

## **Información Importante**

La Universidad Santo Tomás, informa que el(los) autor(es) ha(n) autorizado a usuarios internos y externos de la institución a consultar el contenido de este documento a través del Catálogo en línea de la Biblioteca y el Repositorio Institucional en la página Web de la Biblioteca, así como en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

Se permite la consulta a los usuarios interesados en el contenido de este documento, para todos los usos que tengan finalidad académica, nunca para usos comerciales, siempre y cuando mediante la correspondiente cita bibliográfica se le dé crédito al trabajo de grado y a su autor.

De conformidad con lo establecido en el Artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, la Universidad Santo Tomás informa que “los derechos morales sobre documento son propiedad de los autores, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.”

**Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación, CRAI-Biblioteca**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**Análisis de los efectos socioeconómicos de la construcción del eco parque del cerro “Eco-parque Cerro del Santísimo”, en el Municipio de Floridablanca, Santander**

**Eduardo Alfonso Angarita Moncada**

**Julián Guillermo Samacá Alonso**

**Trabajo de Grado presentado como requisito para optar por el título de Economista**

**Director:**

**Ms© Sandra Marcela Muñoz Zea**

**Universidad Santo Tomás, Bucaramanga**

**División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**

**Facultad De Economía**

**2017**

### **Dedicatoria**

Este importante logro se lo dedico a mi padre Guillermo Samaca Espitia, mi madre Miriam Margarita Alonso y a mis hermanos, los cuales fueron mi apoyo durante este proceso y son el pilar de mi vida.

**Julián Samaca**

Quiero dedicar este trabajo a mis padres Blanca Moncada y Alfonso Angarita, por haberme apoyado en todo momento, por su paciencia y consejos, lo cual me ha convertido en un hombre de bien, por otra parte agradezco a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento.

**Eduardo Angarita**

### **Agradecimientos**

Los autores agradecemos de manera conjunta en primer lugar a Dios, quien fue la guía de este camino e hizo posible realizar este trabajo. De igual manera agradecemos profundamente a cada de nuestros padres y familiares que estuvieron promocionando y acompañando nuestro proceso de aprendizaje y hacen que hoy este nuevo logro en nuestras vidas sea realidad, también queremos reconocer la colaboración de nuestra tutora Sandra Muñoz ya que sin su paciencia, consejos y colaboración constante no hubiera sido posible la realización de este documento.

## Contenido

	Pág.
Introducción .....	12
1. Descripción del problema .....	15
1.1 Planteamiento del problema.....	15
1.2 Objetivos .....	19
1.2.1 Objetivo general .....	19
1.2.2 Objetivos específicos.....	19
1.3 Justificación .....	19
2. Marco Referencial.....	22
2.1 Antecedentes .....	22
2.2 Marco conceptual.....	31
2.2.1 Turismo .....	31
2.2.2 Centralidades.....	35
2.3 Marco Teórico.....	37
2.3.1 Turismo como motor de desarrollo.....	37
2.3.2 Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas: Matriz DOFA.....	41
3. Metodología.....	46
4. Resultados.....	57
4.1 Descripción del proyecto, contexto y actores .....	57
4.1.1 Inventario turístico de Floridablanca.....	57

4.1.2 Descripción del proyecto.....	61
4.1.3 Contexto territorial del proyecto .....	65
4.1.4 Principales Actores municipales. ....	67
4.2 Expectativas del proyecto. ....	69
4.2.1 Controversias.....	72
4.2.2 Perspectiva ciudadana. ....	80
4.2.2.1 Análisis descriptivo. ....	81
4.2.2.2 Análisis estadístico. ....	93
4.2.2.2.1. Análisis estadístico de medias, desviación estándar y límites.....	94
4.3 Análisis estratégico: Matriz DOFA.....	100
4.4 Discusión.....	106
4.5. Análisis de los efectos socio-económicos. ....	108
5. Conclusiones.....	111
6. Recomendaciones .....	117
Referencias Bibliográficas .....	119
Apéndices.....	130
Apéndice A. Instrumento encuesta de perspectiva. ....	130
Apéndice B. Instrumento documento entrevista. ....	132
Apéndice C. Encuesta Cerro del Santísimo .....	134

### Lista de Figuras

	Pág.
<i>Figura 1.</i> Viajeros extranjeros llegados a Colombia 2004-2015 .....	20
<i>Figura 2.</i> Pirámide poblacional del Municipio de Floridablanca 2014. ....	48
<i>Figura 3.</i> Localización Geográfica y División Política del Municipio de Floridablanca.....	65
<i>Figura 4.</i> Distribución población por Veredas. ....	66
<i>Figura 5.</i> Distribución porcentual por género .....	81
<i>Figura 6.</i> Distribución porcentual por edades. ....	82
<i>Figura 7.</i> Distribución porcentual por ocupación.....	82
<i>Figura 8.</i> ¿Cree usted que ha aumentado la afluencia de turistas al municipio?.....	83
<i>Figura 9.</i> ¿Considera que el aumento de turistas en el municipio es por la puesta en marcha del Cerro del Santísimo?.....	83
<i>Figura 10.</i> ¿Considera que ha aumentado el número de locales comerciales desde la puesta en marcha del Cerro del Santísimo? .....	84
<i>Figura 11.</i> ¿Qué tipo de beneficios considera usted que ha traído al municipio la puesta en funcionamiento del Cerro del Santísimo?.....	84
<i>Figura 12.</i> ¿Considera que el municipio de Floridablanca, cuenta con la infraestructura necesaria para acoger un crecimiento en el número de turistas? .....	85
<i>Figura 13.</i> ¿Considera que los demás atractivos turísticos del municipio opacan el potencial que posee el Cerro del Santísimo para atraer nuevos turistas?.....	85
<i>Figura 14.</i> ¿Cree usted que con la apertura del Eco-parque Cerro del Santísimo se beneficiara la población en general del municipio? .....	86

*Figura 15.* ¿Considera que el municipio debió invertir el dinero de la construcción del Eco-Parque Cerro del Santísimo en otras obras prioritarias para la zona?..... 87

*Figura 16.* ¿Considera que el Cerro del Santísimo como destino turismo será influyente a través de los años?..... 87

*Figura 17.* ¿Considera que la población en general está satisfecha con la construcción del Cerro del Santísimo?..... 88

*Figura 18.* ¿Considera que hizo falta mayor participación de la población local para la formulación del proyecto Cerro del Santísimo?..... 88

### Lista de Tablas

	Pág.
Tabla 1. <i>Matriz de determinación de condiciones reales.</i> .....	53
Tabla 2. <i>Matriz de ponderación.</i> .....	53
Tabla 3. <i>Matriz de totales y porcentajes</i> .....	54
Tabla 5. <i>Estrategias DOFA</i> .....	55
Tabla 7. <i>Plataforma turística de Floridablanca.</i> .....	57
Tabla 8. <i>Distribución por bloques.</i> .....	94
Tabla 9. <i>Valores estadísticos del total de la encuesta.</i> .....	94
Tabla 10. <i>Estadísticas de muestra única total de las encuesta.</i> .....	95
Tabla 11. <i>Intervalos de confianza del total de la encuesta.</i> .....	96
Tabla 12. <i>Estadísticos descriptivos bloque económico.</i> .....	96
Tabla 13. <i>Estadísticas de muestra única bloque económico.</i> .....	97
Tabla 14. <i>Intervalos de confianza del bloque económico.</i> .....	97
Tabla 15. <i>Estadísticos descriptivos bloque social.</i> .....	98
Tabla 16. <i>Estadísticos de muestra única del bloque social.</i> .....	98
Tabla 17. <i>Intervalos de confianza del bloque social.</i> .....	98
Tabla 18. <i>Límites de Bloque social.</i> .....	99
Tabla 19. <i>Límites de Bloque económico.</i> .....	99
Tabla 20. <i>Matriz de análisis externo.</i> .....	101
Tabla 22. <i>Matriz de análisis interno</i> .....	103

**Lista de Apéndices**

	Pág.
Apéndice A. Instrumento encuesta de perspectiva. ....	130
Apéndice B. Instrumento documento entrevista. ....	132
Apéndice C. Encuesta Cerro del Santísimo .....	134

### **Resumen**

El presente trabajo se realizó con el ánimo de identificar los posibles efectos socio-económicos en el municipio de Floridablanca-Santander tras la puesta en marcha del proyecto denominado “Eco-parque Cerro el Santísimo”. La investigación de tipo descriptiva gira entorno a todo lo relacionado con el mega-proyecto, tal como su descripción general, los actores involucrados y sus roles y capacidades, para de esta forma a través de un análisis estratégico poder decir que; si bien el proyecto es una gran apuesta que hace el departamento y el municipio, no son muy claras las señales que indiquen que es la mejor opción para tratar de generar recursos para el municipio que se vean traducidos en la mejora de la calidad de vida de esta población, que es el supuesto que sustenta la idea de invertir en el proyecto. Por tal motivo los promotores del atractivo deberían hacer pública y de forma transparente cada una de las decisiones políticas de alto impacto, como son las inversiones a gran escala.

*Palabras clave:* Eco-parque Cerró Santísimo, Floridablanca, análisis DOFA.

### **Abstract**

This work was done with the aim to identify the possible socio-economic effects on Floridablanca community after the implementation of the project "Eco-park Cerro the Blessed". The descriptive research type revolves around everything related to the mega-project as its general description, stakeholders and their roles and capabilities in this way through a strategic analysis to say that; although the project is a big bet that makes the department and the municipality, are not very clear signals indicating that it is the best option to try to generate resources for the municipality to look translated into improved quality of life this population, which is the assumption underlying the idea of investing in the project. For this reason the promoters of appeal should make public and transparently each high-impact policy decisions, such as large-scale investments and thus try to ensure some extent effective use of resources.

*Keywords:* Eco-park Cerró Santísimo, Floridablanca, DOFA analysis.

## **Introducción**

El turismo es una de las locomotoras económicas con mayor crecimiento en la sociedad actual, su auge se ve reflejado en las altas tasas de movilización de personas alrededor del mundo; además se la contribución económica y sociocultural que genera. Según el Plan Sectorial de Turismo - PST- de 2014, “Colombia para el año 2020 habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país a través de la generación de empleo y la eficiente redistribución del ingreso” (Pg. 9). Diferentes regiones en Colombia están en la tarea de consolidarse como destinos turísticos altamente reconocidos, Santander y el municipio de Floridablanca son unas de ellas, este último con su plan de desarrollo 2012-2015 espera ser uno de los ejes turísticos más importantes de la región a partir de la creación de proyectos turísticos que aporten desarrollo al municipio y la región.

El denominado mega-proyecto eco-parque “Cerro del Santísimo”, cuyo atractivo principal es el monumento al Santísimo de 33 metros de altura erigido en una de las montañas más altas del municipio de Floridablanca, se presenta como una de las principales apuestas turísticas en la región. De acuerdo con estudios de la Comisión Regional de Competitividad de Santander (2008), se espera que el proyecto genere 500 empleos directos en su etapa de desarrollo y 220 cuando esté en funcionamiento, se espera también que produzca una activación en todos los sectores que alimentan al sector turístico: Transporte, hoteles, restaurantes, centros comerciales. El monumento hace parte del plan estratégico de turismo departamental que le apuesta a tres grandes ejes turísticos junto con el proyecto del “Cerro del Santísimo”: el proyecto del cañón de

Chicamocha (que incluye el Parque Nacional del Chicamocha -PANACHI-), el Acuaparque Nacional del Chicamocha y la represa de Hidrosogamoso.

Como se evidencia, la construcción de estas obras tiene como propósito consolidar a la región como destino turístico y dar un impulso socio-económico al municipio y al departamento en general. El proyecto se suma al abanico de ofertas turísticas que ofrece la región en conjunto con su riqueza colonial, sus atracciones de aventura extremas y sus paisajes característicos, con ellos se estructura la gran apuesta turística de Santander en el largo plazo.

Sin embargo la construcción del eco-parque ha suscitado un gran número de controversias aun no resueltas: la selección del lugar para su construcción en una zona ambientalmente frágil, las implicaciones ambientales del proyecto y especialmente la duda existente sobre si realmente se cumplen las expectativas expuestas en los diferentes documentos gubernamentales, son cuestionamientos que la justificación del proyecto no ha logrado aclarar.

En este sentido el objetivo principal de este documento es hacer un análisis estratégico de la construcción del eco-parque “Cerro el Santísimo”, para referenciar a partir de este análisis, de la revisión de información secundaria y de la recolección de datos sobre la percepción de la comunidad frente al proyecto; algunos de los efectos socioeconómicos que puede ejercer el eco-parque en el municipio de Floridablanca - Santander.

Para ello se desarrollan tres grandes capítulos: El primer capítulo se titula “Proyecto: Cerro del santísimo”, este a su vez se divide en tres partes. La primera de ellas es la descripción del proyecto con base en información suministrada por la alcaldía y la oficina de planeación del municipio. (Ubicación, inversión, tiempo de, atracción de turistas y generación de ingresos, mejora de los indicadores socioeconómicos, creación de empleo, entre otras). La segunda parte trata lo relacionado con el contexto en el cual se desarrolla el proyecto, es decir las características

económicas sociales y turísticas del municipio de Floridablanca, para de esta forma, en la tercera y última parte pasar a mencionar los actores involucrados y los roles de cada uno.

El segundo capítulo “Expectativas del proyecto”, presenta la información necesaria para construir el análisis estratégico del proyecto por medio de la Matriz DOFA. De igual manera que el capítulo anterior, se compone de tres subsecciones. 1) Normativa del proyecto: Se revisa los documentos oficiales de los planes y programas de desarrollo en cada uno de los órdenes (Nacional, departamental y Local). 2) Posturas de los actores: recopila información sobre la forma en que se ve afectado cada uno de los involucrados, y de acuerdo a esto cual es la postura y expectativa de cada uno, y como esto ha generado gran número de controversias, clasificadas en tres tipos, (económicas, sociales y ambientales), donde también se incluyen los resultados de una encuesta de percepción ciudadana sobre la puesta en marcha del “Cerro del Santísimo; además de un análisis descriptivo y estadístico sobre la percepción ciudadana mediante la metodología utilizada en el trabajo de (Bagri & Kala, 2016) en el caso de India y el cual se aplica de forma paralela al caso de Floridablanca, con lo cual se podrán identificar los efectos socioeconómicos del proyecto hacia la región y población estudiada. 3) Inventario turístico del municipio: Esta sección presenta Stock de capital turístico con el que cuenta Floridablanca para atender a sus visitantes.

Luego del acercamiento al proyecto, sus actores, roles y expectativas, en el tercer capítulo “Análisis estratégico” se construye la matriz DOFA como herramienta de identificación de factores (economía, sociedad, cultura) y agentes (personas, empresarios, municipio), afectados directa o indirectamente por la construcción del proyecto teniendo en cuenta las cadenas productivas del sector turismo. A partir de este proceso de identificación, aplicando un análisis estratégico, pasamos a determinar la relación (positiva o negativa) que habrá sobre el municipio

y su población, mediante la aplicación de la herramienta SPSS en la cual se corrobora la postura e inclinación de la población hacia la promoción del desarrollo de un proyecto turístico emergente, tal como lo expresa (Bagri & Kala, 2016) para el caso de India. Con lo anterior se dará el primer paso para la construcción de posibles trabajos futuros, debido a que este proyecto también se realiza como un punto base para comparaciones venideras en las cuales se canalicen los esfuerzos en las variables que se determinen como más relevantes para la identificación de la percepción frente al tema de estudio.

## **1. Descripción del problema**

### **1.1 Planteamiento del problema**

El Plan Nacional de Desarrollo (2011 – 2014) "Prosperidad para Todos", incluye un capítulo denominado “El turismo como motor de desarrollo”, cuyas directrices allí contenidas se concretan en el Plan Sectorial de Turismo (PST). El Plan Sectorial de este periodo "Turismo factor de prosperidad para Colombia", expone las pautas con las cuales se quiere afirmar la expansión y la consolidación de dicho sector a nivel nacional.

El PST contiene los elementos que permitirán afirmar al turismo como sector de alta competitividad y así generar un desarrollo de los entornos socio-económicos, culturales y ambientales del país, por lo que desde el año 2000 se empezó a fabricar una visión para el turismo colombiano y se dirigieron esfuerzos a la consolidación del sector. En los últimos años el turismo colombiano atendido una recuperación con respecto a los años anteriores, debido al cambio de cultura, búsqueda de nuevos destinos y exploración de paisaje nacional, así como la mejora en imagen global del país, esto genera que las políticas gubernamentales cambien y se opte por

impulsar este sector, como lo afirma el Ministerio de comercio, industria y turismo en conjunto con el Departamento nacional de planeación para el año 2011 en la siguiente anotación:

Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país, generadora de empleo y eficiente redistribuidora de ingreso. Además Colombia habrá definido unos productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Las regiones se habrán especializado en ofertas con altos niveles de diferenciación y los municipios se habrán comprometido en programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de sus productos turísticos. (Pg.9)

Con base en lo anterior, se evidencia la importancia que ha ganado el turismo en las políticas nacionales, ya que contribuye preservar la identidad cultural, desarrollo de las comunidades, mejoramiento de la calidad de vida. Algunos de los territorios latinoamericanos que expresan este interés son Costa Rica, Brasil o Argentina y algunos casos en Colombia como el Eje Cafetero o Cartagena así lo corroboran, cada vez más los territorios están en la búsqueda del reconocimiento como destinos turísticos de alta categoría o la permanencia de aquellos que ya están en un alto estándar.

Teniendo en cuenta la confiada apuesta que hace el departamento al sector turismo como pilar del crecimiento competitivo, el municipio de Floridablanca presenta la estrategia “Floridablanca humana y social” incluida en el Plan de Desarrollo de Floridablanca (2012-2015). El programa plantea posicionar a esta ciudad como el eje turístico más importante del Área Metropolitana por medio de proyectos como el “Cerro del Santísimo” y el Parque del Parapente. Se espera que estos proyectos incentiven la recepción de importantes empresas hoteleras y el establecimiento de comercio alrededor (Barrera, 2012).

La apuesta que hace el municipio de Floridablanca en la construcción del megaproyecto del “Cerro del Santísimo” ha suscitado un gran número de controversias, cuestionando desde el lugar de su construcción hasta las particularidades del proyecto como tal. Se cuestiona por ejemplo si el monto de la inversión pudo ser mejor destinado, o si las condiciones de construcción son las recomendables desde el punto de vista de ingeniería o si dichas particularidades realmente cumplen con las exceptivas expuestas en los diferentes documentos gubernamentales

En este sentido existe en la comunidad una sensación de duda frente a la capacidad que tenga el proyecto, no solo de atraer un mayor número de turistas sino también de convertirse en una centralidad con alto poder de desarrollo. Una centralidad como se expone Le Petit Robert, (citado en Mayorga, 2012) “no es entonces un punto, es más bien un espacio que se formaliza de diferentes maneras, es un área de concentración de actividades y de relación con otras áreas, y que atrae flujos. Es una condición espacial que está implícitamente vinculada con las lógicas de conectividad” (Pg.13). Esta función, de acuerdo con las justificaciones del proyecto, es la que precisamente espera desarrollarse con el eco-parque “Cerro del Santísimo”: convertirlo en un polo de desarrollo municipal y regional.

En este punto, es válido traer a colación y como ejemplo una experiencia de centralidad urbanística exitosa no muy lejana, “El Cacique”, Centro Comercial de la ciudad de Bucaramanga, y mayor receptor de demandantes comerciales tanto de la capital santandereana como de su área metropolitana (CDMB 2013). Gracias a su buena planeación este punto permitió el crecimiento de sus alrededores con la creación de zonas urbanas, reconstrucción de equipamientos e instalaciones públicas como el mejoramiento del estadio la Flora, la remodelación del centro de exposiciones Neo-mundo y del intercambiador vial que han aumentado la afluencia de personas y de la actividad económica del sector. El Centro Comercial “El Cacique” es hoy una centralidad, es decir, alrededor

de este punto se expande un radio de acción comercial en el cual tienen su aparición diversos establecimientos, organizaciones urbanas y/o edificaciones, creadas con el fin de satisfacer las necesidades de sus ciudadanos y generar dinamismo económico en el sector. Este complejo cumple con las condiciones que se esperan de una centralidad económica.

Para lograr los efectos socioeconómicos que se esperan de las centralidades o polos de desarrollo, es requisito ético desarrollar labores de investigación que previas al establecimiento de los proyectos permitan intuir o predecir algunos de los efectos que puedan surgir de los mismos. Para este caso particular en la literatura revisada no se encontraron trabajos o estudios desarrollados donde se expliquen de manera concreta los posibles efectos socioeconómicos del “Cerro del Santísimo”, además de que son extremadamente limitadas las fuentes de información disponibles sobre el mismo. Los estudios desarrollados por el municipio, referentes por ejemplo al impacto ambiental de la construcción o los análisis financieros del mismo no están disponibles para el público. La disponibilidad de información parece carente incluso para quienes desarrollan el proyecto.

Bajo estas circunstancias, es de interés para los autores aportar a la comprensión de las implicaciones sociales y económicas que puedan devenir de este proyecto turístico en el municipio de Floridablanca realizando un análisis de tipo general que sirva como insumo para la elaboración futura de estudios más profundos. La investigación se estructura a partir del uso de técnicas de análisis de percepción para la identificación de las diferentes ópticas comunitarias frente al proyecto turístico y sus implicaciones sociales. Complementariamente se apoya la identificación con un análisis estratégico, a partir de un matriz DOFA que arroja las estrategias para el desarrollo del proyecto, segundo objetivo de esta investigación.

Así, ante lo expuesto, se pretende responder la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son los efectos socioeconómicos de la construcción del Eco-parque del Cerro del Santísimo en el municipio de Floridablanca?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Analizar los efectos socioeconómicos de la construcción del Eco-parque del Cerro del Santísimo.

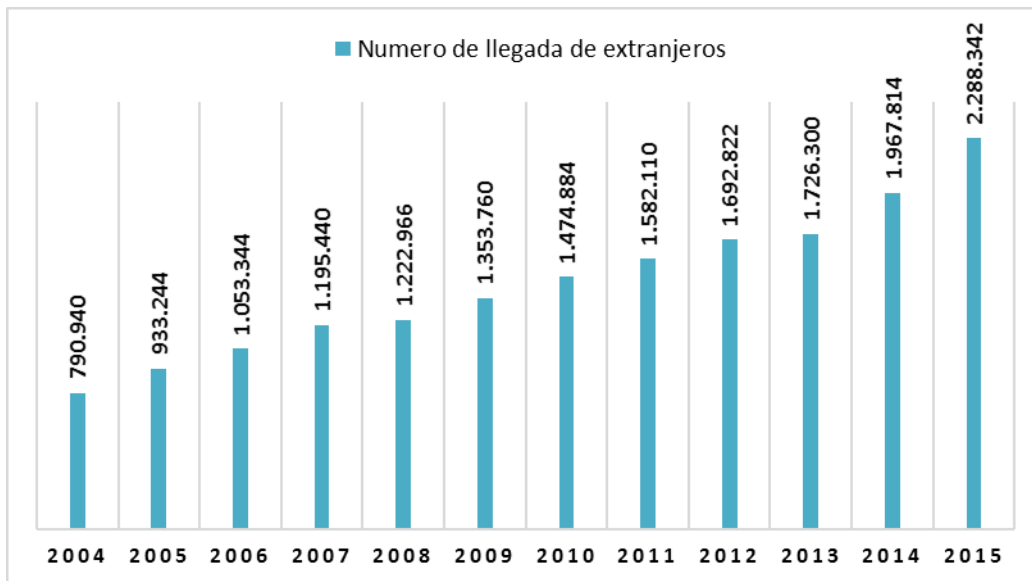
### **1.2.2 Objetivos específicos**

- Describir las condiciones básicas del proyecto con respecto a su contexto geográfico y estatal, infraestructura turística aledaña y expectativas de los actores involucrados en la construcción del eco-parque.
- Detectar las percepciones que la comunidad tiene al respecto de la interacción del proyecto con el municipio
- Identificar los factores positivos y negativos del proyecto y las estrategias de acción derivadas de estos.

## **1.3 Justificación**

En Colombia el turismo ha venido creciendo exponencialmente, gracias a que las políticas gubernamentales se han enmarcado en la consolidación de dicho sector como un pilar para la economía nacional, como se ha podido evidenciar el aumento de los turistas extranjeros a nuestro territorio, esto se puede observar en la gráfica No. 1 desde el año 2004 el número de visitantes

extranjeros que vienen al país ha venido en aumento continuo, estos datos, a pesar de que no especifican cuántos de ellos ingresan por motivos turísticos si demuestra el crecimiento del interés en el país por parte de la comunidad internacional.



*Figura 1.* Viajeros extranjeros llegados a Colombia 2004-2015  
Fuente: Tomado del Boletín Mensual Sección Turismo Diciembre 2015

En el departamento de Santander, de acuerdo con la Universidad del Rosario, (2011) “se pretende focalizar los esfuerzos de la región en los sectores de mayor potencial de acuerdo con la vocación productiva para alcanzar los niveles de competitividad propuestos mediante la ejecución de proyectos concretos relacionados con la atracción de inversión, la internacionalización, la promoción de proyectos enfocados en ciencia, tecnología e innovación y el desarrollo de clúster e integración regional” (Pg.2 ). Es por esto que a través del programa “Santander Competitivo” se pretende aprovechar de una mejor manera el potencial turístico con el que cuenta el departamento de Santander, pero para que este sector jalone la competitividad y el desarrollo del territorio se debe generar una actividad turística sostenible que promueva y conserve las riquezas económicas naturales y socioculturales regionales. (Comision Regional de Competitividad, 2008)

Lo expuesto descubre la relevancia que el municipio le atribuye a este sector económico en la planificación prospectiva para su desarrollo económico. El turismo, como se manifiesta en el Plan regional de competitividad de Floridablanca será el sector principal con el que se pretende generar un desarrollo del municipio de y el departamento, por lo cual deberá ser objeto de análisis exhaustivos que le den el soporte académico y social a las inversiones y faciliten el seguimiento y evaluación de las mismas.

Es por ello que resulta importante realizar aproximaciones a las condiciones actuales en el que se encuentra el sector en el municipio de manera que se conozca la capacidad del mismo para afrontar las situaciones que necesariamente acarrearán proyectos en esta área o de este tipo y de alguna manera prever el efecto que puede generarse. El presente estudio es valioso por varias razones: en primer lugar de acuerdo a la información visible no se encontró ningún estudio acerca del tema lo cual podría indicar que este es un estudio innovador; además el estudio podría servir como guía para los tomadores de decisión que tendrán una herramienta que permita conocer de manera general algunos de esos posibles efectos y, aun cuando la construcción no tienen vuelta atrás, tomando algunas medidas preventivas y/o correctivas, se puede mejorar el desempeño e impacto que tendrá esta obra en el municipio. Se espera recalcar sobre los efectos que dicha construcción tiene en especial en el aspecto económico y ambiental, haciendo necesario solicitarles a las autoridades que presten acompañamiento y realicen permanente seguimiento y control al mismo.

De acuerdo a lo anterior el presente estudio cobra importancia en la medida en que considera la dinámica interna de la comunidad, y a la vez, los determinantes externos que operan en su entorno, para lograr un acercamiento a la posible contribución del proyecto en el mejoramiento de las condiciones económicas y sociales de Floridablanca

## **2. Marco Referencial**

### **2.1 Antecedentes**

Como es bien sabido el tema turístico es uno de los sectores con más crecimiento en los últimos años a nivel mundial, he ahí la gran importancia de conocer los impactos, efectos y percepciones que tienen las comunidades locales, turistas y demás actores involucrados en la cadena productiva de dicha actividad económica que pueda generar en una región donde se lleve a cabo dicha labor. Tal como se observa en el estudio realizado por (Bagri & Kala, 2016) en el cual buscan comprender la actitud de los residentes, proporcionando información básica para otorgar sugerencias en cuanto a los impactos turísticos y como se este sector puede contribuir al desarrollo de dicha región.

