



**Diagnóstico de Ocho Atractivos Turísticos Del Municipio de Güicán de la Sierra para la
Identificación de Oportunidades de Negocios Mediante la Sostenibilidad.**



Autor Beatriz Helena Granados Niño

Universidad Santo Tomás

Facultad de Administración de Empresas, Maestría en Administración

Co director Mg. Mauricio Alejandro Jarro Sisa

Tutor. Anyinsam Daniel Barrera Montañez

Tunja, Boyacá

Abril, 2025



Diagnóstico de Ocho Atractivos Turísticos Del Municipio de Güicán de la Sierra para la Identificación de Oportunidades de Negocios Mediante la Sostenibilidad.

Beatriz Helena Granados Niño¹

Resumen

Este artículo presenta un diagnóstico de ocho sitios turísticos del Municipio de Güicán de la Sierra. Para el análisis de la información se aplicaron 122 encuestas a distintos sectores como fue a guías turísticos del municipio, agencias de turismo, hoteles, hostales, sector de transporte y turistas; igualmente, se recaudó información tanto de la oficina del Parque Nacional Natural El Cocuy (PNN El Cocuy), como de la Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra sobre senderos de la sierra Nevada que es el atractivo más relevante en materia turística y a esta última entidad también se le indagó sobre la promoción de los demás sitios turísticos.

Del análisis de la información se logró concluir que, los sitios turísticos estudiados requieren incrementar su promoción y publicidad a través de medios digitales con aras a tener mayor visibilidad por parte de los turistas tanto nacionales como extranjeros, ofreciendo un abanico de opciones para explorar en el municipio. Así lo afirmó el Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM, 2025) indicando que es una realidad que la masa glaciar de los picos nevados de la Sierra Nevada de Güicán y el Cocuy les queda pocos años de vida y resaltando que pese a ser el glaciar más extenso del país con 12,8 km², le quedan algunas décadas para monitorearlo, registrar sus cambios, visitarlo y apreciarlo.

Por tanto, el municipio debe prepararse antes que La Sierra pierda el glaciar, esto es, impulsando otras experiencias diferentes a los senderos de la Sierra nevada en materia turística

¹ Administradora de Empresas, Especialista en finanzas; Especialista en Salud Ocupacional y Protección de Riesgos Laborales de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, Estudiante Maestría en Administración Universidad Santo Tomás. Tunja, Colombia. Correo electrónico: beatrizgranados1002@gmail.com



como es ecoturismo, turismo religioso, turismo de aventura y exploración de los diferentes atractivos e historia del casco urbano, de esta manera el municipio evitaría el riesgo de disminuir la afluencia de turistas afectando los diferentes sectores que se benefician.

Palabras Claves: Turismo, ecoturismo, marketing, cadena de valor, atractivos turísticos, sostenibilidad

ABSTRACT

This article presents a diagnosis of eight tourist sites in the municipality of Güicán de la Sierra. To analyze the data, 122 surveys were conducted among various sectors, including municipal tour guides, travel agencies, hotels, hostels, the transportation sector, and tourists. Information was also collected from both the El Cocuy National Natural Park office and the Güicán de la Sierra Municipal Mayor's Office regarding trails in the Sierra Nevada, the most significant tourist attraction. The latter entity was also questioned about the promotion of other tourist sites.

From the analysis of the information, it was concluded that the studied tourist sites require increased promotion and advertising through digital media in order to gain greater visibility among both national and international tourists, offering a range of options to explore in the municipality. This was stated by the Institute of Hydrology, Meteorology and Environmental Studies (IDEAM, 2025), indicating that it is a reality that the glacial mass of the snow-capped peaks of the Sierra Nevada de Güicán and El Cocuy have only a few years of life left and highlighting that despite being the largest glacier in the country with 12.8 km², it has a few decades left to monitor it, record its changes, visit it and appreciate it.

Therefore, the municipality must prepare for the loss of the glacier in La Sierra. This means promoting tourism experiences other than the Sierra Nevada trails, such as ecotourism, religious tourism, adventure tourism, and exploring the various attractions and history of the town



center. This way, the municipality would avoid the risk of a decrease in tourist arrivals, affecting the various sectors that benefit from them.

Keywords: Tourism, ecotourism, marketing, value chain, tourist attractions, sustainability

1. Introducción

Para darle contexto al presente artículo, útil es destacar lo señalado por la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (ANATO, 2024), referente al comportamiento en materia turística y económica de nuestro país, afirma que, Colombia es reconocida por su biodiversidad, la presencia de pisos térmicos, culturas y gastronomía variada; en los últimos años se incrementó la afluencia de turistas y el flujo de capitales producto de esta actividad, con cerca de 9 mil millones de dólares en el año 2023 y con grandes expectativas para el cierre del 2024.

Igualmente, el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Minciencias, 2016) señala que, el principal patrimonio es la variedad de ecosistemas, es privilegiada ante el mundo y tiene como misión oxigenar el planeta y aprovechar de forma sostenible sus recursos naturales.

El Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación (Minciencias, 2016) señala que, el principal patrimonio es la variedad de ecosistemas, es privilegiada ante el mundo y tiene como misión oxigenar el planeta y aprovechar de forma sostenible sus recursos naturales.

De otro lado, Colombia está conformada por 32 departamentos, incluido Boyacá, éste territorio se caracteriza según, (Rodríguez Moreno & Granados Ávila, 2017) por la topografía, variedad de climas desde Nevado hasta clima cálido, se ubica en el centro oriente del país con una superficie de 23.189 Km² pasando toda la cordillera oriental de la Región Andina.

Respecto al turismo, el departamento de Boyacá fue catalogado como la tercera región más acogedora del mundo, según los premios Traveller Review Award 2024 de Booking (Méndez Sastoque, 2024), reconocimiento que fue reiterado en 2025, superándolo Perthshire (Reino



Unido) y Penghu (Taiwán); entró al ranking por la “hospitalidad y excelente servicio”; dentro de los sitios turísticos los viajeros resaltaron el Parque Nacional Natural El Cocuy, Sierra Nevada de Güicán Boyacá, la cual fue catalogada como un tesoro natural (Gallo, 2025).

Lo anterior se refuerza con lo precisado por el Ministerio de Comercio de Industria y Turismo al indicar que, el turismo con destino a Boyacá incrementó llegando a 36.000 visitantes en el año 2022; y el plan de Gobierno “Nuestro gran plan es Boyacá 2024-2027” busca potenciar el turismo de naturaleza, gastronómico, comunitario, cultural, de salud, científico, de eventos, entre otros (Asamblea Departamental, 2024)

Güicán de la Sierra, es un municipio del departamento de Boyacá, hace parte de la Provincia de Norte y Gutiérrez (Wikipedia, 2023). Según el Instituto Geográfico Agustín Codazzi (IGAC), está ubicado a 06°27'45" de latitud norte y 72°24'41" de longitud oeste; tiene una altura de 2.880 metros sobre el nivel del mar. El Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales (IDEAM, 2025); el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) estimó la población en 4.545 habitantes, además, cuenta con población indígena U'wa, conformada por 913 nativos. (Concejo Municipal Güicán de la Sierra, 2024).

El referido municipio está a una distancia de 387 Km de la ciudad de Bogotá, capital de Colombia y, a 255 km de Tunja, capital del Departamento de Boyacá por acceso terrestre; el trayecto inicia en Bogotá pasando por Tunja, Paipa, Duitama, Santa Rosa, Cerinza, Susacón, Soatá, Boavita, La Uvita, San Mateo, Guacamayas, El Espino, Panqueba, El Cocuy, y finalmente Güicán de la Sierra. El recorrido en bus tarda alrededor de 12 horas, las empresas de transporte que prestan el servicio desde las referidas capitales son Expreso Paz del Río y Libertadores. Adicional a la citada ruta existe una alterna que inicia en el municipio de Soatá, pasando por los municipios de Capitanejo, Tipacoque, El Espino; Panqueba y Güicán, es una ruta más corta, pero en gran medida no está pavimentada.



El Municipio de Güicán de la Sierra, hace parte del Parque Nacional Natural El Cocuy con 757.3 Km2, posee la única Sierra Nevada de Boyacá y de la Cordillera Oriental de Colombia. (Acuerdo 004 Concejo Municipio Güicán de la Sierra, 2024), actualmente tiene habilitado tres senderos Ritacuba (Picos Ritacuba Blanco y Ritacuba Negro), Lagunillas (Glaciar Púlpito del Diablo y Pan de azúcar) y la Esperanza (Laguna Grande de la Sierra, Pico Cóncavo) que son objeto de este estudio junto con otros atractivos turísticos como son: La piscina de agua termal y El Chorrerón, Cerro Monserrate, Peñón de los Muertos o de la Gloria, La Cueva de la Cuchumba y Recorrido Casco Urbano, lo que hacen que el Municipio de Güicán tenga un potencial para posicionarse como un destino turístico de naturaleza, religioso y de aventura.

No obstante lo anterior, se detectó que gran parte de los turistas desconoce que los senderos de la Sierra Nevada están ubicados en jurisdicción del Municipio de Güicán de la Sierra y no del Municipio de El Cocuy; la confusión radica en que la Sierra Nevada hace parte del Parque Nacional Natural El Cocuy lo que hace pensar a los turistas que el ingreso a estos senderos sea por el Municipio de El Cocuy y no por el Municipio de Güicán; esto se debe en gran medida a la falta de publicidad que de claridad sobre el particular.

En ese orden, se identifica como problemática la baja publicidad tanto de La Sierra Nevada como de los demás sitios turísticos del municipio de Güicán de la Sierra, lo cual es de relevancia si en cuenta se tiene que a la masa glaciar le quedan pocas décadas para su extinción de acuerdo con estudios de expertos (IDEAM, 2025), por lo cual, resulta necesario fortalecer y promocionar el portafolio de los demás atractivos diferentes a los senderos de la Sierra para la dinamización de la economía teniendo en cuenta que gran parte de la población se beneficia de la cadena de valor del turismo.

Por lo anterior, surge la necesidad de establecer un diagnóstico alrededor de ocho sitios turísticos del Municipio de Güicán de la Sierra para potencializar el turismo natural, como base fundamental para la consecución del desarrollo de turismo sostenible.



La investigación utilizada para el desarrollo de este estudio fue mixta, con enfoque descriptivo con la aplicación de 122 encuestas a los diferentes actores que conforman la cadena de valor del turismo en el municipio referente a los ocho atractivos turísticos objeto de investigación, además se solicitó información a la Oficina del Parque Nacional Natural de El Cocuy para conocer datos principalmente sobre el ingreso de turistas e información de nacionales como extranjeros por los municipios de Güicán de la Sierra y El Cocuy en el período 2022 al primer trimestre de 2025, con la finalidad de identificar si existe diferencia en la cantidad de turistas que ingresa por cada municipio y de haberla, determinar, la disparidad y los motivos por los cuales se está presentando dicho fenómeno.

Es cualitativa porque a partir del análisis de resultados de las encuestas e información poder determinar la posición de cada uno de los actores frente al turismo del municipio y los puntos a mejorar y en términos generales el comportamiento del turismo dentro del municipio.

Finalmente, se tuvo en cuenta la investigación con enfoque descriptivo para determinar problemáticas, oportunidades, características de los atractivos turísticos y tipos de turismo que tienen, con el propósito de referir y resaltar otros sitios turísticos que tiene Güicán de la Sierra, y de esta manera se logre diversificar el portafolio a los turistas y de paso se beneficien los diferentes actores que se impactan en el sector.

2. Marco de Referencia

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2008), define el turismo como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios. Esas personas se denominan viajeros (que pueden ser o bien turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo abarca sus actividades, muchas de las cuales generan gasto turístico.



Desde la perspectiva de sostenibilidad, la OMT plantea que una de las claves para desarrollar el turismo es “dar un uso óptimo a los recursos medioambientales”; por este motivo, es necesario mantener los procesos ecológicos esenciales y ayudar a conservar la biodiversidad y los recursos naturales Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (BBVA, 2025). En igual sentido, Butler (1999) enfatiza que el turismo sostenible debe gestionarse de manera que se mantenga viable en términos ecológicos, sociales y económicos a largo plazo.

La industria turística, según Sáez Cala (2009), se caracteriza por ser un sector heterogéneo de producción de bienes y servicios; sus productos y procesos están relacionados con distintas industrias, por lo que en ella participa un amplio número de proveedores y compradores que establecen relaciones de competencia y cooperación entre sí.

Monterrubio (2009, como se citó en Rodríguez Moreno & Granados Ávila, 2017) resalta que el turismo considera tanto el destino como la región donde se desarrolla. Asimismo, Leeuwen y Nijkamp (2011, como se citó en Rodríguez Moreno & Granados Ávila, 2017) precisan que es un sector estacional, pues fluctúa en el tiempo y el espacio.

Asimismo, la actividad turística implica la participación de múltiples sectores económicos, tales como el transporte aéreo, marítimo y terrestre, la hotelería, los servicios de alimentación, así como otros servicios complementarios como los seguros y la banca (Rodríguez Moreno & Cruz Vásquez, 2021); por lo que esta interrelación evidencia la complejidad de la cadena de valor del turismo, en la que cada eslabón contribuye a la experiencia del viajero.

En este contexto de alta competencia y dinamismo, el marketing desempeña un papel fundamental, Kotler & Armstrong (2013) lo definen como un proceso social y directivo mediante el cual, los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de valor con los demás, generen fuertes relaciones con ellos para, en reciprocidad, captar valor de los clientes.



En complemento, el marketing digital ha ganado relevancia como herramienta para promocionar y comercializar productos y servicios a través de canales electrónicos. Este se centra en conectar con los clientes y fortalecer la relación con ellos mediante plataformas digitales (Kotler & Keller, 2016, citado por Bedoya González, 2023).

Aunado a lo anterior, la satisfacción del cliente es un componente importante en el proceso de venta pues, de este depende el desempeño percibido de un producto o servicio en relación a las expectativas del comprador, cuando no cumple con lo esperado, surge la insatisfacción; si cumple, el cliente se siente satisfecho; y si supera lo esperado, se genera una experiencia muy positiva o de entusiasmo que tiene como meta encantar a sus clientes. Los clientes encantados generan lealtad, lo que favorece el desempeño organizacional y no solo motiva la recompra, sino que también convierte al cliente en un promotor activo de la marca, compartiendo su experiencia positiva a los demás (Kotler & Armstrong, 2013).

De otro lado, existen modalidades de turismo, una forma de turismo es el de aventura, tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza, esta experiencia puede tener riesgos en la medida que exige un esfuerzo físico y/o mental, además incluye actividades al aire libre como alpinismo, montañismo, escalada, senderismo entre otros (Naciones Unidas, 2008)

Otro tipo es el ecoturismo, es una modalidad turística especializada y sostenible, enfocada en crear conciencia sobre el valor de las áreas del Sistema, a través de actividades de esparcimiento tales como la contemplación, el deporte y la cultura, contribuyendo al cumplimiento de sus objetivos de conservación y a la generación de oportunidades sociales y económicas a las poblaciones locales y regionales. El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible (MinAmbiente, 2013, art.2). Según la United Nations World Tourism Organization (UNWTO, 2008) otra forma de turismo, es el cultural, en el que la motivación esencial del visitante es



aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos, productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico, comprende las artes, arquitectura y el patrimonio histórico y cultural.

Además de los anteriores está el turismo religioso, se caracteriza porque las personas viajan a lugares sagrados o de importancia espiritual, tiene como objetivo principal la búsqueda de experiencias de fe, la participación en rituales religiosos y la visita a sitios históricos y culturales vinculados a la espiritualidad. (Ostelea y Planeta Formación y Universidades, 2024).

Precisado lo anterior y previo a explicar el principal sitio turístico del Municipio de Güicán que es la Sierra Nevada, conviene aclarar que esta hace parte del Parque Nacional Natural El Cocuy (PNN El Cocuy), el cual está ubicado en la Cordillera Oriental de los Andes, hace parte de los departamentos de Arauca, Boyacá y Casanare, cuenta con un área de 306.000 hectáreas. El punto más alto está a 5.330 msnm; los municipios que hacen parte del Parque son El Cocuy, Güicán de la Sierra, El Espino, Chiscas, Chita y Cubará (Boyacá), Tame, Fortul y Saravena (Arauca), La Salina y Sácama (Casanare); Güicán de la Sierra tiene el 24,36%, Chiscas el 11,54%, El Cocuy 1,9% y Chita 0,02%. El área fue declarada Parque Nacional Natural (PNN) en el año 1977 (PNN El Cocuy, 2021).

