad dirigidas a los actores sociales y culturales del municipio de Chalán, líderes culturales, personal del sector público y privado.

4.3.4. Encuestas.

Las encuestas tendrán como objetivo caracterizar a la demanda de los sitios naturales y culturales con potencial turístico en Chalán Sucre, identificando los atractivos que más llamaban la atención a los demandantes las principales motivaciones que tenían para asistir a dichos espacios.

4.4. Procesamiento y Análisis de información

Todas las entrevistas serán grabadas sea en video o solo audio, si la persona no está de acuerdo con que se grabe la conversación las notas de las entrevistas serán llevadas en un cuaderno de campo, en él se registrará lo que suceda en el trabajo de campo, es tal vez el insumo más importante para el análisis, es la materia prima con la que cuenta el investigador a la hora del análisis.

4.1. Faces de Investigación

4.1.1. Fase I: Delimitación del destino turístico

En este paso se consideran tres pasos a seguir. En primer lugar, la delimitación del destino turístico, ubicando y caracterizando el municipio de estudio

4.1.2. Fase II: Análisis del destino turístico

En primer lugar se realizará un análisis del mercado turístico y las inversiones, donde se desarrollan actividades como un análisis de la oferta y demanda turística, además de un análisis de las inversiones (públicas y privadas); por último, se realiza un análisis del contexto social, político y económico, donde se incluye un análisis FODA del destino.

4.1.3. Fase III: Diseño del producto turístico

Se procede a la identificación de productos turísticos potenciales y evaluación de productos turísticos propuestos. Esta última se divide en: análisis de la viabilidad de los productos turísticos propuestos y priorización de un producto turístico. Descripción detallada del producto turístico, definición y mapeo de los elementos que conforman el producto turístico, evaluación de las condiciones actuales del producto turístico, validación de la propuesta inicial de producto con intermediarios y consumidores, determinación de las necesidades de intervención pública y privada y por último, gráfico del producto turístico y su prueba piloto.

4.1.4. Fase IV: Diseño de estrategias del producto

Diseño de estrategias a partir del producto turístico relacionadas con el modelo de competitividad de Geoffrey Crouch y Brent Ritchie.

5. RESULTADOS Y ANÁLISIS

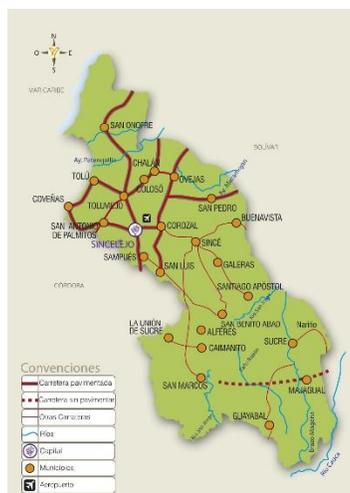
5.1. Análisis del destino

5.1.1. Delimitación del Municipio de Chalán

5.1.1.1. Chalán como destino en Sucre y Montes de María

El departamento de Sucre se encuentra localizado en la planicie costera Caribe al norte de las cordilleras Central y Occidental, entre los 10°9' y los 8°17' Norte y los 74°32' y 75°42' Oeste, con una superficie de 10.364 Km². En la parte norte del Departamento se encuentra la serranía de San Jacinto o Montes de María compartida con el departamento de Bolívar. (Aguilera, 2005). Entre 200 y 560 msnm, en la parte suroccidental de la Serranía de San Jacinto, se localiza la Reserva Forestal Protectora Serranía de Coraza y Montes de María, con 6400 hectáreas de bosque protegido en jurisdicción de los municipios de Toluviejo, Colosó y Chalán.

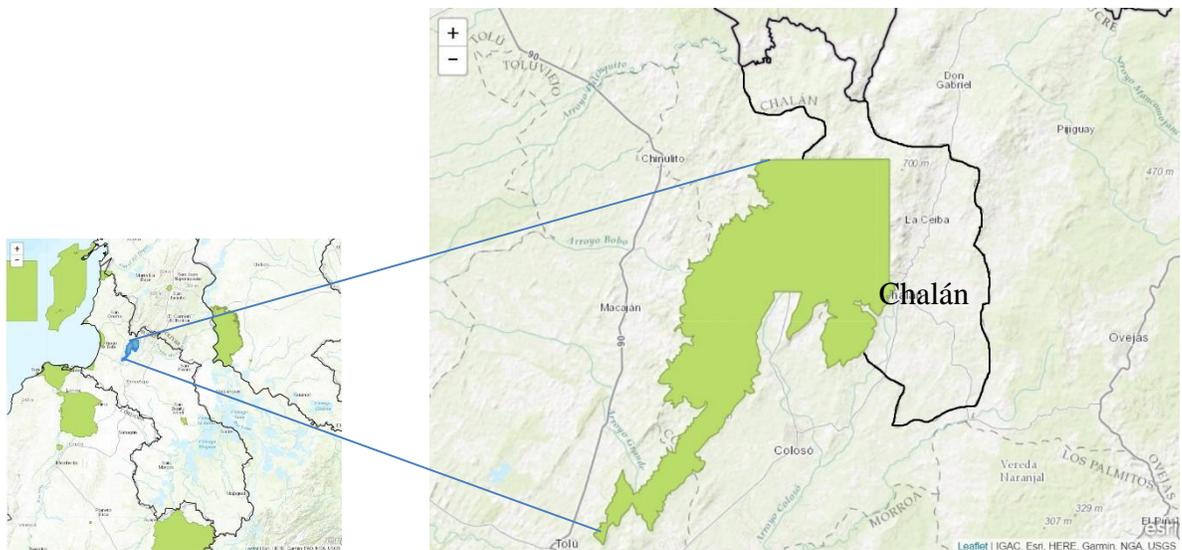
Ilustración 2: Mapa turístico del departamento de Sucre



Fuente: Guía Turística de Sucre 2012

Esta zona se encuentra dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SINAP) por su gran biodiversidad en fauna y flora silvestre, lo cual abre una puerta ante el turismo en los municipios que integran la reserva, entre ellos el municipio de Chalán, en donde habitan monos Tití, Cabezablanca, monos Aulladores y otros primates; la Guacamaya endémica, ave Gonzalo y gran variedad de reptiles. De igual forma también se encuentran en esta área fuentes de agua que brotan desde la serranía lo cual se convierte en un gran atractivo para los visitantes (Galván, 2015)

Ilustración 3: Reserva forestal Coraza en Sucre y Chalán

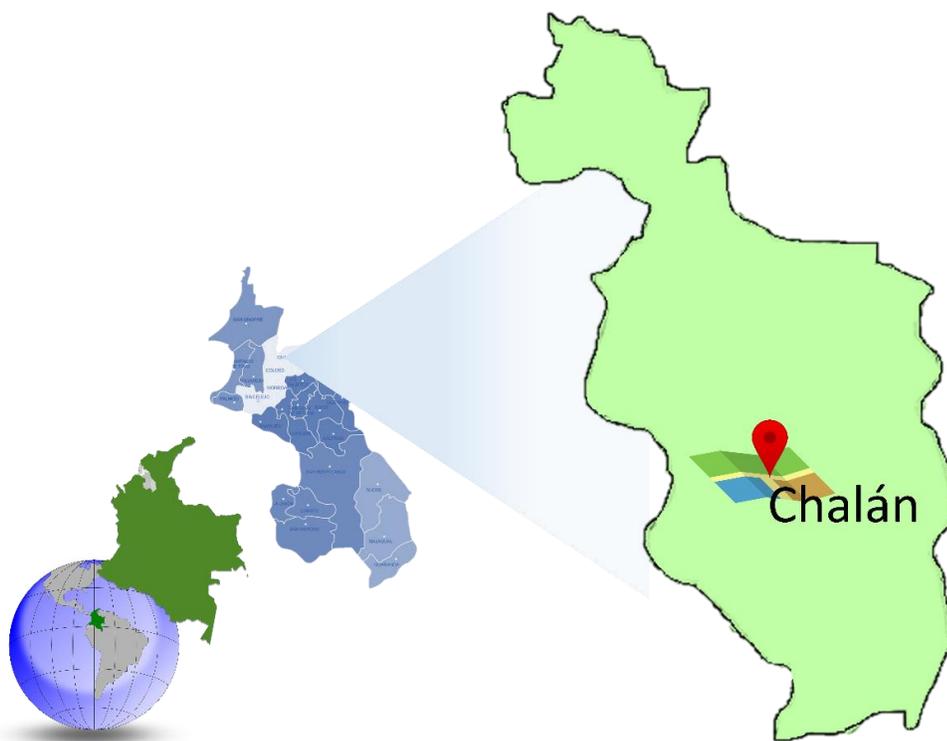


Fuente: RUNAP – Zonas protegidas en Colombia 2017

Aunque el aspecto natural enmarca el municipio de Chalán, también existen expresiones culturales con importancia regional que se han conservado a pesar de los problemas de conflicto en los cuales estuvo inmersa la comunidad. Así, complementando la riqueza natural con las expresiones culturales tradicionales se podría brindar un turismo experiencial donde el visitante tenga participación activa en festividades, eventos, actividades de esparcimiento, vinculándose con las comunidades y aprendiendo de sus tradiciones junto a la naturaleza.

En lo que respecta al municipio de Chalán, se encuentra ubicado en la Costa Caribe Colombiana, en el nororiente del Departamento de Sucre como parte del Sistema Montañoso de la Serranía de San Jacinto en los Montes de María. Es el municipio más pequeño del departamento con una extensión de 80 Km², es decir unas 80.000 hectáreas. La cabecera municipal se encuentra ubicada en las coordenadas 90 32' 57" de latitud norte y 750 18' 58" de longitud oeste a una distancia de 40 kilómetros de la ciudad de Sincelejo, la capital del Departamento de Sucre y a una altura de 280 metros sobre el nivel del mar. Su temperatura promedio es de 24°C, como uno de los municipios con temperatura promedio más baja del departamento. El municipio de Chalán limita al norte con los municipios de El Carmen de Bolívar (Departamento de Bolívar), Ovejas y San Onofre, por el sur y el oeste con el Municipio de Colosó y por el este con el Municipio de Ovejas (Alcaldía de Chalán, 2016)

Ilustración 4: Chalán en Sucre y Colombia



Fuente: imágenes de ESRI Colombia, compilación propia

El Municipio cuenta con dos (2) áreas muy bien definidas que son:

- El territorio de montaña que ocupa el 75% de la extensión territorial, totalmente deshabitado, cubierto de rastrojos y bosques secundarios, con potencial para el establecimiento de cultivos agroforestales y la explotación ecoturística de sus escenarios.
- El territorio del pie de monte que es una extensión ondulada de suaves colinas que ocupa el 25% del territorio, con suelos fértiles, donde habita el 100% de la población y se desarrollan todas las actividades económicas y culturales.

5.1.1.2. Historia del municipio de Chalán

Costumbres Zenúes.

El pueblo Zenú fue esa tribu nativa que habitaba las extensas sabanas que se bañaban con los caudales de los ríos hoy conocidos como Sinú, San Jorge y Cauca (BanRepCultural, 2006). Los Zenú se conformaron en tres grandes provincias o “reinos” llamados Finzenú, Panzenú y Zenufana. La provincia Funzenú se localizaba en la sabana y colinas al este del río Sinú, correspondientes entre Córdoba y Sucre (Jaramillo, 2001).

Los del Finzenú eran magos del tejido. Tocaban el oro y se vuelve hilo para tejer. El barro en sus manos parece haber sido tramado, como si fuera de fibra. Le bordan dibujos que sirven para distinguir a un artesano de otro. El dibujo es el sello que se imprime en todo lo que hacen. La madre ha enseñado ese dibujo a sus hijos. A ella se lo enseñó su madre. Mexión está junto a una ciénaga. Allí le ofrecen al abuelo mantas, redes, sombreros, esteras y canastos. El abuelo les entrega algodón, caña y espartillo para que ellos puedan seguir haciendo lo que saben.

Vivienda Zenú

Las familias Zenú solían levantar tres construcciones para una misma vivienda, una para su vida social, otra para las labores de cocina y otra para los dormitorios. Este tipo de estructuras, aun son construidas, predominantemente en las zonas rurales (llamadas hoy casas de palma). En cuanto a los materiales de las viviendas rurales, se usan palmas, paja, caña flecha y corteza de guarumos. Los cronistas de la Conquista mencionaron que los zenúes

utilizaban elementos similares para construir sus viviendas. Los Hogares que habitaban estas viviendas en territorio Zenú, se formaban a partir de los lazos matrimoniales entre dos o tres familias que comparten un territorio en donde vive generalmente una pareja, con las hijas solteras y los hijos varones con sus respectivas familias.

Arte Zenú

El pueblo Zenú, elaboraba elementos de su uso cotidiano, los cuales facilitaban su vida y decoraban su hogar. De estas piezas aún se conserva la técnica de realización totalmente manual y en algunas localidades, la elaboración de estos productos, se ha convertido en su único medio de subsistencia.

Los materiales utilizados para la elaboración de estos elementos son en su totalidad de origen vegetal, y permanecen como herencia del pueblo Zenú, como lo es la caña flecha, el totumo y la palma de vino. Las artesanías más destacadas a nivel nacional de estos materiales son el sombrero vueltíao, las artesanías de totumo, las esteras y demás accesorios para el hogar hechos en palma de vino.

Gastronomía Zenú

Nuestros aborígenes de la provincia de Panzenú se especializaron en la producción de alimentos (BanRep, 2010). Efectuaban tres actividades al tiempo, la caza, la pesca y la agricultura. Sus coseñas estaban compuestas principalmente por alimentos como la Yuca, ahuyama, ají y los frutos tropicales en cosecha. De su dieta de animales hacían parte el mico, conejo, armadillo, la danta, el zaino, el ñeque la guartinaja, el vanado y el puerco espín, entre otros. Además de las gallináceas comían torcaza, tortolita, perdiz, pavo, guacharaca, la gallineta, el paujil. Cazaban y comían también el pato, la garza, el ganso, además de la tortuga hicotea (Tovar, 2016)

Todo lo anterior corresponde al legado gastronómico que ha dejado el pueblo Zenú, legado que se conserva en las cocinas tradicionales y en pueblos como el que se estudia en este escrito. En el libro Memoria Histórica del Departamento de Sucre, se plasma parte de la tradición. “...*Para procesar la yuca para hacer el casabe, usaban una especie de rallos de*

madera, con puntas de pedernal adheridas con cera; usaban bateas de madera y el totumo les suministraba la vajilla.” (Mendoza Candelo, 2005).

Dejando un poco la tradición zenú, se tiene una vez pasada la época indígena, como empezaron a poblar las tierras de Chalán

Según la revista titulada “Memorias del silencio”, escrita por el Sr. Ranfis Antonio Yepez Yepez, el municipio de Chalán fue fundado por unos colonos que llegaron al asentamiento indígena en el año 1745, para crear las primeras viviendas entre los cuales se encuentran, Francisco Javier Chamorro y sus dos hermanos, que vinieron procedentes de El Guamo (Bolívar) huyendo de la epidemia de viruela, Ceferino Díaz, Pedro Mendoza, Gregorio Barreto y otros más procedentes de otros lugares.

Las viviendas construidas por estas familias eran de paredes de bahareque y techo de paja, el caserío estaba ubicado en la parte norte al pie del cerro en el mismo asentamiento indígena al cual le colocaron el nombre de chalán al nuevo caserío en honor al gran amansador de caballos salvajes el Cacique Chalá, con Francisco Javier Chamorro a la cabeza, éste era curioso, y curaba con plantas las enfermedades, además adquirió grandes cantidades de terreno, ganado vacuno y caballos. Este caserío siguiendo las tradiciones indígenas, al lado del cerro y a orillas del arroyo de aguas cristalinas que bajaban del ojo de agua ubicado en la parte alta de la montaña, este arroyo lo conocemos como las Tinas la cual es como especie de empedrado en media falda en las cuales hay unas maravillosas posas, que hoy en día son sitio turístico.

La fertilidad y productividad de las tierras, aptas para la agricultura y la ganadería a medida del tiempo fueron llegando familias y se iba incrementando el número de construcciones de viviendas hasta el sitio conocido como el zanjón, para entonces las costumbres eran jugar a los toros bravos y salvajes las cuales les llamaban fiesta de toros en un lugar que más tarde pasó a ser la plaza pública del pueblo. Al fundar el municipio de Colosó, asentamiento indígena, muy cercano a nuestro pueblo, al sur, el 29 de septiembre de 1770 por el colono español Diego Pérez, quien obtuvo vida jurídica en 1907 mediante Decreto Ley No 1494 de 1907, este Decreto hace participe al pueblo de Chalán de ingresar

en la jurisdicción del municipio de Colosó; es así como Chalán pasa a ser corregimiento del municipio de Colosó. Conformado Chalán como un pueblo próspero de activismo, comercio agrícola y ganadero debido al gran número de familias llegadas de otros pueblos e incluso de otros países, familias conocidas como los Zucardi y Barone, dos señores de nacionalidad italiana que llegaron a este pueblo por azares del destino quedándose y formando familias con mujeres de estirpe chalanero, también llegaron los Merlanos, González, Porras, Espinosa y otras familias.

Con la llegada de los Zucardi y Barone, llegó también el progreso a nuestro pueblo, por lo tanto, la historia de Chalán gira alrededor de ellos, los cuales dejaron un legado de virtudes y progreso en el pueblo. En el año de 1918 fue elevado por primera vez a la categoría de Municipio con el nombre de Ricaurte; posteriormente la cabecera del Municipio formó parte como corregimiento del Municipio de Colosó. En el año de 1.968 se separó del Municipio de Colosó y fue elevado a la categoría de Municipio mediante ordenanza de la Asamblea Departamental No. 006.

5.1.1.3. Accesibilidad; ¿Cómo llegar?

Por medio de vuelos internacionales llegan a la capital de país, Bogotá, desde ahí puede hacer trasbordo llegar a los municipios de Corozal o Tolú por medio de vuelos directos Bogotá Tolú o Bogotá Corozal. Desde Tolú se toma la carretera hacia la Palmira, vía a Sincelejo antes de llegar a la Palmira, se desvía por el puente Pechelín y toma carretera hasta Colosó. Las Vías de acceso al municipio se encuentran en condiciones normales de tránsito hasta su cabecera municipal desde Tolú, Desde ovejas serían 12 kilómetros. Para llegar desde Sincelejo se toma el transporte público hasta el municipio de Colosó en la salida a Tolú conocida como “El pescador” desde ahí hasta Colosó tiene un precio de \$6.000. al arribar a Colosó se toma una “mototaxí” hasta el municipio de Chalán por un valor de \$5.000. la vía Sincelejo – Colosó se encuentra asfaltada por lo que el acceso se puede hacer ya sea en carro o moto particular. De Colosó hasta Chalán hay tramos asfaltados y otros por vía de tierra, pero transitable.

5.1.1.4. Recursos: potenciales atractivos

El municipio de Chalán por ubicarse en el corazón de los Montes de María, contiene dentro de su territorio áreas de importancia natural como pozos y caídas de agua, diversidad de flora y fauna, en algunos casos endémica y en vía de extinción. De igual manera, hacen parte de este municipio expresiones culturales, ya sean musicales o artesanales arraigadas a las costumbres indígenas zenúes y afro como parte del mestizaje que compone toda la región caribe. Así mismo, arquitectura de vivienda urbana y rural con acervo cultural importante para la región sin olvidar los acontecimientos históricos de conflicto azotaron a esta comunidad.

5.1.1.5. Actividades

Dentro de las actividades que se realizan en el municipio se encuentran: senderismo, agroturismo, espeleología, avistamiento de yacimientos arqueológicos, avistamiento de aves, avistamiento de flora y fauna, visita a lugares históricos, disfrute de actividades folclóricas, comida típica.