Es así como lo dicho anteriormente corrobora la importancia de la determinación de la percepción de las comunidades donde se pretende el sector turismo sea un impulsor del desarrollo de la región, además de la obtención de datos con los cuales se pueda determinar un punto base para ampliar los estudios y así generar estrategias que ayuden a mitigar los impactos negativos e impulsar el crecimiento de los impactos positivos de los complejos y destinos turísticos.

Debido a la afectación directa e indirecta que los diferentes centros o complejos turísticos puedan tener sobre los diferentes sectores económicos y la población, hace necesario que se realice un estudio que permita la identificación de las condiciones socioeconómicas del lugar y la población donde se producirá la centralidad.

Además este sector económico pretender ser unos de los pilares principales que jalonen a las comunidades, con un aumento en crecimiento y desarrollo económico. Las investigaciones que

serán citadas a continuación no tienen como objetivo principal determinar específicamente estas condiciones socioeconómicas, pero todas la manejan de manera tangencial.

En relación a los estudios con el turismo como motor de desarrollo se encontro el trabajo realizado por Torres & Salas, (2008), titulado “El turismo como elemento de crecimiento económico en el ámbito español”, en el cual los autores determinan las comunidades autónomas en las que el sector turístico toma mayor protagonismo, y aquéllas en las que el sector no resulta destacable dentro de su actividad económica. A partir de esto explican la importancia y el efecto positivo que el sector turístico tiene en el crecimiento del resto de sectores (por su capacidad de arrastre), generando de este modo un importante impacto en el crecimiento económico regional.

Otro caso de estudio interesante es el de Tresserras (2001), el cual en su caso de estudio para España llamado “Patrimonio turismo y desarrollo local Situación y perspectivas” señala que los municipios cumplen un importante papel en el desarrollo de políticas y estrategias para el desarrollo y la promoción turística de sus recursos, para lo cual es necesario una buena coordinación entre el sector público y el privado, y entre el ámbito cultural y el turístico, y que además es necesario establecer mecanismos de colaboración y cooperación entre los diferentes sectores implicados, propiciando básicamente: la creación de mecanismos de coordinación municipal (urbanismo, cultura, medio ambiente, educación, promoción económica, turismo) para planificar y desarrollar proyectos desde una perspectiva pluridisciplinar e interdepartamental para el desarrollo y progreso económico.

Teniendo en cuenta el valor que tiene el sector turismo en el desarrollo de la sociedad, es importante determinar la percepción de la comunidad hacia los impactos del turismo en las diferentes regiones en las cuales se practica esta actividad, de acuerdo a lo anterior podemos identificar el estudio realizado por (Bagri & Kala, 2016) denominado “Residents’ Attitudes toward

Tourism Development and Impacts in Koti-Kanasar, Indroli, Pattayur Tourism Circuit of Uttarakhand State, India” en el cual buscan examinar las actitudes de los residentes hacia los efectos y la influencia de los atributos demográficos en su actitud de turismo, partiendo del hecho de que es determinante que los residentes comprendan la dimensión de los efectos que se puedan generar en las plataformas económicas, sociales y culturales, y éstas cambian con respecto a sus variables demográficas.

Manteniendo la misma temática sobre la percepción, en el trabajo realizado por (Campo & Velasco, 2015) denominado “Percepción Y Tendencias De Los Lugares Turísticos En Asia Pacífico Y El Oriente Medio” el objetivo principal del documento es investigar la percepción y las preferencias del turismo en Asia y el Medio Oriente, con el fin de poder identificar o pronosticar las elecciones de los consumidores de este tipo de destino, con el fin de realizar estrategias para que las personas se inclinen por la preferencia de este destino turístico.

Otro trabajo en el cual se evidencia la importancia de la percepción de las comunidades frente a los impactos que genera la actividad turística en las regiones, es el documento escrito por (Lopez & Arcila, 2013) denominado “Análisis De La Percepción Turística En La Región Tánger-Tetuán (Marruecos)” en el cual se determina la percepción de los actores involucrados en la cadena productiva del turismo y con ello poder generar unas acciones que involucren a todos los actores que estén relacionados con la actividad turística, y lograr una desarrollo sostenible de la región.

En otro orden de ideas, como referentes académicos de estudios acerca de la competitividad turística se encuentra por ejemplo el estudio realizado por Ibáñez, (2011), titulado “Diagnostico de la Calidad y Competitividad del Sector Turístico en México”, en el cual Ibáñez, (2011), “analizará el nivel de competitividad y la calidad de los servicios turísticos mexicanos; así como,

las condiciones que lo influyen de manera positiva y negativa. Esto, con la finalidad de emitir una serie de recomendaciones, para coadyuvar a su incremento” (Pg. 122).

Esta investigación es de tipo descriptiva ya que a lo largo del trabajo se realiza una descripción de México como uno de los líderes turísticos a nivel mundial, adicionalmente en la parte teórica se abarca el concepto y la medición de la competitividad turística, también se realiza un breve repaso de los países más competitivos del mundo en el tema de turismo. Posteriormente se elabora una revisión de cuáles son los instrumentos que permiten medir la calidad en los servicios turísticos y cuáles son las normas oficiales mexicanas de turismo, finalmente se realiza un análisis FODA de la competitividad de los servicios turísticos en México, lo que posibilita determinar cuáles son los factores determinantes en la baja competitividad del sector turístico y cuáles son los que favorecen su desarrollo.

Las centralidades que se generan a partir del impulso del sector turístico juegan un papel primordial en el desarrollo económico y social de una región, esto ayudado con muchos factores que influyen en la competitividad de los diferentes destinos y complejos turísticos.

Otro de los estudios que se encontró fue el realizado por Centro de Investigaciones Turísticas Facultad de Ciencias Económicas y Sociales Universidad Nacional de Mar del Plata en 2008 (Almiron, Bertonecello, Kuper, & Ramirez, 2008) abordan en términos generales la relación entre turismo y desarrollo; discuten y reflexionan sobre estas cuestiones en el caso de Argentina. Entre sus principales resultados después de analizar la literatura que aborda la relación entre turismo y desarrollo producida y difundida en la última década en el país, está la estrecha relación que existe entre el desarrollo turístico y crecimiento económico de sus regiones y el país.

De igual manera en el trabajo “Logros y Retos del Turismo Costarricense” Pratt 2002) el cual indica que por experiencia propia y evidencia empírica casi cualquier país puede atraer grandes

cantidades de visitantes, y obtener resultados cuantitativos similares a los logrados en Costa Rica. Pero pocas naciones en vías de desarrollo han logrado hacer lo que ha conseguido Costa Rica: desarrollar un sector turístico que contribuya de manera significativa e integral con el desarrollo del país, y a la vez que se convierta en un instrumento para mejorar la calidad de vida de sus ciudadanos. Lo cual se debe principalmente a los siguientes factores centrales que parecen ser la causa fundamental del extraordinario éxito que este sector ha alcanzado hasta la fecha: La Consolidación de una Imagen y "Marca" para Costa Rica; Creación de Alto Valor Agregado Local y Bienestar; y por ultimo La Oferta de un Producto Único, Auténtico y Diferenciado.

Otro trabajo donde se identifica la percepción de la comunidad frente al impacto que genera la actividad turística, es el escrito por (Marquez & Sanchez, 2007) denominado “Turismo y ambiente: la percepción de los turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México” donde identifica la percepción que los turistas tienen sobre el medio geográfico en el cual se desarrolla esta actividad económica, en donde se enfocan en los impactos ambientales que este sector genera.

Continuando con el lineamiento de la importancia de la percepción, se halló el trabajo de (Alzamora, y otros, 2014) nombrado “Estudio de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio al cliente en la Ciudad de Panamá” con el fin de determinar la calidad del servicio y poder así generar unas recomendaciones para mejorar aquellos temas que están catalogados como de bajo nivel, todo esto mediante la medición de la percepción de los turistas sobre la calidad de la atención y del servicio al cliente.

También se debe señalar la importancia que tiene la determinación de aquellos factores internos y externos frente a la generación de estrategias acertadas para mitigar los problemas y adversidades que se puedan presentar, una de las herramientas más utilizadas es el análisis DOFA es el estudio realizado por Escalona, (2012), a la empresa NEPSA PLIANT CORPORATION S.A. DE

C.V. dedicada a la manufactura de película plástica de valor agregado perteneciente al gremio de la manufactura de plásticos, la cual siendo una de las empresas más grandes en este sector decidió realizar una imagen actual de su organización, con el fin de mejorar su proceso productivo y administrativo, con el fin de convertirse en la más reconocida en el mercado por su confiabilidad y sostenibilidad.

En este estudio se hizo una descripción de las diferentes áreas de la empresa para identificar las principales debilidades y fortalezas con las que cuenta la empresa para afrontar el mercado actual tan competitivo.

Así mismo, se debe enfocar la atención en los beneficios o dificultades que puedan arrojar las nuevas centralidades, ya que de ellas dependerá en gran medida la expansión de nuevas actividades económicas, sociales, culturales y ambientales de las comunidades donde se desarrollen dichos focos de iluminación económica. En este lineamiento se puede identificar el trabajo titulado “Identificación y Fortalecimiento de Centralidades Urbanas: El Caso de Quito”, su objetivo principal es proponer un modelo para la intervención de nuevas y antiguas centralidades en América Latina; para dicho objetivo Cuenin & Silva, (2010), “establecen de forma clara los conceptos de centralidad y sistema de centralidades, seguido de una fase de identificación del sistema de centralidades de Quito y una tipología de centralidades con sus respectivas características, según escala, localización por medio de un análisis socioeconómico” (Pg. 7). A partir de esto se definió una estrategia general con acciones transversales de intervención.

Finalmente después de esta identificación de las centralidades de Quito y la definición de una estrategia para su fortalecimiento se llegó a la conclusión que se requiere establecer mecanismos de priorización en centralidades, identificar inversiones en cada centralidad para explotar el potencial del territorio, cubrir déficits de servicios, y gestar herramientas de planificación,

adicional a esto también es sumamente importante la participación del gobierno para liderar el proceso de diseño y organice a los distintos actores, priorización de inversiones y sostenibilidad del proceso.

A nivel nacional se encontró el estudio realizado por (Lozano & Rengifo, 2016) denominado “Percepción Y Tendencia De Los Consumidores En El Turismo Nacional” su finalidad era conocer la percepción y la tendencia por los consumidores de los lugares turísticos en Colombia, mediante una encuesta estructurada en la cual se indicaba los sitios más apetecidos por los diferentes miembros de la sociedad.

Según (Acosta, 2014) en su trabajo “Percepción De Las Cadenas Hoteleras En Colombia” en el cual se analiza la percepción de la cadena hotelera Radisson, en la cual se enfatiza en entender los elementos que generan una percepción diferente en sus clientes mediante el mejoramiento de la infraestructura, instalaciones y servicios que satisfagan las necesidades de sus clientes.

Para finalizar sobre el tema de percepción a nivel nacional, se puede destacar el trabajo realizado por (Mendoza, 2012) titulado “Análisis Del Sector Turismo En Cartagena Como Elemento De Internacionalización De La Ciudad” en el cual se buscaba conocer el grado de satisfacción o de inconformidad de los turistas y con esto poder atacar aquellos puntos críticos en la cadena productiva del sector hotelero, para ofrecer estrategias más acertadas con el fin de mitigar los problemas encontrados.

En referencia al objeto de la investigación en curso, se puede citar un estudio realizado por Beuf, (2008), el cual se denominó “Concepción de Centralidades Periféricas en el marco de la planificación urbana: Una mirada a partir de las perspectivas internacionales y del caso bogotano”; El objetivo principal de dicho estudio es analizar la forma en la cual fue percibida la centralidad,

teniendo en cuenta las experiencias obtenidas con la planificación de centralidades periféricas en ciudades Europeas y en Bogotá, Colombia.

Para la consecución del objetivo del trabajo fue necesario realizar un análisis descriptivo acerca de la literatura internacional y del Plan de Ordenamiento Territorial de Bogotá para poder profundizar los conocimientos y así mismo proceder a realizar el análisis en la ciudad mencionada.

Después de realizar esta revisión literaria y del análisis del POT Beuf, (2008), logra concluir lo siguiente:

El déficit de centralidad es un problema real en la ciudad de Bogotá, y especialmente para los habitantes de los barrios del sur. Al contrario de las ciudades desarrolladas, donde la centralidad es cuestionada por la generalización de la movilidad, el acceso a la ciudad y a los recursos urbanos no está garantizado en la capital colombiana. Los ciudadanos pobres no pueden crear redes sociales fuera de sus barrios. La planificación de centros de integración les permitiría disponer de un mejor acceso a los servicios y oportunidades de empleo, y podría mejorar la calidad de vida de todos los ciudadanos. Sin embargo, su ejecución sigue siendo un desafío para Bogotá. (Pg. 13)

Por otra parte se encontró un estudio realizado por Galvis, (2014), titulado “Planeación estratégica en la empresa confecciones Salome Ltda”, el cual tiene como finalidad analizar los entornos (interno y externo) que afectan a la empresa, donde se determinen cuáles son las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades, es decir el estado actual de dicha empresa; esto se logró mediante la realización de las matrices DOFA y PEEA, se reconoció la posición estratégica de Fajas Salome y se determinó hacia donde se debía direccionar sus esfuerzos y que estrategia aplicar.

Dicha investigación realiza un análisis general de la empresa, investigando paso a paso los ambientes internos y externos, que pueden afectar o impulsar su funcionamiento en el presente y en un futuro cercano, para ello se planteó un modelo de planeación estratégico por medio del análisis DOFA con el cual se formularon estrategias para llegar al cumplimiento de los objetivos mejorando los procesos internos y aprovechando las oportunidades del mercado.

Teniendo en cuenta la relevancia en el conocimiento sobre los impactos sociales, económicos o ambientales que pueda generar un complejo turístico en una región determinada, (Villamizar, 2007) en su trabajo titulado “Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional del Chicamocha en el municipio de San Gil” en el cual se analiza el impacto o efecto que genera un centro turístico desde el punto de vista o la perspectiva de los habitantes, con el fin de evaluar los factores internos y externos que pueden afectar el desarrollo económico local. Adicionalmente se puede evidenciar otro trabajo que cuenta con la misma metodología anteriormente mencionada, el documento se titula “Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de Jordan Sube” y fue escrito por (Ospina, Universidad Industrial de Santander, 2007) . Manteniendo la misma temática el trabajo escrito por (Rodriguez, 2008) denominado “Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de Aratoca” en el cual se mantiene la misma finalidad de los trabajos anteriormente expuestos.

Estos trabajos también muestran que para la generación de estrategias acertadas en cuanto a los diferentes ítems que se deben mejorar al momento de la planeación, ejecución y puesta en marcha de un proyecto, la consolidación o la supervivencia de una empresa o complejo turístico, los análisis DOFA son muy importantes ya que nos permite identificar nuevas ventajas competitivas y ponerlas en función de nuestras metas, teniendo en cuenta el medio en cual nos movemos y los

recursos disponibles; este análisis nos ayuda a trazar el futuro en ámbitos sociales, políticos, económicos, ambientales, empresariales, entre otros; logrando así tomar protagonismo en múltiples campos a nivel mundial.

Se puede decir que el éxito de las organizaciones está dado por el conocimiento que tengamos de nuestra empresa (Fortalezas y Debilidades) y la manera como las sepamos adaptar estrategias a los contextos que se presentan en el ambiente externo (Oportunidades y Amenazas) fundamentado en un plan que comprenda la misión y la visión del proyecto. Para el Consejo Superior de la Judicatura, (2012), “la planeación estratégica se concibe como un proceso sistemático, integral y continuo, que orienta el desarrollo de las diversas actividades que se desarrollan en una organización” (Pg. 2). Según Florencia, (citado por CSJ, (2012), “es un conjunto de acciones planificadas en el tiempo que se llevan a cabo para lograr un fin propuesto”. (Pg. 2)

## **2.2 Marco conceptual**

### **2.2.1 Turismo**

En la última década se ha buscado hacer de los países y de las regiones lugares más competitivos. Dicha competitividad se enmarca en la inversión en los diferentes sectores económicos y el sector turismo se ha identificado como uno de los principales motores para el crecimiento económico, el desarrollo, la prosperidad y el bienestar de las naciones.

La Organización Mundial del Turismo (2008), en su glosario básico para entender el turismo, lo define como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales

o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Pg. 1)

De acuerdo con esta definición se pueden identificar elementos que son importantes e influyentes en el desarrollo del sector. Dichos factores, según Sancho (2008) son: la demanda de consumidores potenciales de los bienes y servicios ofrecidos en diferentes regiones; la oferta de productos, servicios y organizaciones involucradas en la experiencia turística y el espacio geográfico que juega un papel importante para la interacción de la oferta y la demanda, por último los operadores del mercado encargados de la interrelación de la oferta y la demanda para la promoción del turismo.

De esta manera Sancho (2008) también plantea que el turismo se entiende como una actividad compleja de interrelación entre diferentes elementos que deben considerarse simultáneamente desde una perspectiva sistemática, dicho de otra forma, un conglomerado de factores que enlazados entre si evolucionan de manera dinámica y constante. Además de los elementos que componen el turismo, en esta actividad también se ven implicados distintos sectores económicos que de cierta forma se ven favorecidos o afectados.

De esta manera el turismo adquiere gran importancia dentro de la actividad económica, ya que fomenta el empleo, genera renta, aumenta la actividad empresarial y los ingresos públicos, causando así impacto sobre el bienestar de la economía y de la población. En este contexto el mismo autor manifiesta que el turismo puede generar un efecto multiplicador dentro de los distintos sectores de la economía por la interdependencia que existe entre estos, por tal motivo Sancho (2008) plantea que este efecto funciona de la siguiente manera:

La renta destinada al gasto turístico fluye hacia otras empresas, en la medida en que las empresas de la industria turística que reciben la renta reponen sus stocks, renuevan sus materiales o mobiliario, pagan a proveedores, pagan salarios, impuestos, tasas, facturas de gas, luz, agua, seguros etc. Por lo tanto se produce un claro reparto de la renta en el que una parte de la misma se reinvierte en nuevos gastos de la propia economía local, mientras que otra parte sale fuera de las fronteras de la economía local, destinándose por ejemplo a la compra de bienes importados. (Pg. 18)

Es evidente que el sector del turismo puede ser un gran impulsor del crecimiento y desarrollo socioeconómico de una región o territorio, sin embargo es necesario mejorar de forma continua las condiciones turísticas y para esto es estrictamente necesario fortalecer la competitividad del sector. Según Sancho, (2008) para alcanzar efectos positivos sobre la economía y la población el efecto multiplicador se debe apoyar en las condiciones propias del destino turístico, las cuales han propiciado su creación y posible expansión del destino turístico. Es decir, que con una adecuada utilización de las condiciones naturales y la implementación de estrategias o programas de mejora en calidad de atención turística, cambios a la infraestructura hotelera, diseño de paquetes turísticos, implementación de redes tecnológicas, pueden contribuir a la formación de una ventaja competitiva turística.

Por otra parte el autor Crouch, (citado en Castrillón, Canto, Cantorna & Cerradelo, 2011) define la ventaja competitiva turística como “la capacidad de un destino turístico para utilizar sus recursos de forma eficiente a mediano y largo plazo” (Pg. 104). Este planteamiento es muy importante y debe ser tenido muy en cuenta, ya que un territorio puede contar con mucha riqueza turística pero si no la sabe utilizar no lograra ser un destino turístico competitivo. Por esta razón es fundamental la gestión de los gobiernos, la inversión en infraestructura vial, de servicios públicos y de las TIC’s,

contar con personal capacitado para desenvolverse en este entorno, brindar seguridad a los turistas, ser amable con el medio ambiente y realizar la actividad dentro de un marco sostenible e infinidad de factores que hacen del turismo un sector altamente competitivo.

Por otra parte es muy importante tener conocimiento sobre las diversas percepciones que tienen los diferentes individuos de una sociedad que se ven involucrados de manera directa o indirecta por la actividad turística, con el fin de analizar la situación actual del destino turístico y su impacto en la región, desarrollar estrategias para contrarrestar los puntos críticos y fortalecer aquellos que demuestren su potencial para lograr una mejora en la calidad de vida de sus habitantes.

Según Lindsay & Norman (citado en Cacciuto y otros, 2013) definen la percepción como la capacidad que tienen los organismos de interpretar y organizar sus sensaciones para generar hábitos sobre el mundo que los rodea. Así mismo Pickens (citado en Cacciuto y otros, 2013) dice que las personas están constantemente enfrentados a situaciones y experiencias, y los interpretan de acuerdo a experiencias pasadas.

De igual manera los autores Fernández, Precenza, Harril y Sanchez (citados en Cacciuto y otros, 2013) establecen que es relevante obtener la opinión y las actitudes de los diferentes residentes de la región en donde se está desarrollando la actividad turística, con el fin de implementar políticas y fortalecer los procesos existentes que conlleven a una planificación, en la cual se involucre a todos los sectores sociales del destino turístico.

Además se puede decir que según Andriotis y Vaughan (citados en Cacciuto y otros, 2013) la percepción de los individuos de cada sociedad tiene una relación directa y proporcional al desarrollo turístico, es decir que si las actitudes de los diferentes individuos son positivas esto se reflejara en el crecimiento y sostenimiento de dicha actividad económica.

### 2.2.2 Centralidades

Lefèbvre, (citado en Beuf, 2008), define el concepto de centralidad como “el alma de la ciudad, condensa lo que determina la especificidad de la ciudad como forma de organización socio-espacial” (Pg. 2). La centralidad urbana es entonces fundamentalmente multidimensional y se encuentra definida por la concentración de una oferta de servicio que absorbe un área de influencia.

Según Christaller, (citado en Beuf, (2008), desarrolló por primera vez el concepto de centralidad urbana en su teoría de los lugares centrales definiéndola como “la capacidad de una ciudad, de ofrecer bienes y servicios a la población de la región circundante” (Pg. 2). Asimismo los autores Gaschet & Lacour, (citado en Beuf, (2008), definen la centralidad como la “capacidad de coordinación y puesta en relación de los actores con las actividades que tienen esquemas de organización y localización cada vez más divididos” (Pg. 2).

Según Borja & Castells, (citado en Jimenez, 2009) pueden identificarse dos tipos de centralidades urbanas:

1. Centralidades de Flujos: este tipo de centralidades son creadas por el capitalismo global que tiende a concentrar los flujos (personas, mercancías, de capital y de información).
2. Centralidades de Lugares: estas centralidades se producen bajo una lógica de recalificación e integración de los territorios urbanos, dando un nuevo lugar al valor de uso y que permitirían la identificación con el territorio. En este tipo de centralidad debe haber desarrollo económico con integración social y por consiguiente lograra elevar el nivel de vida de las poblaciones de la ciudad.

De acuerdo con Montealegre, (citado en Jiménez, (2009), “las nuevas centralidades urbanas se justifican no solamente porque redefinen las relaciones centro periferia, sino también porque crean verdaderos enclaves de oportunidades, porque constituyen otros espacios centrales que

descongestionan el centro metropolitano y frenan los principales desequilibrios que se producen en él” (Pg. 11). De ahí la importancia de estas centralidades siempre y cuando se produzca en el marco de una adecuada planeación urbana consistente para mitigar los impactos que estas puedan producir a la población y a los diferentes sectores económicos. Según Christaller, (citado en Cuenin & Silva, (2010), “el concepto de centralidades es relativamente antiguo en el campo de la economía urbana” (Pg. 17), su relevancia a la hora de estructurar o planificar el crecimiento urbanístico no ha sido tenido en cuenta, especialmente en países en vía de desarrollo.

Por otra parte López de Lucio y Licnerski, (referenciados por Cuenin & Silva, (2010), aseguran que el enfoque de centralidad solo se utiliza en proyectos de gran envergadura e impacto. Las zonas urbanas se ven afectadas por el aumento exponencial de sus habitantes, lo cual genera un crecimiento descontrolado de las urbes, y con ello surge la necesidad de satisfacer los requerimientos básicos de sus habitantes; esto también conlleva a la generación de nuevas centralidades sin un orden específico, por esto es importante resaltar la experiencia del Banco Mundial citado por Cuenin & Silva, (2010), los cuales indican que “el desarrollo de centralidades comienza a ser relevante cuando la ciudad ha superado problemas urbanos clave” (Pg. 5), como por ejemplo el acceso a servicios básicos, mejoramiento de las áreas comunes, preservación de patrimonio histórico, entre otras.

De acuerdo con Licnerski, (citado por Cuenin & Silva, (2010), “El desarrollo de un sistema de centralidades puede contribuir a balancear la distribución de equipamientos, fuentes de empleo y localización de la población en la ciudad” (Pg. 5); siempre y cuando las nuevas centralidades surjan con previo estudio de la necesidades de la población, esto con el fin de no generar centralidades aisladas, lo que pueden llegar a generar una fragmentación urbana.

Desde las anteriores sugerencias para el abordaje de las “centralidades” como entornos promotores de competitividad regional este trabajo propone una lectura del centro turístico del “Cerro del Santísimo” como un eje movilizador de la economía local del que se espera integre directa o indirectamente todos los aspectos del desarrollo socio-económico municipal.

## **2.3 Marco Teórico**

### **2.3.1 Turismo como motor de desarrollo**

Según la OMT el turismo ha pasado a ser la principal fuente de ingreso de divisas de las 48 economías menos desarrolladas del mundo (excluida la exportación de petróleo), el generador del 45% de las exportaciones de servicios de los países en desarrollo y la principal exportación en el 80% de estos casos. El turismo tiene un efecto positivo en el crecimiento económico de largo plazo a través de distintos canales. Estos canales incluyen: la provisión de divisas, el estímulo de la inversión en infraestructura, del capital humano y la competencia, el estímulo de otras actividades económicas industriales a través de efectos directos e indirectos, la generación de empleo y el incremento de los ingresos y, por último, el aprovechamiento de economías de escala y de alcance. (Brida, London y Rojas 2012)

Además de los efectos que el turismo tiene en la economía de una región o país, debe destacarse la importancia de esta actividad en el crecimiento y desarrollo económico. Una de las características más relevantes del turismo es la gran cantidad de sectores y actividades económicas que involucra. Efectivamente, los encadenamientos que el sector turístico tiene con el resto de los agentes de una economía, producen que el aumento de su actividad repercuta en la mayoría de las

ramas económicas. Esta característica posiciona al turismo como uno de los sectores económicos capaces de dinamizar la economía de una región o de un país. (Goded, 2012)

Balaguer y Cantavella (2000) confirman la actividad turística como un motor de crecimiento económico, dado que los ingresos por turismo tienen una incidencia importante en el crecimiento del PIB. Existen varios aspectos a través de los cuales el turismo puede incidir en el crecimiento económico, nacional o regional. En primer lugar que el turismo extranjero proporciona divisas que pueden destinarse a la importación de bienes de capital, lo cual mejora la eficiencia productiva del país y favorece su crecimiento económico. En segundo lugar, afirman que el turismo puede contribuir a incrementar la renta del país mediante dos vías. Por una parte, refuerza la eficiencia mediante el aumento de la competencia de las empresas turísticas del país frente a las de otros destinos turísticos extranjeros. Por otra parte, facilita el aprovechamiento de las economías de escala de las empresas turísticas del país. (Torres y Sala 2008).