La Sierra Nevada, está ubicada en el costado occidental del Parque Nacional Natural El Cocuy, tiene un área protegida de 9.180 hectáreas aproximadamente, que representa el 3% del área; tiene más de treinta picos, siendo el más alto el Ritacuba Blanco con una altura aproximada de 5.330 msnm y el más bajo el pico El Diamante, el cual solo tiene nieve estacional y una altura de 4.800 msnm. Para el 2025, el Parque Nacional Natural El Cocuy, tiene habilitados tres senderos que conducen al borde del glaciar: Ritacuba, Lagunillas – Púlpito- y Laguna Grande de la Sierra. Se presentan paisajes de alta montaña como: bosque alto andino, páramo, súper páramo, morrena, roca expuesta y glaciar. (PNN El Cocuy, 2021).



Del Plan de Ordenamiento Ecoturístico del Parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025 se infiere que, los tres senderos Ritacuba, Laguna Grande la Sierra y Lagunillas están localizados en jurisdicción del Municipio de Güicán; se puntualiza que el sendero Lagunillas está en jurisdicción tanto del municipio de Güicán como de El Cocuy y el pico nevado, El Cóncavo, de este último sendero está en jurisdicción de Güicán de la Sierra.

De acuerdo con el Plan de Ordenamiento ecoturístico Parque Nacional Natural El Cocuy 2021 (POE PNN El Cocuy) la capacidad de carga vigente para 2025 por cada mes del año para los tres senderos habilitados es la siguiente:

Tabla 1

Capacidad de carga por mes por sendero

Sendero	ene	feb	mar	abr	may	Jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	Total año
Lagunillas	114	114	114	104	104	114	114	114	114	104	104	114	
Laguna grande	123	123	123	111	111	123	123	123	123	111	111	123	
Ritacuba	79	79	79	67	67	79	79	79	79	67	67	79	
Total mes	9.480	9.480	9.480	8.460	8.460	9.480	9.480	9.480	9.480	8.460	8.460	9.480	109.680

Nota: Capacidad de carga, POE PNN El Cocuy, 2021.

En la siguiente tabla se presentan las tarifas establecidas de ingreso al parque entre los años 2023 al 2025, diferenciadas según el tipo de visitante: turistas nacionales, extranjeros residentes en Colombia, y ciudadanos de países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN). Las tarifas varían también según el rango de edad: entre 6 y 25 años, mayores de 25 años, y extranjeros residentes en el país que no pertenecen a la CAN.



Tabla 2

Tarifas para el ingreso al Parque Nacional Natural El Cocuy

Año	Nacional o extranjero residente en Colombia o miembro de la CAN (más de 6 años a 25 años)	Nacional miembro de la CAN o extranjero residente en Colombia (mayor de 25 años)	Extranjero No residente en Colombia ni miembro de la CAN
2023	\$ 24.500	\$ 41.500	\$ 85.000
2024	\$ 27.500	\$ 47.500	\$ 97.000
2025	\$ 29.000	\$ 50.000	\$102.500

Nota. Tarifa de ingreso de turistas. Respuesta al derecho de petición PNN El Cocuy, 2025.

Los habitantes nativos de los municipios que hacen parte del Parque Nacional Natural El Cocuy no deben pagar por el ingreso al parque, se registran y adquieren el seguro.

En la Resolución 125 del 5 de marzo de 2020, Parques Nacionales Naturales de Colombia (PNN) estableció que el horario de ingreso a los senderos es de 6:00 am a 8:00 am, precisó que posterior a las 8:00 am no se permite el acceso, el descenso es a más tardar a la 1:00 pm, con la finalidad que con posterioridad a las 5:00 pm no haya ningún visitante en el Parque y no es permitido pernoctar, ni acampar.

Asimismo, estableció los requisitos de ingreso al Parque, así: pago del derecho de ingreso según la tarifa vigente; compra de seguro de accidente y rescate, recibir charla de inducción para que el visitante conozca sobre el Parque y las recomendaciones tanto de seguridad como de estadía; además, es obligatorio contar con un guía de turismo y/ o intérprete para el ascenso 1 por cada 5 visitantes, con la finalidad de orientar, dirigir y controlar el grupo.

El registro, y el seguro se puede realizar y adquirir en las oficinas del Parque Nacional ubicadas en el Municipio de Güicán de la Sierra y El Cocuy, de lunes a domingo de 8:00 am a 12:00 pm y de 1:30 pm a 5:30 pm; el ascenso a los tres senderos sólo es permitido hasta el borde del glaciar. (Parques Nacionales Naturales de Colombia [PNN], 2020)



Bueno es precisar, que el Municipio de Güicán de la Sierra cuenta con un amplio portafolio de sitios turísticos, sin embargo, no son tan promocionados como los senderos de la Sierra Nevada y que vale la pena que los turistas los conozcan para que tengan una mayor oferta y combinación de experiencias en la visita al Municipio de Güicán de la Sierra.

Como lo explica (Gambarota & Lorda, 2017) el desarrollo de rutas turísticas ha adquirido especial importancia en los últimos años, pues sirve a los objetivos de desestacionalizar la demanda y responder a la vez a las nuevas tendencias de los mercados, según las cuales los viajeros buscan un enriquecimiento de su experiencia que entraña más flexibilidad, descubrimiento, aprendizaje y contacto con los pueblos autóctonos y sus tradiciones.

Con la finalidad que el Municipio de Güicán de la Sierra amplíe su oferta turística, para el presente artículo se estudiarán cinco atractivos adicionales a los senderos ya reseñados, que pueden impulsar y mejorar la oferta y demanda tanto para turistas como los diferentes actores que se impactan con este sector, entre ellos, se destacan La Cueva de la Cuchumba, el Peñón de los Muertos o de la Gloria, piscinas de aguas termales y/o el Chorrerón, santuario Monserrate y recorrido del casco urbano de los cuales se dará una breve descripción.

2.1 El Sendero Ritacuba Blanco

Ritak'uwa en lengua U'wa (Lengua tuneba) es el pico más alto de la Cordillera Oriental de Colombia, la montaña se localiza en la Sierra Nevada, específicamente en jurisdicción del municipio de Güicán, es la cima más alta del departamento. (Biggar, 2019).

Inicia con 4.000 msnm de cota, hasta los 5.330 metros al borde del glacial. En el trayecto del sendero se observa gran parte de la Sierra incluyendo los picos Ritacuba Negro, San Pablín Norte y Sur y el Púlpito del Diablo; el ascenso al pico nevado requiere una exigencia física alta por la altura, clima y topografía; el paisaje se caracteriza por la variedad de flora entre las que se encuentran frailejones, romero, espinos, pajonales, senecios, árnicas, que cumplen la función de

preservación del páramo. El recorrido del sendero tiene aproximadamente 14 kilómetros ida y regreso iniciando desde las cabañas Kanwara o 13,2 kilómetros iniciando desde la finca la Posada. (PNN El Cocuy, 2021). Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura y ecoturismo.

Figura 1

Ritacuba Blanco y Ritacuba Negro Güicán de la Sierra



Nota. Pico Ritacuba Blanco y Negro, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete, Güicán de la Sierra.

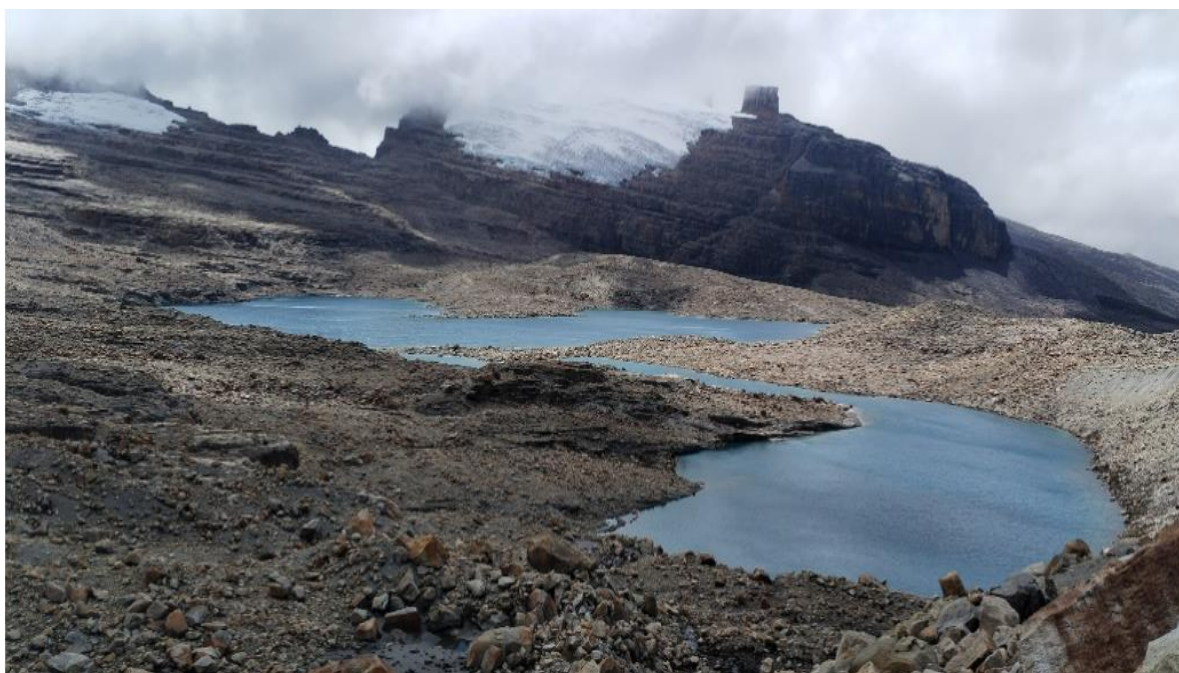
2.2 Sendero Laguna Grande de la Sierra

El recorrido inicia en la Hacienda La Esperanza, ubicada a los 3.600 msnm, en el trayecto se encuentra flora y fauna propia del hábitat de páramo, se caracteriza por la majestuosa laguna Grande de la Sierra, ubicada a 4.500 msnm, al fondo se visualiza el pico Cóncavo, el cual tiene una longitud de 9.400 metros, el borde del glaciar está a una cota de 4.694 msnm

aproximadamente, se observan además los picos nevado Concavito, Toti, Portales, Pan de azúcar y el Púlpito del Diablo. El recorrido del sendero tiene aproximadamente 21 kilómetros ida y regreso. (PNN El Cocuy, 2021). Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura y ecoturismo.

Figura 2

Laguna Grande de la Sierra



Nota. Laguna Grande de la Sierra, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete, Güicán de la Sierra.

2.3 Sendero Lagunillas

Conduce al glaciar denominado Púlpito del Diablo y Pan de azúcar, va desde la cota de los 4.000 msnm pasando por la cabaña Sisuma, sector el Hotelito hasta el borde del glaciar, tiene una longitud de 4.500 m (PNN, 2021). El recorrido tiene una distancia aproximada desde la cabaña de los hermanos Herrera de 8,5 km por trayecto, es decir, 17 km ida y regreso. Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura y ecoturismo. Al lado izquierdo se

visualiza la roca grande descubierta de hielo que refiere al Pulpito del Diablo y al lado derecho se visualiza el pico Pan de Azúcar como muestra la siguiente figura.

Figura 3

Pulpito del Diablo y Pan de Azúcar



Nota: Pulpito del Diablo y Pan de Azúcar, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete, Güicán de la Sierra.

2.4 La Cueva de la Cuchumba

Se localiza en la vereda de La Cueva, a una altura aproximada de 3.750 msnm, se encuentra bajo una roca grande a orillas del río, rodeada de un paisaje único, allí se forma una hermosa cascada y maravillosos pozos de agua cristalina; en este lugar, los indígenas U'wa adoraron el cuadro de la Virgen el cual les fue entregado por un hombre de barbas blancas, los indígenas la veneraron con frailejones lo que hizo que se tornara morenita; en 1756, los indígenas llevaron la imagen al Municipio siendo recibida por el Padre Miguel Blasco, cuadro que desde entonces reposa en el altar principal de la iglesia. (Alcaldía Municipal Güicán de la Sierra, 2018).

Hace pocos años los peregrinos donaron una escultura de la Virgen Morenita y fue llevada a La Cueva de la Cuchumba para la peregrinación principal, celebrada cada 6 de enero, fecha en la que acuden sus feligreses. Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura, ecoturismo y turismo religioso.

Figura 4

La Cueva de la Cuchumba



Nota. La Cueva de la Cuchumba, Vereda La Cueva municipio de Güicán de la Sierra, Fotografías tomadas de Blanco N, 2025 guía intérprete del municipio.

2.5 PEÑÓN DE LOS MUERTOS O DE LA GLORIA

Ubicado en la vereda El Tabor, es una colina, tiene aproximadamente 380 metros de altura, este lugar es de gran importancia cultural e histórica por el suicidio colectivo de los indígenas U'wa durante la conquista española; desde allí se observa la panorámica de la Sierra Nevada de Güicán, el casco urbano del municipio y el cañón del Río Nevado, además en este lugar se encuentra una imagen de Cristo Rey (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018).

Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura, ecoturismo y turismo religioso.

Figura 5

Peñón de los muertos o de la Gloria



Nota. Fotografía tomada de Alcaldía Güicán de la Sierra, 2018²

2.6 PISCINAS DE AGUAS TERMALES

Están ubicadas en la vereda de San Luis Bajo, se caracterizan porque el agua es natural, caliente y dulce, rica en fósforo, magnesio, calcio, manganeso, sulfatos, hierro, cloruro, zinc, entre otros minerales; tiene propiedades que ayudan a aliviar afecciones de salud como la circulación, reumatismo, artritis, cansancio, contienen un alto poder terapéutico y de relajación. (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). El lugar dista del casco urbano del municipio de Güicán a aproximadamente 8 kilómetros, para el 2025 la tarifa de ingreso corresponde a \$17.000; este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura y ecoturismo.

²<http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/penon-de-la-gloria-o-de-los-muertos>



Figuras 6

Piscina Aguas Termales



Nota. Vereda San Luis Municipio Güicán de la Sierra, Fotografías Alcaldía Güicán, 2016.³

³ <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/el-refugio-la-casona-de-san-luis-balneario-de-aguas>
<http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/el-refugio-la-casona-de-san-luis-balneario-de-aguas>

2.6.1 El Chorrerón de Aguas Termales

En 1951, el señor Simón Torres Cristancho propietario de la finca donde nacen las aguas termales lo construyó con el objetivo que la comunidad disfrutara las aguas termales sin tener que pagar; este chorro es de uso público (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura y ecoturismo.

Figura 7

El Chorrerón



Nota. El Chorrerón vereda San Luis, Güicán de la Sierra, Fotografía de Alcaldía Güicán, 2018⁴.

2.7 Monserrate

Ubicado en la vereda del Calvario, a 3.828 msnm, la capilla fue construida en 1.986 en homenaje a “Nuestro Señor de Monserrate”, se transita por un hermoso sendero adoquinado rodeado de especies propias de zona de páramo, el recorrido cuenta con las 14 estaciones del

⁴ <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/el-chorreron-de-aguas-termales>

santo viacrucis, finalmente, se llega a la capilla donde se encuentra la imagen del Señor de Monserrate, la romería es el viernes santo y el primer sábado de agosto, donde se celebra la fiesta en su honor. Desde el Santuario se observa una panorámica de la parte occidental de la Sierra Nevada, el casco urbano y parte de la zona rural del municipio. (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). Este atractivo turístico se cataloga como turismo de aventura, ecoturismo y turismo religioso.

Figura 8

Monserrate



Nota. Monserrate Güicán de la Sierra, tomado de Fotografías autor, 2025.

2.8 RECORRIDO CASCO URBANO GÜICÁN DE LA SIERRA

Al ingresar al Municipio se encuentran tres imágenes: al costado derecho está la gruta del Monumento a la Virgen Morenita patrona del Municipio que representa la aparición en la Cueva de la Cuchumba y es la patrona del municipio, las fiestas en su honor se realizan el 2 de febrero. Este atractivo turístico se cataloga como religioso y cultural.

Figura 9

Monumento Virgen Morenita entrada al Municipio



Nota. Monumento Virgen Morenita, entrada Municipio Güicán de la Sierra Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete del municipio.