5.1.1.6. Servicios

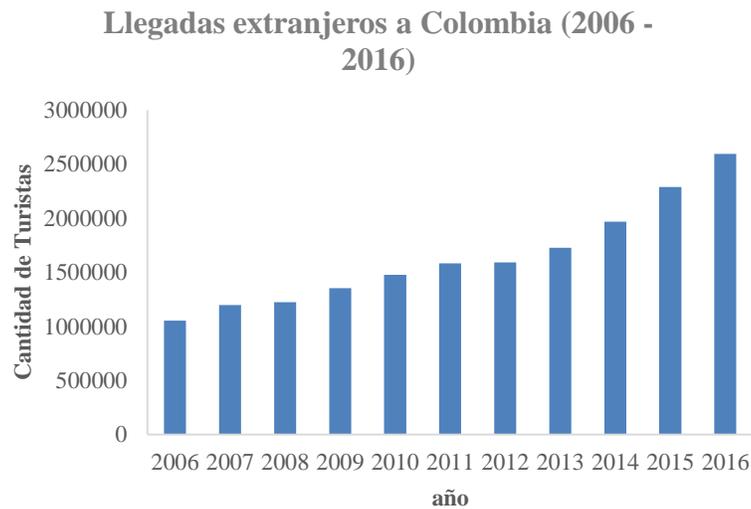
Las condiciones actuales del municipio por su poca demanda de actividades y estancia en el sitio, no se presta en la actualidad servicios de alojamiento u hospedaje, existen remplazos a este como viviendas comunitarias y zonas de camping. En cuanto al servicio de alimentación, se encuentran dos restaurantes facilitando este servicio donde ofrecen comida típica, de igual forma, hay personas capacitadas que pueden ofrecer este servicio a quien lo solicite. En el municipio se encuentra una sucursal del banco agrario, al igual que servicios públicos como energía eléctrica, agua potable, alcantarillado.

5.2. Análisis del Mercado turístico

5.2.1. Análisis de la demanda turística

Según la OMT, la demanda turística se define como el conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos en un lugar específico, con el objetivo de cubrir sus necesidades. La demanda turística en Colombia ha incrementado en promedio 10% cada año durante los últimos 10 años (Ver Gráfico 1), siendo en 2016, Estados Unidos, Venezuela, y Brasil, los países con mayor contribución a las llegadas de extranjeros, participando con (19,2%), (13,6%) y (7,0%) respectivamente.

Ilustración 5: Llegadas de turistas extranjeros a Colombia (2006 - 2016)



Fuente: Datos Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), Elaboración Propia.

Los principales departamentos de destino en 2016 fueron Bogotá, Bolívar y Antioquia con un 73,4% del total de llegadas. Cartagena en Bolívar es el destino preferido por los turistas extranjeros que ingresan al país lo que se convierte en una oportunidad para la región Caribe y aún más para los departamentos aledaños a Bolívar, como lo es Sucre, por ejemplo.

Internamente, entre los turistas extranjeros y el turismo nacional, hay especial atención en las visitas a los parques nacionales en el año anterior (2016) sumaron 1.446.716 visitas siendo los tres principales parques Corales del Rosario, Parque Tayrona y Los Nevados. Lo anterior se debe al cambio en las motivaciones de los turistas ya que una de las grandes tendencias en turismo internacional hoy en día es la búsqueda de experiencias, como vivencias que lo acerquen al modo de vida y cultura del país que visita.

La llegada de viajeros extranjeros al departamento de Sucre se ha mantenido cercano a los 2 mil turistas entre 2010 y 2014. A cierre de 2013, Estados Unidos, España y Ecuador presentaron incrementos en la emisión de viajeros hacia Sucre, alcanzando tasas de crecimiento de 40,0%, 9,2% y 6,8% respectivamente en comparación a 2012 (PROEXPORT COLOMBIA, 2014); siendo una de las principales motivaciones de los turistas provenientes de estos países para llevar a cabo sus viajes las experiencias de tipo cultural. Durante el año 2003, se llevó a cabo un programa llamado Caravanas Viva Colombia, impulsados por el Gobierno Nacional, esto durante los días festivos del 11 al 14 de octubre del año en mención y se registraron más de 100.000 turistas.

El análisis que se desarrolla a continuación fue realizado a principios del año 2017, realizando una observación por el método del sondeo, utilizando una muestra no intencional de un total de 20 turistas actuales provenientes de lugares diferentes al municipio de Chalán.

Tabla 1: Caracterización de la demanda turística, Chalán Sucre

Variable	
País de procedencia	Colombia: 100%, Otros: 0%
Sexo	Mujeres: 35% Hombres: 65%
Edad	Entre 19 y 25: 100%
Modo de acompañamiento	Solo: 65% Pareja: 10% Grupo: 25%
Motivo de la visita	Cultural: 25% Aventura: 75%
Fidelidad del destino	Ninguna: 100%

Frecuencia de visita	1 vez por mes: 0% 1 vez por trimestre: 10% 1 vez por semestre: 15% 1 vez por año: 75%
Días o épocas preferente de cita	Vacaciones de mitad de año: 30% vacaciones de fin de año: 50% semana santa: 20%
Noches promedio por visita	Menos de 1: 90% 1 noche: 5% Más de una noche: 5%
Cuanto estaría dispuesto a pagar por un producto turístico por día que incluya las actividades culturales y naturales	Menos de \$30.000: 20% Entre \$30.001 y \$50.000: 55% Entre \$50.001 y \$70.000: 20% Más de \$70.001: 5%

Fuente: Encuesta de caracterización de la demanda turística, Chalán Sucre – 2017 elaboración propia

Como puede observarse en la Tabla 1, se tiene los resultados de la encuesta de demanda del destino propuesta por el Manual de Productos Turísticos de Perú. En ella se establecen las características generales del turista, las motivaciones del mismo para el desplazamiento al destino y el precio que estaría dispuesto a pagar por un día en el destino, estableciendo así el perfil general del turista.

5.2.2. Análisis de la oferta

La oferta turística técnicamente está constituida por el producto turístico que es el resultante de la sumatoria de: Infraestructura, Recursos, Actividades y Planta Turística. Los recursos turísticos se clasifican en naturales y culturales, los mismos que necesitan estar acompañados por las facilidades que constituyen los diversos servicios conexos que sería en este caso la planta turística, como alojamiento, alimentación, entretenimiento y diversión para llegar a ser un producto turístico.

5.2.2.1. Infraestructura general

La infraestructura general constituye el conjunto de elementos básicos necesarios para el funcionamiento de un centro poblado urbano o rural, tales como el transporte, comunicaciones, servicios básicos, gestión de residuos sólidos, agua y saneamiento básico, energía, salud y seguridad.

Transporte

El municipio de Chalán por ser un centro poblado pequeño, no cuenta con transporte público dentro del municipio. Para trasladarse, las personas lo hacen a pie o en medios de transporte propio como caballos o mulas, motos, automóviles; y a falta de estos, lo hacen en un transporte informal como lo son las “Mototaxis”. Para el traslado hacia las zonas veredales, se hace a pie, en moto o fiero por las condiciones del terreno. De igual forma no hay un transporte público de manera formal que traslade al personal hacia los municipios aledaños, por tanto, se hace también en “Mototaxi”. El precio de una carrera en moto dentro del casco urbano es de aproximadamente CO\$1.000, es decir US\$0,33 aproximadamente, y el traslado hacia Colosó (20 minutos) el municipio más cercano es de CO\$ 5.000 o US\$1,66.

Comunicaciones

En Colombia se encuentran tres empresas de telecomunicaciones principales que prestan el Servicio de telefonía móvil, televisión e internet. Estas son: Claro (Subsidiaria de América Móvil), Movistar (Multinacional española de telecomunicaciones) y Tigo (Millicom International Cellular, S.A). Sólo dos de las tres empresas anteriormente mencionadas tienen cobertura en el municipio de Chalán, que son Claro y Tigo. Claro tiene cobertura GSM 2G y UMTS 3G de buena calidad y LTE 4G aceptable, en todo el casco Urbano y parte de la zona rural. Por su parte Tigo tiene sólo cobertura GSM 2G y UMTS 3G. lo que significa que desde el un Smartphone puede una persona que posea red de Tigo o Claro, acceder a contenido multimedia en la web, redes sociales y demás utilidades. Por otra parte, tienen televisión por cable y radio.

Servicios Básicos

En el municipio existe la red básica de servicios, como agua potable, energía eléctrica y alcantarillado. El agua, a pesar de ser potable, manifiestan que es de baja calidad, por lo que es recomendable al visitar el sitio comprar agua para consumo. El servicio de energía por parte de la empresa Electricaribe, se presta en todo el casco urbano de manera ininterrumpida, y en ciertas partes de la zona rural de montaña. Por último, el servicio de alcantarillado se encuentra en el casco urbano, en las zonas veredales poseen pozas sépticas en reemplazo.

Por otro lado, los residuos sólidos son recogidos por el camión recolector, aunque en algunos casos los queman o los arrojan a predios baldíos.

Seguridad

Pese a los años de inseguridad que atravesó el municipio por parte de los enfrentamientos de la guerrilla con las fuerzas armadas, actualmente el municipio presenta muy bajos índices de criminalidad, esto, dicho por los mismos habitantes, gracias a la presencia constante del ejército nacional. A pesar que los habitantes del municipio han gozado de aproximadamente 8 años de relativa calma, la imagen de Chalán como pueblo en conflicto sigue presente en las mentes de los habitantes del departamento y el país.

5.2.2.2. Recursos turísticos del municipio de Chalán

Los recursos turísticos por su parte, constituyen expresiones de la naturaleza, riqueza arqueológica y expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor, que siendo el elemento más importante para la diferenciación del producto turístico. Para la revisión de los recursos turísticos de Chalán, se tuvo en cuenta la metodología que para tal fin diseñó el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; teniendo en cuenta que los atractivos turísticos son la materia prima fundamental para el diseño del producto turístico de un destino, se elaboró un listado preliminar donde se consignaron los atractivos turísticos del municipio, resultado de la revisión secundaria de los siguientes documentos:

- Inventario de atractivos turísticos del municipio de Chalán, suministrado por la Gobernación de Sucre (2009).
- Guía turística de Sucre (2012).

- Patrimonio Cultural inmaterial de los Montes de María, Sucre (2014)
- Sistema nacional de Información cultural (2016)
- Revista Chalán Sucre, Memorias del Silencio (2016)

Para la selección preliminar de atractivos turísticos que conformaron el listado inicial y sobre la cual se planeó la visita de campo, se tomó como base:

- Inventario de atractivos turísticos suministrado por la Gobernación de Sucre que incluye: 5 recursos culturales materiales, 9 sitios naturales y 4 manifestaciones inmateriales y 5 festividades y eventos.
- Listados por la Guía turística de Sucre que incluye 9 recursos naturales
- Sistema nacional de Información cultural que incluye 2 festividades
- Revista Chalán Sucre, Memorias del Silencio que incluye 4 recursos materiales y 9 recursos naturales

Adicionalmente, en la visita de campo se incluyeron atractivos considerados por la sección cultural de la alcaldía de Chalán y la comunidad en general, los atractivos tenidos en cuenta para la calificación de acuerdo a la metodología del ministerio de industria y turismo de Colombia, dividiéndolos en recursos Culturales y Naturales

Recursos Turísticos Culturales

El patrimonio cultural se define como el conjunto de bienes y manifestaciones culturales materiales e inmateriales, que se encuentre en permanente construcción sobre el territorio transformado por las comunidades. Dichos bienes y manifestaciones se constituyen en valores que conforman sentidos y lazos de permanencia, identidad y memoria para un grupo o colectivo humano (Gobernación de Sucre, 2009). Dentro del municipio de Chalán se encuentran recursos turísticos tanto naturales como culturales. Estos últimos están divididos en patrimonio material e inmaterial

Tabla 2: Categoría, grupo y componentes patrimonio Cultural del municipio de Chalán 2016

<i>CATEGORÍA</i>	<i>GRUPO</i>	<i>COMPONENTE</i>	<i>CANTIDAD</i>
Patrimonio Material	1.1. Patrimonio Cultural Material Inmueble	1.1.2. Arquitectura Habitacional	4
		1.1.3. Arquitectura Religiosa	1

		1.1.4. Arquitectura Institucional	2
	1.2. Patrimonio Cultural material Inmueble; Grupo urbano o rural	1.2.2. Elementos del Espacio publico	1
	1.4. Patrimonio Cultural material Inmueble, Grupo arqueológico	1.4.4. Otro	1
	1.5. Patrimonio Cultural Material Mueble	1.5.2. Obras en el Espacio Publico	1
	<i>Subtotal Patrimonio Material</i>		<i>10</i>
Patrimonio Inmaterial	1.6. Patrimonio Cultural Inmaterial	1.6.2. Gastronomía y Saberes Culinarios	1
		1.6.6. Expresiones Musicales y Sonoras	1
		1.6.7. expresiones dancísticas	1
		1.6.10. Técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos	1
	1.7. Festividades y Eventos	1.7.1. Fiestas	2
	<i>Subtotal Patrimonio Inmaterial</i>		<i>6</i>
	Total		16

Fuente: Elaboración propia

Patrimonio Cultural Material

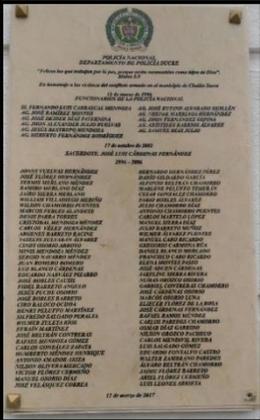
El patrimonio Cultural Material se caracteriza por tener un cuerpo físico que puede ser dimensionados y percibido sensorialmente. Está constituido por el territorio geográfico con sus recursos ambientales y naturales como hábitat Humanos; los hechos construidos, las manifestaciones físicas de la estructura productiva y de los procesos de poblamiento: los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes, entre otros; además del universo de herramientas, utensilios, máquinas y demás objetos que apoyan la vida productiva y cotidiana de los seres humanos. Agrupa dos grandes áreas, la inmueble y la mueble (Ministerio de Comercio, Industria y turismo, 2010).

En cuanto al patrimonio Material Inmueble en el municipio se encuentra arquitectura habitacional vernácula en la zona urbana y rural que data de aproximadamente el año 1750; la Iglesia Central como arquitectura religiosa y otras estructuras de usos actualmente institucionales hechas en materiales de la región que cobra gran importancia a la hora de representar la cultura del municipio. Además, cuenta con diferentes espacios de importancia cultural e histórica dentro del patrimonio cultural mueble, por otro lado, las raíces Zenúes se

mantienen en sus expresiones y representaciones de tipo inmaterial a modo de artesanías, música, danza y formas de cultivo. Los sitios específicos están descritos en la Tabla 2

Tabla 3: Recursos patrimonio cultural Material, 2017

PATRIMONIO CULTURAL - GRUPO MATERIAL				
Nº	Subgrupo	Componente	Nombre	Descripción e Imagen
1	Arquitectónico	Arquitectura Habitacional	Vivienda de Octavio Tabares Piedrahita	 <p>Vivienda vernácula construída aproximadamente en el año 1750, toda la estructura está hecha en madera caracolí presentada en grandes extensiones anteriormente en la región. Su estructura se conserva en un 100% como se construyó, aunque debido a los años y la falta de mantenimiento está deteriorada.</p>
2			Vivienda de Saúl González	 <p>Vivienda vernácula construída aproximadamente en el año 1800, toda la estructura está hecha en madera caracolí presentada en grandes extensiones anteriormente en la región. Su estructura se conserva en un 90% como se construyó. Necesita mejoras.</p>
3			Vivienda de Adolfo Álvarez	 <p>Vivienda vernácula construída aproximadamente en el año 1850, toda la estructura está hecha en madera caracolí, presentadas en grandes extensiones anteriormente en la región. Su estructura se conserva en un 70% como se construyó. Necesita mejoras.</p>
4			Vivienda Rural Sr Chayo	<p>Vivienda indígena vernácula, no tiene clara la fecha de construcción. Toda la estructura está hecha en palma y bareque elementos presentes en la zona. Su estructura se conserva en un 70% como se construyó, manteniendo la tradicional vivienda modular indígena donde cada espacio tiene un uso específico. Un módulo dedicado a la cocina, otro a la sala y otro a las habitaciones.</p>
5		Arquitectura religiosa	Iglesia Inmaculada concepción de María	 <p>Construida aproximadamente en el año 1950, en reemplazo de la primera iglesia construida en el municipio que era de madera. Esta solo conserva de la anterior, el altar el cual está hecho en madera. Actualmente está hecha en material con techo de zinc. Esta estructura cobra gran importancia para el pueblo, porque desde allí hace</p>

			presencia activa toda la comunidad donde participan de actividades culturales en pro de la comunidad.
6	Arquitectura institucional	Alcaldía Municipal	 <p>Vivienda construída aproximadamente en el año 1900, toda la estructura está hecha en madera caracolí presentadas en grandes extensiones anteriormente en la región. Su estructura se conserva en un 60% como se construyó. Necesita mejoras.</p>
7		Biblioteca Municipal	 <p>Vivienda construída aproximadamente en el año 1850, toda la estructura está hecha en madera caracolí presentadas en grandes extensiones anteriormente en la región. Su estructura se conserva en un 70% como se construyó. Necesita mejoras.</p>
8		Restos Indígenas	 <p>Después de la bonanza tabacalera, los campesinos del municipio enfrentaron una grave situación económica e iniciaron a buscar oro bajo las antiguas viviendas indígenas alojadas en lo alto de los cerros, debajo de sus tierras encontraron innumerables objetos que vendían para poder solventar sus necesidades en la época. Aún algunos habitantes conservan objetos que pueden tener más de 500 años de existencia y aún hay muchos bajo las arenas que cubren los cerros.</p>
9		Placa en honor a los caídos	 <p>El 12 de marzo de 1996 fue un día que marcó la historia de Chalán en dos, ese día la las Fuerzas Revolucionarias Armadas de Colombia - FARC hizo denotar un burro cargado de explosivos en donde murieron siete agentes de la policía. En su honor y el de todas las victimas resultantes de la invasión guerrillera al municipio, se fabricó una placa que hoy reposa en el lugar donde ocurrió el suceso, hoy reconstruido y sirviendo a la cultura del municipio.</p>

Fuente: Elaboración propia, basada en el trabajo de campo 2017

Patrimonio Cultural Material Inmueble

Por su parte, el patrimonio cultural material inmueble, Comprende las tradiciones y expresiones orales, prácticas sociales, rituales y actos festivos, el conocimiento y prácticas sobre la naturaleza y el universo; y expresiones artísticas, entre otras, que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente. Estas manifestaciones pueden agruparse bajo la denominación de folclor (entendido como la sabiduría del pueblo) y deben ajustarse a ciertas características, como lo son: la colectividad, tradición, anonimato, espontaneidad y popularidad. En el municipio de Chalán las expresiones de tipo inmaterial traducen la identidad del pueblo y son reconocidas solo a nivel local. Se identifican con la cultura que subyace de los Montes de María, especialmente en sus tradiciones musicales y dancísticas.

Tabla 4: Recursos patrimonio cultural inmaterial, 2017

PATRIMONIO CULTURAL - GRUPO INMATERIAL/FESTIVIDADES Y EVENTOS				
Nº	Subgrupo	Componente	Nombre	Descripción e Imagen
1		Gastronomía y Saberes Culinarios	Galletas Chalaneras	 <p>Es dorada. Se percibe cerca de ella un leve olor a queso y mantequilla que se mete en las fosas nasales y activa el paladar. Suave y crocante a la vez, las Galletas Chalaneras se despiden del horno de ladrillo y barro que trabajó en ella por media hora, a más de 400 grados centígrados. Se ha mantenido la tradición en una sola familia y hasta el momento se cree que es posible que desaparezca dado el tipo de comercialización ineficiente que no permite que sea conocida en el mercado departamental.</p>
2		Expresiones Musicales y Sonoras	Gaita Larga - Hembra y Macho	 <p>La Chuana es su nombre indígena, conocida popularmente como la Gaita es un instrumento de raíz zenú, en antaño por los indígenas era se elaboraba en carro y con una pluma. En la actualidad se elabora en madera, cera y una pluma. En los grupos, se mezclan los sonidos de la Gaita Macho y Hembra junto con el llamador, la tambora, y las maracas. acogiendo las raíces indígenas junto con los tambores del afro. tiene gran relevancia dentro de la cultura de todos los Montes de María y Chalán.</p>

3	Expresiones dancísticas	Gaita		<p>La gaita es un aire musical folclórico originario de la costa Atlántica colombiana. Este género proviene específicamente del "eje musical del Caribe occidental". Es un ritmo alegre y fiestero que hace parte de la idiosincrasia costeña y ha sido el resultado de un proceso de mestizaje cultural entre el pueblo indígena, el africano y el europeo como consecuencia del proceso de colonización de las Américas</p>
4	Técnicas de elaboración de objetos artesanales e instrumentos	Elaboración de objetos en hoja de tabaco y cascara de maíz		<p>Los cultivos tradicionales del municipio son, el tabaco, el maíz, el cacao, café y aguacate. De los restos de algunos frutos como el maíz y las hojas de otros como el tabaco, artesanos con su imaginación logran obras tales que no solo son bellas, sino bien elaboradas y con una utilidad más allá de la decoración. Esta tradición es anónima y 100% orgánica, proponiendo productos que va en la línea del desarrollo sostenible.</p>
5	Fiestas	Fiestas de la Virgen del Carmen		<p>Rafael Amaya, citado por Ranfis Yopez (2016), comenta que el 16 de julio, la señora Manuela Barreto hacia dos noches de cumbia, ya que era devota de la virgen del Carmen, el conjunto de gaitas del señor Atiliano Monterroza, junto con sus hijos, amenizaban las dos noches de baile, esa noche todos los devotos rogaban por los milagros, llevaban alimento y lo cocinaban en varias ollas de comida para todos los presentes, mientras rendían tributo a la virgen entre flores, canticos y cumbia. Desde ahí se celebra la fiesta de la virgen del Carmen y aún se reúne el pueblo para rendirle honores entre música de gaita.</p>

Fuente: Elaboración propia, basada en el trabajo de campo 2017

En Chalán, la visita a los atractivos culturales por parte de personas externas es casi nula, ya que como se ha mencionado anteriormente, a pesar de sus riqueza cultural e histórica guarda una imagen aún ligada al conflicto y la guerra. Por tanto, este proyecto busca con la generación de un producto turístico, transformar la imagen negativa que proyecta el municipio a una imagen positiva a través de los atractivos culturales y naturales existentes.