Con el fin de identificar los beneficios netos del turismo en una economía en términos de crecimiento económico es fundamental contar con una medición adecuada de las variables del turismo. Uno de los instrumentos de medición son las Cuentas Satélites CST, El objetivo primordial de las CST es dotar a los gobiernos, empresas y agentes económicos involucrados de información básica para la elaboración de políticas turísticas y el desarrollo de negocios turísticos. Como las CST se basan en la metodología utilizada las Cuentas Nacionales y en la CIIU<sup>1</sup> permite realizar comparaciones adecuadas entre países y entre sus estructuras sectoriales e industriales (Altamira y Muñoz 2007).

El segundo instrumento es el gasto turístico; siguiendo las recomendaciones de la OMT, el gasto turístico debe desglosarse en: Gastos de visitantes: “son los gastos en bienes y servicios

---

<sup>1</sup> Clasificación Internacional Industrial Estándar de la ONU

consumidos por los visitantes o por cuenta de un visitante por y durante sus viajes y estancia en el lugar de destino”. Pagos por turismo internacional: “gasto del visitante en un ingreso para el país receptor y un gasto para el país emisor”. Ingreso en divisas por turismo receptor: “gastos efectuados en el país de acogida por los visitantes internacionales, incluido el pago de sus transportes internacionales a las compañías nacionales de transporte”

De esta forma los impactos generados por la actividad turística pueden englobarse en tres categorías (Santana 1997): Por un lado, está el impacto económico, en función de los costes y beneficios producidos, de la creación de riqueza y de su distribución, de la mano de obra empleada de población local o extranjera. El impacto físico o ambiental sería una segunda consecuencia, en función de los impactos que se cometan. Y en tercer lugar, el impacto social y cultural, los cambios en los modos de vida de la población local que constituye un destino turístico.

Así las cosas, citando nuevamente a (Altamira y Muñoz 2007) se observa que el impacto económico del turismo comprende los costos y beneficios primarios y secundarios. Los primeros son consecuencia directa de la actividad turística. Los gastos de los visitantes se convierten en ingresos de los comercios que, a su vez, se usan para abonar sueldos y salarios, rendimiento de capital e impuestos, que son los beneficios directos del turismo.

Asimismo en el campo de la percepción se observa algunas teorías que van de la mano con la implicación que tiene el turismo como impulsador de la economía y desarrollo social de las comunidades en las cuales se genera esta actividad. Según el autor Amer Fernandez (citado en Cacciuto y otros, 2013) el cual propone analizar las actitudes y los impactos que la actividad turística genera en las personas que residen en estas áreas turísticas; este pensamiento lo fundamenta con las teorías de Urry y Smith, en las cuales señala que los determinantes más

representativos son la dependencia económica, la reflexividad del residente frente al turista y su capacidad de incidir en las políticas para el impulsar el turismo.

Otros autores parten del hecho de que existen diferentes factores que influyen en el comportamiento y la percepción de los residentes en relación al turismo, como aquellas variables demográficas, el nivel de participación de la comunidad, beneficios particulares que brinda el turismo, impactos positivos o negativos que dichos residentes perciben, nivel de desarrollo turístico, nivel de satisfacción de los residentes en cuanto a infraestructura y servicios públicos; por ende todos estos factores deberían ser medidos con el fin de proponer estrategias que impacten de manera positiva la percepción de la comunidad y por ende influya en el desarrollo del turismo, dicho de otra manera es lo planteado por Madrigal (citado en Cacciuto y otros, 2013) el cual insiste que antes de modificar la percepción de los residentes hacia los beneficios que les pueda traer el turismo, se debería empezar por identificar y solucionar las necesidades prioritarias, llevando al mejoramiento de la calidad de vida de las personas que se traducirá en una predisposición positiva hacia dichos proyectos turísticos.

Partiendo de la premisa de que el turismo es uno de los pilares de la economía mundial y por consiguiente de muchas regiones, es fundamental no escatimar esfuerzo en el estudio de los efectos que este sector puede generar, ya sean positivos o negativos; estos con el fin de anticiparse a los problemas o a las oportunidades que se vayan a presentar productos de la activación de dicha actividad económica en una región determinada. Igualmente debemos hacer hincapié en la percepción de la comunidad local en cuanto a esta actividad económica ya que son ellos los principales afectados con esta actividad, esto se enmarca en el trabajo realizado por (Bagri & Kala, 2016) en el cual se ratifica que la percepción de los residentes es fundamental para otorgar

información con la cual se puedan dar sugerencias para mejorar sus falencias y acrecentar sus puntos positivos.

### **2.3.2 Análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas: Matriz DOFA**

Teniendo en cuenta la importancia del proyecto y los alcances que se pretenden con el mismo, es necesario identificar y evaluar los puntos claves de dicho proyecto, una de las estrategias más utilizadas para el análisis de vulnerabilidad de una empresa o proyecto es la matriz DOFA (Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), la cual según Ramírez, (2012) se ha consolidado como uno de los pilares fundamentales para el análisis situacional y la planeación estratégica.

La matriz DOFA es un instrumento que permite realizar un perfil operacional, por medio de la recopilación de datos y uso de esos mismos, mostrando el momento actual de dicha empresa o proyecto, con lo cual podemos identificar el verdadero desempeño de la organización ante una circunstancia específica que pueda influir en su estado actual o la pueda afectar en un futuro cercano.

Hoy en día el análisis DOFA es aplicado a muchos campos para los cuales no fue diseñado, esto debido a su fácil aplicación y a su gran potencial para identificar el ambiente en el cual se debe desenvolver la empresa o proyecto, es así como se aplica en procesos de logística, incursión de mercados, portafolios de inversión, estructuración empresarial, formulación y aplicación de políticas internas evaluación de nuevas tecnologías, planeación estratégica entre muchas más; enmarcando lo dicho por Ponce, (2006), este método representa una herramienta que favorece el desarrollo de estrategias y la toma de decisiones, las cuales van encaminadas a la anticipación o disminución de las amenazas, fortalecer las debilidades, potenciar las fortalezas y utilización de

las oportunidades, convirtiéndose así en un arma muy poderosa es desarrollada y analizada adecuadamente.

Como se ha expuesto anteriormente el análisis DOFA se basa en una evaluación de los aspectos fuertes y débiles de la organización y los ambientes en los que se mueve, los cuales determinaran la situación general en la cual se encuentra o a la que se enfrentara una organización determinada. Como lo indican Thompson y Strikland, (citados en Ponce, (2006), “el análisis FODA estima el efecto que una estrategia tiene para lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación externa, esto es, las oportunidades y amenazas” (Pg. 114).

Una manera de acercarse a un futuro mejor es la planeación estratégica, en la cual se trazan las metas a las cuales quiere llegar una organización y las tácticas o estrategias que utilizara para optimizar los recursos disponibles o asequibles durante el proceso de construcción de su futuro.

Según Steiner, (citado en Ramírez, (2012), “la planeación estratégica consiste en la identificación sistemática de las oportunidades y riesgos que manan en el futuro, los cuales combinados con otros datos importantes, aportan una base sólida para que una empresa tome las mejores decisiones en el presente” (Pg. 54). Lo cual generara un sin número de planes para alcanzar ese futuro anhelado.

El método para desarrollar la planeación estratégica corresponde generalmente a la elaboración de un estudio del estado actual de la organización o proyecto, determinado básicamente por la identificación de la visión y misión del proyecto, un diagnóstico de sus condiciones internas y externas, para Thompson, (1998), básicamente es el análisis de las siguientes variables: debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas; conocido por sus siglas como DOFA.

A partir del análisis de esas cuatro variables se generaran acciones y planes para impulsar el beneficio de la empresa o proyecto, pero se debe tener en cuenta que dichas estrategias deben ir

interrelacionadas con sus recursos y metas, además deben ser consistentes y concretas, esto con el fin de garantizar su viabilidad de ejecución dentro de la organización.

Se debe saber que el método DOFA consta de cuatro pasos básicos para determina la situación actual de la organización, los cuales son:

- Análisis interno (Fortalezas y Debilidades)
- Análisis externo (Oportunidades y Amenazas)
- Elaboración de la matriz DOFA
- Especificación de las estrategias a utilizar.

Como primera medida se abordaran los conceptos de las variables que utilizaremos para el análisis interno y externo de la organización o proyecto, esto es primordial para poder agrupar las variables en cada categoría. Todas las organizaciones se mueven en ambientes diferentes, por tal motivo es importante entender la composición de los distintos ambientes. Se puede señalar que un ambiente esta compuestos por un entorno interno y uno externo, los cuales van incidir en la organización. El primero corresponde a las fortalezas y debilidades, los cuales son elementos relacionados específicamente con la estructura y operación de la organización las cuales están bajo su control.

- Fortalezas: Para McConkey, (citado en Ponce, (2006), “son aquellos elementos que están bajo su dominio y además son positivos, es decir generan un valor agregado al bien o servicio que se ofrece” (Pg. 115). Para Porter, (referenciado por Ponce, (2006), las fortalezas pueden ser: recurso humano calificado, activos físicos valiosos, finanzas sanas, bajos costos de producción, productos competitivos, marca reconocida, buenas alianzas empresariales, etc. En otras palabras generan ventajas o beneficios.

Además se pueden realizar algunas preguntas que ayudan a la identificación de las fortalezas, por ejemplo: ¿En qué se diferencia la empresa las demás? ¿Cuáles son los recursos a los que podemos acceder con un bajo costo o de forma exclusiva? ¿Qué elementos facilitan obtener una venta?

- Debilidades: Según lo mencionado por Henry, (citado en Ponce, (2006), las debilidades son aquellas barreras que no dejan aumentar los beneficios o las ventajas que pueda tener la organización; además denotan vulnerabilidad y bajo niveles de competencia, sin importar que estén bajo control del ente. Estas se pueden presentar de la misma manera que las fortalezas a través de recursos monetarios o humanos, mala imagen del producto, deficiente estructura física y operacional, entre otras. Se puede decir que son obstáculos que dificultan la realización de los objetivos, pero con unas buenas estrategias se pueden y deben eliminarse.

También es posible realizar algunas preguntas para identificar las debilidades, por ejemplo: ¿Qué podemos mejorar? ¿Qué deberíamos evitar? ¿Cuáles son los factores que pueden incidir negativamente en el éxito del proyecto? El análisis del entorno interno permite conocer la cuantía y calidad de los recursos disponibles con los que cuenta la organización o proyecto en sus diferentes áreas, ya sean estructurales u operacionales.

Por otra parte el entorno externo es aquel que existe a fuera de la organización, y el cual está asociado a variables de ámbito global. Pertenecen a este entorno las oportunidades y amenazas que pueden incidir en la organización pero no están bajo su control, sin embargo pueden ser aprovechadas con las estrategias que se realicen en el análisis DOFA.

- Oportunidades: Según Ponce, (2006) las oportunidades son todas aquellas situaciones positivas, que tienen influencia global o son generadas en el entorno del mercado en el cual se mueva la organización. Estas oportunidades pueden ser de ámbito político, económico, social,

regulaciones legales, etc. Si logramos identificarlas pueden ser de gran utilidad para alcanzar los objetivos organizacionales.

- Amenazas: Para Fred, (2003), las amenazas son todas aquellas situaciones adversas y externas que amenazan con atentar contra los objetivos de la organización, ejemplo de estas situaciones son la inflación, impuestos, restricciones gubernamentales, nuevos productos más económicos, competencia agresiva, entre otros. Dichas amenazas generan inestabilidad en el ambiente de mercado y por ende en la organización.

Todo lo anterior se puede integrar a lo dicho por Alberto Levy, (citado por Baena, (2015), “Planear no es eliminar la intuición. Es eliminar la improvisación (...). El planeamiento es un método de trabajo por medio del cual las cosas se ‘preparan’, concomitantemente se acompaña la acción y se aprende de lo que en realidad sucede” (Pg. 34).

La planeación estratégica está firmemente enmarcada en el análisis DOFA, ya que permite evaluar el ambiente interno y externo de la organización, y nos guía en la elaboración de estrategias que nos encaminen a un aumento de la competitividad y por ende de los beneficios organizacionales.

En este sentido la matriz DOFA se convierte en una herramienta ideal para este proyecto de investigación ya que permite generar información de manera práctica y rápida considerando especialmente los aportes sociales en términos de sus expectativas o consideraciones frente a un proyecto o entidad. Por ello, en este trabajo la construcción de la DOFA para el proyecto del eco-parque proporciona una información de planeación estratégica, que aunque genérica es buen ingrediente para los procesos de seguimiento y evaluación del proyecto.

### **3. Metodología.**

La presente investigación tiene un alcance descriptivo en razón a que el análisis de la información obtenida pretende desarrollar un diagnóstico del contexto general y actual del proyecto acompañado por un análisis de percepción comunitaria y personajes involucrados de las implicaciones de este proyecto. Con estos dos insumos principales se finaliza el trabajo presentando una serie de estrategias de desarrollo futuro del proyecto y posibles efectos socioeconómicos derivados de la percepción comunitaria.

Para dicho estudio se tendrá en cuenta la importancia en la determinación de la percepción de la comunidad frente al tema del turismo en su región, siendo el turismo un tema central con el cual le apuestan al crecimiento y desarrollo de las regiones, es decir se identifica como un motor de desarrollo de la sociedad; además de la obtención de información útil para posible trabajo futuro, así mismo la descripción de los posibles efectos que el “Cerro del Santísimo” pueda generar en el municipio de Floridablanca, como se expresa en el caso de la India según (Bagri & Kala, 2016) en el cual se busca determinar la percepción de la comunidad frente a las diferentes posturas que se generan en cuanto a los impactos que el turismo genera en la población residente, además de poder generar sugerencias o estrategias que encaminen al desarrollo del destino turístico y por consiguiente al desarrollo de la población en general.

Teniendo en cuenta lo anterior, el estudio realizado por (Bagri & Kala, 2016) se enfoca en determinar tres grandes grupos que asocien los impactos que la población pueda percibir con respecto a la encuesta realizada, es decir se clasifican las preguntas de la encuesta dentro de los grupos que puedan generar un impacto (Económico, Social-Cultural y Ambiental) con el fin de determinar el factor más relevante que la población encuestada percibe y que genera más impacto

dentro la sociedad. Este análisis lo realizan con el programa estadístico SPSS el cual buscar calcular unas medias y una desviación estándar para cada pregunta realizada y se comparan entre sí para poder determinar el impacto más importante que considera la población. La segunda parte del estudio se realiza con el fin de identificar la influencia representada en la actitud de los residentes de acuerdo a las variables demográficas frente a los impactos económicos, sociales-culturales y ambientales que generan dicha actividad turística.

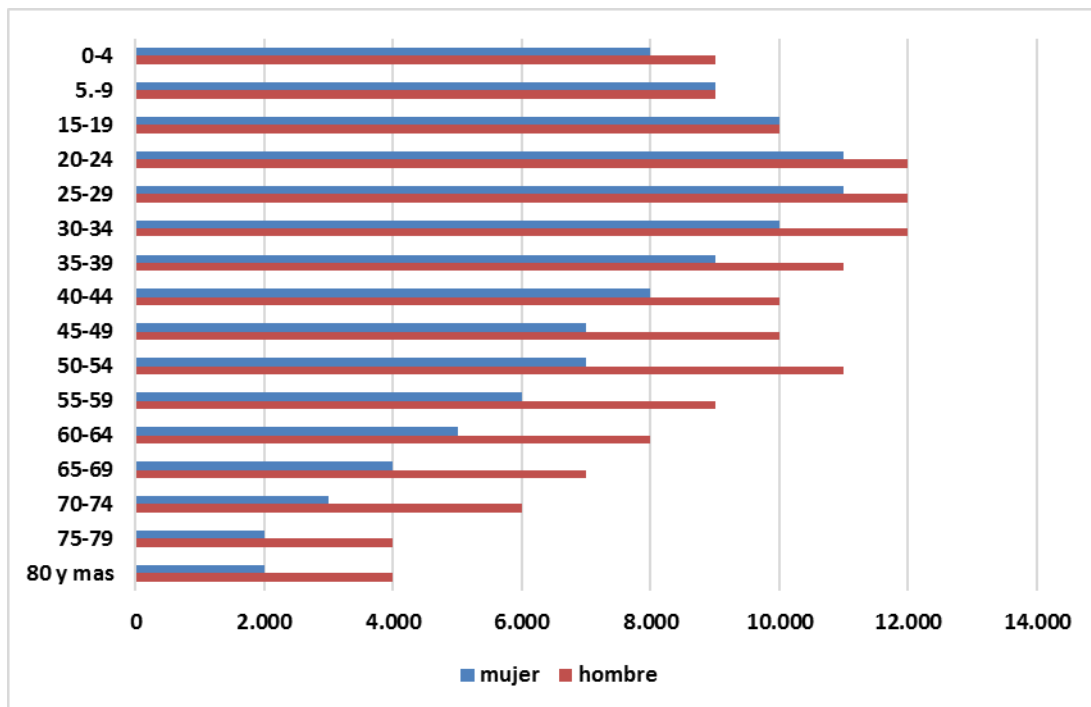
Para la presente investigación se mantendrá la metodología aplicada por los autores (Bagri & Kala, 2016) en el caso de India, pero aplicándola al caso de Floridablanca para lo cual cabe resaltar que la herramienta utilizada para la recolección de información (percepción de la comunidad) maneja variables categóricas, preguntas dicótomas y los datos se manejan en proporciones; seguidamente se procede a utilizar el programa estadísticos informático SPSS donde se realizara una comparación de medias y desviación estándar e intervalos de confianza medidos en proporciones del total de las respuestas afirmativas “SI” y el total de respuestas negativas “NO”, con el fin de determinar la percepción de las personas encuestadas frente a la construcción del “Cerro del Santísimo”. Posteriormente se procede a conformar los bloques económico y social teniendo en cuenta que las preguntas de la encuesta van enfocadas en dos parámetros, a los cuales se les aplicara el programa SPSS como se realizara para el total de las preguntas de la encuesta. Seguidamente se compara los dos bloques económico y social entre sí por medio de los limites superior e inferior de las respuestas “Si” y “No”, con el fin de demostrar la tendencia o percepción más marcada dentro de los bloques.

Es importante resaltar la importancia de identificar la percepción de la comunidad frente al tema turístico, con el fin de proporcionar información útil, datos sobre los efectos turísticos y establecer

sugerencias que conduzcan al desarrollo de los proyectos y por consiguiente de la población; tal como lo manifiestan (Bagri & Kala, 2016) para el caso de India.

Entre las herramientas metodológicas con las que se pretende alcanzar los objetivos están:

1. Análisis de información de fuentes secundarias: información obtenida de fuentes institucionales principalmente como la alcaldía de Floridablanca, plan de desarrollo municipal, política nacional de turismo, plan nacional de competitividad, bases de datos oficiales, prensa y otros medios electrónicos.
2. Análisis de información de tipo primario. Conseguido a partir de la aplicación de una encuesta semi-estructurada (Anexo 1) que contiene un total de 11 preguntas cerradas de elección única (SI/NO).



*Figura 2.* Pirámide poblacional del Municipio de Floridablanca 2014.  
Fuente: Datos tomados del programa de gobierno de Héctor Mantilla.

Para la aplicación de las encuestas se utilizó un muestreo no probabilístico por conveniencia a un total de 130 encuestados, el cual se determinó de esta manera debido a la facilidad y la posibilidad que le otorga al investigador de seleccionar la fuente directa que posee la información necesaria con la cual se dará respuesta a las preguntas formuladas y por consiguiente se llegara al cumplimiento de los objetivos, tal como lo indica en su trabajo (Mendoza, 2012).

Teniendo en cuenta que lo más complicado en una investigación es la recolección de información por los diferentes motivos que inciden en ello como lo son: la disposición de la población, falta de tiempo y dinero, desconocimiento y abstención sobre el tema de algunos individuos.

Para la obtención de la percepción comunitaria se aplicó una encuesta a 130 personas manteniendo el muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual también es utilizado en el estudio que realizo (Bagri & Kala, 2016) con el fin de determinar la percepción se tuvo en cuenta el trabajo realizado en la India y el estudio elaborado por (Acosta, 2014).

Para visualizar un punto de vista más técnico y profesional, realizamos 10 entrevistas escritas a personas familiarizadas con el complejo turístico y con el sector, lo cual nos brinda una contraparte para realizar una calificación más acertada a los ítem que incluiremos en el instrumento DOFA.

En todo trabajo el principal problema radica en la obtención o recolección de información por parte de todos los individuos que hacen parte de la población, entendiéndose como población según el diccionario de la (RAE, 2015) “Conjunto de los individuos o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo”.

El Diccionario de la Lengua Española (RAE, 2015) define la muestra, en su segunda acepción, como “parte o porción extraída de un conjunto por métodos que permiten considerarla como

representativa de él”. Según (Latorre, Rincón y Arnal, 2003) unas de las ventajas de trabajar con muestras es el ahorro en tiempo, costos y precisión en los datos.

Teniendo en cuenta que la investigación es descriptiva, para Danhke citado en (Hernández & Fernández, 2003) los estudios descriptivos nos ayudan a predecir comportamientos, se optó por escoger el muestreo no probabilístico por conveniencia, el cual es el que más se ajusta a lo que se pretende realizar en dicho trabajo.

Según (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2006) bien sabido que para este tipo de investigación el tamaño de la muestra no es importante desde un punto de vista probabilístico, debido a que no se busca generalizar los resultados de dicha investigación a la totalidad de la población, si no buscar un punto de partida para un estudio más específico y profundo.

El muestreo no probabilístico como indica (Kerlinger, 1975) la muestra está a criterio básicamente del investigador, además señala que este no es inferior al probabilístico y que se usa en muchos casos, teniendo presente el conocimiento y la interpretación de lo observado por el investigador.

Este trabajo se realizara por el método no probabilístico por conveniencia debido a que solo se entrevistara a personas que visiten el “Cerro del Santísimo” y aquellas que transiten por el parque principal del Floridablanca y los barrios aledaños o cercanos a este, es decir que no toda la población tiene la misma probabilidad de ser elegida. Aunque este tipo de muestras no probabilísticas no se generalicen a toda la población, es la idónea para este tipo de trabajo ya que requiere es de la aplicación a cierto tipo de personas con características determinadas, este método es utilizado en el trabajo realizado por (Bagri & Kala, 2016) en el cual buscan determinar la percepción de la comunidad frente a los efectos que puede traer el turismo.

Una vez recopilada la información mediante la encuesta, se procede hacer el análisis de dichos datos, mediante la tabulación y el análisis descriptivos de los mismo, esto con el fin de apreciar la percepción de la población frente al complejo turístico “Cerro del Santísimo”, según los trabajos de (Ospina, Universidad Industrial de Santander, 2007), (Villamizar, 2007) y (Rodríguez, 2008).

Teniendo en cuenta que la herramienta utilizada para la recolección de información (percepción de la comunidad) maneja variables categóricas, preguntas dicótomas y los datos se manejan en proporciones; se procede a utilizar el programa estadísticos informático SPSS donde se realizara una comparación de medias y desviación estándar e intervalos de confianza medidos en proporciones del total de las respuestas afirmativas “SI” y el total de respuestas negativas “NO”, con el fin de analizar las perspectiva de la percepción.

Posteriormente se clasifican las preguntas en dos bloques de acuerdo al impacto que estas pueden generar en el ámbito “económico” o “social”, seguidamente se lleva a cabo el cálculo de las medias de las respuestas afirmativas “SI” y de las respuestas negativas “NO” de los dos bloques, para saber cuál es la probabilidad de que las personas digan que “SI” o “NO” en el bloque económico y en el bloque social, según lo expresado por (Bagri & Kala, 2016).

Cabe resaltar que este trabajo también se realiza con el fin de establecer un punto de partida con el cual se puedan realizar estudios futuros, en el cual se canalicen los esfuerzos sobre el bloque que se determine como más influyente. Además poder obtener estrategias que apunten al aprovechamiento de las oportunidades mediante la consolidación de las fortalezas de dicho proyecto.

3. Análisis estratégico de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas: matriz DOFA. A continuación se incluye una descripción pormenorizada de las características y procedimientos de esta herramienta metodológica.

Para la realización de la matriz DOFA se tendrá en cuenta la metodología utilizada por Chavez, (2007), en el trabajo “Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de San Gil” y Ospina, (2007), en el trabajo “Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de Jordan Sube” en el cual mediante la realización de entrevistas a los actores involucrados directamente en el proyecto para formar una perspectiva sobre el escenario en el cual se está desempeñando el complejo turístico y a la vez ayudado con la información teórica (generalidades del municipio, conocimiento del proyecto y teorías sobre desarrollo económico), y generar el criterio para establecer la puntuación y ponderación a los ítem que componen la matriz.

Este instrumento permite realizar un perfil operacional, por medio de la recopilación de datos y uso de esos mismos, mostrando el momento actual de dicho proyecto, y con ello demostrar el desempeño del proyecto ante una situación determinada la cual pueda repercutir en su funcionamiento actual o futuro.

Se debe recopilar la información clave del proyecto en el ambiente interno y externo, por consiguiente vamos a realizar una lista de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, teniendo en cuenta la información recopilada, el conocimiento y experiencia sobre el mismo, todo esto en la siguiente tabla.

Tabla 1. *Matriz de determinación de condiciones reales.*

<b>Análisis DOFA</b>	
<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
Fortaleza #1	Debilidad #1
Fortaleza #..	Debilidad #...
<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
Oportunidad #1	Amenaza #1
Oportunidad #...	Amenaza #...

Fuente: Elaboración propia con base en Ramírez, (2012).

Esta matriz nos brindara una imagen actual y nos ayudara a orientar las acciones de la organización hacia un futuro con mejores beneficios.

Siguiendo las pautas expuestas por Ramírez, (2012), se asignara una ponderación a cada una de los ítem de cada criterio (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), se establecerá una proporción de 1 a 4, donde el uno será el nivel más bajo, el dos será el nivel medio y el tres será el nivel mayor de actuación. Lo anterior lo podemos observar en la tabla siguiente.

Tabla 2. *Matriz de ponderación.*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
Fortaleza #1 = 2	Debilidad #1 = 3
Fortaleza #... = 3	Debilidad #... = 3
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Oportunidad #1 = 2	Amenaza #1 = 3
Oportunidad #... = 3	Amenaza #... = 2

Fuente: Elaboración propia con base en Ramírez, (2012).

Acto seguido, se va a calcular el resultado individual y total de los criterios, así como su representación, por lo cual se va a sumar (verticalmente) el total de números asignados a cada uno de las criterios, continuamos con la suma de los totales de cada criterio lo cual nos representara el

100% de la cantidad; después se dividirá la suma total de cada criterio entre la suma total de todos los criterios, lo cual representa la participación individual de cada variable, como se muestra en la siguiente figura.

Tabla 3. *Matriz de totales y porcentajes*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>	<b>TOTALES</b>
Fortaleza #1 = 2	Debilidad #1 = 3	
Fortaleza #... = 3	Debilidad #... = 3	
Total= 5 (24%)	Total = 6 (28%)	
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>	<b>TOTALES</b>
Oportunidad #1 = 2	Amenaza #1 = 3	
Oportunidad #... = 3	Amenaza #... = 2	
<b>TOTAL= 5 (24%)</b>	<b>TOTAL= 5 (24%)</b>	<b>TOTAL = 21 (100%)</b>

Fuente: Elaboración propia con base en Ramírez, (2012).