2.8.1 *Escultura en honor a la Dignidad U'wa*

Está en el centro de la vía de ingreso al municipio, fue realizada por el escultor Delfín Ibáñez, el monumento simboliza el suicidio colectivo de la comunidad U'wa desde el Peñón de los Muertos; la mujer indígena representa la madre tierra quien los recibe en su mano a los que decidieron lanzarse del Peñón de la Gloria, en su base hay una pila de agua y este lugar es coloquialmente conocido como la India. (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). Este atractivo turístico se cataloga como cultural y religioso para la comunidad indígena U'wa.

Figura 10

Monumento a la Dignidad U'wa



Nota: Monumento U'wa entrada Güicán de la Sierra, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete del municipio.

2.8.2 *Monumento Virgen del Carmen*

Al costado derecho de la vía se encuentra el monumento en honor a la Virgen del Carmen patrona de los transportadores, la imagen se encuentra dentro de un tronco y a su alrededor jardines de rosas; fue donado por los priostos, la fiesta en su honor la celebran cada 16 de julio. Este atractivo turístico se cataloga como cultural y religioso.

Figura 11

Monumento Virgen del Carmen Güicán de la Sierra



Nota: Entrada Güicán, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete del Municipio.

2.8.3 Parque Principal

Es otro atractivo del Casco Urbano, fue renovado en 2015, se caracteriza por su temática de flora y fauna propia de la región, aparecen animales nativos de la Sierra Nevada de Güicán, tales como el oso de anteojos, el cóndor de los andes, el venado coliblanco, el lagarto collarejo, el puma, el zorro, además, está la réplica del puente de Boyacá, la representación de la aparición de la Virgen Morenita, el árbol con fuente de agua, sus hermosos jardines, cancha múltiple y parque para niños (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). Este atractivo turístico se cataloga como cultural y religioso.

Figura 12

Parque principal Municipio Güicán de la Sierra



Nota. Parque principal Municipio Güicán de la Sierra, Fotografías Alcaldía Güicán, 2018. ⁵

Figura 13

Parque principal Municipio Güicán de la Sierra



Nota: Parque Fotografía Mora O, 2025 guía intérprete del Municipio.

⁵ <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/parque-principal>

Figura 14

Parque principal Municipio Güicán de la Sierra



Nota. Escultura Cóndor Andino fotografía tomada del autor, 2024.

2.8.4 Calle La Poceta

Está ubicada en la cuadra calle N°3 entre carreras Tercera y Cuarta, fue construida en 2016, representa lo que antiguamente sirvió como acueducto del municipio, por la mitad pasa una acequia diseñada con lajas por donde circula el agua y termina en una pileta, las escaleras fueron pintadas por Luis Arango y Alirio Cruz, simulando los ecosistemas de bosque alto andino, páramo y glaciario. (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). Este atractivo turístico se cataloga como cultural.

Figura 15

Calle La Poceta



Nota: Güicán de la Sierra, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete del Municipio.

2.8.5 *Escultura El Arriero*

Ubicada en el barrio Balconcitos, representa al campesino que lleva sus productos al lomo de mula, para ser comercializados en el Municipio de Güicán de la Sierra, fue elaborada por los artistas Alirio Cruz y Luis Arango. Este atractivo turístico se cataloga como cultural.

Figura 16

Escultura El arriero



Nota. Güicán de la Sierra Fotografía tomada de Oscar M, 2022 guía intérprete del Municipio

2.8.6 Iglesia del Municipio de Güicán de la Sierra

Está localizada en la cabecera del parque Principal, tiene tres naves, en el centro se encuentra el altar mayor donde está la imagen de la Virgen Morenita Patrona del Municipio, las fiestas patronales en su honor se celebran el 2 de febrero donde acuden todos sus feligreses. (Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra, 2018). Este atractivo turístico se cataloga como cultural y religioso.

Figura 17

Iglesia Güicán de la Sierra



Fuente: Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete del Municipio

2.8.7 *Escultura a la mujer campesina*

Construida en el 2018 por Luis Arango y Alirio Cruz, está ubicada en el barrio Villa Nevada, se hizo en honor a la mujer campesina Guaicaní, la mujer está en actividades de ordeño y el niño sosteniendo el ternero como símbolo de unión familiar en las diversas labores y sustento diario. Este atractivo turístico se cataloga como cultural.

Figura 18

Escultura mujer campesina



Nota. Güicán de la Sierra, Fotografía tomada de Mora O, 2025 guía intérprete del Municipio.

3. Metodología

Este artículo se basó en una investigación mixta, con enfoque descriptivo, como quiera que, se aplicaron 122 encuestas electrónicas a los diferentes actores que conforman la cadena de valor del turismo en el municipio de Güicán de la Sierra referente a los ocho atractivos turísticos objeto de investigación; 1. Ritacuba (Picos Ritacuba Blanco y Ritacuba Negro), 2.



Lagunillas (Glaciar Pulpito del Diablo y Pan de azúcar) 3. Laguna Grande de la Sierra (Glaciar Cóncavo), 4. La piscina de agua termal y El Chorrerón, 5. Monserrate, 6. El Peñón de los Muertos o de la Gloria, 7. La Cueva de la Cuchumba y 8. Recorrido Casco Urbano, (esculturas y arquitectura del Municipio) se precisa que el principal atractivo turístico del municipio es La Sierra Nevada y que los 5 restantes fueron los más representativos de acuerdo con resultados de encuesta previa realizada en 2023 a guías del municipio.

La metodología mixta representa un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio (Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P., 2014).

Se encuestó a la Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra con la finalidad de conocer características generales de los actores de turismo, indagar sobre la existencia de proyectos relacionados con el sector que los involucra.

Igualmente, fueron encuestados turistas que hubiesen visitado la Sierra Nevada entre los años 2022 a 2025 ingresando por Güicán, contactados a través de los guías que les prestaron el servicio, para determinar la cantidad de encuestas aplicadas en este sector, se tuvo como punto de partida la información suministrada por el Parque Nacional Natural El Cocuy, observándose que dicha entidad asigna diariamente 316 cupos para el ingreso a la Sierra, de los cuales aproximadamente, el 45% ingresa por Güicán, es decir, en promedio acceden en temporada seca 142 turistas por el referido municipio; se aplicaron 59 encuestas a turistas, que representan el 41,5%. Además, de lo informado por la Alcaldía, se observó que el municipio de Güicán cuenta con 89 guías, en dicho grupo se practicaron 29 encuestas que corresponde al 32,6%. Asimismo, fueron encuestadas el 100% de las agencias de turismo existentes en Güicán, que son 9; en lo referente al gremio de transporte que presta el servicio para el ingreso a la sierra



nevada, se advirtió que este no tiene censo, no obstante, de acuerdo con lo indagado con los guías y transportadores del municipio, se pudo determinar que las 13 encuestas aplicadas representan aproximadamente el 90%. En punto a hoteles y hostales, la Alcaldía indicó que, entre estos suman 31, fueron encuestados 11, que equivalen al 35,5% del sector.

También, se elevó petición a la Oficina del Parque Nacional Natural de El Cocuy para conocer información del ingreso tanto de turistas nacionales como extranjeros por los municipios de Güicán de la Sierra y El Cocuy en el período 2022 al primer trimestre de 2025, el valor recaudado por ingreso a la Sierra Nevada, el número de guías e información general del Parque Nacional con la finalidad de identificar si existe diferencia en la cantidad de turistas que ingresa por cada municipio y de haberla, determinar, la disparidad y los motivos por los cuales se está presentando dicho fenómeno.

Es cualitativa porque a partir del análisis de resultados de las encuestas aplicadas a los diferentes actores respecto de los atractivos turísticos como del turismo y la información suministrada tanto por la Alcaldía como por El Parque Nacional Natural El Cocuy, puedo conocerse la posición de cada uno de los actores, apreciaciones, preferencias respecto a la escogencia del tipo de hospedaje, transporte, medio de pago, formas de promoción, percepción de la experiencia de la visita a la Sierra Nevada, de los puntos a mejorar respecto al turismo, de los tipos de turismo, en términos generales el comportamiento del turismo dentro del municipio.

Asimismo, por la finalidad del tema, la investigación tuvo enfoque descriptivo, a través de la revisión de literatura se determinan problemáticas y oportunidades en el turismo, además, porque identifica las características particulares de la actividad turística en los diferentes atractivos turísticos del municipio así como los tipos de turismo que tienen, con el propósito de referir y resaltar otros sitios turísticos que tiene Güicán de la Sierra, los cuales no son tan conocidos, visitados ni promocionados, como sí lo son los senderos de la Sierra Nevada, por lo cual, se busca que el turismo del municipio diversifique el portafolio de atractivos turísticos y de esta



manera el visitante tenga un abanico de opciones para conocer, explorar y de paso se beneficien los diferentes actores que se impactan en el sector.

4. Resultados

De acuerdo con la información proporcionada por parte de la oficina del Parque Nacional El Cocuy se advierte que, el turismo incrementó desde el 2022 pasando de 24.479 a 30.912 turistas entre los años 2022 a 2024 es decir que, aumentó el 20,82%; el número de extranjeros se ha mantenido como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3

Número de turistas nacionales y extranjeros que ingresaron al Parque del 2022 al 2025 por cada Municipio.

Oficina de registro	2022 Turistas	No. Extranjeros	2023 No. Total visitantes	No. Extranjeros	2024 No. Total visitantes	No. Extranjeros	2025 No. Total visitantes	No. Extranjeros
El Cocuy	13.590	970	17.337	1.363	16.761	945	4.956	260
Güicán								
de la Sierra	10.889	280	14.183	420	14.156	304	4.466	111
Total	24.479	1.250	31.520	1.783	30.917	1.249	9.422	371
El Cocuy	55,5%	77,6%	55,0%	76,4%	54,2%	75,7%	52,6%	70,1%
Güicán								
de la Sierra	44,5%	22,4%	45,0%	23,6%	45,8%	24,3%	47,4%	29,9%

Nota. La tabla muestra el número de turistas que visitaron el Parque Nacional Natural durante los años 2022 al primer trimestre de 2025, adaptada según información proporcionada por el Parque Nacional Natural El Cocuy, 2025.

De la tabla No 3 se infiere que entre los años 2022 al primer trimestre de 2025 la afluencia de turistas tanto nacionales como de extranjeros fue mayor por el municipio de El Cocuy pese a que los glaciares de los tres senderos se encuentren en jurisdicción del municipio de Güicán de



la Sierra. Se destaca que la mayor diferencia porcentual radica por el ingreso de extranjeros que en todos los años superó el 70%; el ingreso promedio anual de nacionales fue superior en 2.800 entre los años 2022 a 2024 y lo que va de 2025, lo supera en cerca de 500 turistas.

Tabla 4

Número de turistas que ingresaron al PNN con pago y sin pago

AÑO	VISITANTES CON PAGO	VISITANTES SIN PAGO	TOTAL INGRESO	EXTRANJEROS
2022	16.680	7.799	24.479	1.259
2023	22.480	9.040	31.520	1.783
2024	21.664	9.253	30.917	1.249

Nota. La tabla muestra el número de turistas que visitaron el Parque Nacional Natural durante los años 2022, adaptada según información proporcionada por el Parque Nacional Natural El Cocuy, 2025.

Tabla 5

Recaudo por Ingreso al PNN El Cocuy de 2022 a 2024

AÑO	VALOR RECAUDO
2022	\$ 632.177.000,00
2023	\$ 932.118.000,00
2024	\$ 995.772.500,00
TOTAL	\$2.560.067.500,00

Nota. Elaboración propia basada en la información proporcionada por el Parque Nacional Natural El Cocuy, 2025.

El recaudo por ingreso al Parque Nacional Natural El Cocuy entre los años 2022 a 2024 fue de \$2.560.067.500 los cuales en su totalidad son destinados al Fondo Nacional Ambiental (FONAM) sin que el municipio de Güicán de la Sierra reciba ningún rubro por dicho recaudo.



La Alcaldía del Municipio de Güicán ratificó que por el ingreso de turistas a los diferentes senderos habilitados, el Municipio no percibe impuestos, tasas o contribuciones; además, precisó no tener proyectos que integren a los diferentes actores de la cadena valor del sector turismo y dicen promocionar los senderos existentes y propender por la apertura de otros atractivos turísticos en alianza con la Secretaria de Turismo de Boyacá con la finalidad de potenciar el ecoturismo, no obstante, no precisó a qué proyectos específicos se refería, si ya lo está haciendo o están por materializarse. Se destaca que la promoción que hace el municipio de los sitios turísticos es a través de la página web describiendo algunos de ellos.

La Alcaldía señaló que el municipio de Güicán cuenta con 90 guías, 17 tienen Registro Nacional de Turismo (RNT) y tarjeta profesional y 73 son guías intérpretes del patrimonio. Hay 31 hoteles censados, 20 están ubicados en el casco urbano y 11 en el área rural y no tienen censo de los transportadores que prestan el servicio de turismo.

De otro lado, para efectos de analizar la problemática del presente artículo, fue necesario aplicar encuestas en los diferentes sectores, para lo cual se describirán los resultados obtenidos en cada uno así.

4.1 Turistas

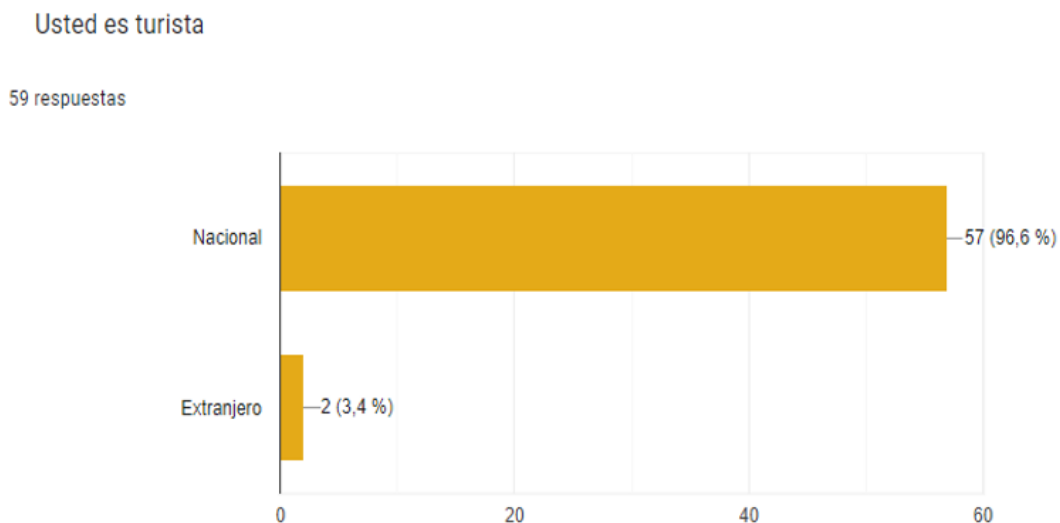
Se aplicaron 59 encuestas a turistas con los siguientes resultados: el 96,6% de los turistas encuestados son nacionales y 3,4% extranjeros, esto se debe a que hubo mayor afluencia de turistas nacionales, un promedio anual de 24.000 y de extranjeros de 1.200 como se muestra en la tabla No 3. El 52,5% de género femenino, 45,8% masculino y 1,7% de otro género; el rango de edad con mayor representación fue de 35 a 44 años con el 40,7%, seguido de 25 a 34 años con 33,9%, luego de 45 a 54 años con 11,9%, de 11 a 24 años el 10,2% y mayor a 55 años con el 3,3%. En ese orden, se evidencia que la afluencia de turistas está entre 25 a



44 años y esto se debe en gran medida al esfuerzo físico que se requiere para el ascenso al borde del glaciar. (Ver figuras 19, 20 y 21).