Durante el festival denominado festival del retorno, se destinan unos buses para el transporte de personas que abandonaron el municipio, mostrarles como está actualmente e

incentivar que vuelvan a su lugar de origen. Ellos hacen arribo al municipio junto con sus familias, que en muchos casos nunca antes habían llegado hasta el municipio y durante su estadía hacen recorrido por la zona de montaña y los ojos de agua. Este festival se lleva a cabo en la segunda semana del mes de marzo todos los años desde hace 7 años.

Por otro lado, no se ha potencializado el turismo en el municipio porque no hay una organización apropiada del tema y que se encargue de la debida creación y comercialización de paquetes mostrando el destino. Lo que a su vez hace que los lugares de interés cultural como las viviendas no se les haga un mantenimiento constante y se deterioren poco a poco. Desde la administración se busca que a través del ministerio de cultura se logre declarar como patrimonio a las viviendas más antiguas por su historia intrínseca y su antigüedad. De igual forma se ha tratado de recolectar objetos de los antiguos indígenas que habitaban la zona, como piedras de pilar, cuchillos, jarrones entre otros.

La proyección que se tiene con los recursos culturales es que se mantengan como originalmente nacieron en lo más posible, que las nuevas generaciones ayuden a impulsarlos conociendo el arte y las tradiciones al igual que crear una planta adecuada para el turista objetivo junto con el equipamiento e instalaciones necesarias para que se desarrolle la actividad de la manera más eficiente posible.

Recursos turísticos Naturales

El patrimonio natural está constituido por monumentos naturales construidos por formaciones físicas y biológicas, es decir, éstas fueron creadas poco a poco a lo largo del tiempo por la naturaleza, teniendo un valor universal excepcional desde el punto de vista estético y científico. Los recursos turísticos naturales se encuentran en áreas geográficas específicas y son de importancia e interés para el turismo. En el caso específico del municipio de Chalán, todo gira en torno a la reserva Serranía Coraza y Montes de María, desde donde se puede identificar gran cantidad de fuentes acuíferas y diversidad de fauna y flora, a continuación, se encuentra la Tabla 5 con las cantidades y el concepto de cada recurso y la Tabla 6 con la descripción y el nombre de los encontrados en el municipio.

Tabla 5: Categoría, grupo y componentes patrimonio Natural del municipio de Chalán 2016

CATEGORÍA	GRUPO	COMPONENTE	CANTIDAD
	2.1 Montañas	2.1.7. Loma o Colina	1
	2.4. Aguas lenticas	2.4.2. Lagos	2
	2.5. Aguas loticas	2.5.1. Cascada, Catarata, Salto	2
		2.5.3. Fuente o manantial	1
		2.5.6. Arroyo o Arroyuelo	2
	2.10. Áreas protegidas	2.10.1. Sistema de parques Nacionales Naturales	1
	2.12. Formaciones Cársticas	2.12.1. Cueva	1
		2.12.2. Caverna	1
	<i>Subtotal Patrimonio Natural</i>		<i>11</i>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6: Recursos patrimonio Natural, 2017

PATRIMONIO CULTURAL - GRUPO NATURAL			
Nº	Componente	Nombre	Descripción e Imagen
1	Montañas	Piececito de San Antonio	 <p>Ubicado en el casco urbano, el cual tiene su leyenda donde cuentan los abuelos que en un arroyo de Chalán más exactamente al lado derecho de este afluente se encuentra una loma de piedra que en la cima posee una cueva rocosa donde según la leyenda habitó San Antonio y de allí salió a caminar hacia el arroyo, donde dejó impregnado sobre una roca su pequeño pie y desde entonces este lugar recibe el nombre de piececito de San Antonio, centro de tradiciones religiosas en el municipio.</p>
2	Aguas lenticas	La Alberca de Tonaya	La Alberca de Tonaya, es un lindo lugar natural moldeado por el hombre, de gran importancia histórica para el municipio porque en este punto se recogía el agua que venía por gravedad del ojo de agua natural de Sereno. Este ojo de agua es una maravilla natural por sus aguas cristalinas, frías y permanentes, nunca se secan y su sabor es muy dulce. El recorrido para llegar a este atractivo es de 1 hora a pie.
3		Pozo Azul	 <p>Ubicado en la montaña en la finca Sillete en Medio, para llegar a este sitio el recorrido dura 4 horas a pie y 2 horas a caballo</p>

4		Las Colinas		<p>Ubicado en la finca garrapata posee una vegetación de musgos, helechos, etc., desemboca en piscina con un gran atractivo natural.</p>
5		El Sereno		<p>Ubicado en la Finca el Sereno; cascada natural de 30 metros de altura que desemboca en una piscina natural.</p>
6	Aguas loticas	Las Tinas		<p>Ubicadas en el Barrio Arriba; posee dos piscinas naturales, la piscina de arriba tiene un tobogán natural que comunica a la de abajo por una plataforma rocosa desde unos treinta metros por donde se desliza el agua que fluye en estas piscinas</p>
7		Arroyo Tonaya		<p>Es un arroyo que tiene su propio nombre enclavado dentro de él. posee tres caminos que conducen a diferentes puntos montañosos que conforman la geografía de chalán. Aquí contemplamos la tranquilidad y la frescura que conforta a nuestro ser y comenzamos a sentir el suave clima que se siente al estar debajo de placenteros árboles y ver el</p>
8		Arroyo Pitalcito		<p>juguetear de los micos de montaña o micos colorados.</p> <p>Es un hermoso arroyo visitado por propios y extraños por su indescriptible belleza. Se encuentra ubicado en la Finca Pitalcito, territorio por donde recorre el Arroyo Pitalcito, que posee un cauce fuerte y nunca se seca con agua cristalina. Este recorrido dura 1 hora y 30 minutos desde el casco urbano.</p>

9	Áreas protegidas	Reserva Forestal Serranía Coraza y Montes de María	 <p>La serranía de Coraza-Montes de María, con influencia ecológica de la planicie litoral Caribe, pertenece políticamente a los Municipio de Chalán, Colosó y Tolviejo. Presenta una extensión de 6.452 ha, de las cuales 3.000 ha son de bosque primario, es sin duda una zona de gran importancia biótica, está constituida principalmente por la denominada formación Bosque seco Tropical, a su vez conforma la única reserva forestal del departamento de Sucre</p>
10		Cueva de los Murciélagos	Sitio natural formado en roca ubicada en la finca sillete en medio, consta de un túnel infinito que a medida que se avanza se va poniendo más angosta. Para llegar hasta este atractivo, son dos horas a caballo y cuatro horas a pie
11	Formaciones Cársicas	Caverna del diablo	 <p>Esta cueva, según los antepasados decían que habitó el diablo porque se desprende de ella un olor a azufre.</p>

Fuente: Elaboración propia, basada en el trabajo de campo 2017

El potencial natural que se encuentra en el municipio de estudio es ampliamente diverso, donde no solo se puede disfrutar de actividades de ecoturismo, sino también turismo de aventura. En todos los sitios mencionados puede hacerse avistamiento de fauna y flora silvestre, lo cual es altamente demandadas por el público visitante.

5.2.2.3. Actividades Turísticas

El conjunto de acciones culturales, físicas, recreativas, de naturaleza, artísticas o de otro tipo programadas por los tenedores y administradores de los atractivos turísticos y las entidades públicas conforman las actividades orientadas a residentes, las cuales pueden ser un complemento para el diseño del producto turístico del destino.

Si bien la Administración Municipal en su dirección de cultura, realiza actividades culturales, físicas, naturales y artísticas, estas fueron complementadas con la información resultante de las entrevistas realizadas a los actores culturales del municipio.

De otra parte, las actividades en los espacios naturales como senderismo, avistamiento de fauna y flora, espeleología son llevadas a cabo de manera individual, principalmente por los residentes. Los interesados en recorrer el área natural del municipio, donde se incluye la reserva, principalmente son residentes; por tanto, estos recorridos se llevan a cabo de manera informal y poco segura. La oferta de actividades que puedan vincularse al producto turístico de Chalán actualmente es limitada; ya que responden a necesidades locales especialmente en el tema cultural y a su vez es desconocido el territorio para los visitantes externos.

5.2.2.4. *Accesibilidad a los atractivos*

El componente de accesibilidad registra los medios terrestres, acuáticos y aéreos como se puede acceder a los atractivos turísticos. Durante el recorrido realizado a los atractivos seleccionados, se observó el acceso a cada uno de ellos; la tabla siguiente consigna las conclusiones más relevantes.

Patrimonio Cultural	Los atractivos turísticos culturales inmuebles y muebles presentan características comunes debido a su ubicación (la gran mayoría, en la zona urbana correspondiente a la calle principal). En todos los casos se puede acceder a pie y dada su cercanía, permite el desplazamiento fácilmente entre cada uno de ellos. El transporte público informal utilizado (Mototaxí), llega a todos ellos.
Patrimonio Natural	Para acceder a los atractivos turísticos naturales puede ser en moto, bestia o a pie por la calle principal de Chalán hasta un punto donde se sigue a pie. La dificultad para llegar a atractivos como Las Tinas, El arroyo Tonaya y la cueva del Diablo es baja, ya que se sube la montaña con pequeños descansos y todos están a menos de una hora de camino. Y para acceder a zonas como La Garrapata, La Gran Pared de Piedra y Piececito de San Antonio es media baja, por estar a más de dos horas mientras se sube la montaña. La accesibilidad a los atractivos turísticos naturales.

5.2.2.5. *Servicios turísticos*

Los servicios turísticos, aparecen en torno a las necesidades del turista, desde el momento que decide visitar un destino hasta cuando regresa. De no existir dichos servicios dentro del destino, deberían crearse. Los servicios que debe encontrar el turista tras su llegada al destino son principalmente, información, medios de transporte y señalización (Secretaría de Turismo, 2001). En países como México, en donde la actividad turística es la segunda en importancia en dicho país, se encuentran ocho principales servicios que jalonan el sector, los

cuales son: Hotelería, Transporte, Alimentación, Guías, Receptivos, Agencias de Viajes, Operadores Turísticos y Medios de Comunicación (Miranda, 2013). Así, para el desarrollo turístico de un destino es importante contar con cada uno de estos elementos.

En cuanto a servicios turísticos, el municipio de Chalán, no está adecuado ya que a pesar de su gran potencial como atractivos no hay la demanda efectiva suficiente para que este tipo de servicios puedan ofrecerse en la zona. Los visitantes pueden disfrutar solo de restaurantes y fuentes de soda, más no lugares para alojamiento. Si la demanda al destino es constante, obligará al pueblo a adaptarse a las condiciones que el visitante requiera.

Alojamiento

Para hablar de este servicio, es necesario traer a contexto las condiciones del servicio de alojamiento en el departamento. En Sucre, según el Registro Nacional de Turismo, se encuentran 247 establecimientos de alojamiento activos para el segundo trimestre de 2016, ubicados en su mayoría en el Golfo de Morrosquillo (Tolú y Coveñas) por ser municipios a la orilla del mar y con vocación turística; además de Sincelejo como la capital del departamento. Estos 247 establecimientos están distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 7: Establecimientos de alojamiento en Sucre, 2016

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO	
Aparta Hotel	62
Hotel	152
Centro vacacional	4
Vivienda turística (Posadas)	2
Albergue	4
Hostales	14
Alojamiento Rural	9
Total	247

Fuente: Datos tomados del Registro Nacional de Turismo, Elaboración propia, 2016

Como puede observarse en la tabla 23, los de menor participación pasan a ser las posadas con sólo 2 establecimientos en el departamento y los de mayor participación, los hoteles con 152 establecimientos lo que representa el 61% de los alojamientos registrados en Sucre. En el Municipio de Chalán no se encontró ningún establecimiento dentro de la base de datos, y

tampoco se presta el servicio de manera informal más, sin embargo, en las visitas a campo y las entrevistas realizadas a las personas como el señor Wilder Rivera Vuelvas. A pesar de esto, cuando tienen la necesidad, los habitantes ponen a disposición sus viviendas para alojar a los visitantes cuando sea necesario, en su mayoría personas conocidas. Cabe resaltar que desde la administración local y los habitantes están interesados en que el municipio de Chalán sea reconocido como destino cultural y turístico en el departamento de Sucre.

Alimentación

Continuando con los servicios turísticos, se encuentra el servicio de alimentación, estos, pueden ser de diferentes tipos: establecimientos con varios comedores y platos numerosos, locales y cafés de “ambiente familiar”, bares cuya actividad principal es servir con rapidez la comida en la barra; restaurantes de comida rápida en los que el público hace su pedido en la barra y en pocos minutos está lista, generalmente para llevar fuera del establecimiento, y cafeterías con autoservicio, donde los clientes eligen platos de una serie de opciones. La función principal de estos establecimientos es servir comidas y bebidas a quien lo solicite y tenga la capacidad económica para adquirirlo (Lee, 2010).

Para los turistas, es indispensable no solo una comida que haga alusión a la región y sus costumbres, sino un ambiente agradable dentro de los establecimientos. En el municipio de Chalán, Sucre, quienes ofrecen el servicio de restaurantes lo hacen de manera informal y casera, los restaurantes son pequeños, con capacidad para 10 personas máximo, y estos no poseen servicios adicionales. En el registro nacional de turismo, para el municipio de Chalán, no hay ningún establecimiento de comidas registrado como tal, pero hay dos establecimientos que ofrecen el servicio, lo que facilita que se adapten a las necesidades de los visitantes. Estos, son:

Linda Melissa

La Esquina del Sabor

Por otra parte, dentro de la asociación ASOJUVENTUD, se encuentra un comité gastronómico capacitado tanto en gastronomía típica como en manipulación de alimentos,

que al llegar personal al municipio se ofrece el servicio de manera informal y en un ambiente no adecuado para el turista.

5.2.3. Análisis de las Inversiones

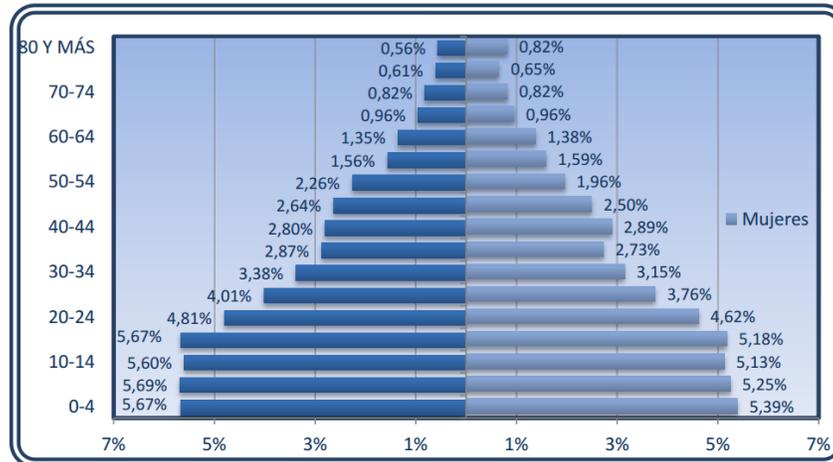
A sabiendas del cambio que han enfrentado los municipios pertenecientes a los Montes de María por causa del conflicto, existen proyectos orientados a mejorar las condiciones de calidad de vida de los habitantes y por tanto a generar mayor desarrollo económico, cultural y social en los municipios. El municipio de Chalán, así como los Montes de María, es objetivo de un proyecto que busca construir tejido social a partir de las tradiciones culturales llamado Expedición Cultural por los Montes de María donde se ofrece personal capacitado a los municipios objetivo y a sus zonas rurales para fortalecer la cultura a través de la sostenibilidad de las tradiciones, encuentros culturales y el mantenimiento de las expresiones.

Por otro lado, el 20 de junio de 2016 fue firmado el primer contrato para el posconflicto por parte de los gobernadores de Sucre y Córdoba y el presidente de la república donde en los Montes de María pasarán a invertirse cerca de \$2,3 billones de pesos. Esta iniciativa será ejecutada en los municipios de Chalán, Colosó, Ovejas, Los Palmitos, San Onofre, Morroa, Corozal, Sincelejo, San Antonio de Palmito y Toluviejo, en Sucre, y El Carmen, Córdoba, San Jancinto, El Guamo, María la Baja, San Juan de Nepomuceno y Zambrano, en Bolívar. Priorizando los sectores de transporte, agua potable y saneamiento básico, educación, salud y protección social. Igualmente habrá rubros destinados a la cultura y turismo, vistos como alternativas de desarrollo local.

5.2.4. Análisis del Contexto Social y Político

El municipio de Chalán es el más pequeño en territorio del departamento de Sucre, que según las estimaciones realizadas por el Sistema de Información Territorial de los Montes de María a 2015 tendría una población de aproximadamente 4.354 personas. Donde más del

50% de la población estaría concentrado entre los cero y 25 años siendo la población joven la mayoría, siendo las mujeres el 51% de la población y los hombres el 49%



En 2008 la cobertura de acueducto y alcantarillado no superaba el 72%, lo que hoy en día a mejorado, ya que 85% de la población disfrutas de esos servicios. El 100% de la población está distribuido en estratos uno y dos por lo que da a entender que poseen un nivel general de ingresos bajo, una de las principales causas de ello, es el conflicto que azotó la zona. Por otra parte, el sector que tiene predominancia en cuanto a la generación de ingresos es el agrícola y pecuario, siendo tradición los cultivos de café, cacao, tabaco y maíz, por ser zona de montaña y mantener un clima un poco más fresco que el predomina en la costa caribe.

Desde el campo, como principal actividad económica, se han gestado organizaciones en busca de la mejora de las condiciones de vida de los habitantes y la comunidad en general. Un ejemplo de ello es una asociación llamada, ASOJUVENTUD, de la cual hacen parte 57 personas campesinas, las cuales gestionan proyectos en pro de mejorar las condiciones de sus cultivos a través de inversión en planta, capacitaciones, buenas prácticas y a su vez una mejora continua en los procesos productivos y manejo del medio ambiente. Además, cuentan con participación activa en la población chalanera y las instituciones gubernamentales como la alcaldía, la policía y otros. Esta misma organización quiere incursionar en el mercado turístico, dando la oportunidad de atraer al municipio una actividad generadora de ingresos y que busca la sostenibilidad cultural y ambiental de la zona.

Esto viene a colación, por la relativa calma que atraviesa el municipio, al igual que por la paz negociada que hoy se gesta en el país, la cual ha permitido que las zonas anteriormente atacadas, puedan ser explotadas en pro de las comunidades.

5.2.5. Matriz de evaluación DOFA

En esta matriz, se exponen las principales, Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas con las que cuenta el municipio de Chalán, Sucre para desarrollar el destino en el sector turístico cultural. Adicional a la lista de cada categoría, se realizan estrategias que apunten a cruzar FO (Usar las fuerzas internas para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas), DO (Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas), FA (Aprovechar las fuerzas internas para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas) y DA (tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno).