Con lo anterior solo se puede observar el estado interno y externo del proyecto, pero lo que se necesita en la formulación de una estrategia para aprovechar las fortalezas y oportunidades y desestimular las debilidades y amenazas que pueda tener el proyecto. Por consiguiente se desarrollaran cuatro tipos de estrategias propuestas por David (1997) y recopilado por (Ponce, 2006):

- Estrategia FO: Según Ponce, (2006), “se aplican a las fuerzas internas de la empresa para aprovechar la ventaja de las oportunidades externas” (Pg. 121). Es decir, apalancarse en las fortalezas para aprovechar esas oportunidades que brinda el ambiente externo (mercado) y así conseguir mejores resultados operacionales.
- Estrategia FA: Para Ponce, (2006), “Aprovechan las fuerzas de la empresa para evitar o disminuir las repercusiones de las amenazas externas” (Pg. 121). Se basa en repeler esos

factores externos (amenazas) que impiden crecer o afianzarse en el mercado, por medio de un fortalecimiento de los puntos internos más representativas para el proyecto.

- Estrategia DA: Expuesta por Ponce, (2006), “son tácticas defensivas que pretenden disminuir las debilidades internas y evitar las amenazas del entorno” (Pg. 121). Esta estrategia es utilizada cuando se evidencian muchas falencias tanto internas como externas, es decir cuando la empresa está en quiebra o el proyecto tiene muchas dificultades para ser implementado.
- Estrategia DO: Según Ponce, (2006), “Pretenden superar las debilidades internas aprovechando las oportunidades externas” (Pg. 121). En este caso se opta por impulsar aquellos puntos débiles internos que si se mejoran pueden utilizar los beneficios otorgados en el ambiente externo para mejorar su condición.

Tabla 4. *Estrategias DOFA*

<b>ANÁLISIS DOFA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	Elaborar la lista de Fortalezas	Elaborar la lista de debilidades
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
Elaborar la lista de Oportunidades	Implementar las Fortalezas para aprovechar Oportunidades	Disminuir Debilidades aprovechando Oportunidades
<b>ANÁLISIS DOFA</b>	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
Elaborar la lista de Amenazas	Implementar Fortalezas para reducir el impacto de las Amenazas	Disminuir Debilidades y evitar Amenazas

Fuente: Elaboración propia con datos de Ponce, (2006).

Teniendo claro cuáles son las estrategias que se pueden utilizar, dependerá del análisis que se le haga al proyecto para determinar cuál es la opción más factible para el cumplimiento de las metas.

También se puede realizar un balance estratégico del proyecto, para Ramírez, (2012) un balance estratégico “es la relación que guardan entre sí el factor de optimización y riesgo de una organización y puede tanto favorecer como inhibir el desarrollo de estrategias competitivas” (Pg. 58), lo que permitirá la identificación de los puntos vulnerables o fuertes; para lo anterior se debe aplicar la siguiente formula:

Balance estratégico: Factor de optimización = Factor de riesgo.

El factor de optimización para Ramírez, (2012) exhibe la posición favorable de la empresa respecto a sus activos competitivos y a las eventualidades que puedan generar ventajas competitivas en el futuro próximo.

$F + O = \text{Factor de optimización}$

Según Ramírez, (2012), “el factor de riesgo por el contrario muestra un pasivo competitivo y aquellas condiciones que limitan el desarrollo futuro para una organización” (Pg. 58). Es decir aquellos factores que son negativos pero pueden mejorarse y generar un impulso para el proyecto.

$D + A = \text{Factor de riesgo}$

Al calcular el balance estratégico lo ideal es que el F+O debe ser mayor que el D+A, pero el primero debe superar al segundo con una ventaja considerable para que sea influyente, en todo

caso se debe buscar el mejor resultado posible para que el proyecto prospere y se afiance a través de los años.

## 4. Resultados

### 4.1 Descripción del proyecto, contexto y actores

#### 4.1.1 Inventario turístico de Floridablanca

En el siguiente texto se esbozara la plataforma turística del municipio de Floridablanca-Santander, con el fin de dar soporte y validar si el municipio está en capacidad de afrontar este reto que es tan importante para la población santandereana. Cabe resaltar que la obtención de datos ha sido un poco compleja, dado que no se encuentran con facilidad base de datos con referencia a los ítems principales del turismo, sin embargo la información se ha recolectado de manera personal mediante la herramienta de Google Maps, el Directorio Telefónico del municipio y recorridos por el municipio. Para el propósito de esta investigación se tomaron los siguientes actores de la cadena productiva del turismo (Hoteles, Restaurantes, Agencias de viaje, Centros comerciales, Negocios locales (obleas), Centros de salud, Parqueaderos, Droguerías y Cajeros automáticos.) (Tabla resume).

Tabla 5. *Plataforma turística de Floridablanca.*

<b>Restaurantes</b>	<b>Parqueaderos</b>	<b>Agencias de viaje</b>
41	18	5
<b>Hoteles</b>	<b>Cajeros automáticos</b>	<b>Droguerías</b>
7	12	11
<b>Centros comerciales</b>	<b>Centros de salud</b>	<b>Negocios (obleas)</b>
3	8	8

Fuente: Elaboración propia.

- Hoteles: Para poder tener claro a que nos estamos refiriendo, un hotel se puede denominar como una edificación equipada para el alojamiento de personas de manera temporal, estos compuestos brindan servicios básicos como: una cama, un armario y un cuarto de baño, asimismo prestan servicios adicionales como televisión, refrigerador y muebles. Existen diversas clasificaciones de hoteles de acuerdo a las comodidades y servicios que ofrecen, la más común está compuesta por estrellas, que es la simbolización para determinar la catalogación del hotel, dentro de estas se encuentra el de cinco estrellas, que es el que ofrece el máximo confort y así descendientemente hasta el hotel de 1 estrella, el cual solo presta servicios básicos.

En el municipio de Floridablanca-Santander se cuenta con 7 hoteles, destacándose “Hotel Primavera” y el “Hotel Colonial Florida”, ubicados a dos cuadras del parque central del municipio. Además se encuentran el “Hotel Loft Dorado” y el “Hotel Club Campestre”, ubicados a las afueras del casco urbano con sus instalaciones campestres y mayores comodidades para sus visitantes.

- Restaurantes: El sector de comidas es uno de los más grandes que posee el municipio dado a la variedad gastronómica que tiene el departamento y es uno de los que genera mayor empleabilidad. Floridablanca posee una gran diversidad de establecimientos que ofrecen productos para el consumo diario. La investigación logró identificar un total de 38 restaurantes los cuales ofrecen los servicios de almuerzos corrientes, almuerzos a la carta y en las noches también brindan el servicio de comidas rápidas con el fin de satisfacer las necesidades de los turistas y de sus habitantes. Cabe resaltar que dichos locales comerciales se encuentran en el parque central y en un radio de 5 cuadras, lo cual hace el acceso más fácil para todas las personas que quieran consumir algún producto gastronómico de buena calidad y a un precio accesible al consumidor. Al municipio pertenece el barrio llamado Cañaveral, altamente

conocido por sus zonas comerciales y sus restaurantes de alta gama, dentro de los cuales se encuentra Mercagan, Casalins, Ítaca, Arepiz, Dominós Pizza, Jarris, entre otros.

- Negocios comerciales: Floridablanca es conocido por un producto en particular: la popular Oblea florideña. Se encuentran oficialmente 8 establecimientos que ofrecen dicho producto con una gran variedad de sabores con el fin de satisfacer la demanda. Cabe resaltar que tanto turistas como habitantes de la región visitan muy a menudo el parque de Floridablanca para consumirla.
- Centros de salud: Las instalaciones de salud juegan un papel muy importante para poder mitigar el riesgo frente a las enfermedades o acontecimientos que se presenten, para ello es necesario que tanto el gobierno como las entidades privadas prestadoras de servicio de salud hagan presencia en todo el municipio para poder suplir cualquier necesidad que tanto los habitantes como los turistas puedan sentirse tranquilos y seguros por si acontecen una deficiencia de salud. Para ello el municipio de Floridablanca cuenta con 8 instituciones de salud entre clínicas y hospitales, con la infraestructura y los equipos necesarios para suplir cualquier altercado de salud, entre las principales la “Clínica Ardila Lulle”, reconocida a nivel nacional por sus excelentes servicios y la gran accesibilidad que ofrece para poder hacer usos de sus servicios. En cuanto a entidades estatales están la “Clínica Guane” y el “Hospital Floridablanca”.
- Centros comerciales: El principal sector en la economía del municipio de Floridablanca es el terciario. Principalmente la actividad comercial, presenta un alto número de negocios alrededor de su parque principal los cuales establecen una variedad de locales comerciales ofreciendo muchos productos, tanto para el consumo primario y secundario de la sociedad. Sin embargo Floridablanca durante muchos años fue reconocido por sus grandes centros

comerciales que son muy concurridos por la comunidad santandereana. En la actualidad se encuentran tres centros comerciales: El Centro Comercial Cañaveral, el Centro Comercial La Florida y el Centro Comercial Parque Caracolí. Dichos complejos incluyen tiendas de todo tipo: las principales marcas de ropa, almacenes de cadena, entidades financieras, tiendas de telefonía celular, plazoletas de comidas donde se encuentran los principales restaurantes de la región, salas de cine de última generación, sala de juegos para niños etc.

- **Parqueaderos:** Teniendo en cuenta la alta demanda de vehículos que se encuentra en el municipio y en el departamento fue necesario que las personas optaran como otra oportunidad de negocio la apertura de lugares donde las personas puedan guardar sus vehículos mientras realizan sus actividades o se encuentran laborando. Dado que muchas empresas no presentan servicio de parqueo para todos sus funcionarios hoy en día de hoy se encuentran disponibles 19 parqueaderos, tanto para carros y motos, con un precio económico por horas. Asimismo los centros comerciales tienen sus propios parqueaderos pero a un costo más alto, lo cual ha llevado a que los habitantes del municipio dejen sus medios de transporte en lugares aledaños.
- **Droguerías:** Debido a la gran demanda por productos farmacéuticos las aperturas de nuevas droguerías han venido en aumento y son muy importantes para este sector. Sin embargo estos negocios han tenido que modificarse dado que se están implementando no solo la venta de medicamentos sino la venta de productos como perfumería, cosméticos y hasta de comidas y bebidas, por ende se han convertido en un canal de distribución muy importante para suplir las necesidades del consumidor a tan solo pasos de su residencia. En el municipio de Floridablanca se encuentran 13 droguerías, su principal ubicación es el parque principal y barrios colindantes. Los barrios tienen en promedio de 2 a 3 droguerías.

- **Agencias de viaje:** Durante mucho tiempo se han considerado como empresas de apoyo, sin embargo en la actualidad han tomado mayor protagonismo dado que son muy importantes para la comercialización de productos turísticos que se ofrecen a nivel local, municipal y nacional. Teniendo en cuenta que el municipio de Floridablanca se planteó el sector turístico como polo de desarrollo económico, es fundamental que se fomente la creación de dichas empresas que cumplan la función de atraer más turistas a la región y al municipio. Actualmente se cuentan con 5 agencias situadas en Floridablanca. Si se quiere explotar dicho sector es necesario la cooperación del sector público-privado para incentivar a la población a la capacitación y creación de estas empresas.
- **Cajeros automáticos:** Los cajeros electrónicos facilitan la obtención del dinero especialmente en el caso de los turistas que poseen dificultades particulares para el manejo del dinero. El municipio cuenta con 20 cajeros electrónicos de diferentes entidades financieras.

#### **4.1.2 Descripción del proyecto.**

El proyecto “Cerro del Santísimo” es un proyecto eco turístico, que se establece a 2 Kilómetros del parque principal de Floridablanca, en la Finca La Esperanza ubicada en la Vereda Alsacia en las antiguas instalaciones de La Cervecería Clausen, como lo describe la Corporación PANACHI, (2015), “una escultura artística de gran dimensión, un monumento con 37 metros de alto posado sobre un espejo de agua y detrás de él, una estructura triptica con dos ascensores panorámicos y una escalera que en su recorrido llegan a una altura de 40 mts. Allí los turistas tienen acceso al mirados principal desde donde se puede contemplar la mejor panorámico para disfrutar una completa vista de los cuatro que conforman el Área Metropolitana: Girón, Piedecuesta, Floridablanca y Bucaramanga” (Pg. 1).

Como es enmarcado por la Comisión Regional de Competitividad de Santander, (2008), el objetivo principal de este atractivo es el ofrecimiento de una riqueza visual paisajística, gracias al componente natural existente, en complemento con las plantas ornamentales ubicadas allí. Adicional al componente natural se brinda un sistema de construcción limpia, con espacios abiertos, transparentes y ventilados, con estructuras livianas y versátiles acordes con el desarrollo constructivo actual.

Aunque en la actualidad el proyecto cuenta con varias vías de acceso, estas son vías rurales terciarias con tráfico restringido, sobre el cual se están ejecutando unas obras de mitigación para la incorporación de la accesibilidad del proyecto, pero sin ejecutar las obras de movilidad pertinentes para la escala y alcance del proyecto.

Según lo menciona en la página web del Parque Nacional regional Cerro la Judía, (2012), existen diferentes vías de acceso al Cerro la Judía, con lo se podría aumentar el ingreso de visitantes al eco-parque “Cerro del Santísimo”, dichas vías las describe el autor de la siguiente manera:

- Por la Vereda La Judía: Se parte del terminal de Buses urbanos de Floridablanca Santander, se continúa por la vía a Helechales (3.2 Km) y luego se desvía a la derecha rumbo a la Vereda La Judía (2.7km), pasa por la Escuela La Judía y luego continúa por 3.1 Km y llega a la Reserva Natural Maklenke, una reserva de una organización del mismo nombre de La Vereda La Judía que desde hace varios años viene promoviendo la conservación del Cerro La Judía.
- En el Km 22 por la Finca el Diviso de la CDMB. Si se quiere llegar por una buena carretera, esta es la mejor opción. .
- Por la vereda Alsasia. Esta opción es muy utilizada por los habitantes de Floridablanca para caminar o hacer ejercicio diario. Se sale del terminal de Buses Urbanos, se continúa por la

Finca La Esperanza y sigue por un sendero. Luego toma la vía de la Vereda Alsasia y Malavar hasta las cascadas de Montefiore.

- Por las fincas del Acueducto Metropolitano de Bucaramanga. El Acueducto Metropolitano de Bucaramanga tiene 3 predios grandes ubicados dentro del Parque Natural - Cerro La Judía. El primero (Finca La Mariana) queda ubicado en los Kilómetros 30 a 40 sobre la vía a Cúcuta. El segundo (Bosques de Malabar), que se encuentra en la Vereda Alsacia – Malavar. El tercero (Finca El Milagro) en la Vereda Aguablanca.

El proyecto tuvo un costo \$43.790'200.000 millones de pesos, de los cuales \$26 mil millones son desembolsados por la Gobernación. Por los altos costos fue necesaria la búsqueda de socios estratégicos; es así, como la CDMB y la Corporación Parque Nacional del Chicamocha PANACHI se unen al proyecto.

El proyecto se desarrolla en un lote de 11,4 hectáreas, con un costo de \$1.750 millones y fue financiado con recursos propios de la Corporación PANACHI. La CDMB aportó la hacienda La Esperanza, que era de su propiedad, para el desarrollo del proyecto.

Las obras contemplan:

- Restaurar la casona donde antiguamente funcionaba la cervecería Clausen, que se encuentran dentro del predio.
- Un hotel eco-turístico con capacidad para 30 camas.
- Un auditorio de convenciones para 1000 personas.
- La construcción de una plaza para eventos con capacidad para 4.000 personas, con zona comercial un moderno oratorio y senderos ecológicos.
- Edificio de laboratorio de aguas y suelos de la CDMB.
- Un zoológico de especies menores de inmersión para aves y especies menores.

- Edificio de la sede administrativa.
- Parqueadero para 300 vehículos.
- Un restaurante – museo.
- Teleférico: este medio de transporte funciona como alternativa de acceso al eco-parque “Cerro del Santísimo” el cual inicia desde la finca La Esperanza hasta el completo turístico, este tiene una capacidad para transportar 1.000 pasajeros/hora en cabinas con capacidad para 8 personas. El cual tiene un diseño en línea recta, y la distancia recorrida es de 1600 metros, que equivalen a 5 minutos. El teleférico sube por la ladera del Río Frío con una hermosa panorámica natural y termina en la parte alta de la vereda Helechales. El departamento de prensa de la Gobernación de Santander, (2013), concluye lo siguiente “construcción del teleférico del Eco-parque Cerro del Santísimo (Floridablanca), adjudicado este miércoles por la Gobernación de Santander mediante licitación pública por 20.909 millones de pesos., a la Unión Temporal Cable Aéreo del Santísimo, conformada por Ingerconstrucciones Ltda., Sitelsa S.A.S. y la firma austriaca Doppelmayr Seilbahnen GMBH, experta en construcción de teleféricos en el mundo” (Pg. 1). Con respecto a los cálculos de expectativa que realización la Gobernación a través del programa (Competitividad, 2013), el proyecto generaría, durante la etapa de construcción 500 empleos directos y una vez en funcionamiento, 200 empleos directos. Además se esperaba que el mega-proyecto atrajera inversionistas y activara otros sectores de la cadena productiva del turismo como: transporte, servicios alimenticios, hospedajes y comercio. Aunque el interés inicial de esta investigación fue corroborar el cumplimiento de estos resultados la dificultad para el acceso a buena parte de la información (no es de uso público) limitó los alcances de este trabajo.

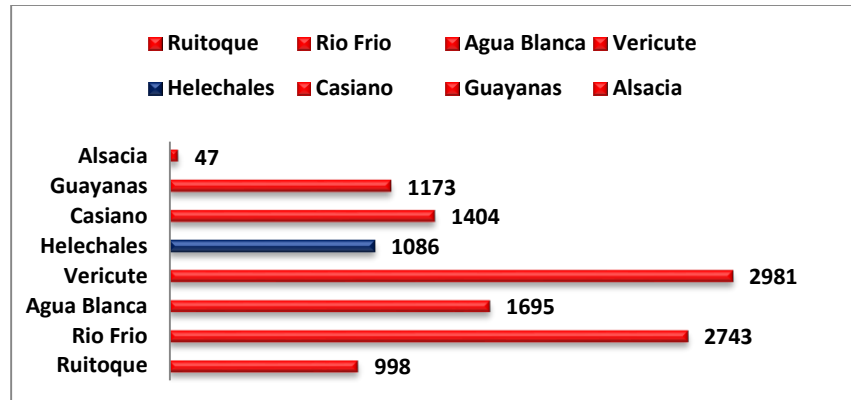
### 4.1.3 Contexto territorial del proyecto

- Ubicación: Floridablanca es un municipio del Departamento de Santander ubicado en la provincia de Soto, que junto con la capital del departamento y los municipios de Girón y Piedecuesta conforman el Área Metropolitana de Bucaramanga (AMB). Floridablanca tiene una extensión aproximada de 97 kilómetros cuadrados, y posee terrenos en tres áreas geomorfológicas: el macizo de Santander, la mesa de Ruitoque, y el valle intermontano; en este último se encuentran el casco urbano. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) en 2012 su población era de 263.095 habitantes.



*Figura 3. Localización Geográfica y División Política del Municipio de Floridablanca*  
Fuente: Entidad área metropolitana de Floridablanca.

El casco urbano está conformado por ocho comunas de las cuales la de mayor significancia en términos de población es la comuna cuatro con el 28% del total de personas en el área urbana de Floridablanca. En cuanto a la zona rural la vereda Vericute es la de mayor participación con el 28,08%. Entre otras menos significativas se encuentra la vereda el Hechales con un 10,2% del total de la población rural de Floridablanca.



*Figura 4.* Distribución población por Veredas.  
Fuente: Elaboración propia con datos del DANE.

- Recursos Naturales: En este aspecto se puede destacar el Cerro de la Judía, área rural de vital importancia para el municipio de Floridablanca, así lo destacan en el portal de la alcaldía de dicho municipio, ya que es una zona estratégica para el nacimiento y aumento de las fuentes hídricas. Esta área boscosa se extiende alrededor de las quebradas y atraviesa parte del casco urbano, este corredor verde cruza por los barrios: Las Palmas, Fátima, San Bernardo, Hacienda San Juan y Lagos del Cacique.
- Economía: Teniendo en cuenta que el municipio de Floridablanca no es potencialmente competitivo en la industria y el sector agropecuario departamental, por ausencia de infraestructura y área rural necesaria para lograr alcanzar la mayor productividad de estos sectores, la economía que se mueve entre sus habitantes es el sector terciario, especialmente la actividad comercial, dado que sus principales actores son las familias florideñas, es decir pequeños productores con empresas destinadas a suplir las necesidades de los ciudadanos, es por eso que es necesario que se incremente el apoyo, capacitación y acompañamiento de los gobiernos locales para dichos productores, teniendo en cuenta que muchos desisten de seguir en competencia por falta de insumos, capital y tecnología.

- Turismo: El turismo en Floridablanca es relevante para la economía de sus habitantes y empresarios, pues este municipio es conocido por su turismo alrededor de la producción de dulces y obleas; además cuenta con diferentes sitios de atracción turística, deportiva y natural tanto en el casco urbano como a las afueras del municipio. Algunos de los sitios para visitar en el municipio son: La Casa de la Cultura Piedra del Sol, Centro Recreativo de Comfenalco, Mesa de Ruitoque, Sector de Cañaveral, Jardín Botánico Eloy Valenzuela, Parque Santander o Parque Principal, Parque Acualago, Cascada La Judía sector aledaño al Eco-parque del Santísimo.

Con esta breve descripción del municipio de Floridablanca, su contexto económico y turístico, y teniendo en cuenta las razones expuestas anteriormente, es importante abordar todo lo relacionado con los actores, de lo que será una de los principales atractivos turísticos y polos de desarrollo del municipio y la región que se proyecta como una atracción turística de promoción de empleo y preservación del medio ambiente.

#### **4.1.4 Principales Actores municipales.**

Alcaldía de Floridablanca: Según consta en La Corte Constitucional, (2014), la oficina de planeación municipal manifiesta que ellos son los encargados de generar las pautas técnicas, ambientales y legislativas con la cual la gobernación de Santander será la entidad encargada de direccionar y definir todo lo relacionado con la construcción del “Cerro del Santísimo siempre y cuando se lleven a la par con lo reportado en la POT.

Gobernación de Santander: La Gobernación de Santander, (2012), en el plan de desarrollo denominado “Santander en serio, el gobierno de la gente”, en la línea Santander competitiva y global, busca promover la inversión extranjera, incrementar el comercio internacional y el turismo

para generar nuevas fuentes de crecimiento económico. Dentro de la línea estratégica de turismo se encuentra el Programa “Infraestructura Turística” que tiene como objetivo apoyar la ejecución de 5 proyectos turísticos en el Departamento, incluyendo el proyecto Eco-parque Cerro del Santísimo, dando cumplimiento a las disposiciones sobre el uso del suelo, planes turísticos y condiciones ambientales vigentes.

La gobernación de Santander, gastó \$43.790 millones de pesos, de los cuales \$12.902 millones de pesos son de regalías directas y \$22.098 millones provienen de un aporte del Fondo de Desarrollo Regional, cifra que se incrementó en \$7 mil millones en el arreglo de las vías del sector, constituyéndose en uno de sus planes de mayor inversión en la región.

Corporación para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga (CDMB): Según ley 99 de 1993 las funciones de la CDMB, (1993), son “la ejecución de las políticas, planes, programas y proyectos sobre medio ambiente y recursos naturales renovables, así como dar cumplida y oportuna aplicación a las disposiciones legales vigentes sobre su disposición, administración, manejo y aprovechamiento”. Desde agosto de 2012 la CDMB comenzó a ser miembro de la Junta directiva de la Corporación de Turismo de Santander, entidad encargada de articular los recursos públicos y los privados e impulsar y promocionar la locomotora turística del departamento, del cual forma parte la Corporación Parque Nacional Panachi, la Universidad Autónoma de Bucaramanga y empresas del sector turístico.

En relación al proyecto la CDMB se presenta como socia de la Gobernación de Santander y la Corporación PANACHI gracias al aporte que hizo de la hacienda “La Esperanza”. De esta propiedad pública se anunció la entrega al proyecto de 8 hectáreas donde se ubica la estación principal del teleférico punto de partida hacia el Eco-parque.

La CDMB es la autoridad ambiental encargada de otorgar los permisos ambientales para la ejecución del proyecto y de evaluar el impacto. Es así como mediante comunicado de prensa de la CDMB, (2015), conceptúa que el proyecto es viable ambientalmente, con sujeción a los siguientes condicionamientos: Manejo de aguas residuales, manejo de excavaciones, Manejo de paisajismo de cobertura vegetal, Manejo y transporte de escombros, materiales sueltos de construcción, monitoreo ambiental, y Plan de Contingencia, entre otras.

Corporación Parque Nacional del Chicamocha (PANACHI): Se creó por iniciativa de la gobernación de Santander y la cámara de comercio de Bucaramanga, (2006), la declaran como “una entidad sin ánimo de lucro que trabaja en pro del desarrollo socioeconómico de la Región”. La Corporación PANACHI está a cargo del diseño y administración del proyecto. Con recursos propios financió la compra del lote de principal que tiene una extensión de 11,4 hectáreas, y que tuvo un costo de \$1.750 millones.

#### **4.2 Expectativas del proyecto.**

El Plan Nacional de Desarrollo (2011 – 2014) "Prosperidad para Todos", en el capítulo denominado “El turismo como motor de desarrollo” cuyas directrices allí contenidas se concretan en el Plan Sectorial de Turismo (PST) de este periodo. La visión que se quiere resaltar y se formula en los siguientes términos por el MCIT & DNP, (2011):

“Para el año 2020 Colombia habrá posicionado la actividad turística como una de las de mayor importancia para el desarrollo económico del país, generadora de empleo y eficiente redistribuidora de ingreso. Además Colombia habrá definido unos productos básicos en los que recogerá toda su oferta turística nacional. Las regiones se habrán especializado en ofertas con altos niveles de diferenciación y los municipios se habrán comprometido en

programas de mejoramiento en diferentes frentes teniendo como objetivo la competitividad de sus productos turísticos.” (Pg. 9).

De acuerdo con esto diferentes regiones están en la tarea de consolidarse como destinos turísticos altamente reconocidos, labor que emprende el departamento de Santander y el municipio de Floridablanca y su contigua área metropolitana. En vista de que se busca promover en las regiones la planificación del desarrollo turístico e incentivar la articulación regional de los planes de desarrollo turísticos, se crearon las comisiones regionales de competitividad, las cuales operan en el marco del Plan Regional de Competitividad.

El plan de desarrollo del departamento de Santander 2012-2015, denominado “Santander en serio, el gobierno de la gente”, en la línea Santander competitiva y global, busca promover la inversión extranjera, incrementar el comercio internacional y el turismo para generar nuevas fuentes de crecimiento económico. Dentro de la línea estratégica se encuentra el Programa Infraestructura turística que tiene como objetivo apoyar la ejecución de 5 proyectos turísticos en el Departamento, incluyendo el proyecto Eco-parque Cerro del Santísimo, dando cumplimiento a las disposiciones sobre el uso del suelo, planes turísticos y condiciones ambientales vigentes.

Los proyectos propuestos en el Plan de desarrollo se pueden dividir en dos categorías, la primera de ellas es la que abarca los proyectos de gran envergadura, y la segunda de ella abarca los de menor dimensión. Así pues, los proyectos de mayor envergadura son la Construcción del Cerro del Santísimo, en el municipio de Floridablanca, la Construcción de los Acu aparques del Chicamocha, Girón y Barrancabermeja. Y los proyectos de menor envergadura son: la incorporación de nuevas atracciones en el Parque Nacional del Chicamocha, recuperación y mejoramiento de nuevos atractivos turísticos de Santander, proyectos temáticos culturales, proyectos deportivos y recreativos y proyectos de interés social. Aunque el plan de desarrollo no

dice explícitamente como se va a financiar ninguno de los proyectos, la línea Santander competitiva y global destina recursos al Programa infraestructura turística por la gente, con un monto, a invertir en los cuatro años de vigencia del plan, de \$808 millones de pesos. Esta línea de inversión es el gran soporte para la activación del turismo como agente de desarrollo económico y social de las comunidades en Santander.