Figura 19

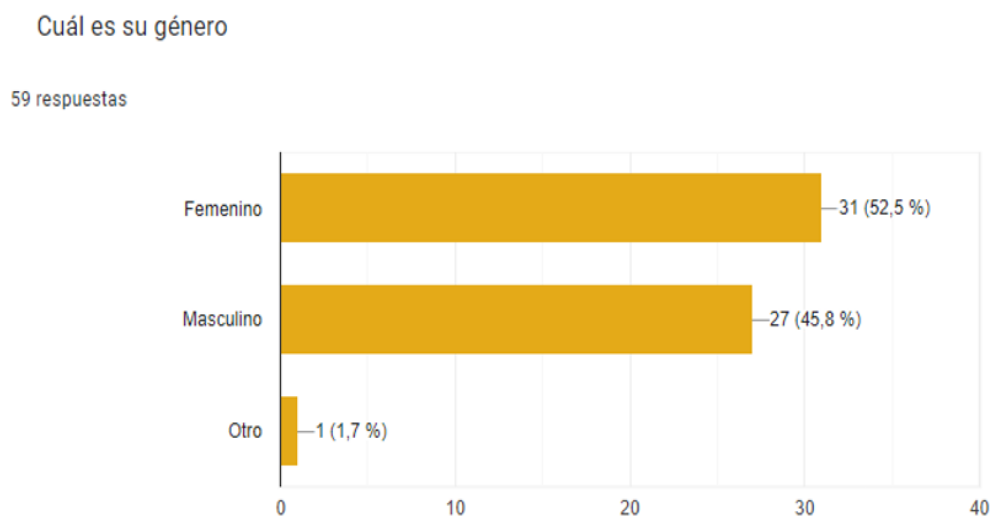
Porcentaje Turistas Nacionales y Extranjeros



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 20

Género Turistas



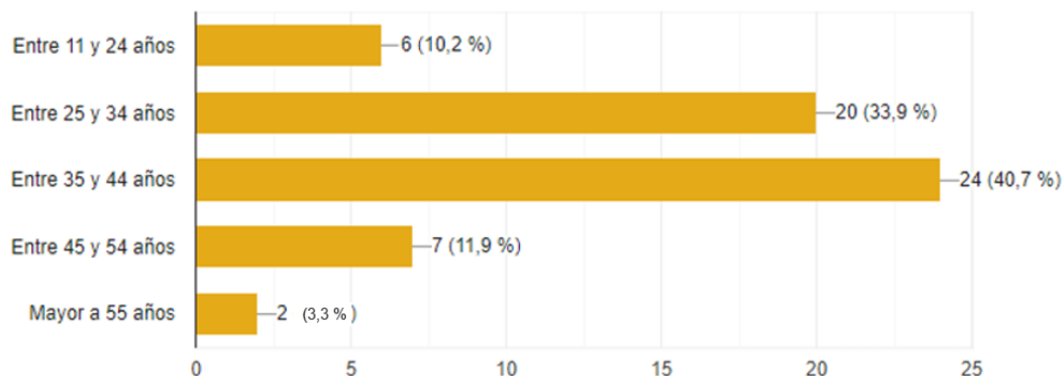
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 21

Rango de Edad de Turistas Encuestados

Su rango de edad se encuentra

59 respuestas



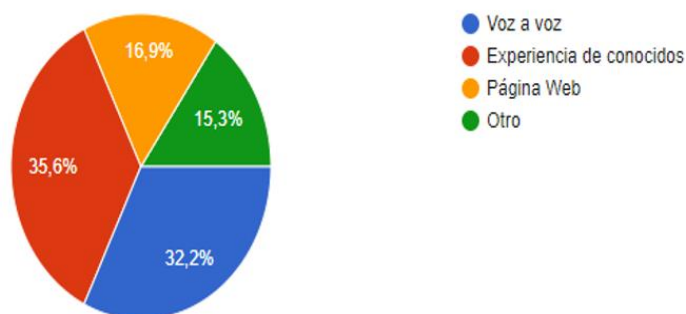
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 22

Medio por el que se Enteró de los Atractivos Turísticos de la Sierra Nevada de Güicán

Cómo se enteró de los atractivos turísticos del Municipio de Güicán de la Sierra

59 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

De acuerdo con la figura 22 se concluye que la mayoría de turistas se enteraron del atractivo turístico de la Sierra Nevada por experiencia de conocidos (35,6%), seguido del voz a voz (32,2%), página web (16,9%) por otros medios tales como Instagram, Facebook, pódcast,

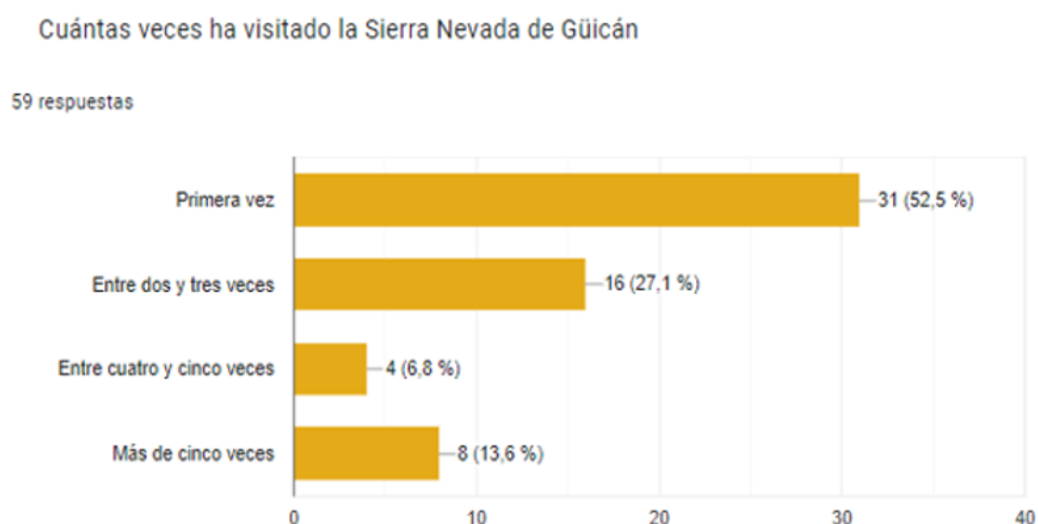


investigando lugares para conocer y álbum de chocolatina Jet (15,3%). En ese sentido, se evidencia la escasa publicidad de este atractivo turístico a través de redes sociales, lo que hace que los procesos de promoción tengan baja eficiencia, por lo que sería conveniente impulsarlo en mayor medida por medios digitales, en la medida que estos tienen mayor impacto, se pueden compartir de manera masiva, lo que hace que sea más fácil su difusión.

A continuación, se muestra el porcentaje de turistas que ha visitado la Sierra Nevada y forma como lo hizo.

Figura 23

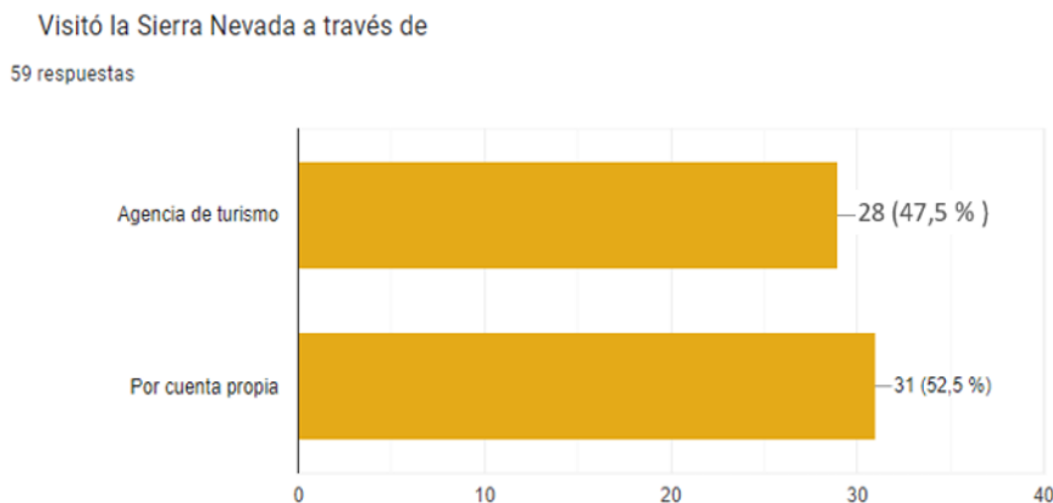
Cantidad de Veces que ha Visitado la Sierra Nevada



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 24

Forma por la cual visitó la Sierra Nevada



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Se advierte de las anteriores figuras que el 52,5% de los encuestados visitó por primera vez la Sierra Nevada, el 27,1% entre dos y tres veces, el 13,6% más de cinco veces y el 6,8% entre cuatro y cinco veces; se resalta que los turistas por la experiencia vivida, el contacto con la naturaleza y los paisajes volvería a la Sierra Nevada. Además, visitarían nuevamente el parque para conocer los restantes glaciares habilitados.

Se observó que el 52,5% fue a la Sierra Nevada por cuenta propia y el 47,5% lo hizo a través de agencias de turismo, podría inferirse de lo anterior que, las agencias pese a su reciente creación han captado en cerca de un 50% cubrir la oferta de turistas, ello se debe a que promocionan sus servicios a través de redes sociales lo que da facilidad al usuario de contar con un paquete turístico que incluye los servicios requeridos para acceder al parque, como son el guía, el transporte, hospedaje, alimentación, aclimatación, registro, y compra de seguro. (ver figuras 23 y 24).



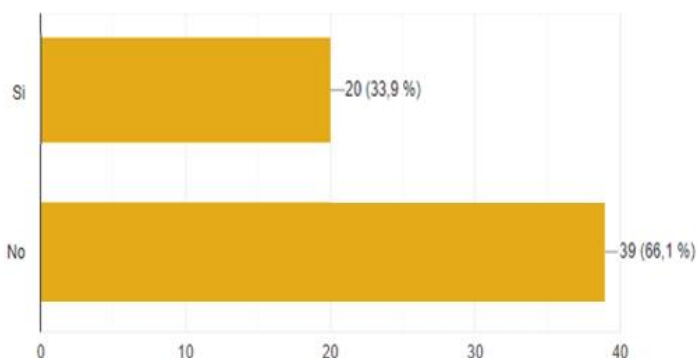
Las figuras 25, 26 y 27 muestran los resultados de la encuesta a turistas referente a la claridad de ubicación de los senderos, servicio y valor cobrado por el servicio de guía.

Figura 25

Porcentaje de Turistas que Tenía Claridad de la Ubicación de los Senderos a Visitar

¿Tenía claridad que los senderos a visitar en la Sierra Nevada estaban ubicados en el Municipio de Güicán de la Sierra?

59 respuestas



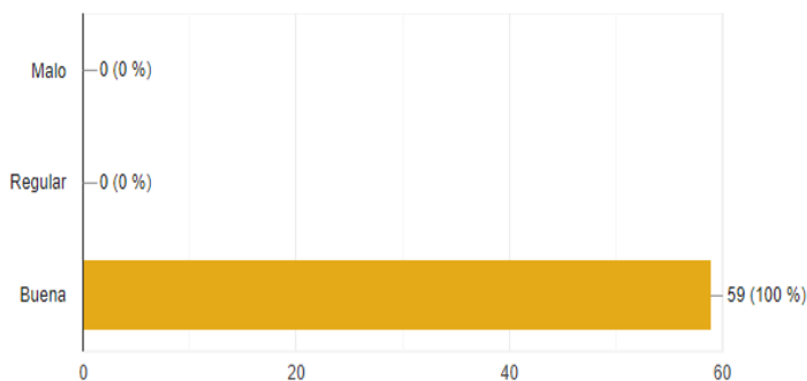
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 26

Calificación del Servicio del Guía

¿Cómo calificaría el servicio prestado por parte del guía?

59 respuestas



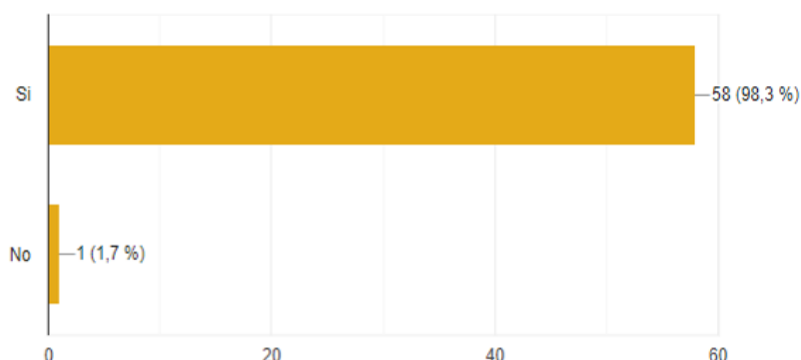
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 27

Apreciación por Parte del Turista del Valor Cobrado por el Servicio de Guía.

¿Considera razonable el precio cobrado por el servicio de guía o paquete turístico adquirido?

59 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

El 66,1% no tenía claridad que los senderos a visitar estaban ubicados en el Municipio de Güicán de la Sierra y el 33,9% sí lo sabía; lo anterior se debe en gran medida porque La Sierra Nevada del Municipio de Güicán está ubicada dentro del Parque Nacional Natural El Cocuy, lo que lleva a pensar a los visitantes que la sierra está ubicada en su totalidad en jurisdicción de El Cocuy.

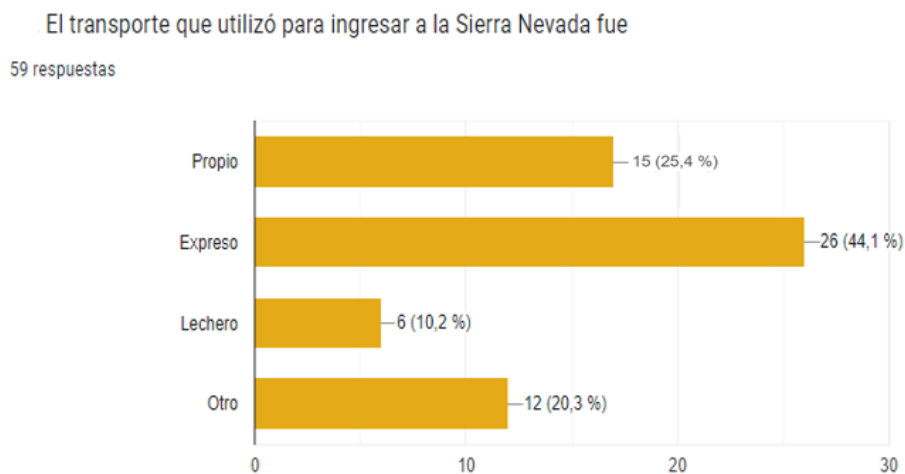
El 100% calificó el servicio prestado por parte del guía como bueno, el 98,3% consideró razonable el precio cobrado por el servicio de guía o paquete turístico mientras que el 1,7% dijo que no lo era. Los turistas coincidieron en la amabilidad, profesionalismo y don de servicio de los guías, razón por la cual consideraron ajustado el valor cobrado. (Ver figuras 25, 26 y 27).

Las figuras 28, 29 y 30 muestran los resultados referentes al transporte utilizado para ingresar a la Sierra, apreciación del valor del servicio y calificación del mismo.



Figura 28

Transporte Utilizado para Ingresar al Sendero de la Sierra Nevada.

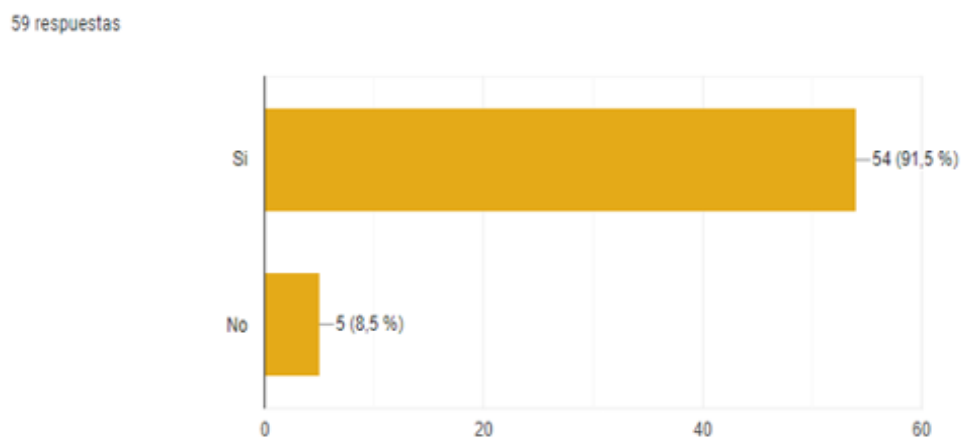


Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 29

Apreciación del Valor del Servicio de Transporte

¿Considera razonable el precio cobrado por el servicio de transporte para acceder al sendero visitado?