Tabla 8: Matriz FODA, más estrategias del municipio de Chalán como destino. 2017

	Fortalezas	Debilidades
	<p>1) Presencia del municipio en área de reserva natural (Reserva Coraza) con diversidad de fauna, flora y caídas de agua, de la cual hacen parte también, los municipios vecinos de Colosó y Tolviejo</p> <p>2) Proyectos de reforestación vigentes</p> <p>3) Historia conocida por sus habitantes.</p> <p>4) Existencia de un inventario turístico cultural y natural del municipio</p> <p>5) Disposición y participación activa la comunidad y el ente gubernamental en eventos culturales.</p> <p>6) Preservación de las actividades culturales a través de maestros y escuelas.</p> <p>7) Existencia de escenarios para realizar distintas actividades culturales.</p> <p>8) Existencia de viviendas de arquitectura vernácula (1700 – 1900) con importancia regional y guardan su estructura original</p> <p>9) Interés de los pobladores y empresarios de servicios en formarse en temas a fines a turismo.</p> <p>10) Existencia de tradición artesanal con materiales de la región</p>	<p>1) Nula infraestructura de servicios turísticos en el municipio</p> <p>2) Zonas de reserva amenazadas por malas prácticas ambientales</p> <p>3) Contaminación de aguas</p> <p>4) Ausencia de procesos de investigación arqueológica.</p> <p>5) Uso no estratégico de los medios de comunicación.</p> <p>6) Débil organización gremial entre la escasa servicios disponibles</p> <p>7) Falta de interés de los jóvenes por la conservación de tradiciones artesanales</p> <p>8) Informalidad en la oferta de servicios turísticos.</p> <p>9) deterioro de Viviendas antiguas de tipo patrimonial sin declaratoria.</p> <p>10) No articulación entre el potencial cultural y natural</p> <p>11) Dificil acceso a la zona de reserva</p> <p>12) Desconocimiento en cuanto al proceso de formulación de proyectos</p>
Oportunidades	Estrategias Ofensivas	Estrategias Reactivas
<p>1) Tendencia aumento de la demanda turismo natural y cultural</p> <p>2) Localización Estratégica en los Montes de María</p> <p>3) Aumento de proyectos enfocados al turismo de naturaleza en zonas prioritarias para proyectos de posconflicto</p>	<p>1) Generar un banco de proyectos enfocado a la conservación del área de reserva y tradiciones culturales (F1, F2, F5, F6, F8, F10, O3, O4)</p> <p>2) Formar a los habitantes de Chalán en temas relacionados con el turismo (Guianza, Hotelería, Bilingüismo) (F4, F5, F9, O1, O5, O7)</p> <p>3) Promocionar el municipio de Chalán como destino cultural y natural, a través de otros destinos en el departamento. (F1, F3, F8, O2, O3, O4, O6, O7)</p>	<p>1) Creación de canales efectivos de comunicación a través de las TIC's, que permitan promocionar el destino (D5 , O1, O6)</p> <p>2) Crear programas que busquen utilizar las viviendas con características de la región como posadas. (D1, D6, D8, D9, O1, O3)</p> <p>3) Articulación de las universidades con acciones como pasantías y proyectos de investigación aplicadas al desarrollo turístico sostenible (D2, D4, D12, O3, O5)</p>

<p>4) La Zona de reserva como parte de la Red Nacional de Parques Naturales</p> <p>5) Instituciones en busca de formar personas en carreras afines al sector</p> <p>6) Apoyo del ministerio de las TIC's a promover proyectos para la maximización de este servicio en el departamento.</p> <p>7) estructura de una cadena productiva del sector elaborada y apropiada por la comisión de Competitividad Departamental, Cámara de comercio, empresarios y comunidad.</p>	<p>4) Crear Rutas Turísticas desde el municipio de Sincelajo que muestren las potencialidades que posee el municipio (F2, F5, F6, F7, O1, O3, O4, O7)</p>	<p>4) Formar a los habitantes dentro del mismo municipio a través de instituciones como el SENA, en programas a fines al conocimiento de la cultura y la Naturaleza (D2, D3, D6, D10, O1, O4, O5)</p> <p>5) Construcción de infraestructura turística, Alojamientos sostenibles, señalización para facilitar el acceso a la zona (D1, D6, D8, D11, O1, O3, O4, O7)</p> <p>6) Creación de productos turísticos enlazando el patrimonio cultural con el natural (D1, D6, D8, D11, O1, O3, O4, O7)</p>
Amenazas	Estrategias Adaptativas	Estrategias Defensivas
<p>1) Mala imagen de seguridad del municipio a nivel departamental y nacional</p> <p>2) No aprovechamiento de recursos económicos de orden nacional y departamental.</p> <p>3) falta de cohesión entre los diferentes destinos turísticos en el departamento</p> <p>4) No implementación del clúster en el departamento el cual impide ser competitivos.</p> <p>5) Alto nivel de informalidad en el empleo para el sector.</p> <p>6) Pérdida de patrimonio (Cultural y Natural)</p> <p>7) No creación de una dependencia para el sector turístico en el Departamento y en los municipios que poseen este potencial.</p> <p>8) Infraestructura básica inadecuada o insuficiente</p>	<p>1) Crear la imagen turística del municipio, que, dado el ambiente de posconflicto, facilitará la promoción del destino (F4, F6, F10, A1, A4)</p> <p>2) Desde el ente gubernamental, encargar a un comité para la realización de proyectos que permita acceder a los recursos de orden nacional y departamental (F5, F6, F9, A2, A5)</p> <p>3) A través de cámara de comercio y otras institucionalidades, incentivar a la formalización de la actividad turística y formación (F9, A5, A8)</p> <p>4) Otorgar las facultades suficientes para que la dependencia de asuntos culturales trabajen en pro de incentivar el turismo cultural en el municipio (F5, F6, F10, O2, O6, O7)</p> <p>5) Desde las escuelas, impartir cultura ambiental a los niños para la conservación de flora y fauna (F1, F2, F4, F6, A4, A6)</p>	<p>1) Sensibilizar a la población de Chalán, y así visionen el turismo como una posibilidad de desarrollo sostenible (D2, D3, D6, D7, D10, A2, A5, A6)</p> <p>2) Desarrollo de ruedas de socialización permanente con las organizaciones donde se expongan las necesidades ante los cambios a nivel departamental (D6, D8, A2)</p> <p>3) Orientar a los líderes y lideresas culturales y empresas de servicios, en la implementación de los medios de comunicación a través de las TIC's (D5, A1, A3)</p> <p>4) Recuperación y sistematización de archivos documentales referentes a la historia del municipio y saberes ancestrales (D4, D7, D9, A3, A6)</p>

Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

5.2.5.1. Organización de estrategias del destino.

En primera instancia, se tomarán las estrategias planteadas en la Matriz anterior, organizadas por categorías, así de esta manera, se facilitará el proceso para escoger las estrategias que se implementarán a futuro. Las categorías a plantear son las siguientes: Gestión turística, Territorio, Producto y Promoción, Comunicación y Comercialización.

Gestión Turística.

1. Formar a los habitantes de Chalán en temas relacionados con el turismo (Guianza, Hotelería, Bilingüismo) (F4, F5, F9, O1, O5, O7)
2. Crear programas que busquen utilizar las viviendas con características de la región como posadas. (D1, D6, D8, D9, O1, O3)
3. Articulación de las universidades con acciones como pasantías y proyectos de investigación orientadas al desarrollo turístico sostenible (D2, D4, D12, O3, O5)
4. Formar a los habitantes dentro del mismo municipio a través de instituciones como el SENA, en programas a fines al conocimiento de la cultura y la Naturaleza (D2, D3, D6, D10, O1, O4, O5)
5. A través de cámara de comercio y otras institucionalidades, incentivar a la formalización de la actividad turística y formación (F9, A5, A8)
6. Desarrollo de ruedas de socialización permanente con las organizaciones donde se expongas las necesidades ante los cambios a nivel departamental (D6, D8, A2)

Territorio.

1. Generar un banco de proyectos enfocado a la conservación del área de reserva y tradiciones culturales (F1, F2, F5, F6, F8, F10, O3, O4)
2. Construcción de infraestructura turística, Alojamientos sostenibles, señalización para facilitar el acceso a la zona (D1, D6, D8, D11, O1, O3, O4, O7)
3. Desde el ente gubernamental, encargar a un comité para la realización de proyectos que permita acceder a los recursos de orden nacional y departamental (F5, F6, F9, A2, A5)

4. Otorgar las facultades suficientes para que la dependencia de asuntos culturales trabaje en pro de incentivar el turismo cultural en el municipio (F5, F6, F10, O2, O6, O7)
5. Desde las escuelas, impartir cultura ambiental a los niños para la conservación de ña reserva (F1, F2, F4, F6, A4, A6)
6. Sensibilizar a la población de Chalán, y así visionen el turismo como una posibilidad de desarrollo sostenible (D2, D3, D6, D7, D10, A2 A5, A6)
7. Recuperación y sistematización de archivos documentales referentes a la historia del municipio y saberes ancestrales (D4, D7, D9, A3, A6)

Producto y Promoción.

1. Promocionar el municipio de Chalán como destino cultural y natural, a través de otros destinos en el departamento. (F1, F3, F8, O2, O3, O4, O6, O7)
2. Crear Rutas Turísticas desde el municipio de Sincelejo que muestren las potencialidades que posee el municipio (F2, F5, F6, F7, O1, O3, O4, O7)
3. Creación de productos turísticos enlazando el patrimonio cultural con el natural (D1, D6, D8, D11, O1, O3, O4, O7)

Comunicación y Comercialización.

1. Creación de canales efectivos de comunicación a través de las TIC's, que permitan promocionar el destino (D5, O1, O6)
2. Crear la imagen turística del municipio, que, dado el ambiente de posconflicto, facilitará la promoción del destino (F4, F6, F10, A1, A4)
3. Orientar a los líderes y lideresas culturales y empresas de servicios, en la implementación de los medios de comunicación a través de las TIC's (D5, A1, A3)

5.3. Formulación del producto turístico

El municipio de Chalán se enmarca en su paisaje natural, su cultura las cuales no han sido explotadas de manera adecuada, en parte este proceso se ha visto limitado, gracias a la mala imagen que proyecta el municipio a nivel regional y nacional. Esta mala imagen se debe a el conflicto armado que atravesó este municipio, por tanto, el producto tendrá un especial competente histórico de lo que fue el conflicto. A continuación se hace una pequeña reseña histórica basada en el informe *Análisis de la conflictividad de los Montes de María*, desarrollado por *Asdi y el PNUD Colombia* (2010).

La insurgencia armada se empezó a notar de manera fuerte en la región a comienzos de los años 80, que encontró en la Serranía de San Jacinto –zona de difícil acceso– un lugar adecuado para su refugio. Allí se asentaron uno a uno tres grupos guerrilleros: las FARC (Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia), el ERP (Ejército Revolucionario del Pueblo) y el ELN (Ejército de Liberación Nacional), que hicieron del robo de ganado y el secuestro de ganaderos una de sus principales fuentes de ingresos.

Entre las acciones desestabilizadoras ejecutadas por la guerrilla en la región se destacan los sabotajes, los secuestros, los contactos armados, los retenes ilegales, los hostigamientos, ataques a instalaciones, emboscadas y acciones de piratería. Todos los municipios de Los Montes de María se vieron afectados por la presencia guerrillera. Estos movimientos armados le apostaron también a la formación política de la gente, aunque con escasos resultados, debido a la resistencia promovida por la mayoría de las organizaciones sociales, y a los valores arraigados en la cultura montemariana que no cree en la vía de las armas.

Los grupos guerrilleros trajeron grandes dificultades a la región, que afectaron tanto a las familias adineradas y a la fuerza pública, principal blanco de sus ataques, como a los campesinos y sectores pobres de la población, por cuyos predios pasaban los hombres armados poniendo a estas familias en una grave situación de vulnerabilidad e inseguridad. Pero la llegada de los grupos guerrilleros tuvo, ante todo, una fuerte incidencia en el conflicto de clases que se presentaba en la sociedad de la región. Mientras los estratos bajos de la

población sacaban adelante sus causas articulándose en organizaciones sociales y a través de las instancias políticas, en una lucha aguas arriba, la presencia de la guerrilla generó en las élites la percepción de nexos de las organizaciones sociales populares con los grupos subversivos. Y aunque la mayoría de estas organizaciones, encabezadas por la ANUC, rechazaron la presencia de la guerrilla, fueron atacadas como parte de la lucha contrainsurgente.

Los hostigamientos guerrilleros, dirigidos especialmente hacia los ganaderos, despertaron fuertes presiones de estos sobre la fuerza pública para combatir a los grupos armados ilegales por todos los medios. El Ejército reaccionó e intensificó los combates a la guerrilla y, de manera paralela, se desató una guerra sucia, en la que líderes sociales empezaron a aparecer registrados como “guerrilleros dados de baja”, según registra el Banco de Datos Noche y Niebla del Cinep.

En esta confrontación de clases, los sectores populares también tienen la percepción de que la fuerza pública ha desempeñado un papel a favor de los grandes capitales. Esta percepción surge desde los años 60 y 70, cuando los campesinos y los indígenas realizaban las tomas pacíficas para la recuperación y democratización de las tierras y era precisamente el Ejército el encargado de sacar a la fuerza a los campesinos e indígenas. Los movimientos guerrilleros le apostaron a la formación política de la gente, con escasos resultados debido a la resistencia de las organizaciones sociales.

Asimismo, observan que en las dos últimas décadas, cuando los paramilitares llegaron a despojar a los campesinos e indígenas de sus tierras con tomas armadas, las Fuerzas Armadas no aparecían. La “pequeña guerra fría”, que en esta región es también una guerra de clases, creció durante la década de los 90, por la llegada de nuevos actores armados. Tan grave fue el desenlace, que la mayoría de los representantes de movimientos cívicos y partidos de izquierda que ocuparon cargos de elección popular fueron asesinados. Entre ellos, tres alcaldes, varios concejales e innumerables líderes de las juntas de acción comunal y la Unión Patriótica, principales blancos de la guerra sucia. El debilitamiento de la ANUC,

organización que se rehusó con mayor ímpetu al apoyo a la lucha armada, se convirtió en objetivo estratégico tanto de los grupos de poder como de las FARC.

Actualmente, se ha restablecido el orden en muchos de los municipios que hacen parte de los Montes de María, incluido el municipio de Chalán, del cual quedaron cientos de víctimas. Víctimas con limitadas oportunidades de ingresos económicos e inmersos en una sociedad que no ve como realmente son, un pueblo lleno de ganas de salir adelante, con mucho potencial cultural y natural el cual no puede ser opacado por la huella del conflicto.

Para ellos se ha realizado una estrategia basada en el los cuales se concentrarán en la propuesta enfocada hacia el turismo de Naturaleza donde se incluye el ecoturismo, turismo de aventura y rural, aplicando los segmentos de Senderos Interpretativos, avistamiento de flora y fauna, espeleología, trekking, alta montaña y granjas turísticas; complementado por el turismo cultural. Este es Explora Chalán, se espera que los visitantes puedan disfrutar de un ambiente, en contacto con la naturaleza y la cultura. Las personas estarán en contacto con las expresiones musicales, dancísticas, los cultivos y la serranía junto con su variedad de fauna y flora, así mismo aprenderán su caracterización explicada por guías especializados.

Se concluye que la alternativa más viable para desarrollar como producto turístico es la integración de la cultura con la naturaleza creando paquetes donde se incluya la cabecera municipal de Chalán junto con su parte cultural material e inmaterial, y la reserva Coraza y Montes de María que se encuentra en jurisdicción del municipio en el cual se incluyen atractivos naturales y culturales que se encuentren en las zonas más accesibles, escogiendo la opción de grupos guiados a dichos sitios. Es importante que las personas sepan que se enfrentan a territorio de pie de monte, alta montaña y boscoso, donde hay que contar con buena salud física, mental e interés por pertenecer acceder a la zona.

Para la formulación del producto turístico se han tenido en cuenta las siguientes consideraciones:

Horario: para el recorrido cultural lo mejor es hacerlo en horas de la mañana, preferiblemente de 8:00 a. m. a 10:00 a. m. puesto que la temperatura ambiente está muy

amigable para iniciar una caminata en el casco urbano. Por otra parte, para la actividad en la zona natural de reserva, es recomendable subir la montaña a eso de las 5:00 a. m. para estar en lo alto (salto de las Colinas) a las 8:00 a. m. ya que el camino es largo y con dificultad media, por lo que se facilita la subida a esas horas. De igual forma, en horas de la mañana, se encuentra gran cantidad de aves y mamíferos en su entorno, lo que facilita el avistamiento de ellos en su zona de reserva.

Equipamiento esencial: Para realizar espeleología en la cueva del Diablo se necesitan: Zapatos cerrados como botas de montaña de uso rudo, casco ajustable, fuentes de luz con como mínimo, mochila con agua, alimentos y botiquín de primeros auxilios. Además de un silbato de emergencia Mapas de la zona y brújula para la orientación (una por grupo es suficiente) para el avistamiento de fauna y flora, por ser en zona de alta montaña, se necesitan zapatos adecuados, bloqueador solar y en algunos casos es de gran importancia contar con unos buenos binoculares.

Vestimenta: La vestimenta a la hora de hacer este tipo de recorridos es preferiblemente deportiva, cubierta, para evitar el contacto directo con el sol. Al ingresar en las piscinas naturales es necesario tener un vestido de baño. Para la observación de fauna y flora, se recomienda el uso de una gorra o sombrero de ala ancha. Estos elementos te ayudarán a protegerte los ojos del sol y permitirá ver las aves y mamíferos en los árboles más fácilmente. La sombra extra sobre los ojos también ayudará para el uso de los binoculares.

Una vez especificada la normatividad básica de esta actividad, el segmento meta logrará un mayor grado de satisfacción y alcanzará una relación positiva de costo - beneficio.

5.3.1. Target o Segmento meta

Esta propuesta inicial se enfocará en los visitantes de sitios turísticos cercanos en el departamento de Sucre. Al igual que visitantes y personas residentes en los alrededores de Chalán, Toluviejo, san Onofre, Colosó, Sincelejo, Morroa, Corozal, Ovejas. Enfocándose especialmente en la capital del departamento de Sucre, donde se encuentra el mayor mercado potencial para el producto

A continuación, se presenta el perfil demográfico y psicográfico del mercado meta

5.3.1.1. Perfil demográfico:

- ✓ Personas residentes en Colombia o Extranjeros
- ✓ Estrato 2 en adelante.
- ✓ En general son personas entre 18 - 40 años de edad.
- ✓ Gasta en promedio por un día entre \$40,000 a \$100,000 en una actividad turística.
- ✓ Son estudiantes, o profesionales con ingresos entre 1 y 4 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

4.3.1.2. Perfil psicográfico

- ✓ Buscan un turismo experiencial, apasionados por la cultura, tradiciones y naturaleza
- ✓ Interesados por la historia que va tras el conflicto
- ✓ Buen estado físico y mental
- ✓ Buscan actividades para desarrollar en su tiempo libre.
- ✓ Vivir una actividad diferente a la oferta presentada en el departamento
- ✓ Son personas preocupadas por la sostenibilidad.
- ✓ Gusto por la fotografía.

5.3.2. Producto Turístico

Explora Chalán es la propuesta planteada para las actividades enmarcadas dentro del ámbito natural y cultural dentro del municipio de Chalán, enfocados al turismo experiencial, ecoturismo y aventura. El producto en su esquema cultural depende de los pobladores del municipio de Chalán, quienes son los encargados de la gestión cultural, desde los mas chicos hasta los ancianos mostrando la identidad de Chalán en los Montes de María. Por otro lado, la parte natural estará ligada a los guías de la zona y el buen clima, puesto que el acceso hasta los saltos es dificultoso, además de ello, la belleza del paisaje es más notoria en la época de lluvia, puesto que las piscinas naturales permanecen llenas y el agua fluye con majestuosidad al arroyo.

5.3.2.1.Objetivos del producto

- Aprovechar el potencial de los recursos naturales y culturales municipio de Chalán, para dar a conocer a los turistas el valor natural que este ecosistema encierra y así ayudar al desarrollo socioeconómico del lugar.
- Incentivar a los pobladores del municipio en el desarrollo de nuevas actividades económicas que no atenten con el ecosistema y mantener las tradiciones culturales, como lo es la práctica del turismo sostenible y sustentable.
- Fortalecer la actividad turística en Chalán para su posicionamiento como oferta turística integrada (Naturaleza y Cultura).

5.3.2.2.Definición de atributos

Es un producto turístico donde los visitantes, turistas o excursionistas estarán en contacto directo con el ecosistema, la cultura y la historia que la encierra, los turistas realizarán actividades recreativas y de aprendizaje como son: guianza por el sendero de alta montaña y charlas en la casa del señor Chayo, observación de fauna y flora por medio de binoculares en los alrededores del arroyo Tonaya y Pitalcito, ingreso a las aguas frías de Las Colinas, realización de toma fotográficas, explorar la música, danza, artesanías y degustación del plato típico del lugar “El Mote de Queso”.