Para el caso del municipio de Floridablanca Santander que de acuerdo a su plan de desarrollo “Primero Floridablanca”(2012-2015), espera ser uno de los ejes turísticos más importantes de la región por medio de la creación de algunos proyectos entre los que cabe destacar el desarrollo del mega-proyecto “Eco-parque Cerro del Santísimo” que se propone como parte de una estructura productiva que le permita al municipio y departamento mejorar su crecimiento económico a través de la industria turística y mejorar las condiciones de vida de los santandereanos.

Según el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, (2012), espera que Floridablanca para el año 2020 lidere el desarrollo del turismo en el área metropolitana de Bucaramanga en articulación en la planeación turística con los municipios metropolitanos donde funciona como eje conector para la consolidación de los productos de turismo de naturaleza y turismo cultural con particular énfasis turismo religioso y gastronómico, desde una perspectiva de desarrollo turístico integral, en donde la inclusión social, sostenibilidad turística y el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades de Floridablanca, se convierten en los ejes orientadores.

En el municipio de Floridablanca se apuesta al sector turismo como pilar del crecimiento competitivo, por medio de la estrategia “Floridablanca humana y social” incluida en el Plan de Desarrollo de Floridablanca (2012-2015). El programa plantea posicionar a esta ciudad del como el eje turístico más importante del Área Metropolitana, por medio de proyectos como el “Cerro del

Santísimo”, el parque del parapente, entre otros, y la recepción de importantes empresarios e inversionistas.

A pesar de la apuesta de la Gobernación de Santander con la Corporación de Turismo de Santander, las distintas líneas estratégicas, planes y programas, y la importancia que parece tener el proyecto tanto para la gobernación como para la Alcaldía de Floridablanca, en los planes de desarrollo correspondientes no desarrollan en detalle el mega proyecto, se puede decir que sólo hacen mención a él y dan una idea general de la razón de ser de dicho proyecto, razón por la cual se han despertado tantas divergencias.

#### **4.2.1 Controversias**

Tras la puesta en marcha de la construcción del “Cerro del Santísimo” a partir de la forma en que se ve afectado cada uno de los involucrados se derivaron gran número de controversias, las cuales se han clasificado en tres tipos, económicas, sociales y ambientales. A continuación se exponen los principales argumentos sustentados por los actores.

- Controversias económicas: Como se observó en la sección anterior para el gobierno el turismo es un sector con alto potencial de crecimiento y con la capacidad de generar recursos económicos que mejore la calidad de vida de los ciudadanos, por lo cual no pone en duda que los grandes esfuerzos e inversiones realizados hoy, serán retribuidos más adelante. Al respecto de los cálculos para este proyecto Carlos Sánchez, director de la corporación “PANACHI”, en entrevista con la revista Semana comenta lo siguiente:

“Tenemos un plan estratégico con tres ejes: Panachi, Hidrosogamoso y el cerro del Santísimo, que será un ícono mundial. Calculamos que en diez años el departamento

acogerá 2 millones de visitantes anuales que le generarán 1,8 billones de pesos a la cadena productiva”.

Adicionalmente en una publicación del periódico El Tiempo, el proyecto en operación generará 200 empleos directos y 1.500 indirectos.

Por otra parte existen grupos de personas que consideran que económicamente el proyecto no es deseable. Es el caso de algunos actores populares que se preguntan ¿qué beneficios económicos obtendría el Municipio? es decir, si las utilidades quedarán en manos de la Corporación Panachi y no del departamento, ¿algún porcentaje del recaudo de taquilla entraría al departamento y el Municipio? ¿Cuántos empleos se van a generar? ¿Qué cadenas del sector se benefician y en qué medida? Las respuestas no son claras al respecto y por el contrario despierta más preocupaciones, como los argumentos dados principalmente frente al uso de las regalías en la financiación del proyecto así lo manifiesta Quevedo, (2014), y de igual forma Samper, (2015).

Para el caso del patrimonio público, los demandantes argumentan que la inversión de los \$60 mil millones de regalías estuvo mal destinada, Se cuestiona el hecho de que las regalías, recursos que reciben los entes territoriales principalmente para cubrir las necesidades básicas insatisfechas y otras urgencias sociales como hospitales en quiebra, falta de educación, deportistas sin apoyo, inseguridad, entre otras; haya sido redirigido a este proyecto turístico del que no se tienen garantías de la retribución financiera al municipio. A lo cual el juez tercero de Bucaramanga, en una entrevista con el periódico El Espectador consideró lo siguiente:

“Si bien las regalías están destinadas a suplir las necesidades básicas de una población, por ley también pueden ser invertidas en promover el desarrollo y competitividad regional, ítem en el que se enmarca el eco-parque”.

- Controversias Sociales (transparencia, exclusión y problemáticas sociales): Conociendo que el proyecto está siendo coordinado y ejecutado por la Gobernación de Santander y la CDMB se ha sembrado duda sobre la transparencia de dichas entidades, a razón del cuestionamiento de que si son ellos mismos los entes de control y sus ejecutores entonces quienes controlan los alcances que para en este proyecto se generan.

Se escuchan principalmente voces de protesta por el papel que ha jugado la CDMB en el proyecto; la principal crítica que hacen los detractores del proyecto es que la CDMB al ser la autoridad ambiental encargada de otorgar o negar los permisos ambientales para la ejecución de proyectos y evaluación del impacto de los mismos, al vincularse como socia pierde la autoridad sobre el asunto. Este punto es de gran importancia porque los argumentos ambientales sobre el proyecto son de bastante peso, además de los beneficios particulares para la organización como se manifiestan en el periódico El Tiempo, (2013).

Esta contratación genera críticas debido a que los requisitos en la licitación eran muy específicos y dificultaban la presentación de varios ofertantes. Según la licitación se exige una experiencia específica solicitada en construcción de parques turísticos y certificación de una entidad pública con la que se hubieran ejecutado dos contratos terminados de esa naturaleza en los últimos 10 años contados a partir del cierre del proceso de licitación. Asimismo, se dio apertura al proceso de licitación para la construcción del teleférico, por valor de 21.227 millones de pesos. Para ello, según los estudios previos, se solicita una experiencia genérica de mínimo 10 proyectos y presentar como experiencia específica cinco contratos cuyo objeto principal haya comprendido el diseño, fabricación, suministro y montaje de sistemas de transporte por cable tipo telecabina monocable desenganchable con capacidad de al menos mil (1000). Esta contratación generó críticas debido a la experiencia específica solicitada. Las observaciones sobre el tema fueron

presentadas por empresarios interesados en licitar, quienes se mostraron en desacuerdo con que, a través de esa exigencia de experiencia, no se garantizara la pluralidad de oferentes para este proyecto.

Por otra parte en abril de 2013 se solicitó la suspensión de la obra porque la no respeta la separación entre Iglesia y Estado: Por una acción de tutela impuesta por German Castro, ante el Consejo Superior de la Judicatura, en la cual considera que el estado debe ser neutral y lo explica de la siguiente manera:

El trato equitativo por parte de la Gobernación no solo debe ser garantizar la libertad de las personas que pertenecen a otras religiones sino además, no invertir en ellas, puesto que no hacerlo igualitariamente en todas es una clara vulneración a la igualdad y la libertad de credo, además de violar el principio del estado pluralista religioso. (Expediente T-4.098.717)

De igual forma lo manifiesta Quevedo, (2014), “En la Constitución se prohíbe destinar dineros públicos a obras de tipo religioso”.

No obstante, en una entrevista el juez tercero de Bucaramanga, (citado por Prieto, (2014), dijo lo siguiente:

Considerar que ‘Santísimo’, “más que un vocablo religioso, es una contracción de “Sant” por Santander y del superlativo “ismo”. Así, el fervoroso vocablo significaría en realidad “gran Santander”, por tanto el monumento no hace referencia a ninguna religión en particular, sino que se trata simplemente de la representación de un ser superior.

En suma a lo anterior Garcia, (2015), manifiesta la preocupación de las comunidades de las veredas más próximas del proyecto, ya que ellos viven en un ambiente aislado con paz y tranquilidad que ya se ha visto afectada por problemas de tráfico y movilidad en el sector;

adicionando que el turismo traerá problemas como la drogadicción, la inseguridad y hasta problemas de prostitución como ha pasado en otras zonas declaradas turísticas.

- Controversias ambientales: Pese a los beneficios manifestados dentro de los que contempla el desarrollo turístico, el mejoramiento de la economía del departamento y la comunidad en general, han surgido una serie de interrogantes por parte de la ciudadanía, grupos ambientalistas y los entes de control por la polémica que se ha desatado respecto a las posibles afectaciones ambientales en la flora y fauna que se podrían ocasionar con la ejecución del proyecto.

Tras una revisión de documentos el Concejo de Floridablanca (Santander) se denunció en un debate de control político ciertas irregularidades que se estarían cometiendo en la ejecución del Eco-parque. Entre las denuncias se encuentra las realizadas por el líder concejal Salvador Molina, argumenta:

La situación es realmente preocupante. Nosotros ya hemos hecho varios debates de control político en los que, con documentos en mano, demostramos que existieron irregularidades.

Pero lo que más nos preocupa es que a medida que pasa el tiempo aumentan las denuncias.

Es necesario que se suspenda la obra (citado por Prieto, 2014).

La presidenta de la Fundación Participar Cecilia Reyes de León, en una entrevista con la revista Semana, manifiesta lo siguiente:

“Advierte que la licencia no se ajusta al plan de ordenamiento territorial y que no se respetan las rondas de los ríos” (2015).

Adicionalmente se advirtió que las licencias ambientales no se tramitaron correctamente, según el personero y varios concejales de Floridablanca, en entrevista en la revista Semana, manifestaron su inconformidad:

La obra colinda con el parque natural la judía, un refugio para osos de anteojos y aves migratorias además de tener en cuenta que el ecosistema del cerro de la judía es frágil y se podría ver seriamente afectado con cambios drásticos en el entorno.

Otra denuncia, está relacionada con la aparente intervención sin licencia a la hacienda La Esperanza, zona ambiental que está preservada. Además se hizo una denuncia por el concejal Salvador Molina Saavedra, en una entrevista con el periódico Vanguardia Liberal, indicando así:

“Se violó la ley de uso del suelo, porque la CDMB hizo unas modificaciones para el proyecto sin que fueran aprobadas por el Concejo, y también se violó la ley de cultura, porque la Hacienda la Esperanza era patrimonio arquitectónico y expidieron una licencia para hacer una obra nueva en ella”.

Según el Concejal en el Distrito de Manejo Integral (DMI) como se menciona en un artículo del periódico principal del área metropolitana de Bucaramanga Vanguardia Liberal, la zona de la quebrada, La Carbona y el río Frío también están protegidos y, por lo tanto, tampoco se podrá intervenir en las vertientes para realizar alguna edificación o la construcción de algún complejo que afecte con la naturaleza, Asimismo, de acuerdo con Israel Andrés Barragán Jeréz, jefe de la Oficina de Planeación de Floridablanca, hay una serie de estudios y análisis técnicos que no han sido remitidos a la Alcaldía de Floridablanca. Estudios que se solicitaron al gerente de la Corporación Panachi, Carlos Fernando Sánchez, y especialmente a la Gobernación de Santander, como responsable de la construcción del proyecto, que remitiera los estudios de suelo, de riesgo ambiental, estudios hidrológicos, de movilidad en el sector y las licencias emitidas por la Curaduría Urbana, para que el municipio tenga claridad y tranquilidad sobre la obra.

En respuesta ante todas estas inconsistencias e insatisfacciones de los servidores públicos del municipio de Floridablanca, también se dieron a conocer las palabras del director de la

Corporación PANACHI. Carlos Sánchez, en entrevista con periodo Vanguardia Liberal, afirmando lo siguiente:

“La Gobernación tiene en regla toda la documentación y así se ratificó en un informe emitido por la Procuraduría que reconoció que para ese sector no se necesitaba licencia ambiental. Todos los procesos se cumplieron a cabalidad y todo está perfectamente documentado”.

Como se dijo anteriormente, dicha zona esta enriquecida con una amplia biodiversidad de flora y fauna, la cual podrá ser vista de manera directa por los turistas al momento de visitar el eco-parque “Cerro del Santísimo”, asimismo será una alternativa al turismo convencional, lo cual lo hace más atractivo dado que aparte de conocer nuevos lugares tendrá un beneficio extra para nuestra salud al recorrer las instalaciones por medio de las caminatas ecológicas, además en dicha área se encuentra el Parque Natural Regional – Cerro La Judía, donde en se mantienen especies de fauna y flora, únicos en Colombia. El Cerro La Judía fue declarado zona AICA (Área de Importancia Internacional para la Conservación de Aves), por la cantidad y variedad de especies que existen.

El Cerro la Judía es un entorno natural estratégico que se caracteriza por su gran biodiversidad y riqueza hídrica. En éste se sitúan nacimientos de agua que dan vida a las cuencas de los ríos Frio, Lato y Oro. Dicho Cerro reporta un área de 3.860 hectáreas localizadas en los municipios de Tona, Floridablanca y Piedecuesta, el cual hace parte del ecosistema de los Cerros Orientales del AMB. Por ello la biodiversidad existente en el predio que pasa a hacer parte del megaproyecto, es de gran valor para el ecosistema de la región. Por tanto, no solo habrá deterioro del ecosistema, también el recurso hídrico se verá afectado, pues en la sub cuenca de Rio frío se encuentran afluentes para el

uso acueducto y el uso agropecuario, razón por la cual en el área rural es tan importante el Cerro de la Judía, por ser punto de recarga hídrica donde nacen varias fuentes hídricas.

Otra de las inconsistencias manifestadas por la sociedad del municipio de Floridablanca (Santander) tiene que ver con la movilidad; dado que los problemas de congestión vehicular en el municipio están evidenciados con los escasos puntos de entrada como lo señala el diario El Tiempo:

“Solo se puede pasar por el casco antiguo y tres vías más que son muy limitadas. Ahora cuando la gente comience a visitar este proyecto turístico se va a afectar aún más la movilidad”.

Es importante destacar que en estos momentos hay muy poco tránsito entre el municipio de Floridablanca, la hacienda La Esperanza y el Cerro La Judía. Esto se debe principalmente a la topografía y las altas cascadas, que convergen en las malas condiciones de las vías. Tal como señala Rodríguez Lizcano y Esteves (2014), en la actualidad el proyecto cuenta con unas vías rurales destapadas de tráfico restringido, sobre las cuales se están ejecutando unas obras de mitigación para la incorporación de la accesibilidad del proyecto, sin embargo esto se hace sin ejecutar las obra del Plan maestro de movilidad del Área Metropolitana, que para la escala y alcance del proyecto son indispensables para mitigar el gran impacto de los desplazamientos que afectaran en especial el municipio de Floridablanca.

Teniendo en cuenta esta información se puede concluir que, el sector del proyecto no cuenta con una normativa clara que permita determinar si el suelo es apto para la ejecución de proyectos ya que se encuentra sobre una zona de un alto grado de vulnerabilidad que pone en riesgo el ecosistemas y las fuentes hídricas por estar sobre una falla geológica y tener una composición geotécnica que es afectada por la misma. Por esto mismo, al ver que el proyecto está ubicado en

una zona de alta pendiente surge la duda si este proyecto cuenta con los estudios correspondientes para la mitigación de impactos.

Bajo esta realidad la reflexión es muy importante sobre el grado de responsabilidad que se tiene al ubicar, invertir e involucrar a unos actores sobre un proyecto que parece tener un grado alto de riesgo alto de desastre natural. En ningún aparte de la norma se establece si existen estudios técnicos que permitan establecer con seguridad el grado o intensidad de riesgo que presenta de un sitio. Al cual se pretende impactar con una vinculación permanente de actores de la comunidad. Y más aún cuando se expone como un componente que va a dar crecimiento a la economía local.

#### **4.2.2 Perspectiva ciudadana.**

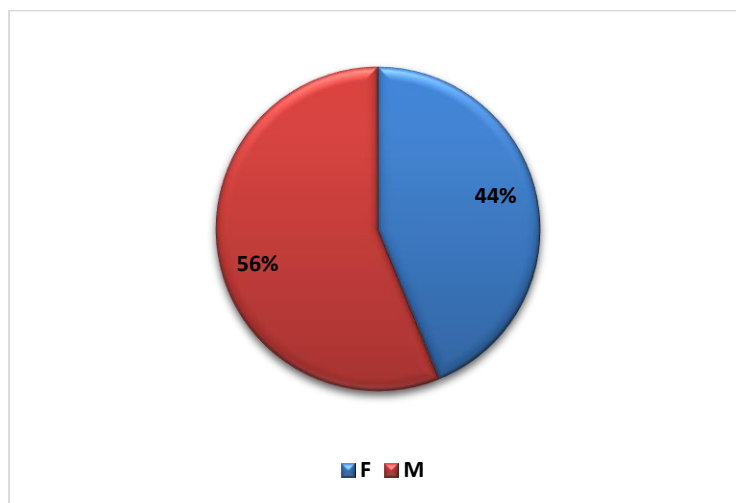
Para este proyecto de investigación se realizó una encuesta de tipo perceptivo y entrevista escrita a expertos en el tema, es decir se quiso indagar sobre la visión que tienen los diferentes actores del municipio de Floridablanca ante la creación del megaproyecto turístico el cerro del santísimo, teniendo en cuenta que desde su planeación hasta su terminación se generaron múltiples dudas y opiniones dispersas lo cual nos ha generado curiosidad por el tema, se quiso validar si finalmente se considera que la creación de este destino turístico atraerá todos los beneficios planteados para la comunidad de municipio.

La encuesta (Apéndice) consta de un total de 11 preguntas, con opción binaria, SI o NO, es de este tipo dado que para muchas personas observar una encuesta con múltiples respuestas o con exigencia de una justificación podía ser recibida de manera negativa. El muestreo fue de tipo no probabilístico por conveniencia. Se practicó el cuestionario a un total de 130 personas.

Adicionalmente se elaboró una entrevista (Anexo 2) la cual consta de 11 preguntas, con opción abierta, con la cual buscamos obtener el punto de vista de algunos actores relevantes y que tienen conocimiento sobre el tema en discusión. Se practicó la entrevista a un total de 10 personas.

#### ***4.2.2.1 Análisis descriptivo.***

Siguiendo las metodologías utilizadas por (Bagri & Kala, 2016), (Mendoza, 2012), (Chavez, 2007), (Ospina, Universidad Industrial de Santander, 2007) y (Rodriguez, 2008); se realiza una descripción de las variables demográficas presentes en el formato de encuesta, por consiguiente los datos que se obtuvieron fueron los descritos a continuación:



*Figura 5.* Distribución porcentual por género

En la figura 5 podemos observar que del total de los encuestados el 56% pertenece al género masculino, por consiguiente el 44% restante pertenece al género femenino.

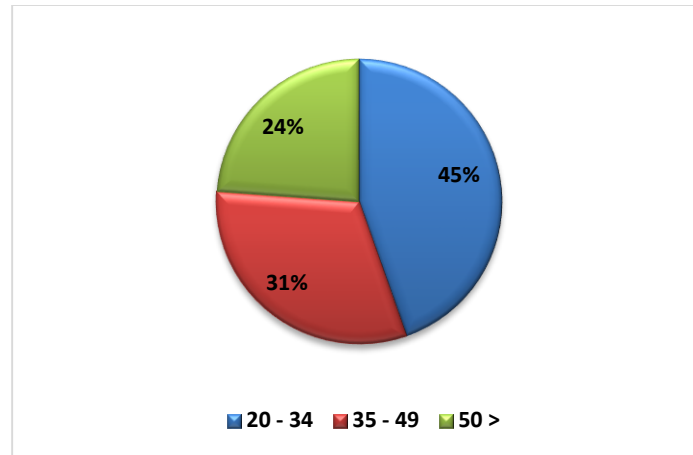


Figura 6. Distribución porcentual por edades.

Con respecto al rango de edad podemos evidenciar que el segmento de mayor participación es el comprendido entre 20 a 34 años con un 45% del total de los encuestados, seguido del rango entre 35 a 49 años con un 32% y por último el rango de  $50 \geq$  en un 24%.

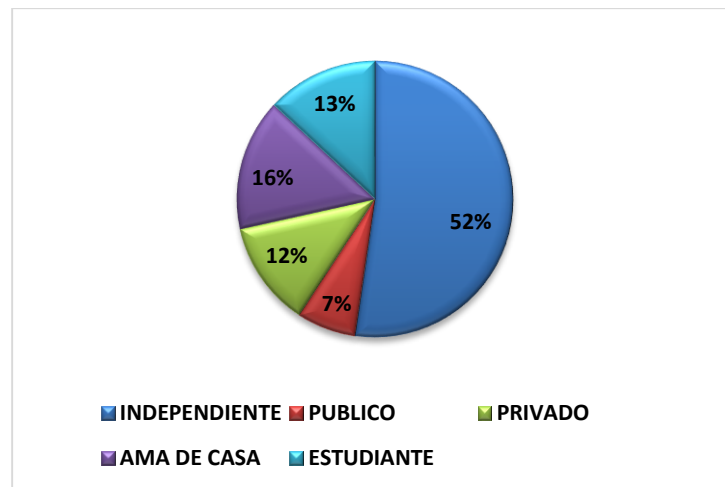


Figura 7. Distribución porcentual por ocupación.

Observando la figura 7 correspondiente a la distribución por ocupaciones, el que obtuvo la mayor participación fue el sector independiente con el 52% del total de los encuestados, seguido de las amas de casa en un 16%, los estudiantes con un 13% y dejando entre los más bajos el sector privado con un 12% y un 7% con el sector público con respecto a la participación total de los encuestados.

Como observación general podemos enmarcar que el género de mayor participación fue el masculino, el rango de edad con mayor participación es el comprendido entre 20 a 34 años y el sector ocupacional con mayor intervención fue el independiente; esto con respecto al total de la población encuestada.

A continuación presentamos los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas:

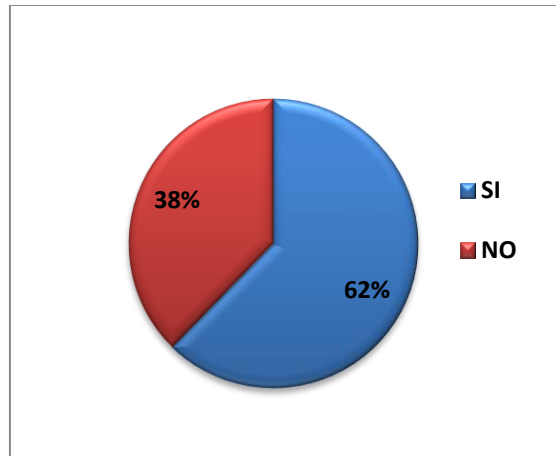


Figura 8. ¿Cree usted que ha aumentado la afluencia de turistas al municipio?

El 62% de la población encuestada del municipio de Floridablanca considera que si se ha tenido un incremento en la llegada de turistas al municipio, es decir 81 personas de las 130 encuestadas han observado el aumento de turistas dada a la creación de distintos complejos turísticos y a la imagen que se está vendiendo de Floridablanca, como municipio turístico.

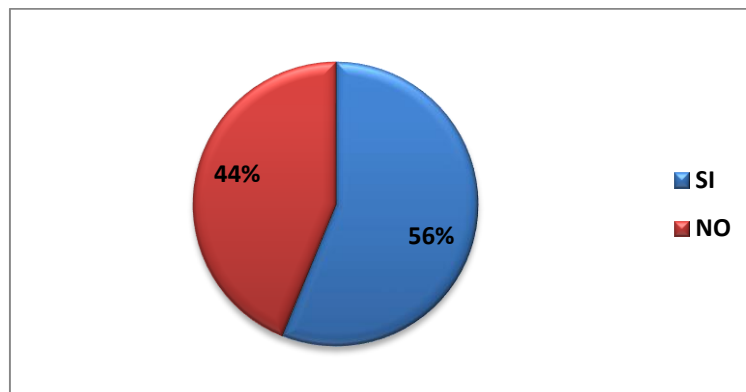


Figura 9. ¿Considera que el aumento de turistas en el municipio es por la puesta en marcha del Cerro del Santísimo?

El 56% de los encuestados (73 personas) consideran que el aumento de los turistas al municipio se debe principalmente a la construcción del megaproyecto el “Cerro del Santísimo”.

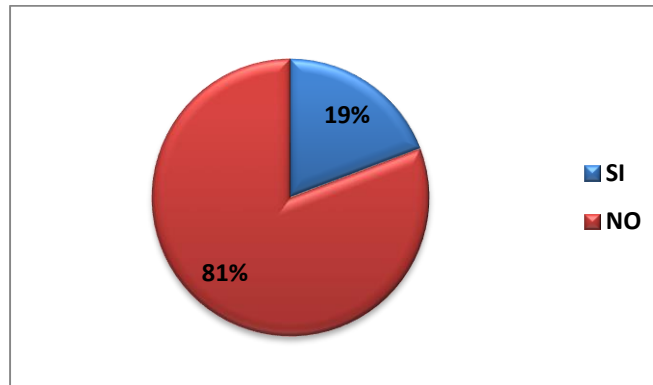


Figura 10. ¿Considera que ha aumentado el número de locales comerciales desde la puesta en marcha del Cerro del Santísimo?

Asimismo el 81% de los encuestados (105 personas) consideran que posterior a la construcción del proyecto turístico no se ha incrementado el número de locales comerciales en el casco urbano. Esta pregunta se incluye en consideración a que dentro del complejo solo prestan servicios algunas empresas grandes del departamento, dejando así sin oportunidad a que nuevas microempresas de sectores como el de alimentos, comercio, y servicios puedan acceder a la potencialidad de nuevos mercados y puedan ampliarse y posicionarse dentro del municipio.

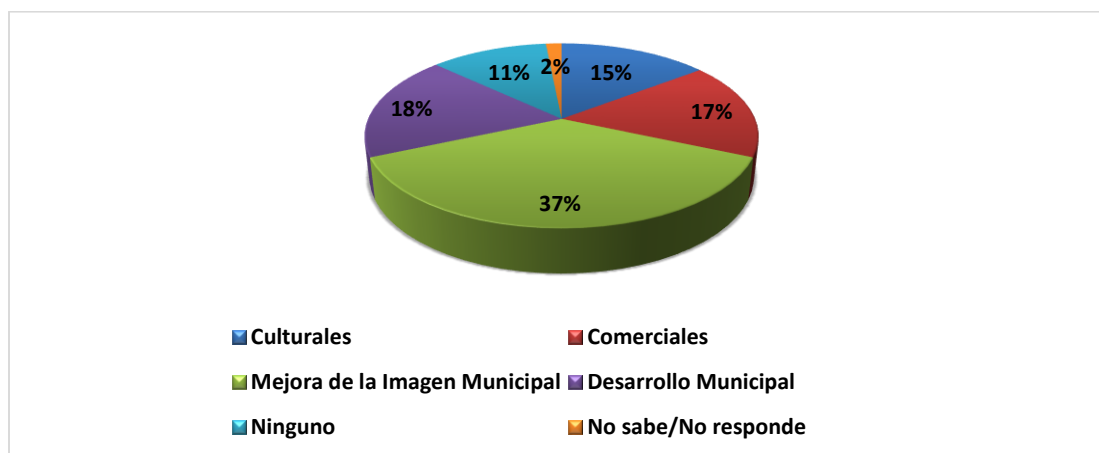


Figura 11. ¿Qué tipo de beneficios considera usted que ha traído al municipio la puesta en funcionamiento del Cerro del Santísimo?