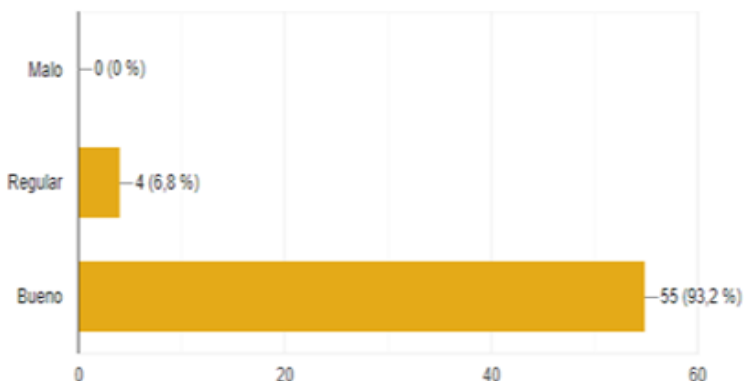
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 30

Calificación del servicio de transporte

¿Cómo calificaría el servicio prestado por parte del transportador?

59 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

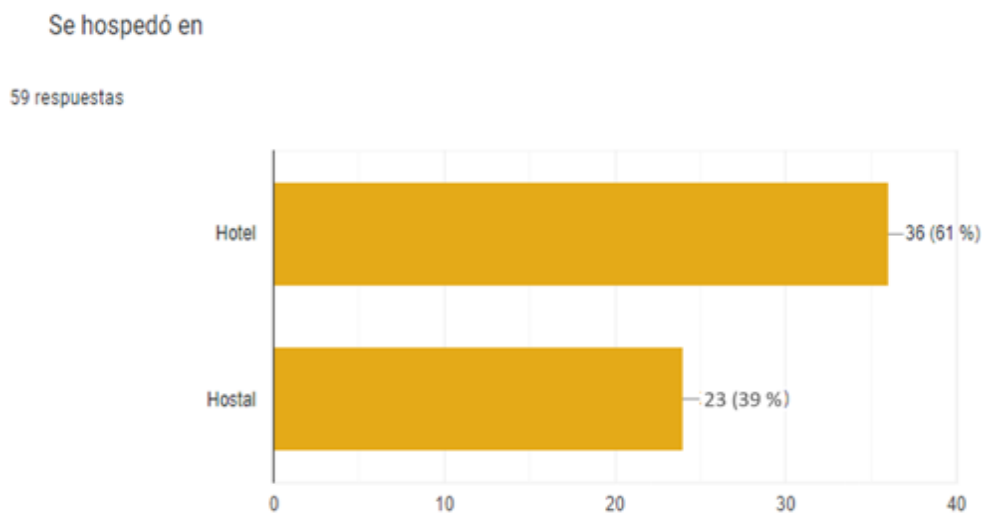
De las anteriores figuras se extrae que, el medio de transporte más utilizado para ingresar al parque por los diferentes senderos es el de expreso o carro rentado con el 44,1%, seguido de transporte propio con el 25,4%, por otro medio, carro del paquete turístico, el 20,3% y el lechero el 10,2%. El 91,5% considera razonable el precio cobrado por el servicio de transporte y para el 8,5% no lo es; el 93,2% calificó como bueno el servicio de transporte y el 6,8% regular. A partir de lo anterior, se puede inferir que pese a los pocos vehículos que prestan el servicio, el sector turístico contribuye a que se dinamice la economía en el municipio.

Las figuras 31 a la 34 muestran resultados de turistas relacionados con el hospedaje así:



Figura 31

Hospedaje que Usó el Turista



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 32

Zona de Ubicación del Hospedaje que Usó

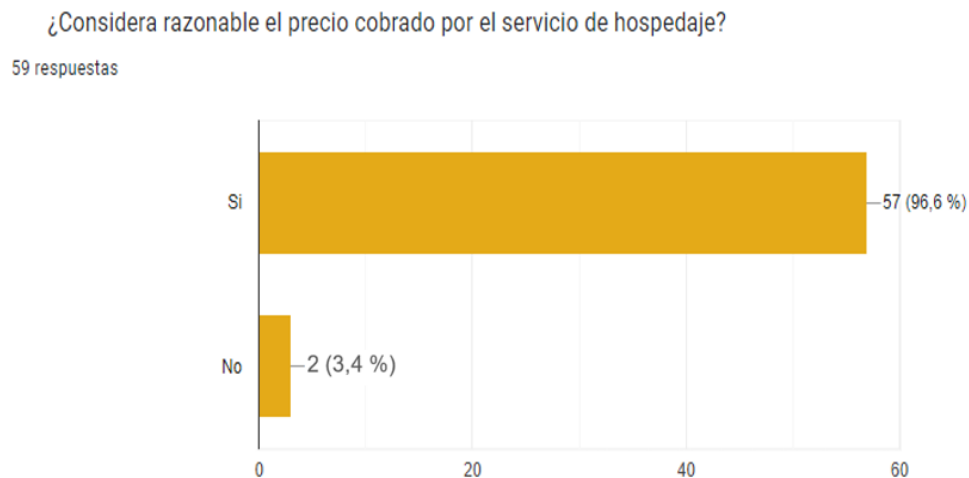


Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.



Figura 33

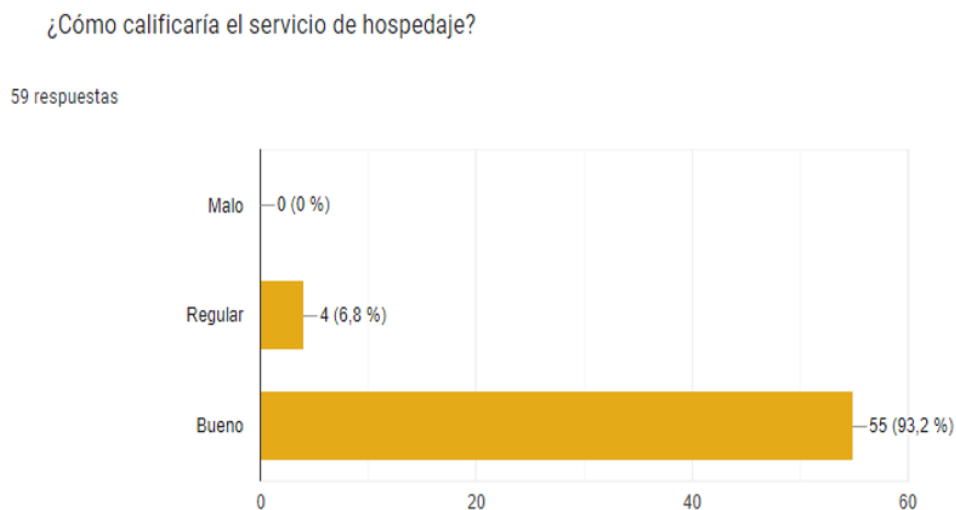
Apreciación del Valor Pagado por el Servicio de Hospedaje



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 34

Calificación del Servicio de Hospedaje



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.



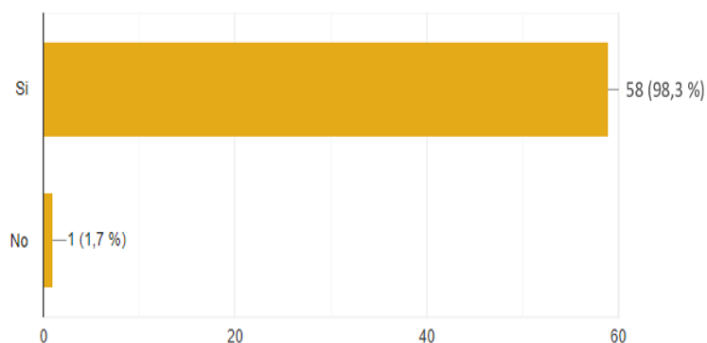
Las gráficas demuestran que, el 61% de los turistas se hospedó en hotel y el 39% en hostel; el 64,4% se hospedó en hoteles u hostales ubicados en la zona urbana y el 35,6% en zona rural; para el 96,6% fue razonable el precio cobrado y para el 3,4% no lo fue; para el 93,2% el servicio prestado fue bueno y para el 6,8% fue regular. En ese orden, la apreciación de los turistas respecto al servicio de hospedaje fue muy bueno, por lo cual consideraron razonable el precio pagado, además que el servicio de hospedaje en la zona rural es de la preferencia de un número considerable de turistas para tener una experiencia con la naturaleza.

Las figuras 35 y 36 relacionan los resultados obtenidos referentes a la experiencia vivida en la Sierra y si la repetiría o no:

Figura 35

Le Gustó y Repetiría la Experiencia Vivida en la Sierra Nevada de Güicán

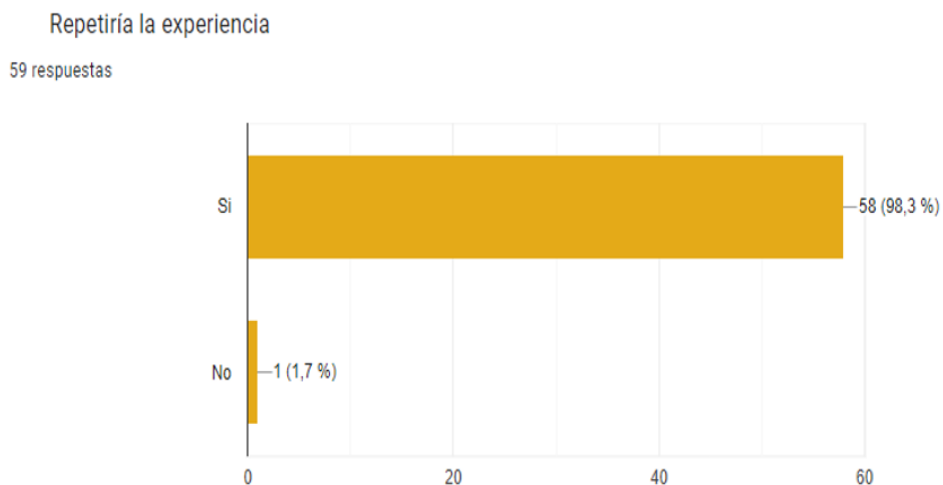
Le gustó la experiencia vivida en la Sierra Nevada del Municipio de Güicán
de la Sierra
59 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 36

Repetiría la Experiencia



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

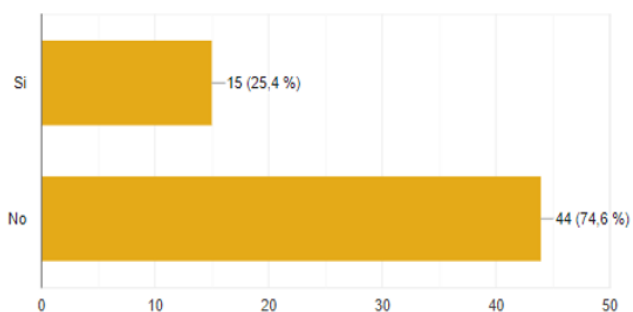
Al 98,3% de los turistas le gustó la experiencia de visitar la Sierra Nevada y la repetirían y al 1,7% no le gustó y no volvería (Ver figuras 35 y 36); dijeron que repetirían la experiencia por los paisajes únicos, por ser un lugar muy tranquilo, por la atmósfera acogedora y fresca del aire, para conocer más lugares turísticos, por la experticia de los guías, la calidad humana y seguridad, para desconectarse de la tecnología y conectarse con la naturaleza, por el agua pura, por el glaciar, porque es un reto volver, buen servicio al cliente, por la gastronomía, fauna diversa, por su magia y, los que dijeron que no repetirían la experiencia adujeron que es muy exigente el ascenso y otros lo consideraron muy lejos llegar a bordo de nieve.

Figura 37

Tienen Suficiente Publicidad la Sierra Nevada y los Demás Sitios Turísticos del Municipio

¿Considera que la Sierra Nevada y demás sitios turísticos del Municipio de Güicán de la Sierra tienen la suficiente publicidad para ser promocionados?

59 respuestas



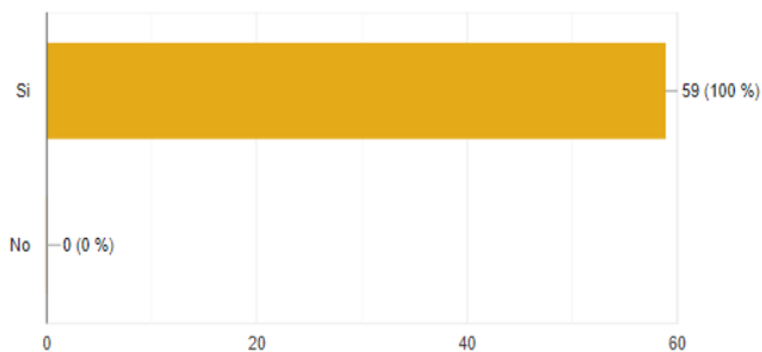
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Figura 38

¿Recomendaría visitar la Sierra Nevada de Güicán de la Sierra a amigos y conocidos?

¿Recomendaría visitar Güicán de la Sierra y los sitios turísticos a amigos y conocidos?

59 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

De acuerdo con lo relacionado en las figuras 37 y 38 se infiere que el 74,6% de los turistas dijo que la Sierra Nevada y los demás sitios turísticos del municipio de Güicán de la Sierra son

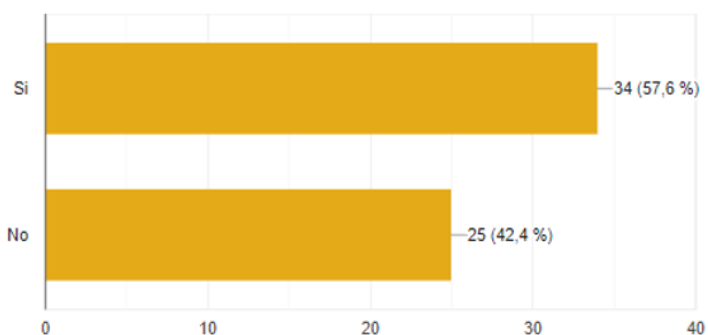
poco promocionados y tan solo el 25,4% considera que tiene buena publicidad; el 100% de los turistas recomendaría visitarla con sus amigos y conocidos.

Figura 39

Sugerencias para mejorar el turismo en Güicán de la Sierra

¿Tiene alguna sugerencia para ayudar a mejorar el turismo en el municipio de Güicán de la Sierra?

59 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los turistas, 2025 valor en %.

Como muestra la figura 39, el 57,6% expresa tener sugerencias para mejorar el turismo y el 42,4% considera no las tiene. Dentro de las sugerencias para mejorar el servicio, se destacan las siguientes: mayor publicidad por redes sociales como facebook e instagram y profundizar más en los diferentes sitios turísticos del municipio, cambiar la percepción centralizada de El Cocuy y explorar más Güicán, implementar el turismo responsable con programas de reforestación, reducción de residuos y uso de energías limpias en hospedajes, integración de la cultura U'wa, ampliar la oferta de restaurantes, mejorar el servicio de transporte y vías de acceso, diseñar senderos para aclimatación desde el casco urbano hacia sitios de interés del municipio y mejorar la señalización.



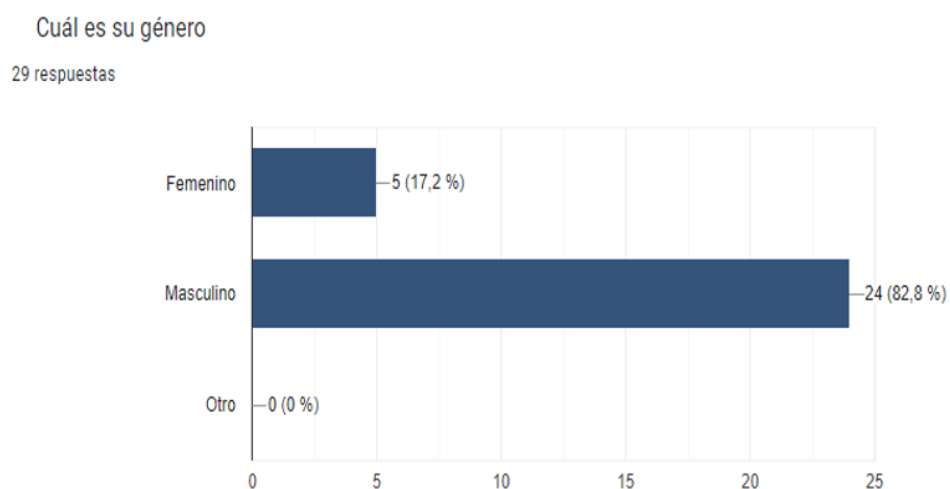
4.2 Guías turísticos

Se aplicaron 29 encuestas entre guías intérpretes y profesionales del municipio de Güicán de la Sierra, a continuación de se muestran los resultados.