5.3.2.3.Concepto y Nombre del producto “Explora Chalán”

El producto de turismo de naturaleza en el municipio de Chalán, Incluyendo su Zona urbana y rural, está integrado por elementos naturales y culturales, e involucra actividades como la observación de fauna y flora, ingresar a las aguas de los saltos, senderismo, charlas educativas, contacto con la comunidad a través de la música, el baile, las artesanías y degustación de comida típica de la zona, está enfocado en vincular al turista con la naturaleza y dar a conocer las cualidades de un ecosistema silvestre como es la zona de reserva, que alberga especies de mamíferos, reptiles y aves en algunos casos endémicas, con en peligro de extinción y vulnerabilidad tanto en la región caribe colombiana como en otras partes del mundo.

5.3.2.4. Cronograma e itinerarios

El cronograma de itinerario es donde se presenta de forma detallada y ordenada cada una de las actividades que los turistas realizan antes durante y después de su visita al atractivo como es horarios, paradas, precios, comidas, guianza y hospedaje.

Tabla 9: Actividades Generales - Explora Chalán

Actividades Generales "Explora Chalán"	
Caminata guiada	Zona Urbana, historia del municipio y su tradición, Sendero desde Calle Arriba hasta Las Colinas
Subida de alta montaña (dificultad: principiante, media, media alta)	Observación de Flora y fauna, caminata por el arroyo Tonaya
Baño en aguas lóxicas	Baño en piscinas naturales de la Reserva
Alimentación	Desayuno típico, almuerzo, break
Alojamiento	Opcional
Hay cuatro tipos de costos, dependiendo del paquete como pasadía o dos días y a el número de personas en el grupo. Estos están reflejados en las Tablas 12, 13, 14 y 15	
El costo incluye	
Guía Natural e Histórico	\$50.000
Transporte	\$22.000
Alimentación x Comida	\$ 8.000
Alojamiento	\$10.000
Descripción del paquete	
Disfrute de dos días y una noche en contacto con la cultura y la naturaleza del municipio de Chalán. Donde encontrará música, danza, historia, artesanías, fauna y flora silvestre, piscinas naturales. Todo para su deleite y disfrute	
Recomendaciones	
Ropa exterior abrigada del sol, fresca, jeans cómodos, vestido de baño, zapatos deportivos (preferiblemente de trekking), gorro(a), repelente, bloqueador solar, agua, cámara fotográfica	

Fuente: Elaboración propia, 2017

Tabla 10: Itinerario paquete pasadía

Itinerario paquete Pasadía		
Actividad	Hora de inicio	Hora de finalización
Traslado Sincelejo - Chalán	8:00 a. m.	9:30 a. m.
Desayuno en la Palmira		
Recorrido histórico y cultural, visita a las viviendas antiguas y restos indígenas	10:00 a. m.	11:00 a. m.
Recorrido Sendero las Tinas	11: 00 a. m.	01:00 p. m.
Observación de flora y Fauna		
Almuerzo	01:00 p. m.	02:00 p. m.
Descanso	02:00 p. m.	03:00 p. m.
Muestra artesanal y gastronómica	03:00 p. m.	04:00 p. m.
Traslado Chalán - Sincelejo	04:30 p. m.	06:00 p. m.

<p>Servicios Incluidos</p> <p>Traslado Sincelejo – Chalán – Sincelejo Acompañamiento de Guía Alimentación</p>
<p>Chalán</p> <p>Municipio anteriormente atacado por el conflicto. Dado el contexto actual lo primero que se está logrando rescatar después del cese al fuego es su historia, cultura y tradiciones, arraigadas a un pueblo que ahora visiona un Chalán renovado, con olor a maíz, cacao y café y que suene como la gaita, legado del pueblo indígena que aquí reposó hace cientos de años.</p> <p>Reserva Forestal Serranía Coraza y Montes de María</p> <p>La comunidad chalanera piensa en Chalán y observan su serranía, esta es un área de reserva de más de 6 mil hectáreas de bosque seco tropical, con diversidad de flora y fauna. Además de fuentes de agua dulce que recorren lo alto de la serranía.</p>

Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

Tabla 11: Itinerario paquete 2 días con alojamiento

Itinerario Paquete dos días – con alojamiento		
Actividad	Hora de inicio	Hora de finalización
Traslado Sincelejo - Chalán	8:00 a. m.	9:30 a. m.
Desayuno en La Palmira	9:30 a. m.	10:00 a. m.
Recorrido histórico y cultural, visita a las viviendas antiguas y restos indígenas	10:00 a. m.	11:00 a. m.
Muestra artesanal y musical (Ludoteca)	11:00 a. m.	1:00 p. m.
Almuerzo	1:00 p. m.	2:00 p. m.
Recorrido hacia la cueva del Diablo	2:30 p. m.	4:00 p. m.
Regreso al casco urbano	4:00 p. m.	4:30 p. m.
Descanso	4:30 p. m.	6:00 p. m.
Cena	6:00 p. m.	7:00 p. m.
Fogata, Música y Danza	8:00 p. m.	11:00 p. m.
Camping - Hamacas	11:30 p. m.	5:00 a. m.
Traslado hacia Las Colinas	5:00 a. m.	
Desayuno en las Colinas	9:00 a. m.	9:40 a. m.
Baño en piscinas naturales - observación de flora y fauna	10:00 a. m.	11:59 a. m.
Almuerzo	1:00 p. m.	2:00 p. m.
Traslado hacia el Casco Urbano		4:00 p. m.
Despedida	4:00 p. m.	

<p>Servicios Incluidos</p> <p>Traslado Sincelejo – Chalán – Sincelejo Acompañamiento de Guía Alimentación Alojamiento</p>
<p>Chalán</p> <p>Municipio anteriormente atacado por el conflicto. Dado el contexto actual lo primero que se está logrando rescatar después del cese al fuego es su historia, cultura y tradiciones, arraigadas a un pueblo que ahora visiona un Chalán renovado, con olor a maíz, cacao y café y que suene como la gaita, legado del pueblo indígena que aquí reposó hace cientos de años.</p> <p>Reserva Forestal Serranía Coraza y Montes de María</p> <p>La comunidad chalanera piensa en Chalán y observan su serranía, esta es un área de reserva de más de 6 mil hectáreas de bosque seco tropical, con diversidad de flora y fauna. Además de fuentes de agua dulce que recorren lo alto de la serranía.</p>

Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

5.4. Definición del proceso productivo

5.4.1. Análisis y selección de los canales de distribución y comercialización

Una vez elegido el segmento de mercado y definido el producto a ofertar en manera de paquetes; pasamos al posicionamiento del mismo con una personalidad y estrategia definida en el mercado para lograr estar en la mente del consumidor meta. Una de las maneras más rápidas y eficientes de transferir el producto al cliente es a través de los Canales de Comercialización. Es así que para el presente trabajo se han definido los canales de comercialización de Explora Chalán, en tal virtud se obtuvo.

Tabla 12: Canales de Distribución paquetes turísticos "Explora Chalán" - 2017

Canales de distribución			
Canal	Táctica	Políticas de Funcionamiento	Target

Directo	*Comercialización directa con los turistas a través de la instauración de una comitiva en los municipios turísticos del departamento, ofertando el producto "Explora Chalán" *Hacer convenios para que el producto sea ofrecido por las principales agencias de viaje del departamento como lo son: Turismo del Morrosquillo, Envío Tour, Univiajes y Mar Caribe	*Contacto personal entre el vendedor y los posibles clientes. * Entrega de información clara y concisa de los paquetes turísticos referentes a el producto "Explora Chalán que se ofrezcan" *Entregar material promocional junto con imágenes de la experiencia *Concretar la venta.	* Turistas nacionales y extranjeros que visitan el departamento de Sucre sin un cronograma establecido, en busca de un turismo diferente. *Universitarios dedicados al ecoturismo.
Indirecto	*Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube). * Alianzas comerciales con operadores turísticos y mayoristas de turismo. * Páginas web.	*Ofertar los paquetes turísticos de Explora Chalán * Entrega de material promocional. * Mantener reuniones frecuentes para determinar falencias en la operación comercial y proponer alternativas para mejorarlas. *Ventas a través de las redes sociales y pagina web	*Turistas nacionales y extranjeros interesados en un turismo experiencial que utilicen activamente las redes sociales

Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

5.4.2. Manual de procedimientos

5.4.2.1.Recepción de Turistas:

- ✓ Dar la bienvenida a los turistas.
- ✓ Llenar un formulario de Visita
- ✓ Explicar el recorrido
- ✓ Notificar el tiempo del recorrido.
- ✓ Dar a conocer las normas de comportamiento o guías básicas para el recorrido

5.4.2.2.Guianza

- ✓ El encargado del grupo es el guía.
- ✓ Durante el recorrido, el guía explicará a los visitantes los lugares transitados y su historia
- ✓ Una vez culminado el recorrido, el guía deberá ofertar a los visitantes las artesanías y productos típicos que se encuentran en la zona establecida para los mismos (Ludoteca)

- ✓ El guía deberá invitar a los turistas a calificar el recorrido en la página Web Explora Chalán

5.4.2.3.Hospedaje

- ✓ Los propietarios de los espacios donde se preste el servicio deberán contar con fichas de información de las actividades y recorridos que pueden hacerse en el municipio

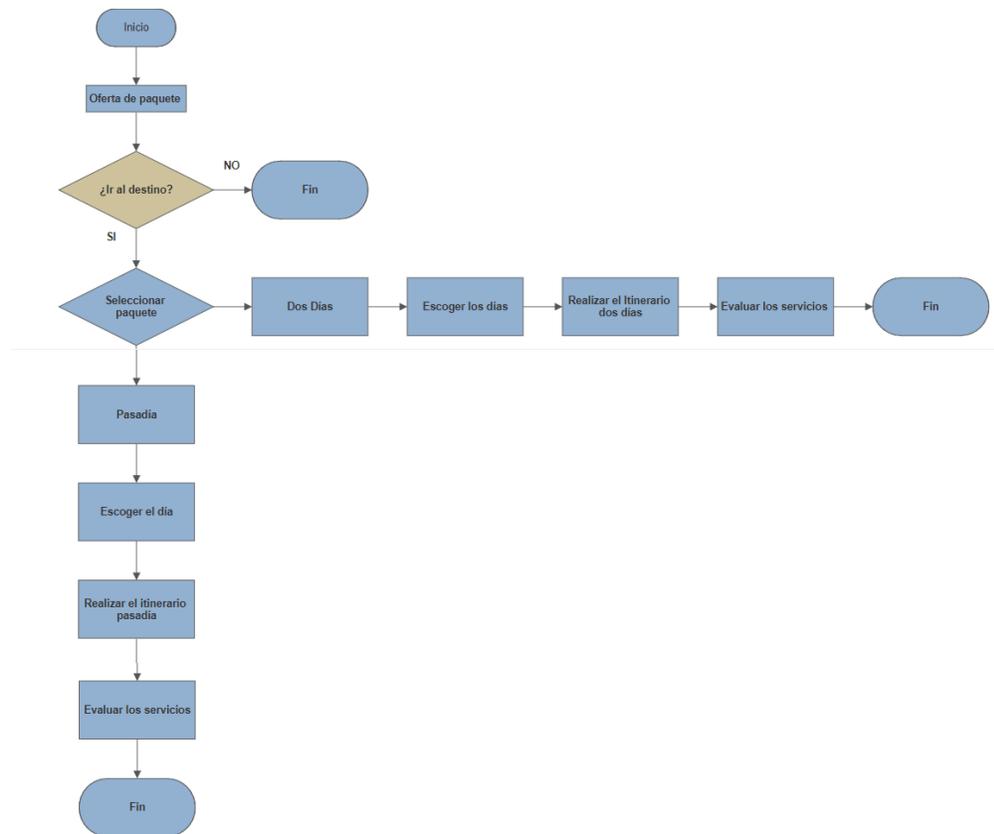
5.4.2.4.Venta de artesanías o productos típicos

- ✓ Una vez realizada la venta, el encargado y el guía deberá registrar la transacción en el libro de registro.
- ✓ Las transacciones deberán ser registradas en los libros contables.
- ✓ Los socios recibirán un rédito/comisión por la venta de sus artesanías.
- ✓ Los propietarios de los negocios deberán tener disponible los productos durante todo el tiempo de permanencia de los turistas, en el caso que los turistas requieran comprar algún tipo de artesanía

5.4.2.5.Mantenimiento

- ✓ Encargar un comité para el mantenimiento de los senderos y adecuación de zonas donde se encontrarán los turistas

5.4.3. Diagrama de Flujo de proceso



5.5. Estrategias de Comunicación del producto

Para la comunicación del producto se propone realizar las siguientes actividades:

- ✓ Establecer puntos de información en Coveñas y Tolú por poseer mayor número de visitantes. Explicar la información del producto acompañada con tarjetas de presentación y descripción general del destino en un flyer o tríptico, orientando al turista sobre la página web y redes sociales que puede visitar para profundizar la información.
- ✓ Diseño de marca y logo para posicionar el producto “Explora Chalán”.
- ✓ Diseño de Flyer y tríptico donde se especifiquen los sitios a visitar.
- ✓ Diseño de un vídeo promocional de la marca para redes sociales

- ✓ Diseño de página WEB asociada a redes sociales, especialmente Facebook e Instagram.
- ✓ Comunicados de prensa (mailing) enviados a los medios de comunicación donde se lanza Explora Chalán como destino cultural y natural.

5.5.1. Estructura de la propuesta de comunicación

Pro Colombia dice que “la finalidad de una marca turística es de definir claramente el valor experiencial que el destino ofrece, de tal forma que pueda hacerse visible para el posible visitante. Esto debe hacerse conservando la singularidad y la simplicidad. La marca debe ser lo suficientemente sencilla para garantizar una fácil recordación y lo suficientemente singular para que logre diferenciar al destino de sus competidores”.

Se considera que una marca es la esencia de un producto, lo que lo distingue de los demás oferentes, su ventaja competitiva. De ese modo, el producto adquiere una personalidad que lo hace:

- ✓ Singular.
- ✓ Memorable.
- ✓ Valioso para determinados segmentos del mercado.

Por tanto, se pretendió desarrollar y precisar en la relevancia de una marca turística, las cuales necesitan ser articuladas en un distintivo, para una mejor comercialización, imagen y venta de la región y los municipios. La generación de la imagen de marca específica se generó a través de un proceso de gerencia de las percepciones, y de diferentes mensajes en diferentes medios.

5.5.1.1.Propuesta Gráfica de comunicación

A continuación, se presenta la propuesta gráfica de la marca desarrollada, en ella se espera establecer un lineamiento para lograr el posicionamiento del producto a través de marca a ejecutar, esto teniendo en cuenta la imagen turística de Sucre y los Montes de María.

Ilustración 6: Imagen turística "Explora Chalán" - 2017



Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

Nombre: El nombre surge a raíz de la invitación de la comunidad chalanera hacia los visitantes que pasan cerca y no se ahondan en el municipio porque desconocen su identidad actual. Esta propuesta invita al público en general a que haga parte de Chalán y interiorice por uno o dos días lo que este lindo pueblo puede brindar.

Logotipo: Pujol define al logotipo como el "símbolo que utiliza normalmente una empresa o marca para que la identifiquen con más facilidad". Walker et al., señalan que el "término logo (abreviatura de logotipo) se usa indistintamente para denotar el símbolo de marca o incluso el nombre de marca, en especial si éste se escribe de forma distintiva y estilizada" Por todo ello, se entiende por logotipo como el conjunto de logo y nombre que le

sirve a una marca o a un grupo de personas para representarse, combina la parte gráfica y la parte tipográfica.

El logotipo "Explora Chalán intenta transmitir un mensaje enfocado directamente a el acoplamiento que existe en el producto entre la parte natural y cultural.

Tipografía: La tipografía es uno de los principales elementos unificadores de la identidad visual corporativa. Se establecen dos tipografías para la imagen de Explora Chalán es League Spartan y Special Elite

Colores: Una parte esencial de toda identidad visual está definida por sus colores corporativos. Se trata de los códigos cromáticos que han de ser asociados automáticamente a

la imagen de Explora Chalán. Por ello es fundamental que se reproduzcan con fidelidad, evitando variaciones que puedan contribuir a la confusión y dispersión.

Paleta de Colores utilizada para el logotipo “Explora Chalán”

Ilustración 7: Paleta de Colores Logo

	HEX:#88ea46	C = 70% M = 0% Y = 98% K = 0%		HEX:#3bdb85	C = 88% M = 0% Y = 69% K = 0%
	HEX:#0082ff	C = 90% M = 50% Y = 0% K = 0%		HEX:#3cbe00	C = 90% M = 0% Y = 100% K = 0%
	HEX:#199e12	C = 95% M = 2% Y = 100% K = 0%			

Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

Denotación y connotación: Según la RAE, la palabra denotación es significar. En el mercadeo y la publicidad es denotativa cuando se comunican atributos funcionales de la marca/producto. Por su parte, connotar es dicho de una palabra: conllevar, además de su significado propio específico, otro de tipo expresivo o apelativo. En el mercadeo y la publicidad la connotación es una manera de inferir sentido a las palabras y mensajes, es decir le incorpora significados subjetivos a la denotación Explora Chalán, es un logotipo compuesto por un campo de texto (Explora Chalán, Naturaleza y tradición), atrás las verdes montañas que representan la Reserva Serranía Coraza y Montes de María, a la izquierda un explorador sobre las montañas sintiendo la naturaleza y del lado derecho un gaitero, una pareja bailadora y un juego de gaitas y tambores, representando el patrimonio inmaterial del municipio.

5.5.1.2. *Comunicación por medios electrónicos*

Página Web: Un elemento fundamental al iniciar una estrategia masiva de promoción de un producto turístico, es contar con una página web con información que permita al potencial visitante reconocer los atractivos del lugar y planear su viaje. La Organización Mundial del Turismo (OMT), planteó algunas sugerencias guías respecto a los contenidos y navegación de estas páginas, las recomendaciones son:

- ✓ Logotipo del destino en página de inicio.
- ✓ Imagen fotográfica en página de inicio.
- ✓ Imágenes en movimiento.
- ✓ Información práctica.
- ✓ Disponibilidad en varios idiomas.
- ✓ Fotografías del destino.
- ✓ Información sobre alojamiento.
- ✓ Búsqueda avanzada.
- ✓ Enlace con correo electrónico.
- ✓ Mapa del sitio.

Las nuevas tecnologías de la información se plantearon para vivir una interesante experiencia interactiva, a través de viajes virtuales con fotografías satelitales (por ejemplo, con el programa Google Maps), fotografías en 360° y videos; además de facilitarle al visitante realizar consultas, comentarios y eventuales sugerencias o reclamos.

Marketing Web: Durante la última década el crecimiento del Internet ha generado nuevas oportunidades de negocio, medios para la comercialización y promoción de los productos. Si bien resulta fundamental contar con sitios web de calidad para dar a conocer el municipio de Chalán, también es importante considerar estrategias de promoción web que permitan atraer a quienes utilizan Internet para consultar sobre los servicios de avistamiento.

Google Inc., el motor de búsqueda más utilizado a nivel mundial ofrece algunas herramientas que permiten monitorear el acceso a un determinado sitio web o bien atraer

visitantes, las cuales podrían ser una importante oportunidad de promocionar al municipio a un bajo costo.

Redes Sociales: Por otro lado, es importante considerar el alto impacto de las redes sociales, que permite la rápida propagación de información a través de comunidades virtuales que no representen un alto costo pero con un gran alcance y credibilidad en el segmento meta del mercado. Las redes recomendadas a usar con alto contenido de multimedia serán Facebook e Instagram.

5.6.Estrategias de Precio

Para la determinación del precio para el primer año de funcionamiento, se tomó en cuenta los costos de producción y los costos de operación; de igual se manera se determinó la ocupación basada los turistas que visitan el golfo de Morrosquillo en el año, que, según cifras no oficiales está alrededor de unos 80 mil, de estos, se espera captar el 0,5% de es decir 400 turistas en el primer año, más los turistas potenciales de zonas diferentes al golfo. Es decir, 400 turistas en el año será el rango mínimo aceptado ara el primer año de operaciones. En los resultados de la investigación, los turistas estarían dispuestos a pagar por este producto entre \$40.000 y \$80.000 pesos por día.

5.6.1. Características de precio

- El precio del producto es accesible a todos los niveles socioeconómicos de los visitantes y turistas que han realizado la encuesta, y así todos tienen la oportunidad de conocer y disfrutar de un recurso con un gran potencial biológico y natural.
- El precio del producto expresa la calidad y la cantidad de servicios prestados por parte de la guía natural y de los prestadores de servicios turísticos comunitarios

5.6.2. Calculo del precio

Dado que la inversión inicial es alta, es aspectos relacionados con planeación, diseño de la propuesta y la adecuación logística de los puntos de información, esta se distribuye entre los dos años primeros años de operación. Con relación a la definición del margen de rentabilidad y los costos de operación, se tomó como referencia los datos proporcionados por algunas agencias de viajes que cuenta con experiencia en este tipo de productos turísticos.