Según los resultados de la pregunta No. 4, el 37% de los encuestados (48 personas) consideran que el mayor beneficio que ha traído al municipio la creación del complejo turístico ha sido la buena imagen que el municipio está alcanzando frente al departamento y al nivel nacional. El segundo ítem con mayor relevancia fue el crecimiento de las actividades culturales con lo cual cabe esperar que el atractivo está impactando positivamente el ámbito cultural del municipio.

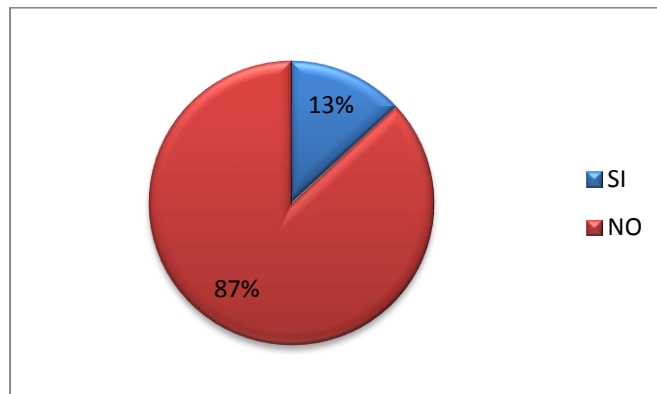


Figura 12. ¿Considera que el municipio de Floridablanca, cuenta con la infraestructura necesaria para acoger un crecimiento en el número de turistas?

Por otra parte el 87% de los encuestados (113 personas) consideran que el municipio de Floridablanca no posee la infraestructura necesaria para acoger a un proyectado aumento de turistas, dado que el territorio del municipio se encuentra ocupado de manera significativa, por ende sería difícil la construcción de una nueva plataforma turística.

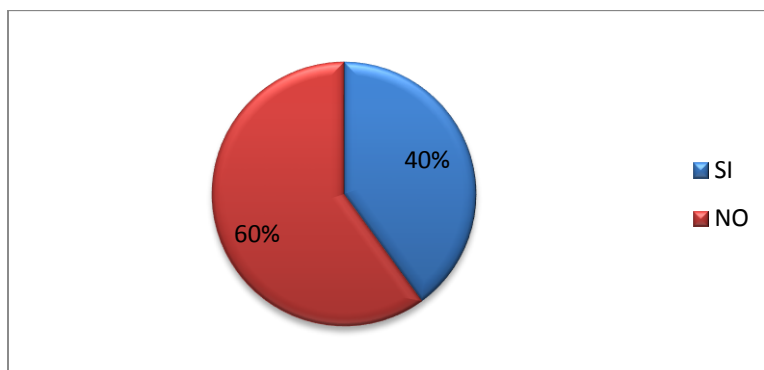


Figura 13. ¿Considera que los demás atractivos turísticos del municipio opacan el potencial que posee el Cerro del Santísimo para atraer nuevos turistas?

El 60% de los encuestados (78 personas) consideran que los demás complejos turísticos del municipio de Floridablanca no opacan al “Cerro del Santísimo”, dado que el tipo del turismo el cual presta el “Cerro del Santísimo” es más encaminado al ecoturismo, dicha actividad actualmente es uno de los de mayor auge; sin embargo dentro de nuestro punto de vista hace falta fomentar este tipo de actividades, dado que la cultura de la sociedad relacionan de manera muy significativa el turismo con diversión, playa etc.

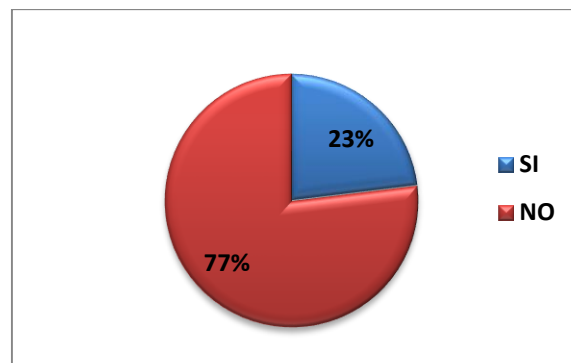


Figura 14. ¿Cree usted que con la apertura del Eco-parque Cerro del Santísimo se beneficiaría la población en general del municipio?

Analizando la pregunta No. 7, el 77% de los encuestados (100 personas) consideran que la población del municipio de Floridablanca no se beneficiaría tras la elaboración del proyecto, teniendo en cuenta que dentro de las inconsistencias que se presentaron mediante la creación del mismo, fue la crítica a la participación de empresas privadas en la construcción del complejo, sin ser un secreto que al existir fondos de empresarios éstos mismo esperarían recuperar dichos dineros invertidos, lo cual genera una ganancia a un porcentaje mínimo de reintegro a la sociedad.

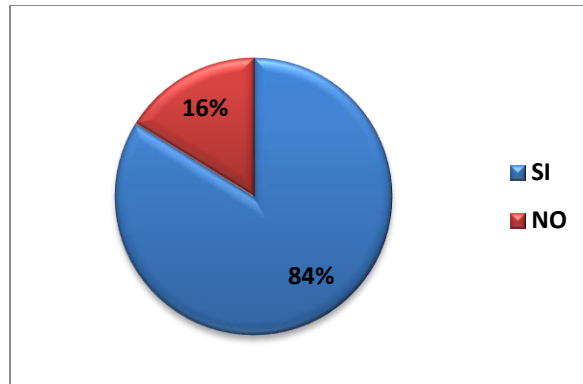


Figura 15. ¿Considera que el municipio debió invertir el dinero de la construcción del Eco-Parque Cerro del Santísimo en otras obras prioritarias para la zona?

Otro de los resultados indica que el 84% de los encuestados (109 personas) consideran que el dinero destinado para la construcción del proyecto turístico se debió invertir en obras principales consideradas de mayor necesidad.

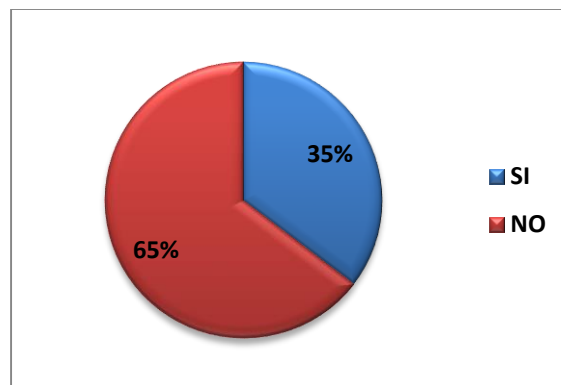


Figura 16. ¿Considera que el Cerro del Santísimo como destino turismo será influyente a través de los años?

Por la tanto en la pregunta No.9 el 65% de los encuestados (84 personas) consideran que el proyecto turístico el “Cerro del Santísimo” no mantendrá esa dinámica económica durante los próximos años dado que la falta de patrimonio turístico que existe en la cultura de los ciudadanos santandereanos está muy marcada, adicionalmente falta capacitación por parte del gobierno departamental y municipal que incentive a los jóvenes a preservar el patrimonio cultural y turístico

de la región con el fin de que a través de los años se convierta en potencia y se puede mejorar la calidad de vida de lo sociedad.

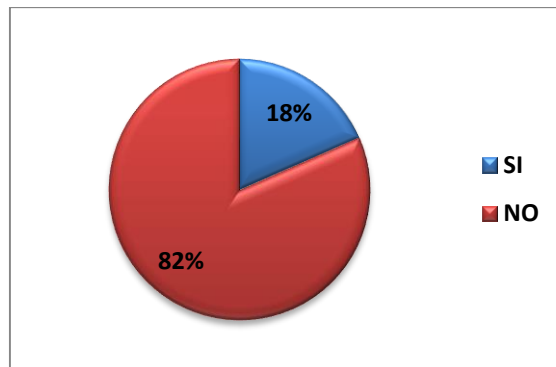


Figura 17. ¿Considera que la población en general está satisfecha con la construcción del Cerro del Santísimo?

A la pregunta No.10 el 82% de los encuestados (106 personas) consideran que no están satisfechos con la creación del megaproyecto cerro del santísimo, teniendo en cuenta que la comunidad no guarda una buena impresión de los actores que hicieron parte con la construcción de dicho proyecto y además piensan que fue una inversión muy elevada, mientras algunos campos como el de la salud, seguridad, educación tienen grandes falencias que no permiten un desarrollo social equitativo. Asimismo el alto costo para poder acceder al complejo hace que la mayoría de la población elija otros destinos de recreación.

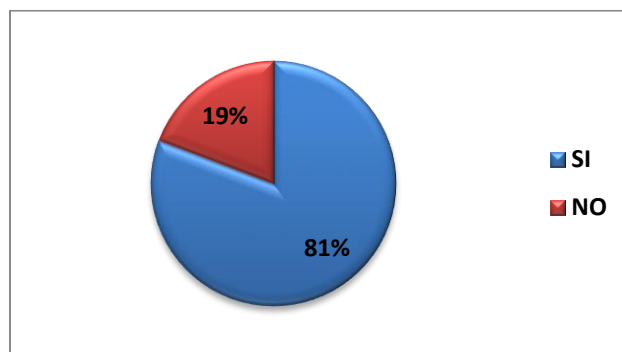


Figura 18. ¿Considera que hizo falta mayor participación de la población local para la formulación del proyecto Cerro del Santísimo?

Como podemos observar de la gráfica anterior el 82% de los encuestados (105 personas) consideran que hizo falta mayor participación de la población en la formulación de dicho proyecto, muchos de ellos piensan que no se tuvieron en cuenta muchos factores que influyen de manera significativa y que por el afán de presentar obras y la gestión de sus gobiernos olvidaron que hay que atacar sectores más importantes para que la población pueda tener un desarrollo óptimo en sus vidas.

Teniendo en cuenta la entrevista realizada a 10 actores que participan directa e indirectamente en el sector turístico del municipio, les presentamos a continuación sus diversos puntos de vista:

- Pregunta 1: ¿Qué tan importante es nuestro país como destino turístico a nivel mundial?

Teniendo en cuenta las respuestas obtenidas por nuestros diferentes actores se pudo identificar que 5 de los entrevistados ven al país como un importante destino turístico de talla mundial, 4 personas opinan que es buen territorio para visitar pero no para catalogarlo de tal manera y 1 entrevistado afirma que el sector si está en crecimiento pero que le falta mucho para posicionarse a nivel mundial.

Lo anterior es apoyado por las siguientes razones, el turismo en nuestro país hacia la última década ha tenido un crecimiento significativo en cuanto a las mejoras y diversificación de su portafolio turístico en las distintas regiones, lo que ha llevado al incremento de viajeros tanto nacionales como internacionales, adicionalmente la imagen que se ha venido reflejando ha ayudado a que este sector se dinamice.

Sin embargo la falta de inversión en algunos departamentos en materia de infraestructura, mallas viales, fortalecimiento académico en el capital humano, la falta de sentido de pertenencia de algunos ciudadanos para proteger los diferentes ecosistemas, playas, monumentos históricos,

no ha permitido que podamos explotar de manera exponencial todas esas ventajas absolutas que poseemos como territorio.

- Pregunta 2: ¿Específicamente sobre el municipio de Floridablanca considera que es atractivo para el turismo nacional y extranjero?

Según los entrevistados todos consideran de manera unánime que el municipio de Floridablanca es un buen atractivo turístico, sin embargo lo catalogan como interesante a nivel regional y/o nacional, de acuerdo a la buena conectividad que existe con los otros municipios aledaños que también ofrecen destinos turísticos y actividades de recreación a desarrollar; antes de la creación del complejo turístico el “Cerro del Santísimo”, al municipio de Floridablanca lo recoñan internacionalmente por la prestación de los servicios del turismo en salud, ya con la creación del eco parque el Cerro del Santísimo el municipio ha sido noticia a nivel mundial lo cual pueda generar un aumento de turistas extranjeros, sin embargo no basta solo con la puesta en marcha de dicho proyecto sino se necesita primero que el municipio se consolide como destino turístico significativo a nivel nacional.

- Pregunta 3: ¿Qué aspectos considera usted que tomen en cuenta los turistas que visitan el municipio de Floridablanca?

De acuerdo a los actores el principal atractivo para visitar el municipio de Floridablanca es debido a un turismo de proximidad, es decir las personas que visitan Santander ingresan a dicho municipio debido a que es colindantes con los diversos municipios que hacen parte del área metropolitana, además tiene un producto insignia llamado Oblea que es conocido a nivel regional y nacional, lo cual hace interesante que las personas que lo visiten consuman dicho producto, adicionalmente el municipio presenta una oferta eco-turística lo cual llama la atención a los visitantes dado que es un turismo alternativo en donde se puede realizar diversas actividades que

conlleven a mejorar la calidad de vida, por ultimo como ha sido tradición Floridablanca capta una buena cantidad de turistas gracias a su turismo en salud, la cual es reconocida a nivel nacional e internacional por su excelente calidad y su bajo costo con referencia a otras ciudades y países del mundo.

- Pregunta 4: ¿Qué aspectos considera usted que tomen en cuenta los turistas que visitan el complejo turístico el Cerro del Santísimo?

Como se puede identificar es un proyecto de mucha novedad para el departamento lo cual hace interesante visitarlo, además se destaca por su flora y fauna aledaña al complejo y sus vista panorámica al área metropolitana, cabe resaltar que según los actores el atractivo turístico carece de diversos lugares para ser recorridos, teniendo en cuenta que aparte de la escultura y el recorrido por el teleférico no ofrece nada más al turista, adicionalmente el costo para visitar y disfrutar del complejo turístico es alto lo que conlleva a que no se contemple una próxima visita.

- Pregunta 5: ¿Cree usted que ha aumentado o disminuido la afluencia de turistas al municipio y a cual factor se debe el aumento o disminución de los mismos?

Con base en las opiniones de los actores todos concluyen que si ha habido un aumento de turistas al municipio, debido principalmente a la visita a los sitios turísticos del departamento de Santander, este incremento no es considerado en un 100% por la apertura del “Cerro del Santísimo” debido a que presenta deficiencias en la plataforma turística, a que los otros sitios turísticos abarcan más actividades para realizar y el complejo como tal no ha sido ofrecido de manera óptima.

- Pregunta 6: ¿Cree usted que la puesta en funcionamiento del Cerro del Santísimo ha traído beneficios al municipio? Y ¿Cuáles serían?

De acuerdo a lo expuesto por los diferentes actores la apertura del “Cerro del Santísimo” si ha traído beneficios para la población del municipio en cuanto a una leve generación de empleo

formal e informal, asimismo a obtenido una mejora en su imagen frente a otros municipios, según la Corporación Parque Nacional del Chicamocha entidad encargada de administrar el complejo turístico se prevé un cambio significativo en cuanto a un desarrollo social generando otros beneficios; por otra parte algunos manifiestan su inquietud a que los beneficios económicos serán netamente al ente administrador con el fin de recuperar su inversión.

- Pregunta 7: ¿Qué opina sobre la cultura de desarrollo organizacional de los hoteles en el municipio de Floridablanca comparado con los hoteles de destinos más apetecidos?

Teniendo en cuenta que en el municipio de Floridablanca la oferta hotelera no es significativa ni cuenta con un estándar alto, las personas que deciden visitar dicho municipio se desplazan a la cadena hotelera de la capital santandereana, de acuerdo a lo anterior se refleja una fuga de dinero proveniente de los alojamientos; sumado a esto la poca capacitación del capital humano no contribuye a una prestación de servicios optima al turista y por ende no impacta en el desarrollo organización del municipio.

- Pregunta 8: ¿Qué opina sobre la profesionalidad y desempeño del capital humano del sector hotelero y de servicios del municipio?

Los actores determinaron que en el municipio de Floridablanca no se ha invertido de manera correcta en la capacitación de personal para la atención de turistas tanto nacionales como extranjeros, con lo cual se entorpece la consolidación del sector y asimismo el municipio como referente nacional y por ende de talla internacional.

- Pregunta 9: ¿Considera usted que el municipio debió invertir el dinero de la construcción del Cerro del Santísimo en otras obras prioritarias para la zona?

Según 5 actores manifiestan que el dinero invertido para la construcción del complejo turístico se debió destinar para suplir otras necesidades de carácter primario tales como lo son el

fortalecimiento de la red hospitalaria, mejoramiento y expansión de la malla vial, mejora en la calidad de la educación entre otras, asimismo los otros participantes declaran que la inversión en el atractivo turístico es buena, dado que dicha construcción jalonara la ejecución de obras para responder las necesidad que vayan surgiendo.

- Pregunta 10: ¿Considera usted que la población en general está satisfecha con la construcción del Cerro del Santísimo y Por qué?

Con respecto a lo que respondieron nuestros entrevistados la mitad de ellos consideraron que la población no está altamente satisfecha, dado que el municipio tiene otras prioridades por suplir, además presenta un alto costo para visitar dicho atractivo turístico y ha generado beneficios a muy pocos, sin embargo hay otros que opinan que la población se encuentra satisfecha, teniendo en cuenta que imagen del municipio ha tenido un cambio significativo y que gracias a este complejo turístico se impulsará el desarrollo en el municipio.

- Pregunta 11: ¿Cómo ve al futuro del sector turístico para los próximos 5 o 10 años en el municipio de Floridablanca?

Se evidencia que hay una importante correlación en las respuestas, debido a que todos actores entrevistados manifiestan que el futuro del sector puede ser prometedor, siempre y cuando se aborden de manera completa todas las necesidades que existen y que puede surgir en la plataforma turística del municipio.

#### ***4.2.2.2 Análisis estadístico.***

Continuando con la metodóloga aplicada por (Bagri & Kala, 2016), se procede a realizar un análisis en bloque de los 2 grandes grupos que enmarcan las preguntas de la encuesta realizada a

la población, esto con el fin de poder comprender mejor la percepción de la comunidad encuestada hacia el “Cerro del Santísimo”.

Tabla 6. *Distribución por bloques.*

<b>SOCIAL</b>	<b>ECONOMICO</b>
Pregunta 6	Pregunta 1
Pregunta 7	Pregunta 2
Pregunta 9	Pregunta 3
Pregunta 10	Pregunta 5
Pregunta 11	Pregunta 8

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016).

Se agruparon las preguntas de la encuestas teniendo en cuenta el efecto o los impactos que podrían generar en los dos bloques determinados.

#### 4.2.2.2.1. *Análisis estadístico de medias, desviación estándar y límites.*

Teniendo en cuenta que la variable más usada para el análisis de tendencias central es la media a continuación se analizan las preguntas en proporciones y entre grupos para identificar la mayor incidencia en cuento al sí/no.

Tabla 7. *Valores estadísticos del total de la encuesta.*

	<b>N</b>	<b>Rango</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>Varianza</b>
<b>Psi</b>	100	,50	,01	,51	,1286	,12398	,015
<b>Pno</b>	100	,51	,01	,52	,1926	,15112	,023
<b>N válido</b>	100						
<b>(por lista)</b>							

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016).

- **Media:** Se puede identificar que la media para el total de las respuestas “No” es del 19%, es decir que según las 130 personas encuestadas el 19% consideraron en promedio el “No” en sus respuestas; y de igual manera la media para el total de las respuestas “Si” es del 13%,  
Adicionalmente se observa una inclinación por la respuesta “No” en la totalidad del cuestionario. Es importante recalcar que lo que se busca identificar es la forma en que la muestra en promedio escoge entre las dos opciones de las preguntas planteadas para así estimar algún tipo de tendencia o percepción al momento de replicar este sistema de captación de información.
- **La desviación estándar:** La desviación estándar es una medida de dispersión, que indica cuánto pueden alejarse los valores respecto al promedio (media), por lo tanto es útil para buscar probabilidades de que un evento ocurra, o en este caso, determinar entre que rango de proporciones puede moverse la tendencia o la percepción de los encuestados

Tabla 8. *Estadísticas de muestra única total de las encuesta.*

	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>	<b>Media de error estándar</b>
<b>Psi</b>	100	,1286	,12398	,01240
<b>Pno</b>	100	,1926	,15112	,01511

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016).

Para el caso de los datos en general la desviación estándar para el “Si” es el 0.1239 y para el “No” del 0.1512 lo que determina que es más probable en esta muestra que los resultados esté inclinado hacia el no debido a que estos poseen una desviación estándar mayor.

- **Intervalos de confianza:** El cálculo de intervalos de confianza para la estimación de parámetros es una técnica que permite hacer declaraciones sobre valores que se pueden esperar para un parámetro en este caso para la percepción o tendencia hacia la variable dicótoma.

Tabla 9. *Intervalos de confianza del total de la encuesta.*

	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
	Inferior	Superior
<b>Psi</b>	,1040	,1532
<b>Pno</b>	,1626	,2226

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016).

Una vez corrido los datos en el programa SPSS, se puede decir que con un intervalo de confianza del 95% el límite inferior para la respuesta “No” es de 16.26% y el límite superior es del 22.26%. Asimismo se encontró que con un intervalo de confianza del 95% el límite inferior para la respuesta “Si” es de 10.40% y el límite superior es del 15.32%. Es así como se determinó que de acuerdo a esta técnica al momento se pueda esperar a que el “No” tenga una mayor tendencia en el momento de escoger al azar alguno de los encuestados

Manteniendo lo anteriormente mencionado, se prosigue con el análisis de los dos grupos o bloques determinados; igualmente se tendrá en cuenta que la variable más usada para el análisis de tendencias central es la media a continuación se analizan las preguntas en proporciones y entre grupos para identificar la mayor incidencia en cuento al “Sí/No”.

Tabla 10. *Estadísticos descriptivos bloque económico.*

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza
<b>Psi</b>	50	,48	,01	,49	<b>,1408</b>	,13548	,018
<b>Pno</b>	50	,51	,01	,52	<b>,2017</b>	,15551	,024
<b>N válido (por lista)</b>	50						

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016)

- Media: La media para el total de las respuestas del bloque económico “No” es del 20.17 %, es decir que según las 130 personas encuestadas consideraron en promedio el “No” en sus respuestas; y de igual manera la media para el total de las respuestas “Si” es del 14.08%.

- La desviación estándar: Para el caso de los datos del bloque económico la desviación estándar para el “Si” es el 0.13.54 y para el “No” del 0.1555 lo que determinar que es más probable en esta muestra los resultados estén inclinado hacia el “No” debido a que estos poseen una desviación estándar mayor.

Tabla 11. *Estadísticas de muestra única bloque económico.*

	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
<b>Psi</b>	50	,1408	<b>,13548</b>	,01916
<b>Pno</b>	50	,2017	<b>,15551</b>	,02199

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016)

- Intervalos de confianza:

Tabla 12. *Intervalos de confianza del bloque económico.*

	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
	Inferior	Superior
<b>Psi</b>	,1023	,1793
<b>Pno</b>	,1575	,2459

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016)

Se puede inferir que con un intervalo de confianza del 95% el límite inferior para la respuesta “No” es de 15.75% y el límite superior es del 24.59%. De igual manera se expresar que con un intervalo de confianza del 95% el límite inferior para la respuesta “Si” es de 10.23% y el límite superior es del 17.93%. Por consiguiente teniendo en cuenta esta técnica al momento se pueda esperar a que el “No” tenga una mayor tendencia en el momento de preguntar al azar a alguno de los encuestados.

Seguidamente se puede observar lo encontrado para el bloque social:

Tabla 13. *Estadísticos descriptivos bloque social.*

	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar	Varianza
<b>Psi</b>	50	,49	,02	,51	<b>,1165</b>	,11134	,012
<b>Pno</b>	50	,47	,01	,48	<b>,1835</b>	,14761	,022
<b>N válido (por lista)</b>	50						

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016)

- Media: Según los datos la media para el total de las respuestas del bloque social “No” es del 18.35 %, y de igual manera la media para el total de las respuestas “Si” es del 11.65%.
- La desviación estándar: Para el caso de los datos del bloque económico la desviación estándar para el “Si” es el 0.1113 y para el “No” del 0.1476 lo que determina que es más probable en esta muestra los resultados estén inclinados hacia el no debido a que estos poseen una desviación estándar mayor.

Tabla 14. *Estadísticos de muestra única del bloque social.*

	N	Media	Desviación estándar	Media de error estándar
<b>Psi</b>	50	,1165	,11134	,01575
<b>Pno</b>	50	,1835	,14761	,02087

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016)

- Intervalos de Confianza:

Tabla 15. *Intervalos de confianza del bloque social.*

	95% de intervalo de confianza de la diferencia	
	Inferior	Superior
<b>Psi</b>	,0848	,1481
<b>Pno</b>	,1416	,2255

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016)

Se observó que con un intervalo de confianza del 95% el límite inferior para la respuesta “No” es de 14.16% y el límite superior es del 22.55%. De igual manera con un intervalo de confianza

del 95% el límite inferior para la respuesta “Si” es de 8.48% y el límite superior es del 14.81%. De acuerdo a esta técnica al momento se pueda esperar a que el “No” tenga una mayor tendencia en el momento de preguntar al azar a alguno de los encuestados.

Los resultados anteriores reflejan que en ambos bloques tanto social como económico, las proporciones en promedio son más altas en las respuesta del “No”, además que al comparar entre bloques como lo demuestra el siguiente cuadro la técnica de intervalos de confianza con una nivel de confianza del 95% demuestra que la tendencia o precepción negativa y en promedio más alta que en el bloque económico, lo que lleva de acuerdo a los objetivos de este trabajo a concluir a priori que al momento de plantear encuestas y preguntas con variables dicótomas, se debe enfocar en las preguntas bloque económicos y evitar sesgar la muestra con percepciones negativas.

Tabla 16. *Límites de Bloque social.*

<b>Si</b>	<b>Límite Superior</b>	14,81	<b>No</b>	<b>Límite Superior</b>	22,56
<b>Si</b>	<b>Límite Inferior</b>	8,48	<b>No</b>	<b>Límite Inferior</b>	14,81

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016).

Tabla 17. *Límites de Bloque económico.*

<b>Si</b>	<b>Límite Superior</b>	17,93	<b>No</b>	<b>Límite Superior</b>	24,59
<b>Si</b>	<b>Límite Inferior</b>	10,23	<b>No</b>	<b>Límite Inferior</b>	15,75

Fuente: Elaboración propia con base en (Bagri & Kala, 2016).

Si a mayor amplitud de límite significa mayor dispersiones de las variables, para uso del estudio se escogerán lo que tengo mayor amplitud, en este caso el bloque económico tiene mayor dispersión en los límites del “No”.

Una vez aplicada la herramienta estadística SPSS se puede inferir que sobre la totalidad del cuestionario la población encuestada se inclinó por la respuesta “No” en un 19% y por el “Si” en

un 13%, con lo cual se estima un tipo de tendencia o percepción negativa, y por consiguiente al momento de replicar este sistema de captación de información se puede generar una variación en el rango para el “No” del 15% y en el “Si” del 12%. Esto se corrobora mediante los intervalos de confianza los cuales indican que para el “No” el límite inferior es del 16% y el límite superior es del 22%; para el “Si” el límite inferior es del 10% y el límite superior es del 15% por consiguientes si se escoge una persona al azar entre los encuestados es más probable que responda al “No”.

Teniendo en cuenta que se percibe una inclinación o tendencia hacia el “No” en los bloques económico y social, es importante identificar hacia donde se deben canalizar las preguntas al momento de realizar una réplica o un nuevo estudio sobre el tema, esto se realiza utilizando la herramienta SPSS y comparando sus límites inferior y superior para las respuestas “No”; con lo que se concluye que hay una mayor amplitud en los límites del bloque económico.

#### **4.3 Análisis estratégico: Matriz DOFA**

El análisis del impacto turístico y económico del Eco-parque del Santísimo en Floridablanca comprende necesariamente el estudio de los factores más relevantes tanto de internos como externos al proyecto.