Las figuras 40 a la 43 muestran una caracterización demográfica de los guías con variables como el género, clasificación de guía, edad y antigüedad.

Figura 40

Caracterización de guías según su género

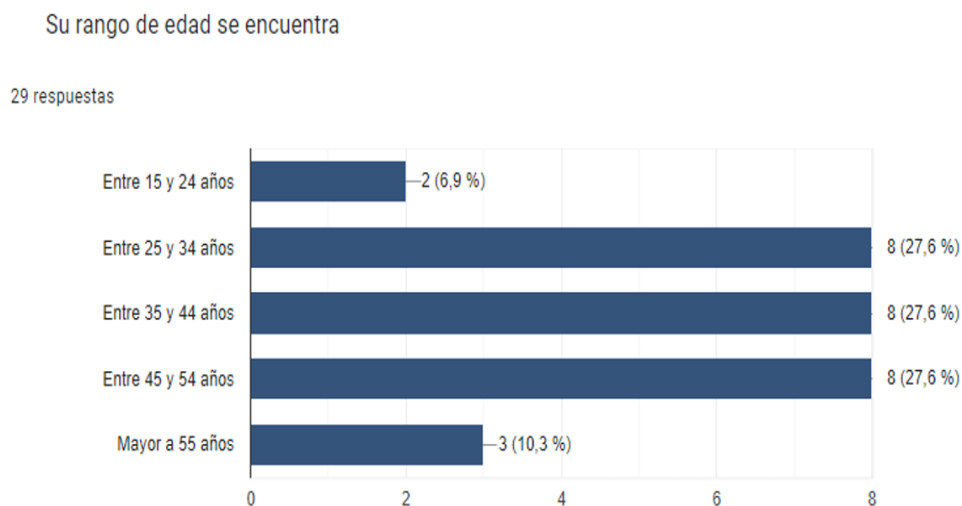


Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.



Figura 41

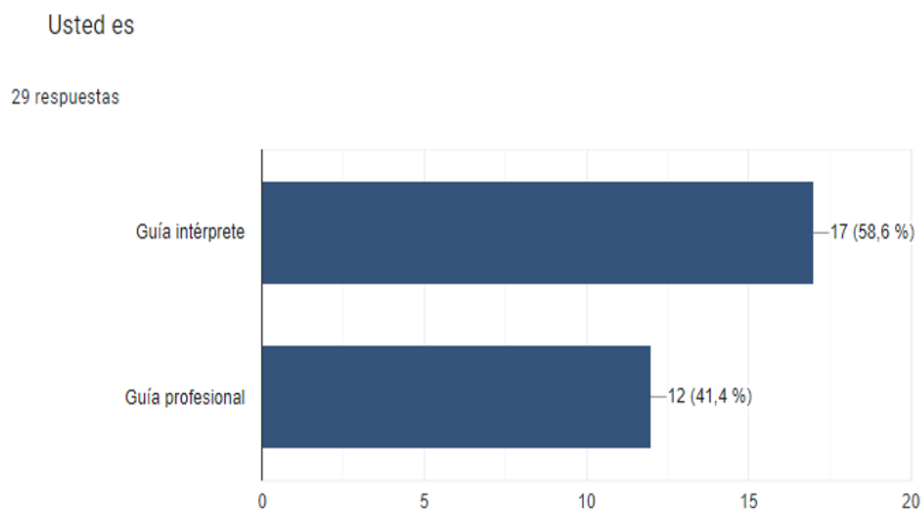
Rango de Edades de los guías



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 42

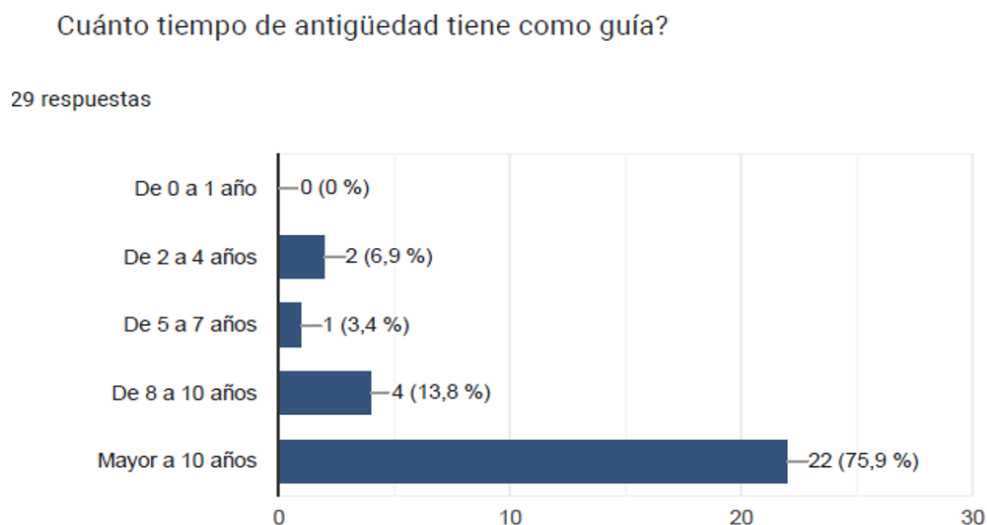
Clasificación de Guía Intérprete y Profesional



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 43

Tiempo de Experiencia Como Guía



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

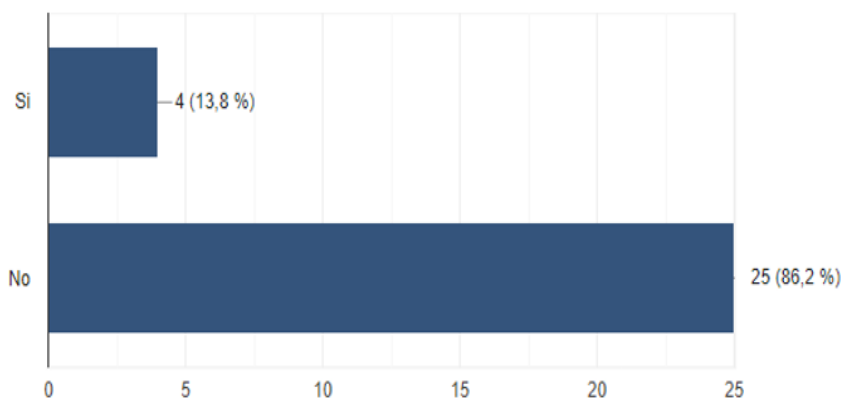
De las encuestas aplicadas a los guías, el 82,8% son hombres y el 17,2% mujeres; la edad de los guías entre 25 a 35 años es del 27,6%, el 27,6% entre 35 y 44 años, el 27,6% entre 45 y 54 años, el 10,3% es mayor de 55 años y el 6,9% entre 15 y 24 años. El 58,6% es guía intérprete y el 41,4% es guía profesional; el 75,9% tiene más de 10 años de antigüedad, el 6,9% tiene entre 2 y 4 años y el 3,4% entre 5 y 7 años (Ver figuras 40,41,42 y 43). Se infiere de la anterior información que, por el esfuerzo y exigencia física la mayoría de guías son hombres, están en edades de 25 a 44 años y la mayoría son guías intérpretes por el conocimiento del territorio, flora y fauna propia del ecosistema.

Figura 44

Maneja el Idioma Inglés

Maneja el idioma Inglés

29 respuestas



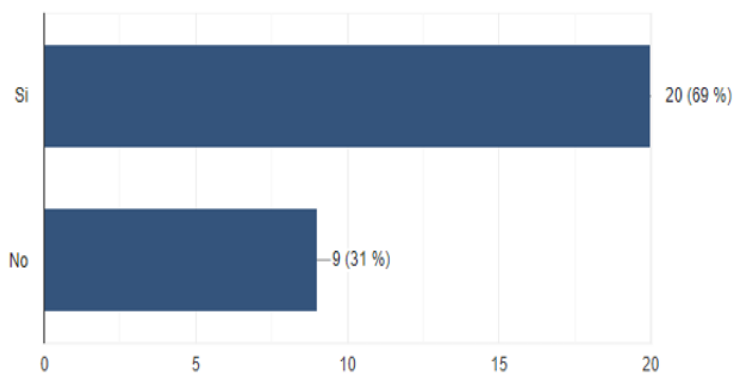
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 45

Hace Parte de Alguna Asociación, Cooperativa, Organización de Turismo

Usted hace parte de alguna asociación, cooperativa, organización,
fundación o agencia de turismo

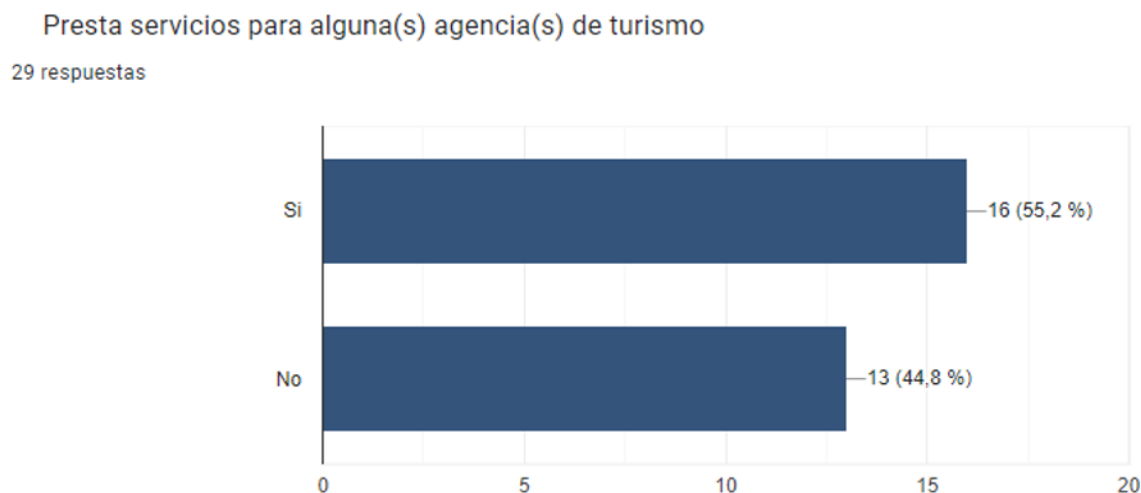
29 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 46

Presta Servicios de Guía para Alguna Agencia de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

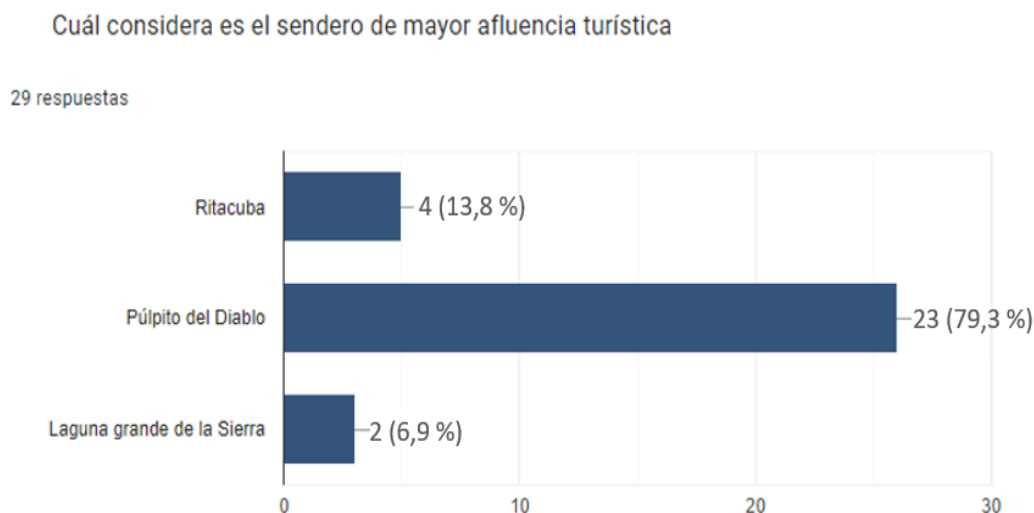
Tan solo el 13,8% de los guías maneja el idioma inglés y el 86,2% no lo maneja. El 69% pertenece a una asociación, organización u agencia de turismo y el 31% no hace parte de ninguna; el 55,2% presta servicio para agencias de turismo y el 44,8% no lo hace (ver figuras 44,45 y 46). Así las cosas, teniendo en cuenta la alta afluencia de turistas extranjeros sería conveniente que los guías manejen mínimamente el idioma inglés con la finalidad de tener mayor interacción con los turistas.

Las figuras 47 y 48 muestran los resultados de los senderos de mayor afluencia y la época del año de mayor afluencia de turistas.



Figura 47

Sendero de Mayor Afluencia



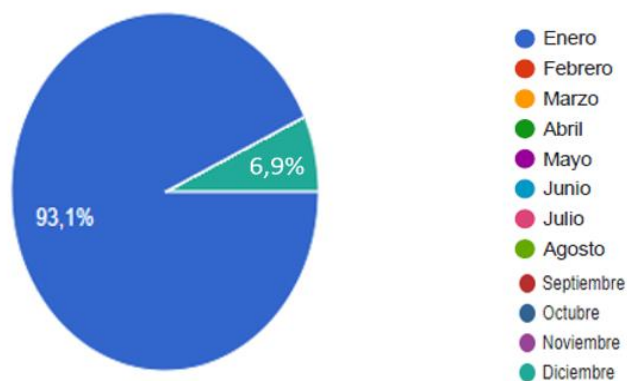
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 48

Meses de Mayor Afluencia de Turistas

¿Qué mes(es) del año considera existe mayor afluencia de turistas en el Municipio de Güicán de la Sierra?

29 respuestas

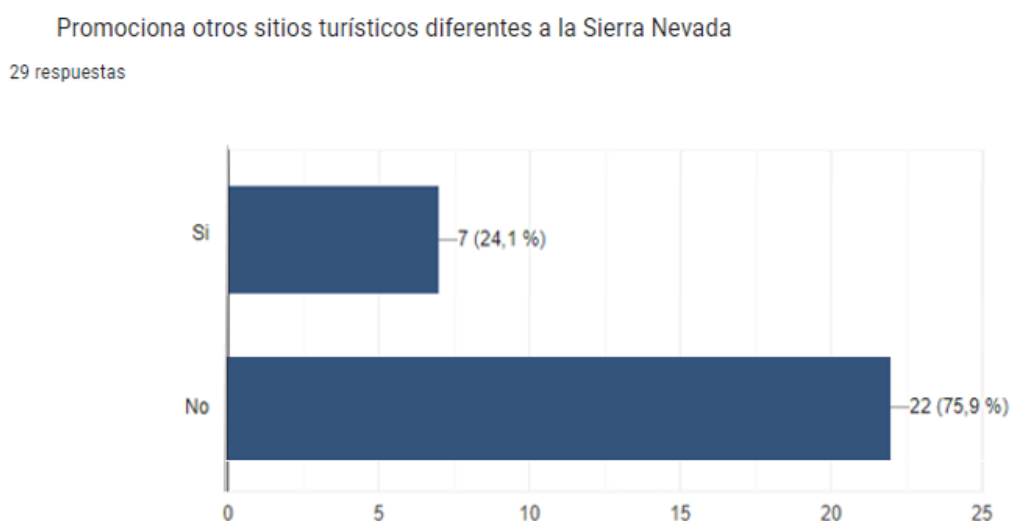


Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

El 79,3% de los guías respondió que el sendero de mayor afluencia turística es el de Lagunillas, seguido del Ritacuaba con el 13,8% y el de la Laguna Grande de la Sierra con el 6,9%. El 93,1% considera que el mes de enero es el de mayor afluencia de turistas y el 6,9% diciembre (Ver figuras 47 y 48). El costo del servicio de guía para los diferentes senderos oscila entre \$230.000 y \$350.000.