La rentabilidad que en promedio obtienen las agencias de viajes por un producto turístico de similares características es del 22% y los costos directos de operación son: de \$200.000 pesos por el transporte (corresponde a un vehículo con una capacidad entre 8 a 10 personas); la Guianza que será cubierta por los Guías del municipio que conocen la reserva Serranía Coraza y Montes de María, tiene un valor para grupo de 6 personas de \$50.000 por día; un refrigerio con valor promedio de \$3000 por persona y comidas por \$8.000

Tabla 13: Total Costos y Gastos Unitarios - producto turístico 2017

Q = 400 Turistas

Concepto	Costo por Turista	Total Costos Primer año (400 turistas)
Almuerzo	\$ 8.000	\$ 3.200.000
Transporte	\$ 22.000	\$ 8.800.000
Guía	\$ 8.333	\$ 3.333.333
Costo total operación (CO)		\$ 15.333.333
Descripción	Gasto Mensual	Total Gastos Anuales
Músicos	\$ 240.000	\$ 2.880.000
Comunicados de presa	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Costos Total de producción (CP)		\$ 4.680.000
Estrategia	Gastos Fijos primer año	
Diseño de Marca Explora Chalán	\$	500.000
producción y edición de Fotografía y video promocional	\$	700.000
Diseño de Pagina Web y redes sociales	\$	800.000
Total Gastos (G)	\$	2.000.000
Total Costos y Gastos primer año		\$ 22.013.333
Total Costo gasto Unitario		\$ 55.033
Utilidad (U)		20%

Fuente: Elaboración propia basada en el trabajo de campo, 2017

Con los costos operativos, gastos y una utilidad presupuestada del 22%, se calculó el precio unitario del producto de la siguiente manera:

$$PVU = \frac{(C/Q) + (G/Q)}{1 - U}$$

Siendo:

PVU: Precio de venta unitario

C: Costos operacionales más costos de producción (CO + CP)

G: Gasto de venta unitario

U: Margen Utilidad esperada

$$PVU = \frac{\$55.033}{1 - 20\%} = \$68.791$$

Precio de venta del producto por persona = \$68.791

Al realizar el cálculo del precio unitario a partir de análisis de costos, se identifica que éste se encuentra en el rango que los turistas estarían dispuestos a pagar por el producto turístico.

5.6.3. Constitución de precio por paquete Turístico

De acuerdo con el precio establecido se venderán dos paquetes turísticos. El paquete turístico 1 o pasadía incluye transporte, almuerzo y guía con un valor de \$70.000 por persona para grupos entre 6 hasta 9 personas y \$65.000 para grupos de 10 hasta 12 personas. Por su parte, el paquete turístico 2 o dos días, se incluye transporte Sincelejo – Chalán – Sincelejo, almuerzos por dos días, guía por dos días y alojamiento, este último tiene un valor de \$125.000 por persona para grupos de 6 a 9 personas y \$110.000 por personas para grupos de 10 hasta 12 personas.

A continuación, en las figuras se presentan los Flyer e Itinerarios correspondientes a cada paquete en español, inglés y portugués:

Ilustración 8: Flyer e Itinerario paquete 1, pasadía "Explora Chalán" - Español

Solo por: \$70 mil pesos

Pasadía

Explora Chalán
Naturaleza y Tradición

Todo Incluido!

Transporte: Sincelejo - Chalán - Sincelejo
Comidas: Almuerzo

Disfruta de un baño en las piscinas naturales y la hermosura de la naturaleza y la cultura unidas

Itinerario Pasadía

Transport Sincelejo - Chalán
8:00 a. m. 9:30 a. m.

Breakfast in La Palmira
9:30 a. m. 10:00 a. m.

Historical and cultural tour, visit old houses
10:00 a. m. 11:00 a. m.

Handcrafted and musical sample (Ludoteca)
11:00 a. m. 1:00 p. m.

Lunch
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Tour to the Tinas (Natural swimming pools)
2:30 p. m. 4:00 p. m.

Return to the urban area
4:00 p. m. 4:30 p. m.

Transport Chalán - Sincelejo

Included Services: Transport Sincelejo - Chalán - Sincelejo, Tour guide, Lunch
Recommendations: Sport shoes, Sunscreen, Sportswear and Swimsuit to enter the natural swimming pools.

Disfruta de la naturaleza y cultura de este lindo destino

Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 9: Flyer e Itinerario paquete 1, pasadía "Explora Chalán" – Inglés

Just for: US\$ 25

Pasadía

Explora Chalán
Naturaleza y Tradición

All inclusive!

Transportation: Sincelejo - Chalán - Sincelejo
Foods: Lunch

Enjoy a swim in the natural pools and the beauty of the united nature and culture

Itinerario um dia

Viagem Sinceljo - Chalán
8:00 a. m. 9:30 a. m.

Pequeno-almoço na La Palmira
9:30 a. m. 10:00 a. m.

Passeio de histórico e cultural, visita às moradias antigas
10:00 a. m. 11:00 a. m.

Mostras de artesanato e musicais (Ludoteca)
11:00 a. m. 1:00 p. m.

Almoço
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Caminho até o Tinas (piscinas naturais)
2:30 p. m. 4:00 p. m.

De volta para a área urbana
4:00 p. m. 4:30 p. m.

Viagem Chalán - Sinceljo

Servicos incluídos: Traslado Sinceljo - Chalán - Sinceljo, Guia de turismo, Almoço
Recomendação: Sapatos esportivos, Bloqueador solar, esportes, roupa, vestimenta, cobertura, má30 para entrar nas piscinas naturais.

Disfruta da cultura e natureza deste destino bonito

Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 10: Flyer e Itinerario paquete 1, pasadía "Explora Chalán" - Portugués

Solo por: US\$ 25

Um dia

Explora Chalán
Naturaleza y Tradición

Tudo incluso!

Transporte: Sincelajo - Chalán - Sincelajo
Refeições: Almoço
Desfrute de um mergulho em piscinas naturais e a beleza da natureza e da cultura em conjunto

Itinerario Pasadía

Traslado Sincelajo - Chalán
8:00 a. m. 9:30 a. m.

Desayuno en La Palmira
9:30 a. m. 10:00 a. m.

Recorrido histórico y cultural, visita a las viviendas antiguas
10:00 a. m. 11:00 a. m.

Muestra artesanal y musical (Ludoteca)
11:00 a. m. 1:00 p. m.

Almuerzo
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Recorrido hacia las Tinas (Baño en piscina natural)
2:30 p. m. 4:00 p. m.

Regreso al casco urbano
4:00 p. m. 4:30 p. m.

Traslado Chalán - Sincelajo

Servicios Incluidos
Traslado Sincelajo - Chalán - Sincelajo
Acompañamiento de Guía
Almuerzo

Recomendaciones
Zapatos cerrados deportivos.
Bijoutería solar
La vestimenta deportiva, fresca, cubierta.
Ropa de baño para entrar a las piscinas naturales.

Disfruta de la naturaleza y cultura de este lindo destino
Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 11: Flyer e Itinerario paquete 2 - Dos días, "Explora Chalán" - Español

Solo por: \$ 120 mil pesos

Dos días

Explora Chalán
Naturaleza y Tradición

Todo Incluido!

Transporte: Sincelajo - Chalán - Sincelajo
Comidas: 2 Desayunos - 2 Almuerzos - 1 Cena
Alojamiento: Noche de Hamaca

Itinerario dos días

DIA 1

Traslado Sincelajo - Chalán
8:00 a. m. 9:30 a. m.

Desayuno en La Palmira
9:30 a. m. 10:00 a. m.

Recorrido histórico y cultural, visita a las viviendas antiguas
10:00 a. m. 11:00 a. m.

Muestra artesanal y musical (Ludoteca)
11:00 a. m. 1:00 p. m.

Almuerzo
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Recorrido hacia la cueva del Diablo
2:30 p. m. 4:00 p. m.

Regreso al casco urbano
4:00 p. m. 4:30 p. m.

Descanso
4:30 p. m. 6:00 p. m.

Cena
6:00 p. m. 7:00 p. m.

Fogata, Música y Danza
8:00 p. m. 11:00 p. m.

Camping - Hamacas
11:30 p. m.

DIA 2

Traslado hacia Las Colinas
8:00 a. m.

Desayuno en Las Colinas
9:00 a. m. 9:40 a. m.

Baño en piscinas naturales - observación de flora y fauna
10:00 a. m. 11:59 a. m.

Almuerzo
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Traslado hacia el Casco Urbano
4:00 p. m.

Despedida
4:30 p. m.

Recomendaciones
Zapatos cerrados deportivos.
Bloqueador solar
La vestimenta deportiva, fresca, cubierta.
Ropa de baño para entrar a las piscinas naturales.

Disfruta de la naturaleza y cultura de este lindo destino
Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 12: Flyer e Itinerario paquete 2 - Dos días, "Explora Chalán" - Inglés

Just for: US\$ 50

Two days

All inclusive!

Transportation: Sincelejo - Chalán - Sincelejo

Foods: 2 Breakfast + 2 Lunch - 1 Dinner

Accommodation: Hammock night

Explora Chalán
Naturaleza y Tradición

Enjoy the culture and nature of this beautiful destination

Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Itinerary - two days

Day 1

Transport Sincelejo - Chalán
8:00 a. m. 9:30 a. m.

Breakfast in La Palmera
9:30 a. m. 10:00 a. m.

Historical and cultural tour, visit old houses
10:00 a. m. 11:00 a. m.

Handcrafted and musical sample (Luciteca)
11:00 a. m. 1:00 p. m.

Lunch
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Tour to the Cave "Diablo"
2:30 p. m. 4:00 p. m.

Return to the urban area
4:00 p. m. 4:30 p. m.

Break
4:30 p. m. 6:00 p. m.

Dinner
6:00 p. m. 7:00 p. m.

Bonfire music and dance
8:00 p. m. 11:00 p. m.

Accommodation - Hammacas
11:30 p. m.

Day 2

Tour to the Las Colinas
5:00 a. m.

Breakfast on las Colinas
9:00 a. m. 9:40 a. m.

Swimming in natural pools - Wildlife watching
10:00 a. m. 11:59 a. m.

Lunch
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Return to the urban area
4:00 p. m.

Farewell
4:30 p. m.

Recommendations

Sport shoes.
Sunscreen. Sportswear and Swimsuit to enter the natural swimming pools.

Included services:
Transport Sincelejo - Chalán - Sincelejo
Transport
Lunch
Accommodation

Enjoy the culture and nature of this beautiful destination

Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 13: Flyer e itinerario paquete 2 - dos días "Explora Chalán" – Portugués

Solo por: US\$ 50

Dois dias

Tudo incluso!

Transporte: Sincelejo - Chalán - Sincelejo

Refeições: 2 café da manhã - 2 almoço - 1 jantar

Alojamento: Noite em rede

Explora Chalán
Naturaleza y Tradición

Desfrutar da cultura e natureza deste destino bonito

Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Itinerário dois dias

DIA 1

Viagem Sincelejo - Chalán
8:00 a. m. 9:30 a. m.

Pequeno-almoço no La Palmera
9:30 a. m. 10:00 a. m.

Passeio de histórico e cultural, visita às moradias antigas
10:00 a. m. 11:00 a. m.

Mostras de artesanato e musicais (Luciteca)
11:00 a. m. 1:00 p. m.

Almoço
1:00 p. m. 2:00 p. m.

Caminho até o cueva del Diablo
2:30 p. m. 4:00 p. m.

De volta para a área urbana
4:00 p. m. 4:30 p. m.

Descanso
4:30 p. m. 6:00 p. m.

Jantar
6:00 p. m. 7:00 p. m.

Fogueira, música e dança
8:00 p. m. 11:00 p. m.

Camping - Hammacas
11:30 p. m.

DIA 2

Caminho até o Las Colinas
5:00 a. m.

Pequeno-almoço no Las Colinas
9:00 a. m. 9:40 a. m.

Nadando em piscinas naturais - observação de flora e fauna
10:00 a. m. 11:59 a. m.

Almoço
1:00 p. m. 2:00 p. m.

De volta para a área urbana
4:00 p. m.

Despedida
4:30 p. m.

Recomendação

Sapatos esportivos.
Bloqueador solar
roupas legal, vestimenta cobertura mais para entrar nas piscinas naturais.

serviços incluídos:
Transporte Sincelejo - Chalán - Sincelejo
Diária turística
Almoço
Alojamento

Desfrutar da cultura e natureza deste destino bonito

Prueba piloto - Chalán como destino turístico en Sucre

Fuente: Elaboración propia

5.6.4. Indicadores

A continuación, se presentan indicadores que tienen por finalidad controlar los resultados generados por la implementación de la planeación propuesta.

Tabla 14: Indicadores producto turístico "Explora Chalán"

Objetivo	Indicador	Meta anual	Rango aceptable
Determinar variaciones y el impacto que tienen las estrategias de marketing.	(Llegadas de turistas interesados en la naturaleza/ Total turistas visitantes a los municipios del golfo) *100	10%	>5%
Registrar el número de visitantes al municipio conseguidos e impacto, a fin de considerarlas en presupuestos posteriores.	N° de turistas visitantes	500	400

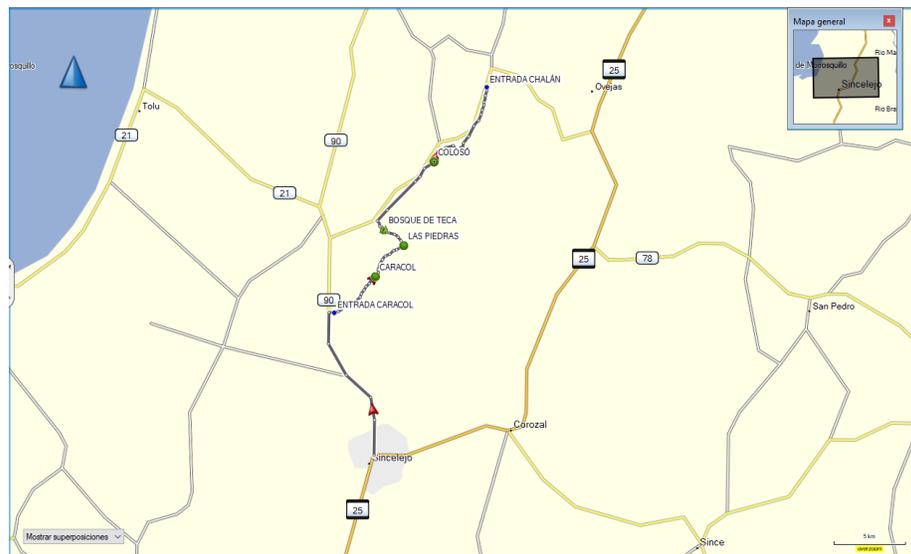
Fuente: Elaboración propia

5.7. Prueba piloto producto turístico "Explora Chalán"

Después de diseñado el producto, se procedió a realizar una prueba piloto basada en el paquete número dos. Para ello se montó en las redes sociales Facebook y WhatsApp el paquete diseñado para dos días y una noche EXPLORA CHALAN con un cupo máximo de 6 personas. De esta publicación se obtuvo un resultado positivo, teniendo en cuenta que a las tres horas de hacer las publicaciones en las redes sociales, había un 70% de los cupos vendidos y a los dos días de haber publicado la prueba piloto, se contaba con 100% de las personas para el desarrollo de la misma, 3 hombres y 3 mujeres con buena condición física y mental, entre los 22 y 30 años que no habían visitado previamente el municipio de Chalan. Con ellos se llevó a cabo el paquete de 2 días donde se incluyó alimentación, estadía, y guías turísticos.

El desarrollo del paquete estuvo enmarcado en tres rutas turísticas una cultural y dos naturales donde se desarrollaron distintas actividades. La asociación ASOJUVENTUD y Danza Paz Afro fueron apoyo fundamental en la organización de las actividades, la alimentación y la estadía en el municipio. A continuación, se describe lo realizado durante la prueba piloto, mapas, actividades y recomendaciones.

5.7.1. Recorrido hacia Chalán



El recorrido dio inicio a las 8:00 a. m. partiendo de Sincelejo hacia Chalán, pasando por las localidades de La Palmira, Caracol, Las Piedras y Colosó. Haciendo una parada en el bosque de tecla ubicado en la salida de Las Piedras.



5.7.2. Ruta 1 – Cultural e Histórica



Una vez en el municipio, el recibimiento fue en la posada escogida por la asociación para el desayuno típico y la descripción de las actividades que se iban a realizar durante los dos días. Se entrevistó a los visitantes acerca de su percepción de Chalán antes de iniciar el viaje a lo cual todos respondieron la imagen negativa con la que relacionaban el municipio. Se dio inicio al recorrido cultural a las 10:30 a. m. se llegó a los sitios más representativos, haciendo un circuito en el casco urbano mientras los guías los describían. El último punto del circuito fue la Ludoteca, donde se presentó una muestra musical y artesanal.



5.7.3. Ruta 2 – Camino a la cueva (Aventura)



El almuerzo típico se programó para la 1:00 p. m. después un espacio para descanso y se siguió a una ruta Natural camino a La Cueva del Diablo. En este recorrido, de aproximadamente hora y media para llegar al lugar destinado, se destaca la riqueza natural del municipio encontrándose varios puntos en las alturas en los cuales se puede visualizar un hermoso panorama de la serranía hasta llegar a la cueva del diablo, de la cual se desprende un olor azufre.



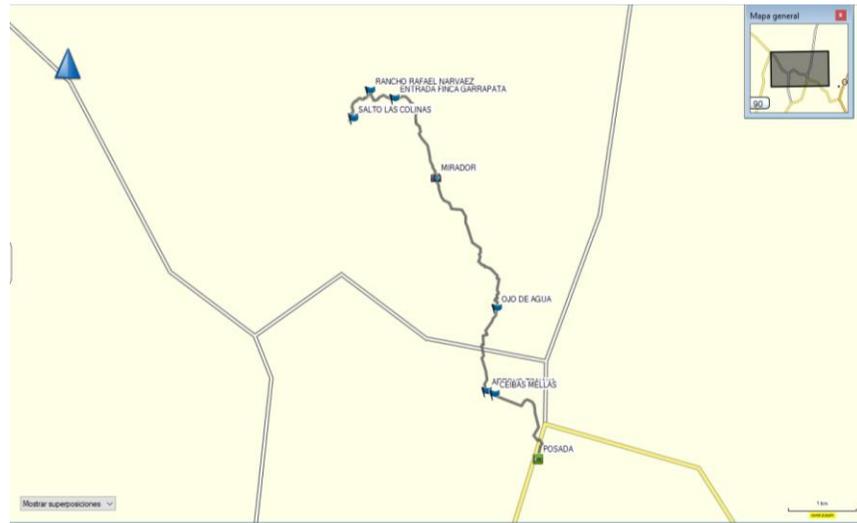


5.7.4. Actividad – Noche Chalanera

Luego del primer recorrido natural hacia la cueva del diablo, se regresó a la posada para tomar un descanso, recibir la cena del primer día y prepararse para disfrutar una noche chalanera a partir de las 8:00pm en polideportivo del municipio. fogata, expresiones musicales y expresiones dancísticas se unen para alegrar la noche al ritmo de la gaita.



5.7.5. Ruta 3 – Las Colinas



En el segundo día de actividades, el grupo dirigió su mirada al espacio natural. Más específicamente a las colinas, la cual es un salto ubicada tras el cerro. Para llegar a él, nos dirigimos en tractor, el cual tardó cerca de dos horas para llegar al destino. Al llegar se pueden disfrutar de caminatas por los alrededores donde se observan diferentes especies fauna y flora, además de natación y otras actividades.



El recorrido culminó a las 5 pm al llegar al casco urbano. Los visitantes invitados manifestaron su satisfacción al haber experimentado lo que fue, explorar una pequeña parte de lo que constituye un hermoso destino como lo es Chalán. “Explora Chalán”

5.8. Estrategias del producto

Partiendo del modelo de competitividad de Crouch y Ritchie, las estrategias basadas a partir del producto estarán guiadas bajo los factores determinantes de la competitividad para los autores, los cuales son: Factores de soporte y recursos, factores de atracción, la dirección del destino, y por último los determinantes restrictivos.