Para realizar el análisis estratégico por medio de la matriz DOFA, se recopiló la información por medio de encuestas a algunos actores locales y entrevistas a expertos en el tema turístico y empresarial de la región. Se realizaron 130 encuestas mediante el método de muestreo no probabilístico por conveniencia, así mismo se abordaron 10 personas expertas en el sector turístico, entendiéndose como expertas funcionarios públicos, empresarios y docentes investigadores. Se llevó a cabo el siguiente procedimiento.

- Se asignó un valor entre un rango de 0 (irrelevante) a 1 (muy importante); el valor manifiesta la importancia considerada que tiene cada factor, es importante determinar que la suma de todas las oportunidades y las amenazas debe ser 1.
- Se pondero con una calificación de 1 a 4 cada uno de los factores considerados determinantes para el éxito con el propósito de evaluar si las estrategias actuales son realmente eficaces; 4 es una respuesta considerada superior, 3 es superior a la media, 2 una respuesta de término medio y 1 una respuesta mala;
- Se Multiplico la puntuación de cada factor por su ponderación para obtener una calificación ponderada.
- Se sumó las calificaciones ponderadas de cada una de las variables para determinar el total del ponderado del proyecto en cuestión.

Tabla 18. *Matriz de análisis externo.*

<b>Factores Externos</b>	<b>Puntuación</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Clasificación</b>
<b>Oportunidades</b>			
Llegada de turistas nacionales	<b>0,08</b>	<b>3</b>	<b>0,24</b>
Llegada de turistas extranjeros	<b>0,06</b>	<b>2</b>	<b>0,12</b>
Asociación con otros municipios para formar circuitos turísticos	<b>0,09</b>	<b>4</b>	<b>0,36</b>
Generación de empleo directo	<b>0,04</b>	<b>2</b>	<b>0,08</b>
Generación de empleo indirecto	<b>0,05</b>	<b>2</b>	<b>0,1</b>
Fortalecimiento de la cadena productiva	<b>0,07</b>	<b>4</b>	<b>0,28</b>
Impacto positivo en el bienestar de la población	<b>0,05</b>	<b>3</b>	<b>0,15</b>
Atracción de inversión en el municipio	<b>0,07</b>	<b>4</b>	<b>0,28</b>
Mostrar y promocionar el municipio	<b>0,06</b>	<b>4</b>	<b>0,24</b>

Tabla 20. (Continuación)

<b>Factores Externos</b>	<b>Puntuación</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Clasificación</b>
<b>Amenazas</b>			
Detractores del proyecto.	<b>0,05</b>	<b>2</b>	<b>0,1</b>
Afectación de la población aleñada al parque	<b>0,03</b>	<b>2</b>	<b>0,06</b>
Bajo nivel de impacto en el dinamismo del sector turismo.	<b>0,05</b>	<b>4</b>	<b>0,2</b>
Impacto ambiental dudoso.	<b>0,03</b>	<b>3</b>	<b>0,09</b>
Sostenibilidad del proyecto incierta.	<b>0,09</b>	<b>4</b>	<b>0,36</b>
Efecto financiero positivo particular y no de la comunidad.	<b>0,09</b>	<b>3</b>	<b>0,27</b>
Ofertas turísticas de otros departamentos.	<b>0,09</b>	<b>4</b>	<b>0,36</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,29</b>

Fuente: Elaboración propia

En las tablas 19 y 20 se puede observar que el potencial externo del proyecto es bueno, sin embargo, las amenazas que enfrenta si no son manejadas adecuadamente pueden traer serias implicaciones para el proyecto, por eso la sostenibilidad del proyecto incierta, y las ofertas turísticas de otros departamentos obtuvieron una ponderación más alta.

Cabe aclarar que las oportunidades que se avistan no han sido realmente cuantificadas, estas son nombradas más por el desarrollo lógico y el análisis documental que tendrá el proyecto que por un verdadero estudio de impacto, y que como se vio a través del documento son más promesas que venden la idea del beneficio del proyecto que estimación reales basadas en estudios empíricos y de impacto.

Tabla 19. *Matriz de análisis interno*

<b>Factores Internos</b>	<b>Puntuación</b>	<b>Ponderación</b>	<b>Clasificación</b>
<b>Debilidades</b>			
Especificación insuficiente del planteamiento y ejecución del proyecto.	<b>0,07</b>	<b>4</b>	<b>0,28</b>
Baja trayectoria turística del municipio.	<b>0,09</b>	<b>3</b>	<b>0,27</b>
Falta de estudios sobre el impacto real del proyecto	<b>0,08</b>	<b>4</b>	<b>0,32</b>
Falta de información en general	<b>0,07</b>	<b>3</b>	<b>0,21</b>
Infraestructura de turismo del municipio insuficiente.	<b>0,09</b>	<b>4</b>	<b>0,36</b>
<b>Fortalezas</b>			
Experiencia de la entidad administradora en montaje de atractivos turísticos.	<b>0,08</b>	<b>4</b>	<b>0,32</b>
Puede ser considerado un mega-proyecto	<b>0,08</b>	<b>3</b>	<b>0,24</b>
Es único en la región	<b>0,09</b>	<b>4</b>	<b>0,36</b>
Es parte de un circuito turístico	<b>0,09</b>	<b>4</b>	<b>0,36</b>
Zona segura, no conflicto armado	<b>0,06</b>	<b>3</b>	<b>0,18</b>
Respaldo y apoyo de entidades gubernamentales	<b>0,06</b>	<b>4</b>	<b>0,24</b>
*Respaldo Normativo	<b>0,06</b>	<b>4</b>	<b>0,24</b>
*Intereses de actores políticos	<b>0,08</b>	<b>3</b>	<b>0,24</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>		<b>3,62</b>

Fuente: Elaboración propia

En la matriz anterior se encontró dentro de las debilidades más pronunciadas del proyecto se encuentra la falta de infraestructura turística en el municipio, así como la falta de estudios sobre el impacto real del proyecto. Por tal razón dentro de esta categoría fueron la que recibieron una mayor valoración. Por su parte son varias las fortalezas que muestra el proyecto, como por ejemplo ser tan ostentoso y llamativo así como al mismo tiempo único en la región, aunque no sea muy original en términos absolutos, pues sabemos que existen en el mundo gran cantidad de monumentos

similares. Sin embargo el hecho de que los actores políticos y gubernamentales estén tan involucrados como lo están, podré dar pie para pensar que va a tener los recursos necesarios para su promoción, mantenimiento y sostenibilidad en el tiempo.

Una vez realizada y analizada la matriz DOFA, se plantearon las siguientes estrategias:

- Estrategias FO (Fortalezas, Oportunidades): Teniendo en cuenta que el proyecto está en funcionamiento, creemos que se debe hacer énfasis en lograr un escenario ideal para su consolidación como estandarte de la región en el ámbito turístico.

Como es bien sabido el complejo turístico “Cerro del Santísimo” está administrado por la corporación Panachi, por tal motivo consideramos que dicha entidad con su experiencia en el sector debería incentivar la promoción del complejo turístico inicialmente a nivel departamental, mediante el fortalecimiento de la cadena turística del área metropolitana, seguidamente de una asociación entre los principales municipios del departamento que son atractivos turísticamente; esto ayudado con asociación entre la corporación Panachi y las agencias de viajes para conformar circuitos turísticos completos con el plus diferenciador de la región.

Una vez ya se consolide el departamento como un estandarte turístico nacional se puede pensar en su ofrecimiento a nivel internacional, es decir primero tener como la experiencia para mejorar falencias, complementar con exigencias internacionales y después si encaminarlo a nivel mundial.

- Estrategias FA (Fortalezas, Amenazas): Una fortaleza importante con la que cuenta el proyecto es el respaldo y apoyo de entidades gubernamentales, por lo cual en caso de las amenazas de un impacto ambiental y sostenibilidad incierta, las correspondientes entidades prestarán el servicio idóneo para corregir estas fallas.

Mediante el apoyo de las instituciones estatales, la entidad administradora Panachi y las agencias de viajes se debería empezar por una capacitación permanente a los encargados de prestar el servicio a los turistas esto con el fin de mejorar la atención y por ende atraer un turismo repetitivo, además de que con esto se podría suplir la necesidad de empleo que existe actualmente en el departamento. Por otra parte ayudado con la estrategias FO y con el gran plus de que contamos con un atractivo único en el país, se debe tener en cuenta la estrategia DO en la cual se replantea el costo para disfrutar de los atractivos turísticos, con el fin de atraer una mayor y constante población a dichos destinos turísticos y así asegurar la sostenibilidad del proyecto.

- Estrategias DO (Debilidades, Oportunidades): Para el caso de esta estrategia se encontró la combinación de una debilidad fuertemente valorada, la “baja trayectoria turística del municipio”, con la oportunidad “consolidar el sector turismo”. Si bien es cierto que Floridablanca históricamente no ha sido visto y promocionado como destino turístico, con la apertura del parque se empieza a transformar hacia ese objetivo, ayudado no solo por los atractivos del municipio sino porque es parte de gran circuito que está consolidado el sector turístico de Santander.

Por otra parte ayudado con la estrategias FO y entendiendo que la región cuenta con unos atractivos únicos en el país se debería replantear el estudio o el análisis de la capacidad de ingresos y de gastos (dinero destinado al ocio y recreación) de los habitantes del departamento, esto con el fin de modificar el costo por persona que se requiere para disfrutar de cada atractivo turístico y así poder establecer planes económicos y sostenibles que involucren la totalidad de la cadena turística de la región.

Teniendo en cuenta que el municipio de Floridablanca no cuenta con una plataforma turística fuerte en temas de hotelería, restaurantes e infraestructura de acceso a los sitios turísticos, se

debería fortalecer la unión de los gremios turísticos o clúster en cuanto a los actores involucrados directamente se aplaquen unos con otros, es decir se supla el déficit de hoteles y restaurantes de alta categoría con la oferta de la ciudad de Bucaramanga, de igual manera se generen planes turísticos que impliquen un circuito por todos los sitios turísticos del departamento, adicionalmente se puede hacer el requerimiento por parte de estos actores principales o del clúster a las alcaldías y gobernación de que mejoren la vialidad y el acceso a dichos sitios y poder así prestar un servicio de alta calidad.

- Estrategias DA (Debilidades, Amenazas): Se puede decir que el proyecto ha tenido una mala propaganda producto de las controversias en la época de su construcción y primeros meses de su entrada en funcionamiento, lo que podemos plantear es que se cambie la imagen mediante la publicación y la retroalimentación a la población en cuanto a cifras, reportes y datos que se puedan públicos y reviertan la mala propaganda. Además de especificar los beneficios que esto traerá y está generando al municipio; con los cuales se podrá alivianar la incertidumbre sobre aquellas problemáticas sociales y económicas que actualmente existe en la población.

#### **4.4 Discusión**

Antes de comenzar este apartado se hará un breve resumen del contenido del trabajo hasta este punto. El trabajo busca hacer un análisis estratégico del posible impacto que tendrá la construcción del proyecto del Cerro del Santísimo en Floridablanca. La hipótesis central del documento se basa en que este será un aporte positivo para el municipio, bajo el supuesto de que una centralidad genera desarrollo hacia su periferia. De dicha hipótesis, el planteamiento del problema nos conduce a las preguntas: ¿Cuáles son las condiciones actuales en las que se desarrolla el eco-proyecto “Cerro del Santísimo”?, ¿Cuál es la perspectiva de la comunidad de Floridablanca frente a los

efectos del mismo sobre el municipio? y ¿Cuáles son algunas estrategias orientadoras del crecimiento del mismo?

Así el principal objetivo es diagnosticar el contexto actual del centro turístico “Eco-parque Cerro del Santísimo”, la perspectiva comunitaria frente al mismo y las orientaciones estrategias para su desarrollo.

Para cumplir el objetivo seguimos el procedimiento metodológico que se presentó anteriormente, el cual básicamente constaba de una descripción del proyecto, una descripción de los actores involucrados, y por ultimo una análisis estratégico haciendo uso de unan importante herramienta como lo es la matriz DOFA. Según los resultados a grandes rasgos se puede decir lo siguiente:

Desde el punto de vista normativo el proyecto no tiene la validez suficiente para ser ejecutado. Se evidencia serios problemas de incentivos y falta de claridad en los procesos que permitieron que hoy el megaproyecto se esté llevando a cabo. Existen preocupaciones de toda clase, tanto político como social económico y ambiental, según lo encontrado cada uno de estos aspectos no es lo suficientemente claro como para intentar realizar una verdadera evaluación.

Por otra parte se encontró que Floridablanca aún no está preparada o no cuenta con la suficiente infraestructura turística como para ajustarse a lo proyectado por la normativa vigente, sin embargo se puede empezar a construir las primeras bases para un municipio y una región que tienen bastante potencial turístico. Por lo tanto el balance estratégico no es benévolo con el proyecto debido a que la estructura interna y estrena del proyecto no tienen muy buena valoración dado sus notables deficiencias.

#### **4.5. Análisis de los efectos socio-económicos.**

Teniendo en cuenta la información recopilada mediante las diferentes herramientas para obtención de información primaria, entre ellas documentación relevante en cuanto al “Cerro del Santísimo”, antecedentes, marco referencial, fuentes secundaria (encuestas y entrevistas), análisis DOFA y la utilización del programa SPSS para la determinación de la inclinación poblacional en cuanto a la percepción de la muestra encuestada; se podrían identificar los efectos que se generarían en el municipio de Floridablanca Santander por la puesta en marcha del “Cerro del Santísimo”.

Una vez aplicado el modelo SPSS para la población encuestada se observó una inclinación hacia la respuesta “No” en términos globales del cuestionario y por bloques económico y social; esto no se debe generalizar a que el proyecto solo tenga efectos negativos debido a que existe información verídica en la cual se destacan algunos impactos positivos a la comunidad, los cuales no son percibidos por la población encuestada.

Según la población encuestada considero que gracias al “Cerro del Santísimo” aumento el número de turistas al municipio, como lo indica el informe ejecutivo realizado por la Corporación PANACHI que para el año 2015 gracias al “Cerro del Santísimo” ingresaron un total de 177.457 personas con un periodo de apertura de 6 meses aproximadamente, asimismo para el año 2016 se reporta un incremento del 15% en la llegada de turistas para un total de 385.146 , lo que conlleva a generación de empleo directo en etapa de construcción (500 empleos directos) y en etapa de funcionamiento (200 empleos directos) según lo mencionado en (Competitividad, 2013), asimismo generara empleos temporales, entendiendo estos en las principales temporadas del año (Semana Santa, vacaciones de mitad de año, semana de receso en octubre, vacaciones de fin de año), adicionalmente se generaran más de 2500 empleos indirectos entre los tres complejos turísticos más importantes de la región administrados por la Corporación PANACHI así como se menciona

en (PANACHI, 2016); debido a lo anterior podría tener un efecto positivo en el dinamismo de la economía (mayores ingresos de la población), pero a la vez un efecto negativo en cuanto a la dependencia de la casualidad de la temporada y el bajo dinamismo económico en los otros meses del año.

A lo anterior se puede agregar que existen condiciones que impulsan la baja competitividad del “Cerro del Santísimo”, entre los que se destacan: la débil plataforma turística del municipio, la inseguridad en la zona, la falta de confianza por parte de algunos habitantes, comerciantes y personas en general de la región.

Se pudo evidenciar según la muestra encuestada que debido al “Cerro del Santísimo” la imagen municipal a nivel nacional e internacional ha venido mejorando, generando así un nivel de confianza para las inversiones, así como lo menciona (Diaz J. , 2016) el municipio de Floridablanca ha sido un escenario predilecto para los inversionistas, teniendo en cuenta la construcción del Hospital Internacional de Colombia por un valor de \$ 400.000 millones de pesos y asimismo el centro clínico Foscal Internacional cuya inversión supera los \$ 300.000 millones de pesos. A su vez el municipio cuenta con una zona franca reconocida de manera nacional e internacional generando ingresos por más de \$ 270.000 millones de pesos para el año 2015, además en el sector comercial también ha tenido un impulso gracias a la nueva imagen competitiva que está reflejando Floridablanca, por lo tanto dicho sector genera aproximadamente \$ 18.000 millones de pesos al municipio por cuestiones de impuesto de industria y comercio. Por otra parte las inversiones también se llevan a cabo por parte de la administración del alcalde Héctor Mantilla, el cual menciono aportes por \$ 27.000 millones de pesos para la construcciones de dos complejos turísticos llamados “El parque de la familia” y “El parque del parapente”.

Con la plataforma turística débil del municipio de Floridablanca se puede generar un efecto negativo en el turismo repetitivo, por los diferentes problemas que se generan en la ciudad (Congestión vehicular, contaminación, inseguridad, deterioro maya vial, altos costos hoteleros, costos de visita al complejo).

Además en conjunto con el punto de vista de los entrevistados y los encuestados, la poca articulación entre los entes ejecutantes del proyecto, los diferentes complejos turísticos y los municipios aledaños podría generar un efecto de fuga de turistas hacia otros destinos más consolidados.

Teniendo en cuenta la opinión de los encuestados y algunos actores entrevistados se puede observar que la inversión en el “Cerro del Santísimo” debió ser destinada hacia otras necesidades de mayor prioridad, tal como lo indica la presidenta de la Fundación participar citada por (Díaz J. , 2016), puesto que una sociedad con una mejor calidad de vida, tendría una mejor visión a la hora de poner en ejecución un mega-proyecto como este.

Por otra parte se observa la necesidad de dedicar tiempo y recursos para la elaboración de estudios que contribuyan a una mejor planeación, ejecución y evaluación de los proyectos que se ejecuten por parte de los entes públicos; los cuales tendrán efectos sociales, económicos y ambientales sobre la población en general, esto dicho por (Santander C. G., 2014). De igual manera es importante implementar programas que midan la satisfacción de la población de Floridablanca con el fin de determinar el nivel de confianza sobre las políticas enmarcadas hacia la ejecución del “Cerro del Santísimo”.

Según las entrevistas realizadas a los expertos en el tema y como lo corrobora (Corporacion PANACHI, 2015) en su informe de gestión gracias a la construcción de “Cerros del Santísimo” alrededor del 50% de los empleados se están capacitando.

Por otra parte en cuanto a los efectos sociales, se observa que el “Cerro del Santísimo” está generando un impacto positivo para la población aledaña al complejo, mediante la remodelación de las redes eléctricas especialmente en las veredas helechales y Casiano, así mismo se fomenta el ocio y la recreación de las poblaciones de escasos recursos y condiciones especiales mediante unas tarifas y subsidios especiales para su acceso al complejo todo esto según (Corporacion PANACHI, 2015).

De igual manera se está ayudando a mejorar las condiciones de salud aquellas comunidades cercanas al proyecto denominado “Cerro del Santísimo” mediante atención medica básica a niños y adultos, adicionalmente jornadas lúdicas de salud con el fin de satisfacer las necesidades primordiales de aquellas personas que más lo necesitan.

En la misma línea se identifican algunos efectos en el sector comercial, según (Corporacion PANACHI, 2015), se está brindando un acompañamiento a los empresarios de la región, se fomenta la creación de locales comerciales, asociaciones para comercializar productos de la región y además una capacitación para aquellas personas que deseen ingresar a la vida laboral.

## **5. Conclusiones**

Tras el desarrollo de la investigación podemos concluir lo siguiente:

El turismo es actualmente uno de los sectores que juega un papel importante como fuente de divisas y como eje de promoción del potencial para la economía del municipio como lo infiere (Goded, 2012), por lo cual el turismo se ha convertido en uno de los principales impulsores de la competitividad regional e impulsores del PIB como lo manifiesta Balaguer y Cantavella (2000).

Al revisar los planes de desarrollo se puede observar que tanto el departamento de Santander como el Municipio de Floridablanca hacen grandes esfuerzos para posicionar el turismo como una actividad generadora de bienestar económico y sostenibilidad en el tiempo.

Como se expresa en el trabajo de (Bagri & Kala, 2016) es indispensable identificar la percepción de la población residente en cuanto al tema del turismo emergente, esto debido a la importancia de recolectar datos que apoyen el análisis de los efectos que puede generar un proyecto turístico en la región, además de la ayuda para la generación de estrategias que impulsen dicho proyecto.

Además como se identifica en el trabajo de Torres & Salas, (2008), el sector turístico tiene una repercusión importante en los demás sectores, siendo este un motor de desarrollo para la sociedad.

Es muy importante enmarcar el papel que tiene el sector público en el desarrollo económico y social de la región, ya que de él depende articular a los sectores académicos y privado del municipio, con el fin de contribuir a la generación de estrategias y proyectos productivos, que disminuyan la pobreza y el desempleo, como lo enmarca Tresserras (2001).

Se manifiesta la estrecha relación que existe entre el desarrollo turístico y crecimiento económico de las regiones según (Almiron, Bertoncetto, Kuper, & Ramirez, 2008)

En relación al “Cerro del Santísimo” se pueden decir varias cosas: la primera de ellas es que por los detalles de su construcción este se presenta como una obra de gran envergadura que contiene atractivos prácticamente únicos en la región y que le apuntan a un tipo de turismo diferente, es decir a un turismo ecológico, y que se ha planteado de tal forma que se espera el impacto sea bastante pronunciado.

Asimismo como se había planteado desde un inicio el “Cerro del Santísimo” se proponía como una centralidad promotora del desarrollo económico en torno a la cadena productiva del sector turismo, aunque aún falta una mayor integración entre los diferentes actores de la cadena de valor.

A lo anterior se agregar que existen condiciones que impulsan la baja competitividad del “Cerro del Santísimo”, entre los que se destacan: la débil plataforma turística del municipio, la inseguridad en la zona, la falta de confianza por parte de algunos habitantes, comerciantes y personas en general de la región.

De acuerdo a la población encuestada se identifica una postura negativa hacia el proyecto “Cerro del Santísimo”, tal como se corrobora en el análisis estadístico con una probabilidad del 19% que una persona al azar de la población encuestada conteste “No” a la totalidad del cuestionario. Y con un 13% a la probabilidad a que una persona al azar de la población encuestada conteste “Si” a la totalidad del cuestionario.

Según el análisis estratégico tanto las debilidades como amenazas recibieron una alta valoración lo cual influye a pensar que aparentemente el proyecto no tendrá el impacto prometido por quienes lo ejecutan. Por otro lado, según la puntuación final de la matriz DOFA vemos como el análisis interno recibió un mayor puntaje que el externo, lo cual nos indica que como se dijo anteriormente el proyecto en sí es una muy buena apuesta, el problema es el entorno o las condiciones externas quienes no lo favorecen, por ejemplo la mala propaganda que se propago en los diferentes medios de comunicación y en la población civil, sostenibilidad incierta teniendo en cuenta a la falta de claridad en cuanto a las cifras del proyecto (Santander C. G., 2014) y la competencia que otros destinos turísticos tiene frente a la del municipio que actualmente es nueva.

Es necesario incentivar a los estudiantes y a los sectores correspondientes, para que realicen proyectos que estudien la percepción ciudadana frente a los complejos y la elección por estos

destinos turístico como lo indica (Lozano & Rengifo, 2016), para evaluar y generar estrategias que conlleven al éxito y sostenimiento de un proyecto, tal como lo señala (Campo & Velasco, 2015).

Teniendo en cuenta la metodología aplicada y los trabajos de referencia del presente trabajo, se puede concluir que dicho trabajo se puede presentar como base o punto de partida para los trabajos futuros y así poder identificar la percepción, los factores internos y externos que influyen en la aceptación, sostenimiento y éxito de un proyecto turístico.

De acuerdo a (Villamizar, 2007), (Ospina, Universidad Industrial de Santander, 2007) e (Rodríguez, 2008) identifican los impactos socioeconómicos en una comunidad producto de la puesta en marcha de un complejo turístico, mediante la herramienta matriz DOFA.

Según la población encuestada considero que gracias al “Cerro del Santísimo” aumento el número de turistas al municipio, lo que conlleva a una oportunidad de generación de empleo y a un aumento en los ingresos de la población producto de esta actividad económica.

Se pudo evidenciar según la población encuesta considera que debido al “Cerro del Santísimo” la imagen municipal a nivel nacional e internacional ha venido mejorando, generando así un nivel de confianza para las inversiones.

Con la plataforma turística débil del municipio de Floridablanca se puede generar un efecto negativo en el turismo repetitivo, por los diferentes problemas que se generan en la ciudad (Congestión vehicular, contaminación, inseguridad, deterioro maya vial, altos costos hoteleros, costos de visita al complejo).

Además en conjunto con el punto de vista de los entrevistados y los encuestados, la poca articulación entre los entes ejecutantes del proyecto, los diferentes complejos turísticos y los municipios aledaños podría generar un efecto de fuga de turistas hacia otros destinos más consolidados.

Teniendo en cuenta la opinión de los encuestados y algunos actores entrevistados se puede observar que la inversión en el “Cerro del Santísimo” debió ser destinada hacia otras necesidades de mayor prioridad, puesto que una sociedad con una mejor calidad de vida, tendría una mejor visión a la hora de poner en ejecución un mega-proyecto como este.

Por otra parte se observa la necesidad de dedicar tiempo y recursos para la elaboración de proyectos que midan la satisfacción de la población como lo identifica (Lopez & Arcila, 2013), así mismo analizar el nivel de competitividad y calidad de los servicios prestados tal como lo manifiestan Ibáñez, (2011) y (Alzamora, y otros, 2014).

Además se evidencia que los encuestados no se sienten conformes con su participación en el tema, ya que del total de los encuestados el 81% contestó que hizo falta mayor participación de la población en el tema, por consiguiente se puede generar un efecto negativo hacia el sentido de pertenencia con el complejo turístico.

Asimismo el costo en la entrada se presenta como uno de los más bajos con respecto a los diferentes complejos turísticos del país, según se reporta en el informe (PANACHI, 2016) sin embargo al momento de la visita al eco-parque “Cerro del Santísimo” este ofrece menos actividades que los demás centros turísticos del país.

Teniendo en cuenta las diversas visitas por los entes de control, así como se menciona en el informe (Santander C. G., 2014) en el cual se mencionan diversos hallazgos en temas de contratación, inversión y en el ámbito ambiental; posteriormente la nueva auditoría que se realizara a la empresa administradora del complejo, el cual estaría generando un riesgo de reputación.

Teniendo en cuenta la población encuestada se pudo identificar que el 56% pertenece al género masculino, el rango de edad con mayor participación fue el comprendido entre 20 a 34 años con

un 45% del total de los encuestados y en cuanto a la distribución por ocupaciones, el que obtuvo la mayor participación fue el sector independiente con el 52% del total de los encuestados.

Según la información recopilada en (PANACHI, 2016) y (Competitividad, 2013) se reporta un efecto económico positivo con referencia al dinamismo de la economía producto de la llegada de más turistas al complejo turístico, esto también se manifiesta en la encuesta ya que del total de los encuestado el 62% respondió de manera positiva a la creencia de un aumento de turistas en el municipio.

De igual forma se reporta un efecto positivo en cuanto a la mejora de la imagen municipal, lo cual trae como efecto domino un incremento en inversión al municipio tal como lo menciona (Diaz J. , 2016) con la construcción de centros de salud, centros comerciales e inversión pública futura en otros proyectos turísticos.

Además se pudo evidenciar que según las entrevistas realizadas a algunos actores importantes en el tema, ya que del total de los encuestado el 84% contestó que la inversión en el complejo se debió destinar en otras obras de mayor prioridad y lo mencionado por (Diaz J. , 2016) donde se indica que una sociedad con mejores condiciones de vida respondería de manera más positiva ante estos proyectos.

Por otra parte en cuanto al ámbito social se identifica que el “Cerro del Santísimo” generó efectos positivos como lo enmarca la (Corporación PANACHI, 2015) en donde se mencionan el mejoramiento de red eléctrica, apoyo al ocio y recreación, y servicios de salud a la población aledaña al complejo turístico.