Figura 49

Promociona Otros Sitios turísticos Diferentes a la Sierra Nevada

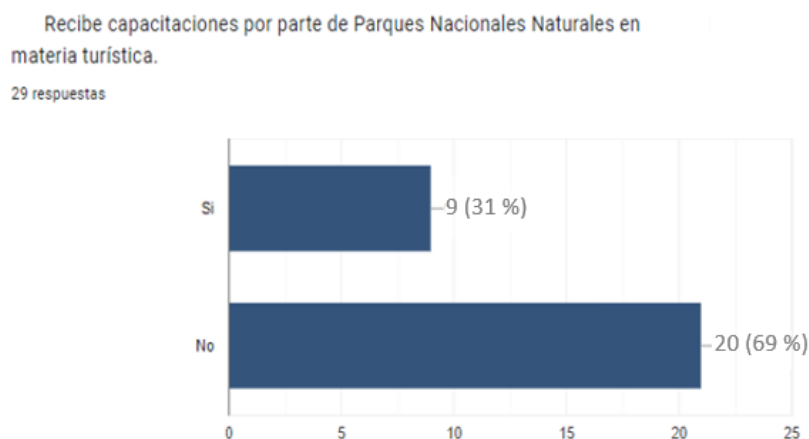


Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

El 75,9% de los guías dijo no promocionar ningún sitio turístico diferente a la Sierra Nevada y el 24,1% sí promociona otros sitios turísticos. Esta cifra impacta en el artículo, porque a pesar que el municipio cuenta con múltiples atractivos turísticos, los mismos no son promocionados ni conocidos lo que impide que se incremente la economía, de paso deje de ofertarse otro tipo de turismo a los visitantes y de hacer del turismo un sector sostenible para el municipio, impidiendo la diversificación, promoción y posicionamiento de otros atractivos en el corto y largo plazo máxime que a la masa glaciaria le quedan pocas décadas de existencia.

Figura 50

Apreciación Sobre la Señalización de los Sitios Turísticos



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

El 69% expresa que los sitios turísticos del municipio no se encuentran bien señalizados y el 31% que si lo están. En ese orden, útil sería que por parte de los órganos competentes se realice la inversión necesaria para que todos los atractivos del municipio tengan la debida señalización y publicidad y de esta manera los visitantes tengan conocimiento de éstos y decidan explorarlos.

Figura 51

Medio por el Cual Promociona el Servicio de Guía



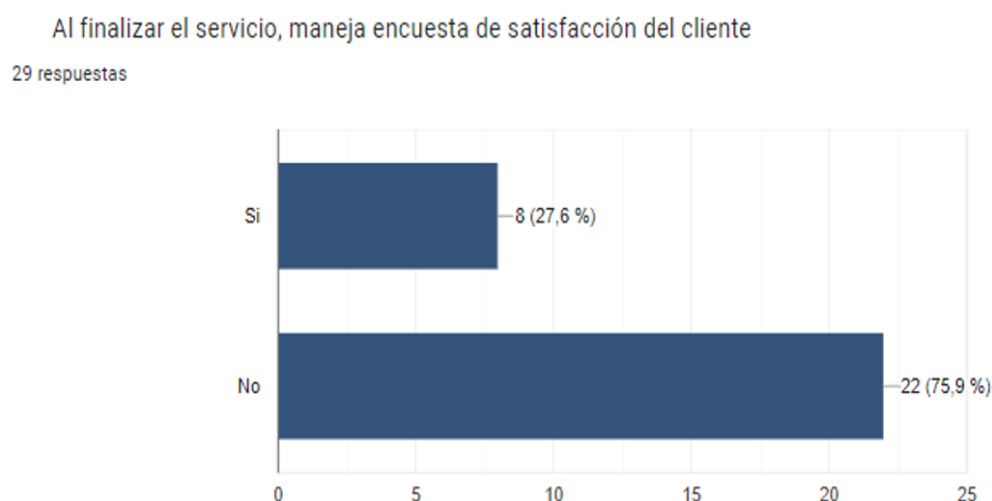
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.



El 51.7% promociona el servicio voz a voz, el 41,4% por redes sociales y el 6,9% Whatsapp. Sería conveniente que los guías oferten sus servicios por medios digitales tales como redes sociales, páginas web, blogs entre otros, como quiera que, gran parte de los turistas son nacionales de otros departamentos y extranjeros, esto facilitaría el contacto por dichas plataformas y quizá se incrementarían sus servicios.

Figura 52

Maneja Encuesta de Satisfacción del Cliente



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

El 75,9%, no realiza encuesta de satisfacción por el servicio prestado y el 27,6% si lo hace. Sería importante que los guías realizaran encuesta de satisfacción para que sus servicios cada día mejoren.

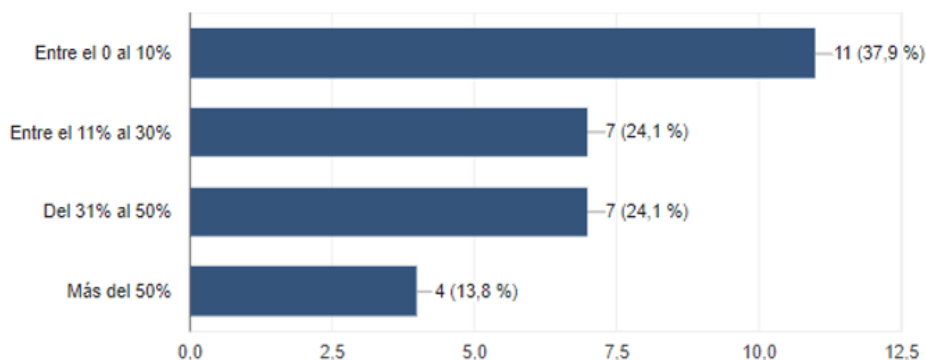
Las figuras 53, 54 y 55 muestran los resultados arrojados sobre la claridad respecto a la localización de los senderos se ubican en Güicán por parte de los turistas, si se han recibido capacitaciones del Parque Nacional Natural El Cocuy, de la Alcaldía.

Figura 53

Claridad por parte de Turistas de la localización de los Senderos de la Sierra están en Güicán

De las guías realizadas, qué porcentaje de turistas tenía claridad que los senderos están ubicados en el Municipio de Güicán de la Sierra

29 respuestas



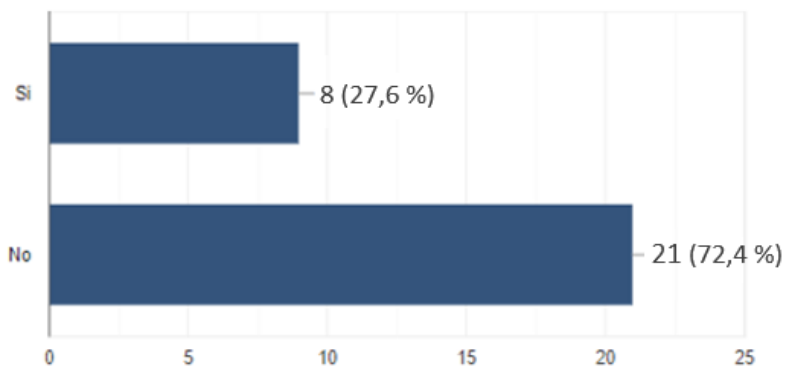
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 54

Capacitaciones por Parte de Parques Naturales

Recibe capacitaciones por parte de Parques Nacionales Naturales en materia turística.

29 respuestas



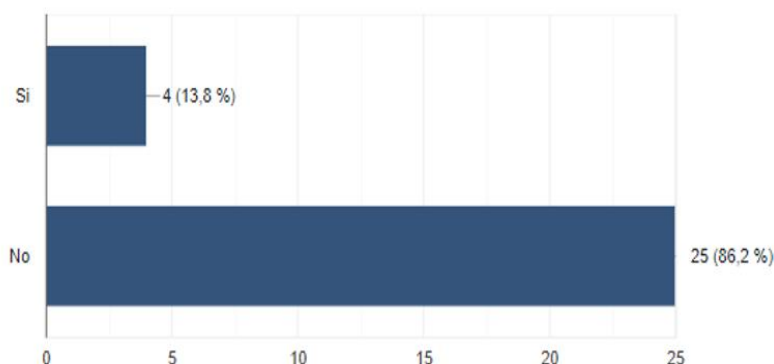
Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a los guías, 2025 valor en %.

Figura 55

Capacitaciones por Parte de la Alcaldía de Güicán

Recibe capacitaciones por parte de Alcaldía del Municipio de Güicán de la Sierra en materia turística.

29 respuestas



El 100% de los guías afirmó que los turistas no tienen claro o desconocen que los senderos están ubicados en el Municipio de Güicán de la Sierra. Así las cosas, se corrobora que los turistas desconocen la ubicación de los senderos, los cuales están localizados en el municipio de Güicán de la Sierra y no en el municipio de El Cocuy.

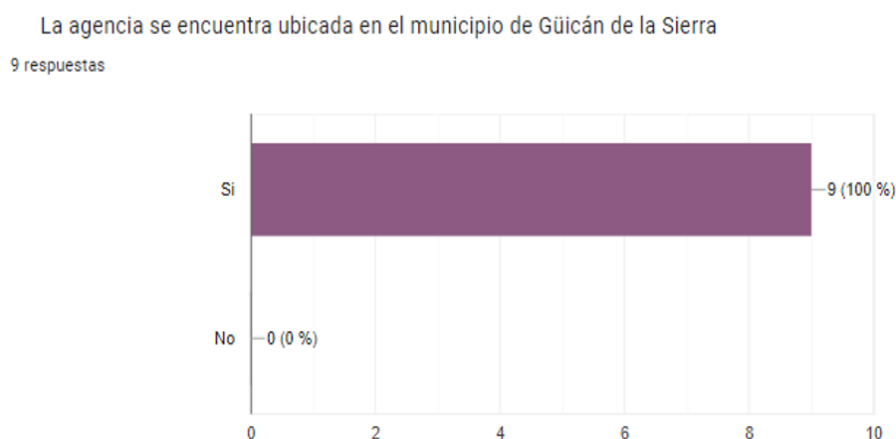
El 27,6% aseguró recibir capacitaciones de Parques Nacionales Naturales y la temática desarrollada fue la protección de páramos, manejo de público y residuos y el 72,4% manifestó no recibirlas; el 13,8% recibió capacitaciones por parte de la Alcaldía de Güicán de la Sierra y el 86,2% dice no tenerlas. Sería conveniente que tanto Parques Nacionales como la Alcaldía capacitara los guías, por el rol tan importante en la promoción del turismo del municipio, el dinamismo de la economía y los altos ingresos que recauda el Parque Nacional Natural El Cocuy de los cuales ningún rubro entra al municipio de Güicán. Al 100% de los guías les gustaría recibir capacitaciones sobre alguno de los siguientes temas: idioma extranjero, clase de plantas de páramo, primeros auxilios, rescate en alta montaña, planificación y desarrollo eco turístico, venta y promoción turística, derecho ambiental, orientación y cartografía.

4.3 Agencias de Turismo

Se aplicaron encuestas a 9 agencias de turismo que prestan el servicio en el municipio de Güicán de la Sierra y se obtuvieron los siguientes resultados; las figuras 56 a la 60 muestra una caracterización de ellas a través de las variables de ubicación geográfica, modalidad de atención, antigüedad, registro de Cámara de Comercio y registro de clientes:

Figura 56

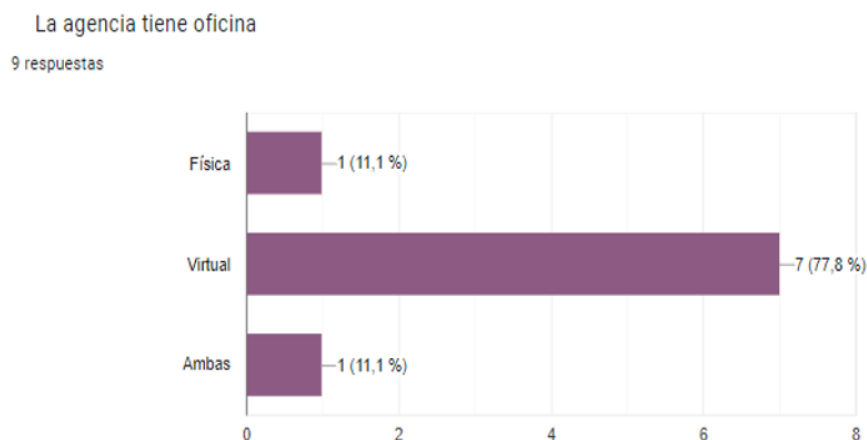
Ubicación de la Agencia de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados de la encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 57

Modalidad de Atención de la Agencia de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.



Figura 58

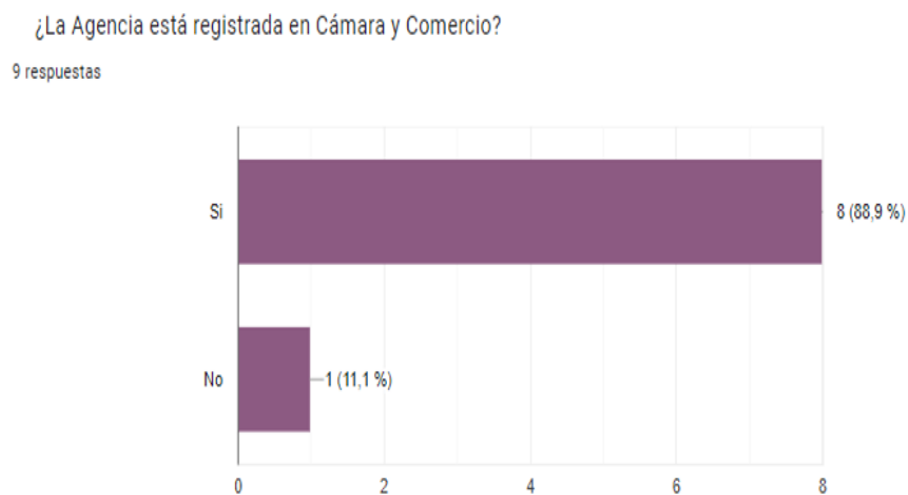
Antigüedad de la Agencia



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 59

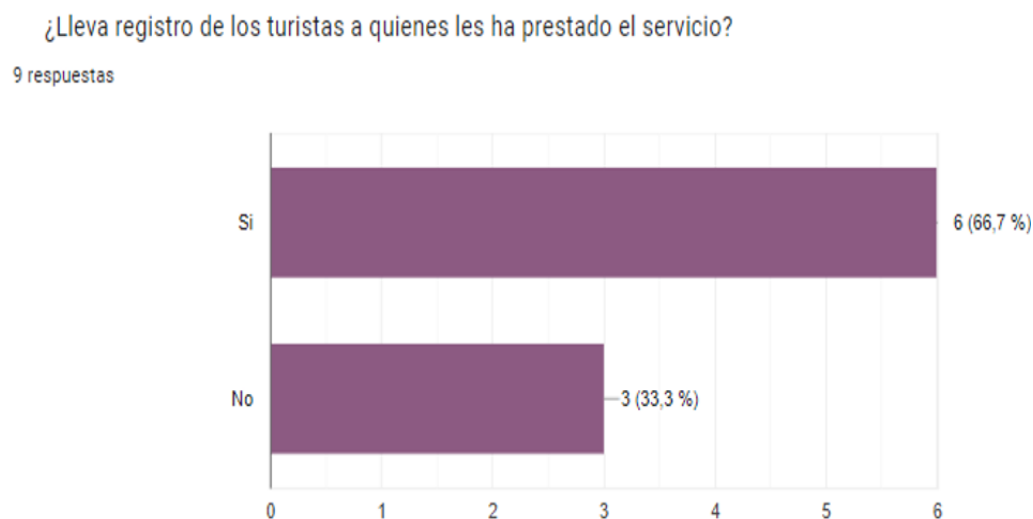
Registro de Cámara de Comercio



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 60

Registro de los Turistas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

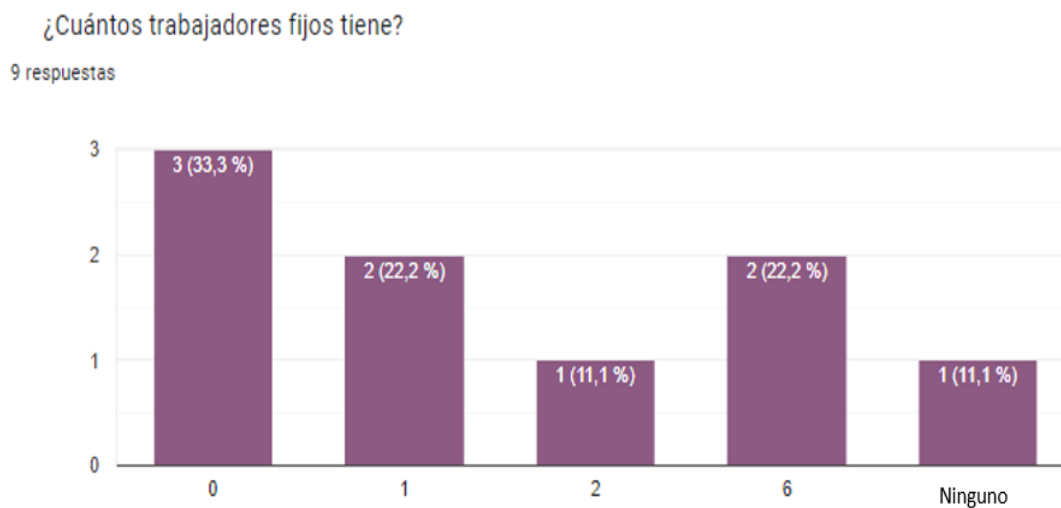
El 100% de las Agencias están ubicadas en el casco urbano del municipio; el 77,8% tiene sólo oficina virtual, el 11,1% oficina física y el 11,1% las dos modalidades; el 55,6% tiene una antigüedad de 3 a 5 años, el 22,2% menos de un año, el 11,1% de 1 a 3 años y en el mismo porcentaje más de 5 años; el 88,9% está registrada en cámara y comercio y el 11,11% no lo está; el 66,7% lleva registro de los turistas y el 33,3% no lo hace (Ver figuras 56, 57, 58, 59 y 60).