Tabla 15: Estrategias a partir del producto - según el modelo de Crouch y Ritchie

<i>DETERMINANTES LIMITADORES Y AMPLIFICADORES</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer puntos de promoción del municipio en zonas turísticas de la costa caribe. • Cambiar la percepción social que tienen del municipio a través de un marketing agresivo
<i>POLÍTICA, PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO DEL DESTINO</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional. • Propender por el desarrollo de una cultura de planificación turística orientada a la competitividad del municipio • Adopción de medidas que velen por la conservación desde un punto de vista ambiental de la Zona y de su entorno • Articulación entre participación ciudadana, organizaciones y empresas
<i>DIRECCION DEL DESTINO</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Realzar lo originado en el rango de recursos primario y de soporte, fortalecer la calidad y la efectividad. • Enfocar las iniciativas de promoción turística por segmentos especializados • Fortalecer las habilidades y competencias del talento humano en función de las necesidades de la demanda turística y la generación de empleo. • Adecuar la oferta formativa actual a los perfiles laborales del sector turístico que se prevean van a ser demandados en función del desarrollo turístico previsto en la zona. • Fortalecimiento de la marca turística del destino. • Mejorar la calidad de los servicios del destino turísticos y promover la formalización del producto turístico. • Impulsar la inversión en el sector turístico, buscando la generación de valor agregado nacional. • uso de los recursos tecnológicos para gestión de la información y del conocimiento en los sectores públicos y privados.

<ul style="list-style-type: none"> • desarrollar programas de Análisis de los destinos competidores
<i>RECURSOS Y ATRACTORES BASICOS</i>
<i>DESARROLLO DE PRODUCTO TURISCO ESPECIALIZADO</i> <i>(diseño y estructuración de productos turísticos especializados, innovadores, competitivos y que incorpore de manera transversal criterio de sostenibilidad)</i> <i>“EXPLORA CHALAN”</i>
FACTORES Y RECURSOS DE SOPORTE
<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la gestión en infraestructura de soporte y conectividad para el turismo en la región. • recuperación, mantenimiento y adecuación en infraestructura como vías de acceso, información, señalización y servicios de apoyo en los atractivos, alojamiento, alimentación, guianza y transporte especializado. • mejora de la conectividad digital y accesos a la información: ampliación de la cobertura de internet y de telefonía móvil para el destino. • sensibilización turística a la comunidad receptora, instituciones educativas, entidades y organismos relacionados con el turismo.

Fuente: Elaboración propia

6. CONCLUSIONES

En la actualidad, los matices de desarrollo de productos eco-turísticos y culturales en el municipio de Chalán, Sucre son favorables, dado que, desde el ámbito nacional, el gobierno de Colombia, está implantando políticas públicas destinadas a desarrollar la industria turística, más aún en los municipios anteriormente atacados por el conflicto armado, en el marco de posconflicto, en el cual el departamento Sucre y el municipio de Chalán, se ha alineado. Las variables analizadas desde el componente de la oferta, permitieron identificar que el municipio de Chalán posee una historia marcada por la cultura Zenú, y restos indígenas con gran valor cultural, tradiciones musicales y dancísticas, lo cual guarda relación con la identidad departamental y nacional, además, este municipio se encuentra ubicado dentro de la declarada zona de reserva llamada Serranía Coraza y Montes de María. En este documento son considerados 16 recursos culturales y 11 naturales como potenciales atractivos.

Desde la perspectiva de la demanda, y raíz del diagnóstico realizado, se concluyó que los segmentos más atractivos para propuesta turística reúnen las siguientes tipologías: en el perfil demográfico, son hombres y mujeres, nacionales de ciudades cercanas al municipio de Chalán, con edades que oscilan entre 19 y 45 años de edad. En las variables psicográficas se identificaron aspectos motivadores como conocer nuevos sitios, aventureros, coyunturalmente buscan encontrar una oportunidad para relajarse de lo rutinario y compartir. Estas actividades habitualmente son realizadas los fines de semana y los puentes festivos; en términos generales.

De igual forma, se resalta el gran desconocimiento de los turistas sobre la oferta del municipio, en gran medida a que la actividad turística del departamento se concentra en la actividad de sol y playa en los municipios de Tolú y Coveñas, lo que conlleva a que se genere una nueva alternativa en general para el departamento donde se ofrezca un contacto directo con la naturaleza, admirables paisajes integrados con una oferta de tradiciones; entre las actividades que les gustaría realizar, se encuentran la caminata guiada por eco senderos y baño en las piscinas, observación de flora y fauna. Ya establecida toda la configuración del

municipio el producto turístico generado fue: Explora Chalán que va acorde con la identidad del municipio. La forma más viable de venderlo es en manera de paquetes promocionándolo a nivel departamental y nacional.

En general, el producto turístico generado, busca cambiar la imagen del municipio por una dirigida a la naturaleza y la cultura. De igual forma se basa en los principios de desarrollo sostenible donde la comunidad chalanera será la encargada de generar todos los elementos que componen el producto como una manera de generación de ingresos, de igual forma, se implementarán políticas sostenibles en el marco del producto que busquen mantener las tradiciones y conservar el medio ambiente y hacer a Chalán un destino turístico competitivo en el departamento a través de su producto turístico “Explora Chalán”

Se requiere la integración de los agentes turísticos en el destino como vía para lograr que la experiencia de la visita del turista deje la huella deseada. Gestión y cooperación pública y privada para desarrollar planificación del sistema turístico del municipio y garantizar la sostenibilidad como elemento de competitividad. La cooperación entre los sectores público y privado se considera vital para mejorar la competitividad en la industria del turismo. El turismo es una actividad multisectorial y, por tanto, necesita y depende en gran medida de una relación saludable entre los diferentes componentes de los sectores implicados.

La Administración Turística, esencialmente a nivel local debe actuar de una forma eficiente, facilitando el marco o escenario de actuación de las empresas y otros actores implicados en un territorio objetivo. De igual forma, no es necesario tener presupuestos millonarios para poder dar respuesta a muchas de las necesidades locales, pero si es bueno estar en buena sintonía con las Administraciones Regionales, que suelen tener mejores dotaciones presupuestarias o mejor alcance a las mismas. Es obvio que una empresa o un conjunto de empresas, difícilmente podrán alcanzar objetivos de competitividad y sostenibilidad, imprescindibles para rentabilizar sus negocios, sin la cooperación de las Administraciones. Por tanto, la Puesta en valor de los recursos naturales disponibles y de los recursos patrimoniales, es una estrategia fundamental a fin de que sean susceptibles de ser explotados turísticamente.

7. BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera. (2005). *La economía del departamento de Sucre: ganadería y sector público*. Cartagena de Indias: Banco de la República, centro de estudios económicos regionales.
- Aguilera, D. M. (2013). *Montes de María, Una subregión de economía campesina y empresarial*. Cartagena: BanRep.
- Alcaldía de Chalán. (29 de Marzo de 2016). *sitio web del municipio de Chalán*. Obtenido de <http://www.chalan-sucre.gov.co/index.shtml#6>
- BanRep. (2010). *LOS ZENÚESY EL MANEJO DEL MEDIO AMBIENTE* . Bogotá: Banrep.
- BanRepCultural. (2006). *Banco de la Republica*. Obtenido de Biblioteca Virtual Luis Angel Arango: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/geografia/geoco4v3/zenues.htm>
- Blas, X. P., & Fabeiro, C. P. (2004). La Planificación Turística Sostenible: Un Análisis Aplicado a el Municipio de Reis. *Revista Galega de Economía*, 1-18.
- Blas, X. P., & Fabeiro, C. P. (2004). La Planificación Turística Sostenible: Un Análisis Aplicado a el Municipio de Reis. *Revista Galega de Economía*, 1-18.
- Burkart, A., & Medlik, S. (1974). *Tourism. Past, Present and Future*. Londres: Heinemann.
- Candela, C. A. (2010). *Una reflexión en busca de alternativas para cambiar el portafolio de productos turísticos de Colombia*. Bogotá: ProExport.
- Chaviano, E. L., & Aro, Y. H. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico Integrado. *Teoría y Praxis*, 161-174.
- Comision Europea de Turismo y Organizacion Mundial de Turismo. (2013). *Manual de desarrollo de Productos Turísticos*. Madrid: OMT.

- Consejo Nacional de Competitividad. (2009). *Estrategia Nacional de Cultura y Turismo para el Desarrollo Sostenible* . Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Conti, A., & Cravero, S. (2010). Patrimonio, Comunidad Local y Turismo: La necesidad de planificación para el desarrollo sostenible. *Notas en Turismo y Economía. Nro I. ISSN 1853-1504*, Universidad Nacional de La Plata.
- Cordero, J. C. (2011). *Turismo y Cambio Sociocultural, una Perspectiva Conceptual* . Mexico: Plaza y Valdés, S.A. Obtenido de e-Libro.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. (2003). The competitive destination. *Wallingford: CAB International Publishing*.
- Departamento Nacional de Planeación. (2014). *Plan Sectorial de Turismo 2014 - 2018*. Bogotá: DNP.
- Departamento Nacional de Planeación DNP. (2015). *Política de desarrollo turístico 2014 - 2018*. Bogotá: DNP.
- Destinos del Perú, Cooperación Suiza – SECO, convenio con Mincetur y PromPerú y Swisscontact. (05 de 2014). *manual para la planificación de productos turísticos*. Obtenido de www.swisscontact.org.pe: Lima
- Elodie Mallor, Martina González-Gallarza Granizo, Teresa Fayos Gardó. (2013). ¿Qué es y cómo se mide el Turismo Cultural? *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 269-284.
- Foro Económico Mundial. (2015). *Reporte de Competitividad de Viajes y Turismo*. Suiza: FEM.
- Galván, G. S. (2015). *Fragmentación de bosque y su relación con la conservación de primates diurnos en el arroyo Pechelín, Sucre - Colombia*. Cartagena de Indias: universidad de Cartagena, SUE Caribe.
- Gobernación de Sucre. (2009). *Inventario turístico de Chalán*. Sincelejo.

- Gobernación de Sucre. (2009). *Inventario turístico del municipio de Chalán*. Sincelejo.
- HALL, Michael y PAGE, Stephen. (2002). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. London: Routledge.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1953). *La Consumisión turística: Una contribución a la teoría de la consumición*. Berna: Universidad de Berna.
- ICONTEC. (2005). *Norma Tecnica Sectorial NTSH 007*. Bogotá: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Instituto Nacional de los Recursos Naturales, Renovables y del Ambiente - INDERENA. (1983). *Acuerdo No. 0028 del 6 de julio de 1983*. Bogotá: INDERENA.
- Jaramillo, C. M. (2001). *Así eramos los Zenúes*. Bogotá: BanRepCultural.
- Krieger, D. C. (2005). *ProQuest ebrary*. Recuperado el 25 de October de 2015, de ProQuest ebrary.
- Lee, P. W. (2010). Hoteles y restaurantes. En *ENCICLOPEDIA DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO* (págs. 98 - 105).
- Marín, C. H. (2012). *Tipos de Turismo desarrollados sobre recursos naturales y culturales*. Madrid : Universidad de Murcia .
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: economic, physical and social impacts*. Longman: Harlow, UK.
- McKercher, B. (2002). Towards a Classification of cultural tourists. En *Internacional Journal of Tourism Reseacrch* (págs. 29-38).
- Mendoza Candelo, A. (2005). *Memoria Historica del Departamento de Sucre 1500 - 1870*. Sincelejo: Cekar.
- Miguelsanz, A. (1983). *Turisme a Catalunya. Generalitat de Catalunya*. Barcelona: Dep. de Presidencia, Barcelona.

- MinCIT & MinCultura. (2011). *Politica de Turismo Cultural*. Bogotá: Compendio de Políticas Culturales.
- MinComercio. (13 de 11 de 2012). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Recuperado el 06 de 06 de 2015, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones.php?id=4965>
- MinComercio, MinCultura. (2007). *Politica de Turismo Cultural: Desarrollo competitivo del patrimonio*. Bogotá: MinComercio.
- MinCultura. (2016). *Sistema nacional de información cultural*. Obtenido de <http://www.sinic.gov.co/sinic/>
- Ministerio de Comercio, I. y. (2005). *Identidad y Desarrollo Competitivo del Patrimonio Colombiano para el Mundo*. Bogotá.
- Ministerio de Comercio, Industria y turismo. (2010). *Metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos*. Bogotá: MinTur.
- Ministerio de Comercio, industria y turismo. (2012). *Guia Turística Sucre Colombia*. Bogotá : Fondo de promoción turística Colombia.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia - MCIT. (2010). *Informe de noviembre del Turismo en Colombia*. Bogotá DC: MCIT.
- Miranda, J. G. (2013). 8 Servicios que mueven a la industria turística en México. *Reporte Lobby*.
- OEA. (1978). *Metodología de Inventario Turístico*. Washington: mimeografiado.
- OMT. (1996). *Introducción al Turismo*.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura -UNESCO-. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la Unesco*. Instituto de Estadística de la Unesco.

- Organización mundial de turismo. (1997). *Guía Práctica para el Desarrollo y Uso de Indicadores de Turismo Sostenible*. OMT.
- Organización Mundial de Turismo . (2010). *Entender el Turismo: Glosario Básico*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial de Turismo - OMT. (2015). *Panorama del Turismo Internacional*. WTO.
- Organización Mundial de Turismo. (2013). *Manual de Desarrollo de Productos Turísticos*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial de Turismo. (2014). *Manual de desarrollo de productos turísticos*. Madrid: UNWTO.
- Pascarella, R., & Filho, J. R. (2010). Competitividad de los destinos turísticos. Modelo de evaluación basado en las capacidades dinámicas y sus implicancias en las políticas públicas. *SciELO*.
- Plan Estratégico de Turismo de Sucre 2011 - 2020. (2011). *Sucre Sensacional*. Gobernación de Sucre.
- PNUD Colombia. (2010). *Los Montes de María: Análisis de Conflictividad*. Sincelejo: Asdi.
- Pretel, B. I. (2014). *Patrimonio cultural inmaterial de los Montes de María* . Cartagena de Indias : MinCultura.
- ProColombia. (2016). *Turismo Extranjero en Colombia*. Bogotá D.C.: ProColombia.
- PROEXPORT COLOMBIA. (2014). Sucre, Oportunidades de Negocio Para la Región en Inversión, Exportaciones y Turismo. *Revista de las Oportunidades*, 28-31.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2003). The competitive destination. *Wallingford: CAB International Publishing*.

- Secretaría de Turismo. (2001). *Planeacion y gestión del Desarrollo Turístico Municipal*. Ciudad de Mexico: Sectur.
- SERNATUR. (2008). *Boletín Turístico*. Chile: OMT.
- Servicio Nacional de Aprendizaje . (2016). *Diseño de Rutas Turísticas*. Obtenido de Blackboard: <https://senaintro.blackboard.com>
- Servicio Nacional de Turismo . (12 de 2015). *SERNATUR*. Obtenido de Manual Paso a paso para el Diseño de Productos: <https://www.sernatur.cl/>
- Sistema Nacional de Información Cultural SiNIC. (2012). *Festividades de Sucre*. Bogotá: SINIC.
- Sistema Nacional de Información Cultural SiNIC. (2014). *Festividades de Sucre*. Bogotá: SINIC.
- SWARBROOKE, J. (1995). *The Development a Management of Visitor Attractions*.
- T&G Tourims, Leisure & Sports . (2013). *Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia* . Bogotá: MinComercio.
- Tovar, M. A. (2016). *Análisis del Potencial Turístico Cultural del Municipio de Galeras, Sucre*. Sincelejo : CECAR.
- UNESCO. (1995). *Nuestra Diversidad Creativa. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo*. París.
- VERA, F. (1997). *Análisis Territorial del Turismo: Ordenación, planificación y gestión del territorio turístico* . Barcelona.
- Walter Hunziker y Kart Krapf. (1953). *La consumición turística*. Berna: Universidad de Berna .
- Yepez, Y. R. (2016). *Chalán Sucre, Memorias del Silencio*. Chalán : Expedición Sensorial por los Montes de María .

Zuñiga, C. A. (2015). Análisis de la investigación y desarrollo turístico en Colombia.
Espacios, Vol 36 N° 18, 9 - 27.

8. ANEXOS

Ficha de caracterización turística

FICHA 1

CARACTERIZACIÓN TURÍSTICA DE COMUNIDADES

1. DATOS GENERALES

1.1 Ubicación de la comunidad

NOMBRE DE PROVINCIA
NOMBRE DE CANTÓN
NOMBRE DE PARROQUIA
NOMBRE DE COMUNIDAD

1.2 Número aproximado de habitantes en el conglomerado urbano.
(Esta información la puede encontrar en la página Web del INEC)

Fuente _____.

2. OFERTA DE SERVICIOS

2.1 Alojamiento

Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad (Una vez identificados los establecimientos de alojamiento, sírvase llenar el Apéndice No. 1).

1. HOTELES	#	5. MOTELES	#
2. HOSTERIAS	<input type="text"/>	6. HOSPEDERIAS COMUNITARIAS	<input type="text"/>
3. HOSTALES	<input type="text"/>	7. CAMPING	<input type="text"/>
4. PENSIONES	<input type="text"/>	8. OTRO _____	<input type="text"/>

3.2. Principales vías de acceso a la comunidad:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
2. ADOQUINADA	<input type="checkbox"/>	7. MARÍTIMA	<input type="checkbox"/>
3. EMPEDRADA	<input type="checkbox"/>	8. AÉREA	<input type="checkbox"/>
4. LASTRADA	<input type="checkbox"/>	9. SENDERO	<input type="checkbox"/>
5. DE TIERRA (CARROSABLE)	<input type="checkbox"/>	10. OTRO _____	

3.3. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

b) TURÍSTICA

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

3.4. En la comunidad se hace uso de los siguientes transportes públicos (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHAS	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

3.5. En la comunidad existen las siguientes terminales o estaciones de transporte (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. MARÍTIMO	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. FLUVIAL	<input type="checkbox"/>
3. CAMIONES	<input type="checkbox"/>	7. LACUSTRE	<input type="checkbox"/>
4. TAXIS	<input type="checkbox"/>	8. AÉREO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

3.6. Descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/ TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.- CANTONAL		

3.7. Si no existe medio de transporte público, señale la distancia a la que se puede abordar cualquier tipo de transporte motorizado _____ Km.

COMUNICACIONES

3.8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

1. Sí
2. No

3.9. La oficina de teléfonos más cercana se encuentra a _____ Kms.

3.10. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.11. En la comunidad existen _____ cabinas de servicio telefónico para uso público.

3.12. En la comunidad existen _____ cibercafés o establecimientos de uso público de Internet.

3.13. Existe oficina de correos en la comunidad:

1. Sí
2. No

SANIDAD

3.14. Existe red de agua entubada:

1. Sí % de la población con agua entubada _____
2. No

3.15. Se trata con cloro el agua en la fuente de distribución:

1. Sí
2. No

3.16. Fuente principal de abasto / Qué tipo de agua se consume:

- | | | | |
|----------------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 1. RED PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 6. POZO | <input type="checkbox"/> |
| 2. PILA O LLAVE PÚBLICA | <input type="checkbox"/> | 7. RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA | <input type="checkbox"/> |
| 3. OTRA FUENTE POR TUBERÍA | <input type="checkbox"/> | 8. AGUA LLUVIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. CARRO REPARTIDOR | <input type="checkbox"/> | 9. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |
| 5. TRICICLO | <input type="checkbox"/> | | |

3.17. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. Sí % de la población con alcantarillado _____
 2. No

3.18. En dónde elimina las excretas la mayoría de la población: pueden obtener la información preguntando al municipio, junta parroquial o líder comunal).

1. EXCUSADO Y ALCANTARILLADO
 2. LETRINA
 3. AIRE LIBRE, RÍO, ESTERO
 4. POZO SÉPTICO
 5. POZO CIEGO
 6. OTRO _____

3.19. Cómo elimina la basura la mayoría de la población:

1. CARRO RECOLECTOR
 2. SE QUEMA
 3. SE ENTIERRA
 4. OTRO _____

3.20. Existen establecimientos de salud en la comunidad:

1. Sí
 2. No

3.21. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario.