## 6. Recomendaciones

Se sugiere la recopilación y actualización de los datos disponibles para la medición de la plataforma turística del municipio, ya que dicha recopilación es muy extenuante debido a la falta de ella o la poca disposición de los organismos competentes para otorgarla al público.

Por otra parte la creación de políticas públicas que transformen al turismo como un impulsador de empleo e ingresos, y por ende aumente el desarrollo regional, dado a que el sector turístico de Floridablanca debe mejorar en calidad y trabajo conjunto de empresas, con el objetivo de posicionarse a nivel nacional e internacional como un estandarte de dicha actividad económica.

La articulación entre el sector público, privado y académico es primordial, con el fin de generar datos relevantes y precisos que permitan implementar indicadores de competitividad, revelando el panorama real del sector y la región, con el objetivo de generar estrategias integrales que incidan en la competitividad y respondan a los cambios en el sector turístico.

A demás se recomienda que el sector público establezca un estándar de calidad en la región, para que los establecimientos turísticos se preocupen por obtener certificaciones de alto nivel y de esta manera se garantice una buena prestación de los servicios, con los cual se disminuyen las ventajas que tienen actualmente los municipios limitantes con Floridablanca.

Es importante fortalecer la creación de clúster para abarcar una mayor participación del mercado a nivel nacional e internacional, ofreciendo un producto combinado con las empresas y los atractivos turísticos.

Por otro lado se sugiere alimentar el producto turístico con la innovación en tecnología y mercadeo, capacitación de la fuerza laboral, esto ayudara a la atracción de turistas de todo el mundo e igualmente incrementara el progreso económico, social y cultural del municipio.

Es importante concientizar a los turistas y residentes del municipio sobre el cuidado de los recursos naturales disponibles dentro y a los alrededores del “Cerro del Santísimo”, ya que son un atractivo importante para los objetivos del proyecto y a la vez parte esencial del ecosistema del municipio.

Es indispensable mejorar la maya vial del municipio con el fin de mejorar la conectividad de la población local con el proyecto y con otros municipios, además de la implementación de restaurantes y hoteles de alto estándar, así como el fortalecimiento de los ya existentes.

Es importante fomentar la realización de estudios que determinen la percepción de la comunidad antes y después de la ejecución de un proyecto de la envergadura del “Cerro del Santísimo” con el fin de medir la percepción y poder sugerir estrategias que vayan encaminadas a un verdadero desarrollo socio-económico de la región.

Por otra parte es fundamental asegurar la participación y colaboración de los funcionarios públicos en la obtención de información para la realización de estos estudios que al fin de cuentas van encaminados al mejoramiento de la región.

**Referencias Bibliográficas**

- Acosta, S. (2014). *Universidad ICESI*. Obtenido de Percepcion De Las Cadenas Hoteleras En Colombia: [http://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/](http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/)
- Alcaldia de Floridablanca. (2012). *Plan de Ordenamiento Territorial de Floridablanca*. Obtenido de Alcaldia de Floridablanca: [http://www.floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2014/09/Decreto087\\_2013\\_CompendioPOT.pdf](http://www.floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2014/09/Decreto087_2013_CompendioPOT.pdf)
- Almiron, A., Bertocello, R., Kuper, D., & Ramirez, L. (2008). *El turismo como impulsador del desarrollo en Argentina, una revisión de los estudios sobre la tematica* . Obtenido de <http://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/Apo2008a12v1pp57-86.pdf>
- Alzamora, M., Herrera, V., Fong, D., Portillo, Y., Wong, T., Baruco, K., . . . Pazmiño, E. (4 de Mayo de 2014). *Universidad Catolica Santa Maria La Antigua*. Obtenido de Estudio de la percepción de los turistas sobre la calidad del servicio al cliente en la Ciudad de Panamá: <http://usma.ac.pa/>
- Amorocho, H., Bravo, S., Cortina, A., Pacheco, C., & Quiñones, M. (2009). *Planeación estratégica de largo plazo: una necesidad de corto plazo*. Obtenido de Scientific Electronic Library Online- Universidad Nacional de Colombia: <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n26/n26a09.pdf>
- Anaya, L. (2013). *Plan de acción, ambiente para la gente*. Recuperado el 2014, de Corporacion Autonoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga: <http://www.cdmb.gov.co/web/documentos/documentos-de-apoyo-1/854-plan-de-accion-ambiente-para-la-gente-2012-2015-1/file>

B/ga, C. d., MIT, FONTUR, & PROCOLOMBIA. (2014). *Observatorio de turismo de santander*.

Obtenido de SiturSantander: <http://www.sitursantander.co/>

Baena, G. (2015). *Planeación prospectiva, teorías, metodologías y buenas practicas en America*

*Latina*. Recuperado el 2015, de Instituto SAGRES política y gestión estratégica aplicada:

<http://www.sagres.org.br/artigos/pleneacion.pdf>

Bagri, S., & Kala, D. (2016). *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. ISSN 1695-7121*.

Obtenido de Residents' Attitudes toward Tourism Development and Impacts in

Koti-Kanasar, Indroli, Pattyur Tourism Circuit of Uttarakhand State, India:

<http://www.pasosonline.org/es/>

Barrera, N. F. (2012). *Plan de desarrollo del Municipio de Floridablanca*. Recuperado el 2014,

de Alcaldia De Floridablanca : Plan de desarrollo del Municipio de Floridablanca,

Floridablanca Pr[http://www.floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2014/02/PDM-](http://www.floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2014/02/PDM-Primero-Floridablanca-2012-2015.pdf)

[Primero-Floridablanca-2012-2015.pdf](http://www.floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2014/02/PDM-Primero-Floridablanca-2012-2015.pdf)

Begazo, J. (19 de Julio de 2007). *Universidad Nacional Mayor De San Marcos*. Obtenido de

Competitividad Y Percepción Del Servicio Turístico Peruano Estudio De Investigación

2005: <http://sisbib.unmsm.edu.pe/>

Beuf, A. (2008). *Concepción de centralidades periféricas en el marco de la planificación urbana*.

Obtenido de Universidad de Barcelona: [http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/07-](http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/07-A-Beuf.pdf)

[A-Beuf.pdf](http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/07-A-Beuf.pdf)

Borsdorf, A. &. (2002). Die Dynamik stadtstrukturellen Wandels in Lateinamerika im Modell der

lateinamerikanischen Stadt. *Geographica Helvetica*, 300-304.

- Brida, J. G., London, S., & Rojas, M. (12 de febrero de 2012). *The tourism as economic growth engine: the impact of the agents time preferences*. Obtenido de [https://mpa.ub.uni-muenchen.de/36607/1/MPRA\\_paper\\_36607.pdf](https://mpa.ub.uni-muenchen.de/36607/1/MPRA_paper_36607.pdf)
- Cacciutto, M., Corbo, Y., Cruz, G., Roldan, N., Castelluci, D., & Barbini, B. (2013). *Universidad Nacional de Mar del Plata*. Obtenido de Percepciones de los residentes en destinos turísticos principales tendencias de abordaje e implicancias de la perspectiva socio-política: <http://nulan.mdp.edu.ar/>
- Campo, A., & Velasco, S. (1 de Diciembre de 2015). *Universidad ICESI*. Obtenido de Percepciones y tendencias del turismo en Asia Pacifico y Medio Oriente: [repository.icesi.edu.co](http://repository.icesi.edu.co)
- Castrillón, I., Canto, A., Cantorna, A., & Cerradelo, L. (2011). *Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad*. Obtenido de Universidad Estatal de Santa Cruz: [http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo\\_7.pdf](http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/ano5-edicao2/artigo_7.pdf)
- CDMB. (2015). *Gestion Institucional*. Obtenido de Corporacion Autonoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga: <http://www.cdm.gov.co/web/ciudadano/prensa/noticias/item/3757-cerro-del-santisimo-no-esta-dentro-del-drmi-procuraduria>
- Chavez, E. (2007). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de San Gil: <http://repositorio.uis.edu.co/jspui/>

Comision Regional de Competitividad. (2008). *Informe Final Plan Regional de Competitividad*.

Recuperado el 2015, de Ministerio de Comercio Industria y Turismo:  
file:///C:/Users/LAURA/Desktop/tesis/Santander\_Informe\_Final\_PRC.pdf

Competitividad, C. R. (2013). *Santander Competitivo*. Obtenido de Ecoparque Cerro del Santisimo: <http://santandercompetitivo.org>

Consejo Superior de la Judicatura. (2012). *Planeacion Estrategica*. Recuperado el 2015, de Consejo Superior de Judicatura:  
[http://sistemagestioncalidad.ramajudicial.gov.co/modelocsj/portal/recursos\\_user/documentos/Planeaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica.pdf](http://sistemagestioncalidad.ramajudicial.gov.co/modelocsj/portal/recursos_user/documentos/Planeaci%C3%B3n%20Estrat%C3%A9gica.pdf)

Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga -CDMB-. (1993). *Funciones de la CDMB*. Recuperado el 2015, de Corporación Autónoma Regional para la Defensa de la Meseta de Bucaramanga -CDMB: <http://www.cdm-b.gov.co/web/asi-es-la-cdm-b/naturaleza-juridica>

Corporacion PANACHI. (2015). *Cerro del Santisimo*. Obtenido de Corporacion Panachi: <http://cerrodelsantisimo.com/cerro/>

Corporacion Parque Nacional del Chicamocha. (2006). *Quienes somos*. Obtenido de Parque Nacional del Chicamocha: <http://parquenacionaldelchicamocha.com/>

Cuenin, F., & Silva, M. (2010). *Identificación y Fortalecimiento de Centralidades Urbanas*. Obtenido de Banco Interamericano de Desarrollo:  
<https://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/1572/Identificaci%C3%B3ny%20Fortalecimiento%20de%20Centralidades%20Urbanas%20%20El%20Caso%20de%20Quito.pdf?sequence=1>

- Diaz, J. (30 de Junio de 2016). *El Tiempo.com*. Obtenido de Floridablanca 'endulza' con su crecimiento a la economía de Santander: <http://www.eltiempo.com>
- Diaz, N. (2012). *Plan de Desarrollo "Primero Floridablanca"*. Obtenido de Alcaldia de Floridablanca: <http://www.floridablanca.gov.co/wp-content/uploads/2014/02/PDM-Primero-Floridablanca-2012-2015.pdf>
- El Tiempo. (2013). *Ponen primera piedra de Ecoparque Cerro El Santísimo*. Obtenido de Periodico El Tiempo: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12769825>
- El Tiempo. (2014). *Denuncian presuntas fallas en construcción de ecoparque en Santander*. Obtenido de El Tiempo.com: <http://www.eltiempo.com/colombia/otras-ciudades/fallas-en-construccion-de-ecoparque-en-santander/14254859>
- Escalona, I. (2012). *Aplicación de la planeación estratégica en la empresa NEPSA*. Obtenido de Instituto Politecnico Nacional: <http://es.slideshare.net/Zoilo99/aplicacin-de-la-planeacin-estratgica-en-la-empresa-nepsa>
- Fred, D. (2003). *Conceptos de Administracion Estrategica*. Recuperado el 2015, de Universidad Nacional Abierta y Distancia: [http://datateca.unad.edu.co/contenidos/206042/PENSAMIENTO\\_ESTRATEGICO\\_206042\\_2015\\_16\\_-\\_03/LIBRO\\_CONCEPTOS\\_DE\\_ADMINISTRACION\\_ESTRATEGICA\\_FRED\\_DAVI D\\_2003\\_1\\_.pdf](http://datateca.unad.edu.co/contenidos/206042/PENSAMIENTO_ESTRATEGICO_206042_2015_16_-_03/LIBRO_CONCEPTOS_DE_ADMINISTRACION_ESTRATEGICA_FRED_DAVI D_2003_1_.pdf)
- Galvis, I. (2014). *Planeación estratégica en la empresa confecciones Salome Ltda*. Obtenido de Universidad Autonoma de Occidente: <http://red.uao.edu.co/bitstream/10614/4851/3/TAU01235.pdf>

Garcia, B. (2015). *La vía al Cerro del Santísimo es insegura para los visitantes*. Obtenido de Vanguardia.com: <http://www.vanguardia.com/area-metropolitana/floridablanca/328182-la-via-al-cerro-del-santisimo-es-insegura-para-los-visitante>

Gobernacion de Santander. (2012). *Plan de Desarrollo Santander en Serio*. Obtenido de Gobernacion de Santander: <file:///C:/Users/USER/Downloads/9037a4972b2ca8dbe538e90d9df1fa8a.pdf>

Gobernacion de Santander. (2013). *Gobernación adjudicó construcción de teleférico a la Unión Temporal Cable Aéreo del Santísimo*. Recuperado el 2015, de Gobernacion de Santander: <http://www.santander.gov.co/index.php/prensa/item/3033-gobernaci%25C3%25B3n-adjudic%25C3%25B3-construcci%25C3%25B3n-de-telef%25C3%25A9rico-a-la-uni%25C3%25B3n-temporal-cable-a%25C3%25A9reo-del-sant%25C3%25ADsimo>

Gomez, S., & Montes, M. (2011). *Nivel de competitividad del Sector Turismo en el Departamento de Risaralda, desde el Sistema de Indicadores definido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de Universidad Católica de Pereira: <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/503/completo.pdf?sequence=1>

Hernández, R., & Fernández, C. &. (2003). *Metodología de la Investigacion* . Mexico: McGraw-Hill Interamericana.

Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2006). *Macroproyectos linea de enseñanza de la ciencia*. Obtenido de Metodología dela investigación: [https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006\\_ocr.pdf](https://competenciashg.files.wordpress.com/2012/10/sampieri-et-al-metodologia-de-la-investigacion-4ta-edicion-sampieri-2006_ocr.pdf)

Ibáñez, R. (2011). *Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México*.

Obtenido de Sistema de Información Científica Redalyc:

<http://www.redalyc.org/pdf/398/39821278007.pdf>

Jimenez, A. (2009). *Movilidad y centralidades, un diálogo urbano*. Recuperado el 2015, de

Universidad Nacional de Colombia:

[http://www.bdigital.unal.edu.co/3419/1/43157692.2009\\_1.pdf](http://www.bdigital.unal.edu.co/3419/1/43157692.2009_1.pdf)

Kerlinger, F. (1975). *Howard B. Lee California State University*. Obtenido de Investigación del

Comportamiento: <https://www.academia.edu/>

La Corte Constitucional. (2014). *Corte Constitucional*. Recuperado el 2015, de Acción de tutela

para la protección de derechos colectivos:

<http://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2014/T-139-14.htm>

LATORRE, A., & RINCÓN D. & ARNAL, J. (2003). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Experiencia S.L.

Lopez, J., & Arcila, M. (15 de Octubre de 2013). *Red de Revistas Científicas de América Latina y*

*el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de Análisis De La Percepción Turística En La

Región Tánger-Tetuán (Marruecos): <http://www.redalyc.org/>

Lozano, S., & Rengifo, A. (2016). *Universidad ICESI*. Obtenido de Percepción Y Tendencia De

Los Consumidores En El Turismo Nacional:

[http://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/](http://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/)

Marquez, A., & Sanchez, A. (7 de Mayo de 2007). *Red de Revistas Científicas de América Latina*

*y el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de Turismo y ambiente: la percepción de los

turistas nacionales en Bahía de Banderas, Nayarit, México: <http://www.redalyc.org>

- Mayorga, M. (2012). *Espacios de centralidad urbana y redes de infraestructura*. Obtenido de Universidad politecnica de Cataluña: <http://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/17889/Espacios%2520de%2520centralidad%2520urbana-infraestructura.pdf?sequence=1>
- Mendoza, G. (Julio de 2012). *Universidad del Rosario*. Obtenido de Análisis Del Sector Turismo En Cartagena Como Elemento De Internacionalización De La Ciudad: <http://repository.urosario.edu.co/>
- Ministerio de Comercio Industria Turismo. (julio de 2012). *Plan de Desarrollo Turístico de Santander*. Recuperado el 2015, de Ministerio de Comercio Industria y Turismo: [file:///C:/Users/LAURA/Desktop/tesis/Plan\\_de\\_desarrollo\\_turístico\\_de\\_Santander\\_1.pdf](file:///C:/Users/LAURA/Desktop/tesis/Plan_de_desarrollo_turístico_de_Santander_1.pdf)
- Organizacion Mundial del Turismo. (2008). *Entender el turismo*. Recuperado el 2015, de Organizacion Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Ospina, E. (2007). Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional del Chicamocha en el municipio de Jordan Sube. Jordan Sube, Colombia.
- Ospina, E. (2007). Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional del Chicamocha en el municipio de Jordan Sube. Jordan Sube, Colombia.
- Ospina, E. (2007). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de JORDAN SUBE: <http://repositorio.uis.edu.co/jspui/>
- PANACHI, C. (2016). *Parque Nacional del Chicamocha*. Obtenido de Informe ejecutivo corporacion PANACHI: <http://www.parquenacionaldelchicamocha.com/>

- Parque Nacional del Chicamocha. (2006). *Quienes somos*. Obtenido de Parque Nacional del Chicamocha: <http://parquenacionaldelchicamocha.com/la-corporacion/>
- Parque Natural Regional Cerro la Judia. (2012). *Como llegar al Cerro la Judia*. Recuperado el 2015, de Cerro la Judia: <http://cerrolajudia.blogspot.com.co/2013/05/como-llegar-y-que-visitar-en-el-cerro.html>
- Ponce, H. (2006). *La matriz FODA: alternativa de diagnóstico y determinación de estrategias de intervención en diversas organizaciones*. Recuperado el 2015, de Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología A.C.: [http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP\\_12-1/Ponce\\_Talancon.pdf](http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf)
- Pratt , L. (septiembre de 2002). *Logros y Retos del Turismo Costarricense*. Obtenido de <https://www.incae.edu/ES/clacds/publicaciones/pdf/cen608.pdf>
- Prieto, J. (2014). *Concejo de Floridablanca solicitó suspensión de obras del Santísimo*. Obtenido de Periódico Vanguardia: <http://www.vanguardia.com/actualidad/politica/269285-concejo-de-floridablanca-solicito-suspension-de-obras-del-santisimo>
- Prieto, J. (2014). *Cuestionan legalidad de la licencia del Cerro del Santísimo*. Obtenido de Periódico Vanguardia: <http://www.vanguardia.com/actualidad/politica/253605-cuestionan-legalidad-de-la-licencia-del-cerro-del-santisimo>
- Prieto, J. (2014). *Fallan a favor de la Gobernación de Santander acción popular contra el Santísimo*. Obtenido de Periódico Vanguardia: <http://www.vanguardia.com/actualidad/politica/273807-fallan-a-favor-de-la-gobernacion-de-santander-accion-popular-contra-el-sa>
- Proexport. (2012). *Informe Turismo Extranjero en Colombia*. Recuperado el 2015, de Colombia Trade:

[http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/informe\\_proexport\\_turismo\\_extranjero\\_en\\_colombia\\_a\\_diciembre\\_2012\\_final.pdf](http://www.colombiatrader.com.co/sites/default/files/informe_proexport_turismo_extranjero_en_colombia_a_diciembre_2012_final.pdf)

Quevedo, N. (2014). *Las regalías del Santísimo*. Obtenido de Periodico El Espectador:

<http://www.elespectador.com/noticias/investigacion/regalias-de-el-santisimo-articulo-519283>

RAE. (2015). *Real Academia Española*. Obtenido de Diccionario Real Academia Española:

<http://www.rae.es/>

Ramírez, J. (2012). *Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas*. Obtenido de Universidad Veracruzana:

<http://www.uv.mx/iiesca/files/2012/12/herramienta2009-2.pdf>

Rodriguez, J. (2008). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de Estudio sobre el impacto turístico y económico del parque nacional Chicamocha en el municipio de Aratoca:

<http://repositorio.uis.edu.co/jspui/>

Samper, D. (2015). *La octava maravilla del mundo es Richard Aguilar*. Obtenido de Revista

Semana: <http://www.semana.com/opinion/articulo/daniel-samper-ospina-la-octava-maravilla-del-mundo-es-richard-aguilar/432772-3>

Sancho, A. (2008). *Introducción al Turismo*. Recuperado el 2015, de Sistema de Estadísticas

Turísticas Integrado de Argentina:

<http://www.seti.chubut.gov.ar/publico/pdf/Sancho%20et%20al%20OMT%20Introduccion%20al%20turismo.pdf>

Santander, C. G. (2014). *Contraloría General de Santander*. Obtenido de Recursos de Regalías

Proyecto EcoParque Cerro del Santísimo Municipio de Floridablanca Vigencia 2012 y 2013.: <http://contraloriasantander.gov.co/>

- Santander, G. d. (2015). *Gobernacion de Santander*. Obtenido de Detalles técnicos, ambientales y sociales del Ecoparque Cerro del Santísimo: <http://santander.gov.co/index.php/prensa/item/10578-detalles-tecnicos-ambientales-y-sociales-del-ecoparque-cerro-del-santisimo>
- Semana. (2015). *La polemica del enorme Cristo de Santander*. Obtenido de Revista Semana: <http://www.semana.com/nacion/articulo/la-polemica-del-enorme-cristo-de-santander/398508-3>
- Strikland, &. T. (2007). *LA MATRIZ FODA: ALTERNATIVA DE DIAGNÓSTICO Y DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS DE INTERVENCIÓN EN DIVERSAS ORGANIZACIONES*. Recuperado el 2015, de [http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP\\_12-1/Ponce\\_Talancon.pdf](http://cneip.org/documentos/revista/CNEIP_12-1/Ponce_Talancon.pdf)
- Torres, T. &. (2008). *Universidad de Lleida*. Obtenido de El turismo como elemento de crecimiento economico en el ambito español: <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/viewFile/49/45>
- Tresserras, J. (2001). *Patrimonio, turismo y desarrollo local: situación y perspectivas*. Obtenido de [http://www.gestioncultural.org/ficheros/1\\_1321272045\\_JJuan\\_PatrimTurDes.pdf](http://www.gestioncultural.org/ficheros/1_1321272045_JJuan_PatrimTurDes.pdf)
- Universidad del Rosario . (2011). *Propuesta para fortalecimiento de la gestión institucional de la competitividad en las provincias de vélez, comuneros y guanentá de santander*. Obtenido de Universidad del Rosario: [http://www.urosario.edu.co/urosario\\_files/af/af3b30a8-c0d5-4034-8be8-1cf448843d71.pdf](http://www.urosario.edu.co/urosario_files/af/af3b30a8-c0d5-4034-8be8-1cf448843d71.pdf)
- Villamizar, E. (2007). *Universidad Industrial de Santander*. Obtenido de Estudio sobre el impacto turistico y economico del parque nacional del Chicamocha en el municipio de San Gil: [repositorio.uis.edu.co](http://repositorio.uis.edu.co)

## Apéndices

### Apéndice A. Instrumento encuesta de perspectiva.



Universidad Santo Tomás, Bucaramanga  
División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables  
Facultad De Economía

“Análisis de los efectos socioeconómicos del proyecto Cerro el Santísimo de Floridablanca”

FORMATO DE IDENTIFICACION	
Nombre del encuestado	
Fecha	
Sector empresarial	
Teléfono	
E-mail	

#### OBJETIVO:

Esta encuesta se realiza con el fin de recolectar información sobre la perspectiva que tienen los diferentes actores locales frente a la entrada en funcionamiento del nuevo Eco-parque Cerro del Santísimo.

1. ¿Cree usted que ha aumentado la afluencia de turistas al municipio? SI\_\_\_ NO\_\_\_
2. ¿Considera que el aumento de turistas en el municipio es por la puesta en marcha del Cerro del Santísimo? SI\_\_\_ NO\_\_\_
3. ¿Considera que ha aumentado el número de locales comerciales desde la puesta en marcha del Cerro del Santísimo? SI\_\_\_ NO\_\_\_
4. ¿Qué tipo de beneficios considera usted que ha traído al municipio la puesta en funcionamiento del Cerro del Santísimo?
  - a. Culturales
  - b. Comerciales
  - c. Mejora de la imagen municipal
  - d. Desarrollo municipal
  - e. Ninguno
  - f. No sabe / No responde

5. ¿Considera que el municipio de Floridablanca, cuenta con la infraestructura necesaria para acoger un crecimiento en el número de turistas? SI \_\_\_ NO \_\_\_
6. ¿Considera que los demás atractivos turísticos del municipio han opacado el potencial que posee el Cerro del Santísimo para atraer nuevos turistas? SI \_\_\_ NO \_\_\_
7. ¿Cree usted que con la apertura del Eco-parque Cerro del Santísimo se beneficiara la población en general del municipio? SI \_\_\_ NO \_\_\_
8. ¿Considera que el municipio debió invertir el dinero de la construcción del Eco-Parque Cerro del Santísimo en otras obras prioritarias para la zona? SI \_\_\_ NO \_\_\_
9. ¿Considera que el Cerro del Santísimo como destino turismo será influyente a través de los años? SI \_\_\_ NO \_\_\_
10. ¿Considera que la población en general está satisfecha con la construcción del Cerro del Santísimo? SI \_\_\_ NO \_\_\_
11. ¿Considera que hizo falta mayor participación de la población local para la generación del proyecto Cerro del Santísimo? SI \_\_\_ NO \_\_\_

|

Gracias por su colaboración.

**Apéndice B. Instrumento documento entrevista.**

Efectos socioeconómicos “Cerro el Santísimo”



Universidad Santo Tomás, Bucaramanga

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad De Economía

“Análisis de los efectos socioeconómicos de la construcción del “Eco-parque Cerro del Santísimo”, en el municipio de Floridablanca, Santander”

FORMATO DE IDENTIFICACION	
MUNICIPIO	
NOMBRE DE ENTREVISTADO	
EMPRESA	
CARGO	
SECTOR	
TELEFONO	
E-MAIL	
NOMBRE DEL ENTREVISTADOR	EDUARDO ANGARITA MONCADA
FECHA	
OBSERVACIONES	

**OBJETIVO**

El objetivo de esta entrevista es obtener información primaria, con el fin de identificar las perspectivas de los diferentes actores locales, frente a la entrada en funcionamiento del Eco-parque Cerro del Santísimo.

## Efectos socioeconómicos “Cerro el Santísimo”

1. ¿Qué tan importante es nuestro país como destino turístico a nivel mundial?
2. ¿Específicamente sobre el municipio de Florida Blanca considera que es atractivo para el turismo nacional y extranjero?
3. ¿Qué aspectos considera usted que toman en cuenta los turistas que visitan el municipio de Florida Blanca?
4. ¿Qué aspectos considera usted que toman en cuenta los turistas que visitan el complejo turístico el Cerro del Santísimo?
5. ¿Cree usted que ha aumentado o disminuido la afluencia de turistas al municipio y a cual factor se debe el aumento o disminución de los mismos?
6. ¿Cree usted que la puesta en funcionamiento del Cerro del Santísimo ha traído beneficios al municipio? Y ¿Cuáles serían?
7. ¿Qué opina sobre la cultura de desarrollo organizacional de los hoteles en el municipio de Florida Blanca comparado con los hoteles de destinos más apesecidos?
8. ¿Qué opina sobre la profesionalidad y desempeño del capital humano del sector hotelero y de servicios del municipio?
9. ¿Considera usted que el municipio debió invertir el dinero de la construcción del Cerro del Santísimo en otras obras prioritarias para la zona?
10. ¿Considera usted que la población en general está satisfecha con la construcción del Cerro del Santísimo y Por qué?
11. ¿Cómo ve al futuro del sector turístico para los próximos 5 o 10 años en el municipio de Florida Blanca?

**Apéndice C. Encuesta Cerro del Santísimo**

Ver documento en carpeta externa