	Cuantos		Cuantos
1. PARTERAS CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	9. HOSPITAL PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
2. PARTERAS NO CAPACITADAS	<input type="checkbox"/>	10. DISPENSARIO PÚBLICO	<input type="checkbox"/>
3. PROMOTORES DE SALUD	<input type="checkbox"/>	11. UNIDAD MÓVIL	<input type="checkbox"/>
4. CURANDERO TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	12. CONSULTORIO PRIVADO	<input type="checkbox"/>
5. SHAMAN	<input type="checkbox"/>	13. CLÍNICAS	<input type="checkbox"/>
6. BOTIQUIN COMUNITARIO	<input type="checkbox"/>	14. HOSPITAL PRIVADO	<input type="checkbox"/>
7. SUB-CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	15. FARMACIA	<input type="checkbox"/>
8. CENTRO DE SALUD	<input type="checkbox"/>	16. OTRO	<input type="checkbox"/>

3.22. Si no hay establecimientos de salud en la comunidad.

1. A cuál establecimiento asisten para atender su salud _____
 2. Parroquia o cabecera cantonal a la cuál pertenece el establecimiento de salud _____
 3. Distancia del establecimiento al cuál asisten (Km). _____

ENERGIA

3.23. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad:

1. Sí
2. No

3.24. Distancia al lugar más cercano con energía eléctrica: _____ Km.

3.25. Qué porcentaje de la población tiene energía eléctrica: _____.

3.26. Existen gasolineras en la comunidad

1. Sí ¿Cuántas? _____
2. No

3.27. Distancia a la gasolinera más cercana: _____ Km.

4. GOBERNANZA

4.1. De qué instituciones recibe o ha recibido apoyo la comunidad para su desarrollo: nombre a las instituciones involucradas, el período en que se recibió el apoyo de las mismas. Puede obtener información en municipios, juntas parroquiales o el líder de la comuna.

INSTITUCIÓN	NOMBRE	DESDE	HASTA	ACTIVIDAD
1 NACIONALES				
2 INTERNACIONALES				

4.2. Existen planes de desarrollo en la comunidad. Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

1. Sí

PLAN	AÑO

2. No

4.3. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad (marque con una x):

TIPO DE ORGANIZACIÓN		
1.	JUNTA PARROQUIAL	<input type="checkbox"/>
2.	COMITÉ DE BARRIO	<input type="checkbox"/>
3.	DIRECTIVA COMUNITARIA	<input type="checkbox"/>
4.	COMITÉ DE DESARROLLO	<input type="checkbox"/>
5.	COOPERATIVAS	<input type="checkbox"/>
6.	ORGANIZACIÓN DE MUJERES	<input type="checkbox"/>
7.	COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	<input type="checkbox"/>
8.	ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	<input type="checkbox"/>
9.	CLUBES	<input type="checkbox"/>
10.	ASOCIACIONES DE TURISMO	<input type="checkbox"/>
11.	OTRAS	<input type="checkbox"/>

5. COMUNIDAD RECEPTORA

5.1. A qué actividades económicas principales se dedica la población (Para contestar esta pregunta se puede consultar en el INEC. Llene las casillas con porcentajes):

1. AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	<input type="checkbox"/>	6. SERVICIOS COMUNALES, SOCIALES Y PERSONALES	<input type="checkbox"/>
2. EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	<input type="checkbox"/>	7. TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	<input type="checkbox"/>
3. INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	<input type="checkbox"/>	8. ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS	<input type="checkbox"/>
3.1 ARTESANÍAS	<input type="checkbox"/>	9. COMERCIO	<input type="checkbox"/>
4. ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	<input type="checkbox"/>	10. TURISMO, HOTELES Y RESTAURANTES	<input type="checkbox"/>
5. CONSTRUCCIÓN	<input type="checkbox"/>	11. ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS	<input type="checkbox"/>

Fuente: _____

5.2. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad? Nómbrelas.

1. _____
2. _____
3. _____

Fuente: _____

5.3. Tipo de empleo turístico (Sólo para comunidades que prestan servicios turísticos). Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ personas.

	Porcentaje%
1. EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	<input type="checkbox"/>
2. EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENDEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	<input type="checkbox"/>

5.4. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

- | | |
|-------------------------|--------------------------|
| 1. TRABAJO EN GRUPO | <input type="checkbox"/> |
| 2. MINGA | <input type="checkbox"/> |
| 3. ASAMBLEA COMUNITARIA | <input type="checkbox"/> |
| 4. OTRAS | <input type="checkbox"/> |

Comentarios:

5.5. Ha participado la Comunidad o la Directiva Comunitaria en la elaboración de los Planes Estratégicos locales con:

- | | | |
|------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | Si | No |
| 1. MUNICIPIO | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2. GOBIERNO PROVINCIAL | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

5.6. Destrezas para turismo encontradas en la comunidad. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

- | | |
|---------------------------------------|----------------------|
| | # de personas |
| 1. INGLÉS | <input type="text"/> |
| 2. CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA | <input type="text"/> |
| 3. COCINA | <input type="text"/> |
| 4. CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN | <input type="text"/> |
| 5. OTRA _____ | <input type="text"/> |

5.7. Actitud de la comunidad hacia la actividad turística. El encuestador puede preguntar dentro de la comunidad una vez que haya logrado el acercamiento y establecerá el número de personas que tengan las siguientes habilidades (Se puede obtener esta respuesta a través de un taller).

Para contestar esta pregunta se encuestó a _____ - personas.

- | | |
|---|----------------------|
| | % relativo |
| 1. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo (es considerado en planes, políticas, hay asociaciones de prestadores de servicios turísticos, etc.) | <input type="text"/> |
| 2. El turismo es una actividad económica alterna y estacional (La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades) | <input type="text"/> |
| 3. Indiferencia hacia el desarrollo local de la actividad turística (La comunidad no contesta preguntas relacionadas al turismo, no opinan) | <input type="text"/> |
| 4. Rechazo hacia el desarrollo de la actividad turística en la comunidad (La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos) | <input type="text"/> |

5.8. Problemas sociales que según el encuestador pueden afectar al desarrollo turístico de la comunidad. Se pueden identificar también necesidades de capacitación de acuerdo a los resultados obtenidos en la pregunta (5.6).
Comentarios:



Auxiliar de campo:

Fecha:

Apéndice 1

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	Tipo	Servicios				# Hab.	# Plazas
			Alim	a/a	Tv	Bar		
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
		TOTALES						

Apéndice 2

(Opcional si no existe información disponible en el Catastro del MINTUR)

ESTABLECIMIENTOS DE ALIMENTACIÓN

#	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	TIPO	CAPACIDAD	ESPECIALIDAD	TIPO DE SERVICIO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
		TOTALES			

Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos

FICHA 3

CARACTERIZACIÓN DE ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS

Utilice una de estas fichas por cada uno de los atractivos o recursos turísticos que identifique en la comunidad. Toda la información que se recaba a través de esta ficha tiene que ver con el atractivo o recurso³ turístico específicamente.

1. DATOS GENERALES

1.1 Nombre del recurso o atractivo

1.2 Ubicación del atractivo

1.3 El atractivo se encuentra:

1. DENTRO DE LA COMUNIDAD (EN EL ÁREA URBANA)
2. FUERA DE LA COMUNIDAD (EN LOS ALREDEDORES)

<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

1.4 La comunidad más cercana al atractivo es _____.

1.5 El atractivo dista de la comunidad más cercana a _____ Km.

2. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO

2.1 Natural

1. PLAYA DE RÍO/LAGUNA
2. PLAYA DE MAR
3. RÍO/LAGUNA SIN PLAYA
4. MAR SIN PLAYA
5. ISLA/ISLOTE

<input type="checkbox"/>

7. BAHÍA
8. CAÍDA DE AGUA
9. AGUAS TERMALES
10. BOSQUE
11. OBSERVACIÓN DE FLORA O FAUNA

<input type="checkbox"/>

³ Como "recurso o atractivo potencial" se entiende a todos los recursos naturales y culturales que reúnen las condiciones estéticas para ser considerados como tales, pero que no cuentan con la planta y/o infraestructura adecuada para ser utilizados turísticamente.

6. ESTERO 12. OTRO _____

2.2 Cultural

1. MUSEO	<input type="checkbox"/>	7. ARTESANÍA	<input type="checkbox"/>
2. ARQUITECTURA TRADICIONAL	<input type="checkbox"/>	8. ARTES (ESPECIFIQUE)	<input type="checkbox"/>
3. LUGAR HISTÓRICO	<input type="checkbox"/>	9. COMIDA Y/O BEBIDA TÍPICA	<input type="checkbox"/>
4. RUINA /SITIO ARQUEOLÓGICO	<input type="checkbox"/>	10. GRUPO ÉTNICO	<input type="checkbox"/>
5. MANIFESTACIÓN RELIGIOSA	<input type="checkbox"/>	11. ACONTECIMIENTO PROGRAMADO	<input type="checkbox"/>
6. FERIA Y/O MERCADO	<input type="checkbox"/>	12. OTRO _____	<input type="checkbox"/>

2.3 El atractivo o recurso puede disfrutarse durante:

1. TODO EL AÑO	<input type="text"/>
2. POR TEMPORADAS (ESPECIFIQUE)	
3. EVENTO PROGRAMADO (ESPECIFIQUE FECHA)	

2.4 Horarios de atención / horas de disfrute del recurso

2.5 El atractivo o recurso tiene algún uso por parte de la comunidad local

1. Sí	<input type="checkbox"/>
2. No	<input type="checkbox"/>

¿CUÁL? _____

3. DEMANDA REAL DEL ATRACTIVO

3.1. El atractivo tiene una demanda aproximada de (puede hacer un cálculo por observación directa o puede preguntar a informantes clave).

_____ VISITANTES DE LUNES A VIERNES
_____ VISITANTES LOS DÍAS SÁBADO
_____ VISITANTES LOS DÍAS DOMINGO
_____ VISITANTES LOS DÍAS FERIADOS

Fuente de información:

3.2. Frecuencia de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

1. PERMANENTE (TODO EL AÑO)	<input type="checkbox"/>
2. ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	<input type="checkbox"/>
3. ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	<input type="checkbox"/>
4. INEXISTENTE	<input type="checkbox"/>
5. OTRA _____	<input type="checkbox"/>

Fuente de información:

3.3. Tipo de demanda que posee el atractivo (Marcar con una x)

- 1. INTERNACIONAL
- 2. NACIONAL
- 3. REGIONAL
- 4. LOCAL

4. SITUACIÓN ACTUAL DEL RECURSO O ATRACTIVO

4.1 El recurso o atractivo se encuentra actualmente

- 1. CONSERVADO
- 2. DETERIORADO CON POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN
- 3. DETERIORADO SIN POSIBILIDAD DE RECUPERACIÓN

4.2 El atractivo está a cargo de _____ y el número de teléfono o dirección de contacto es _____

4.3 Tenencia de la tierra donde se asienta el recurso o atractivo

- 1. PRIVADA
- 2. PÚBLICA
- 3. COMUNAL
- 4. OTRA _____

4.4 Se han realizado gestiones para su conservación o restauración

- 1. sí
- 2. NO

¿Cuáles?

4.5 Existen restricciones, regulaciones, políticas para el uso del atractivo

- 1. SI CUALES _____

2. No

4.6 El atractivo tiene impactos ocasionados por el turismo u otras actividades productivas QUE PUEDAN AFECTAR SU CALIDAD ESTÉTICA (puede contestar esta pregunta por observación directa o a través de informantes clave)

	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS SOCIALES		
	POSITIVOS	NEGATIVOS
IMPACTOS AMBIENTALES		

5. TRANSPORTE Y ACCESIBILIDAD

5.1. Las vías de acceso que conducen al atractivo específicamente, son accesibles durante:

1. TODO EL AÑO

2. POR TEMPORADAS, LOS MESES DE: _____

5.2. Principales vías de acceso al atractivo:

1. PAVIMENTADA/ ASFALTADA

2. ADOQUINADA

3. EMPEDRADA

4. LASTRADA

5. DE TIERRA (CARROSABLE)

6. FLUVIAL

7. MARÍTIMA

8. AÉREA

9. SENDERO

10. OTRO _____

5.3. Para llegar al atractivo existe señalización:

a) VIAL

1. Sí

2. No

b) TURÍSTICA

1. Sí

2. No

5.4. Para llegar al atractivo existen los siguientes tipos de transporte público (puede marcar más de una opción):

1. BUS	<input type="checkbox"/>	5. CANOA	<input type="checkbox"/>
2. CAMIONETA	<input type="checkbox"/>	6. AVIÓN	<input type="checkbox"/>
3. TAXIS	<input type="checkbox"/>	7. AVIONETA	<input type="checkbox"/>
4. LANCHAS	<input type="checkbox"/>	8. NINGUNO	<input type="checkbox"/>
		9. OTRO _____	

5.5. Descripción del transporte público terrestre disponible para llegar al atractivo

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	ESTACIÓN/TERMINAL	TIPO DE TRANSPORTE (MARQUE CON UNA X)		FRECUENCIA DEL SERVICIO	TIPO DE VEHÍCULO
		LOCAL	INTER.-CANTONAL		

6. FACILIDADES Y ACTIVIDADES TURÍSTICAS

6.1. Servicios turísticos que existen actualmente **EN** el atractivo o sus alrededores

TIPO DE SERVICIO	#
1. RESTAURANTES	<input type="text"/>
2. KIOSCOS DE COMIDA	<input type="text"/>
3. BARES	<input type="text"/>
4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL	<input type="text"/>
5. OTRO _____	<input type="text"/>

6.2. En caso de que el atractivo no cuente con servicios turísticos, marque con una (x) los que usted considera necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda.

1. RESTAURANTES

2. KIOSCOS DE COMIDA

- 3. BARES
- 4. SERVICIO DE GUIANZA LOCAL
- 5. OTRO _____
- 6. NINGUNO

6.3. Actividades recreativas que se pueden realizar en el recurso o atractivo. Señale todas las actividades recreativas que se realizan actualmente con un asterisco (*), y las que usted recomienda que podrían realizarse con un visto (v). Recuerde que cuenta con espacios en blanco para las actividades que no se hayan incluido en el formulario.

- | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|
| 1. NATACIÓN | <input type="checkbox"/> | 12 COMPRAS | <input type="checkbox"/> |
| 2. PESCA DEPORTIVA | <input type="checkbox"/> | 13 GASTRONOMÍA | <input type="checkbox"/> |
| 3. CAZA | <input type="checkbox"/> | 14 CONOCIMIENTO ANTROPOLÓGICO | <input type="checkbox"/> |
| 4. DEPORTES DE CANCHA | <input type="checkbox"/> | 15 EVENTOS PROGRAMADOS | <input type="checkbox"/> |
| 5. DEPORTES DE AVENTURA/RIESGO | <input type="checkbox"/> | 16 CAMPING | <input type="checkbox"/> |
| 6. COMPETENCIAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 17 PICNIC | <input type="checkbox"/> |
| 7. CAMINATAS | <input type="checkbox"/> | 18 CICLISMO/ BICICLETA DE MONTAÑA | <input type="checkbox"/> |
| 8. PASEOS EN BOTE/LANCHA | <input type="checkbox"/> | 19 PARAPENTE | <input type="checkbox"/> |
| 9. PASEOS A CABALLO/MULA | <input type="checkbox"/> | 20 BUCEO / SNORKEL | <input type="checkbox"/> |
| 10. VISITAS GUIADAS | <input type="checkbox"/> | 21 _____ | <input type="checkbox"/> |
| 11. OBSERVACIÓN DE FLORA Y/O FAUNA | <input type="checkbox"/> | 22 _____ | <input type="checkbox"/> |

Comentarios: _____

6.4. Instalaciones con que cuenta actualmente el atractivo para la realización de actividades recreativas y turísticas (indique cuántas unidades existen de cada instalación).

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. PISCINA | <input type="checkbox"/> | 6. PUENTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. VESTIDORES | <input type="checkbox"/> | 7. CIRCUITOS DE SENDEROS | <input type="checkbox"/> |
| 3. CANCHAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 8. REFUGIO | <input type="checkbox"/> |
| 4. MUELLE | <input type="checkbox"/> | 9. PASARELAS | <input type="checkbox"/> |
| 5. MIRADOR | <input type="checkbox"/> | 10. OTRO _____ | <input type="checkbox"/> |

Comentarios con respecto a la calidad de las instalaciones existentes:

6.5. En caso de que el atractivo no cuente con instalaciones, marque con una (x) qué instalaciones cree usted que el atractivo necesita para la realización de actividades recreativas y turísticas.

- | | | | |
|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1. PISCINA | <input type="checkbox"/> | 6. PUENTES | <input type="checkbox"/> |
| 2. VESTIDORES | <input type="checkbox"/> | 7. CIRCUITOS DE SENDEROS | <input type="checkbox"/> |
| 3. CANCHAS DEPORTIVAS | <input type="checkbox"/> | 8. REFUGIO | <input type="checkbox"/> |

Ficha de Inventario turístico – entrevista patrimonio cultural tipo material

FORMULARIO GENERAL 1, PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL	
Bienes Culturales Muebles - Arquitectónico, Artístico Monumental	
Identificación del bien:	
1.1. Nombre Entrevistado	
1.2. Teléfono de contacto	
1.2.1 Como llegar	
1.3. Historia del inmueble	
1.4. Como se adquirió el inmueble	
1.5. Materiales	
1.6. Mantenimiento	
1.7. Impacto del bien en la comunidad Actual	
1.8. Impacto del bien en la comunidad Futuro	
1.9. Destaque un aspecto positivo del municipio	
1.10. Destaque un hecho que mejorar en el municipio	
1.11. le gustaría incluirse dentro de un producto turístico cultural en el municipio	
2. CARÁCTERÍSTICAS	
2.4. Descripción del bien:	
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	
Estado de Conservación (21)	
Constitución del Bien (21)	
Representatividad General (28)	
Subtotal	
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	
TOTAL	
Diligenciado por:	

Ficha de Inventario turístico – entrevista patrimonio cultural tipo inmaterial

FORMULARIO GENERAL 1, PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL	
Bienes Culturales Muebles - Arquitectónico, Artístico Monumental	
Identificación del bien:	
1.1. Nombre Entrevistado	
1.2. Teléfono de contacto	
1.2.1 Como llegar	
1.3. Historia de su arte	
1.4. Quien le enseñó?	
1.5. Como lo hace	
1.6. Mantenimiento	
1.7. Materiales que utiliza	
1.7.1. 100% orgánico?	
1.8. Cuanto invierte (Tiempo)	
1.8.1. Cuanto invierte (Dinero)	
1.9. Precio Max y min de sus productos	
1.10. Como lo comercializa	
1.11. Es su actividad principal?	
1.11.1 la convertirás en su actividad principal?	
1.12. Impacto del bien en la comunidad Actual	
1.13. Impacto del bien en la comunidad Futuro	
1.14. Destaque un aspecto positivo del municipio	
1.15. Destaque un hecho que mejorar en el municipio	
1.16. le gustaría incluirse dentro de un producto turístico cultural en el municipio	
2. CARÁCTERÍSTICAS	
2.4. Descripción del bien:	
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Colectiva (14)	
Tradicional (14)	
Anónima (14)	
Espontánea (14)	
Popular (14)	
Subtotal	
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	
TOTAL	
Diligenciado por:	

Ficha de Inventario turístico – entrevista patrimonio cultural Fiestas y ferias

Bienes Culturales Muebles - Arquitectónico, Artístico Monumental	
Identificación del bien:	
1.1. Nombre Entrevistado	
1.2. Teléfono de contacto	
1.2.1 Como llegar	
1.3. Historia del evento	
1.4. Como surgió	
1.5. Fecha de realización	
1.6. Actividades generales	
1.7. Mantenimiento	
1.8. Inversión en la festividad	
1.8.1. beneficios económicos	
1.7. Impacto del bien en la comunidad Actual	
1.8. Impacto del bien en la comunidad Futuro	
1.9. Destaque un aspecto positivo del municipio	
1.10. Destaque un hecho que mejorar en el municipio	
1.11. le gustaría incluirse dentro de un producto turístico cultural en el municipio	
2. CARACTERÍSTICAS	
2.4. Descripción del bien:	
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Organización del evento (30)	
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)	
Beneficios económicos locales (20)	
Subtotal	
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	
TOTAL	
Diligenciado por:	

Ficha de Inventario turístico – Patrimonio Natural

Patrimonio Natural - Bienes Naturales		
1.1. Nombre		
1.2. Municipio		
1.4. Corregimiento		
1.5. Administrador o Propietario		
1.6. Dirección/Ubicación		
1.7. Teléfono/Fax		
1.9. Tiempo (desde la ciudad capital)		
1.10. Tipo de Acceso		
1.11. Indicaciones para el acceso:		
2. CARÁCTERÍSTICAS		
2.1. Código Asignado		
2.4. Descripción:		
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN		
CALIDAD	PUNTAJE	IMAGEN
Sin contaminación de aire (10)		
Sin contaminación de agua (10)		
sin contaminación visual (10)		
Sin contaminación sonora (10)		
Estado de conservación (10)		
Diversidad (10)		
Singularidad (10)		
Subtotal		
SIGNIFICADO		
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		
TOTAL		
Diligenciado por:		