Las figuras 61 a 64 relaciona los resultados arrojados de la cantidad de trabajadores de las agencias, la contratación en temporada alta, la época de mayor afluencia de turismo y si domina otro idioma diferente al Español.



Figura 61

Trabajadores Fijos que Maneja para Prestar el Servicio



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025.

Figura 62

Contratación de Personal en Temporada Alta



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.



Figura 63

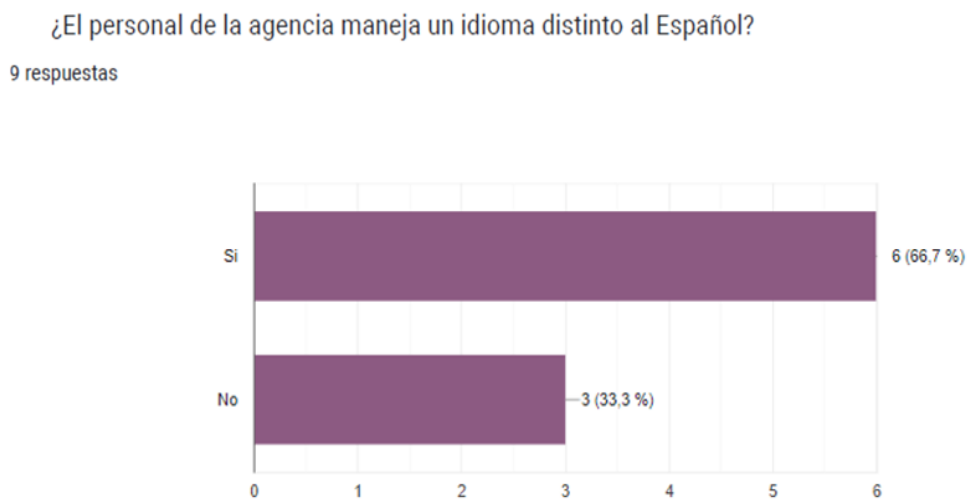
Mes de Mayor Afluencia de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 64

Maneja un Idioma Diferente al Español



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.



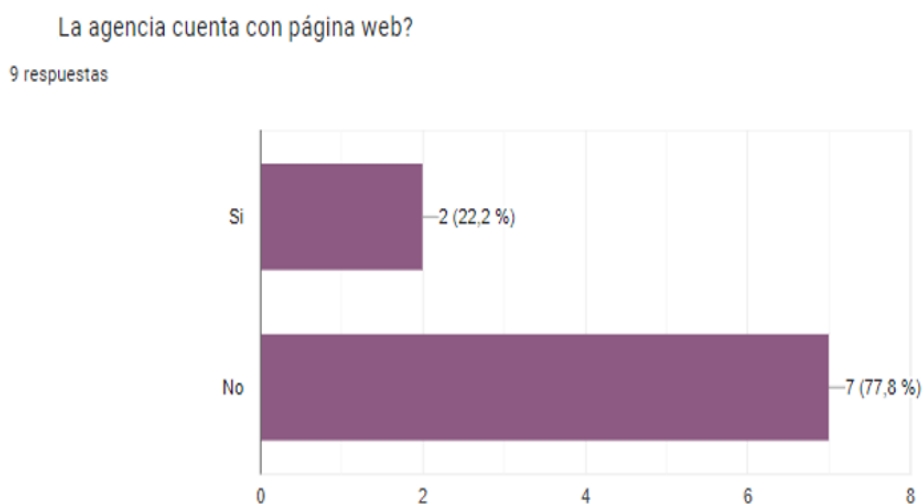
De las figuras 61 a 64 se puede inferir que el promedio de trabajadores fijos en la agencia es de 2; en temporada alta el 66,7% de las agencias contrata de 4 a 18 trabajadores adicionales y el 33,3% no lo hace; el 88,9% consideran que el mes de enero es el de mayor afluencia turística y con el 11,1% el mes de diciembre; el 66,7% dice que el personal de la agencia maneja otro idioma y el 33,3% no lo maneja.

De lo anterior se concluye que la temporada alta para las agencias del municipio son los meses de diciembre y enero, corroborando que el turismo es un sector estacional, pues fluctúa en el tiempo, en temporada alta, las agencias generan mayor empleo para satisfacer la oferta de turistas y promocionarse dinamizando la economía del municipio, a su vez, se resalta de este grupo que el 66,7% del personal de las agencias maneja otro idioma diferente al español, lo cual es bueno porque tiene una ventaja y un plus para la interacción con turistas extranjeros.

Las figuras 65 a la 68 muestran si la agencia maneja página web, por qué medio la promociona, si considera efectivo el marketing digital para el reconocimiento e incremento de ventas y si tiene aliados estratégicos.

Figura 65

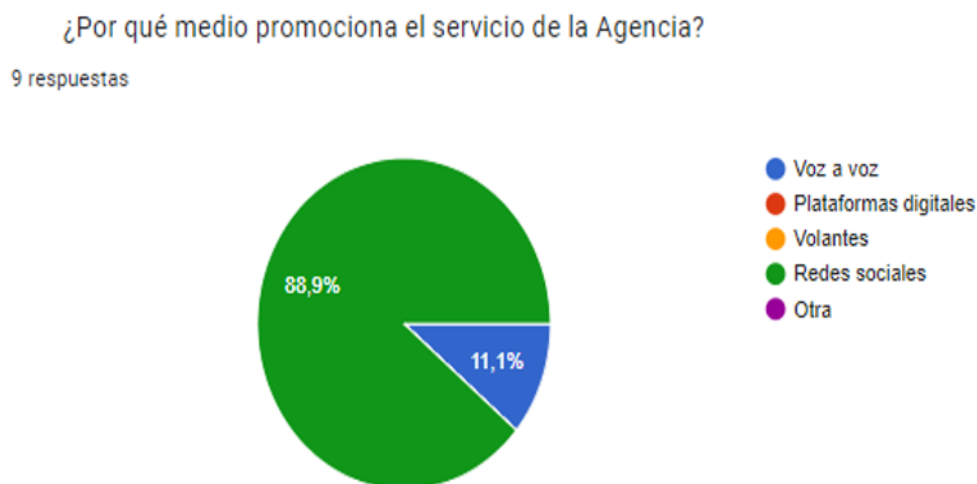
La Agencia Maneja Página Web



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 66

Medio de Promoción de la Agencia



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 67

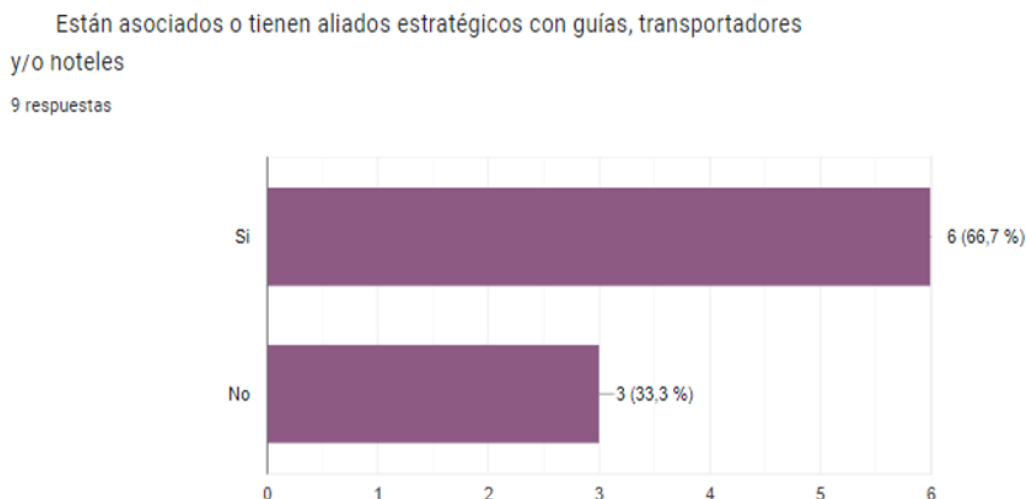
Importancia del Marketing Digital para el Reconocimiento de la Agencia e Incremento de Ventas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 68

Aliados Estratégicos para Prestar el Servicio de Agencia de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

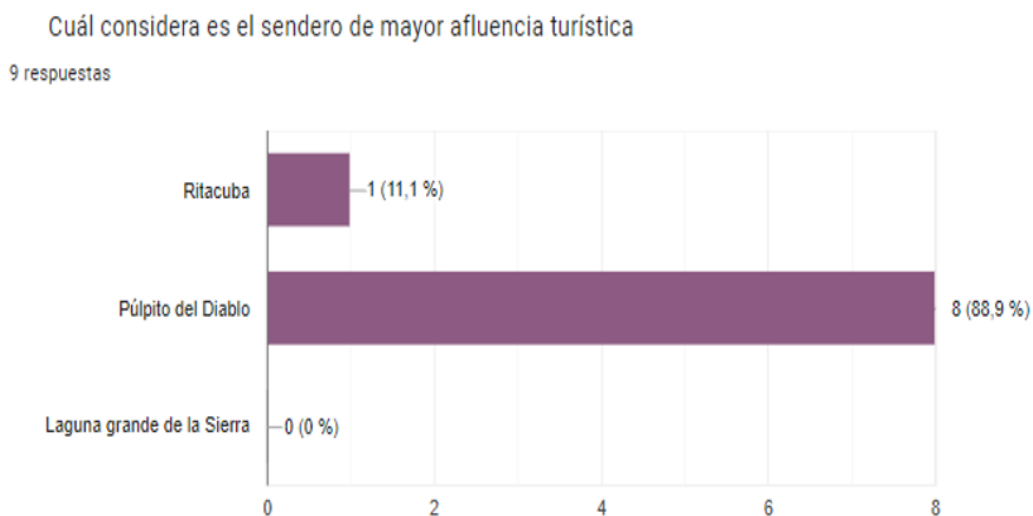
De las figuras 65 a 68 se deduce que el 77,8% de las agencias de turismo tiene página web y el 22,2% no tiene; el 88,9% promociona sus servicios por redes sociales y el 11,1% voz a voz; el 88,9% maneja redes sociales y el 11,1% no maneja; el 100% de las agencias señala que el marketing digital es efectivo para el reconocimiento de la agencia y el incremento de ventas; el 66,7% tiene aliados estratégicos con guías, transportadores y hoteles.

De los resultados se advierte que, la estrategia de las agencias al promocionarse por medios digitales, redes sociales, marketing digital ha hecho que se visibilice su agencia, se llegue a más público, satisfaga gran parte de la demanda de turistas que ingresan al municipio y complemente la estrategia al tener aliados con los cuales pueda ofrecer un buen servicio.

Las figuras 69,70 y 71 relacionan los resultados de los senderos de La Sierra Nevada de mayor afluencia turística para las agencias, si promociona otros sitios turísticos diferentes a los senderos y si maneja encuestas u otro instrumento para medir la satisfacción del cliente.

Figura 69

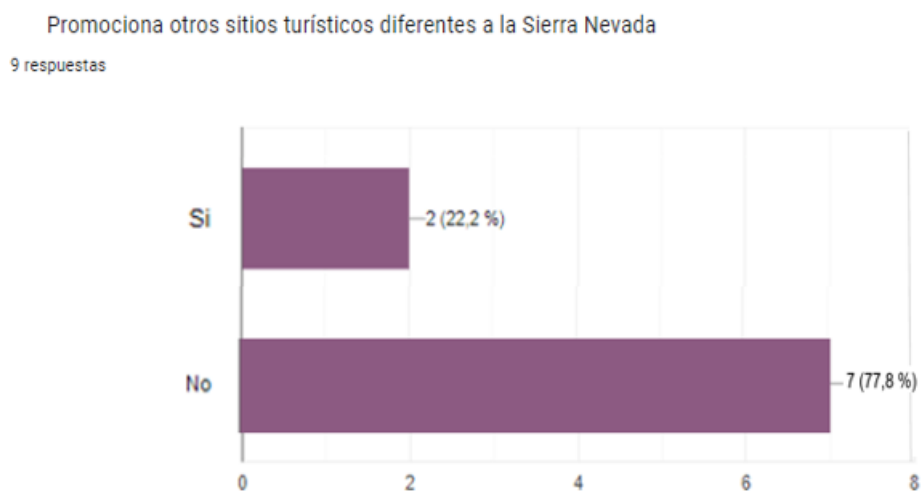
Sendero de Mayor Afluencia para las Agencias



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 70

Promoción de Otros Sitios Turísticos y Encuestas de Satisfacción



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 71

Encuestas de Satisfacción del Cliente



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

De las figuras 69 a 71 se infiere que el 88,9% considera que el sendero de mayor afluencia turística es El Pulpito del Diablo, el 11,1% el sendero Ritacuba y sin afluencia el sendero de la Laguna Grande de la Sierra; el 22,2% de las agencias promocionan sitios turísticos diferentes a las Sierra Nevada y el 77,8% no los promociona. El 55,6% no realiza encuestas de satisfacción del servicio y el 44,4% si lo hace.

Los resultados demuestran que, el sendero más demandado por las agencias es el de Lagunillas por el cual se asciende al glaciar Pulpito del Diablo y Pan de Azúcar, esto a lo mejor se debe a que el referido sendero comparte jurisdicción con el municipio de El Cocuy y se resalta que, sólo el 22,2% de las agencias promociona otros sitios turísticos del municipio diferentes a los senderos de la Sierra.

Las figuras 72, 73 muestran los resultados de si las agencias reciben capacitaciones tanto del el Parque Nacional El Cocuy como de la Alcaldía de Güicán en temas turísticos.

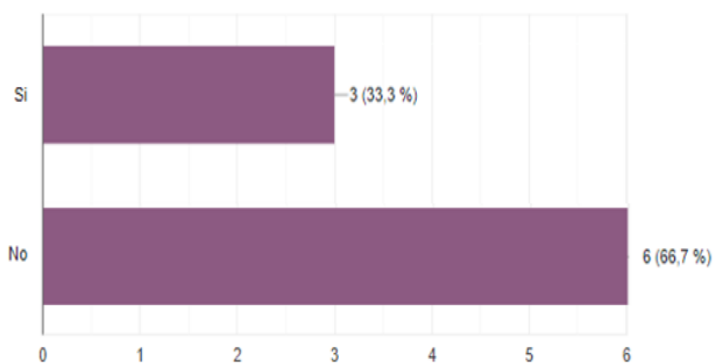


Figura 72

Agencias de Turismo y Capacitaciones del PNN El Cocuy

Recibe capacitaciones por parte de Parques Nacionales Naturales en
materia turística

9 respuestas



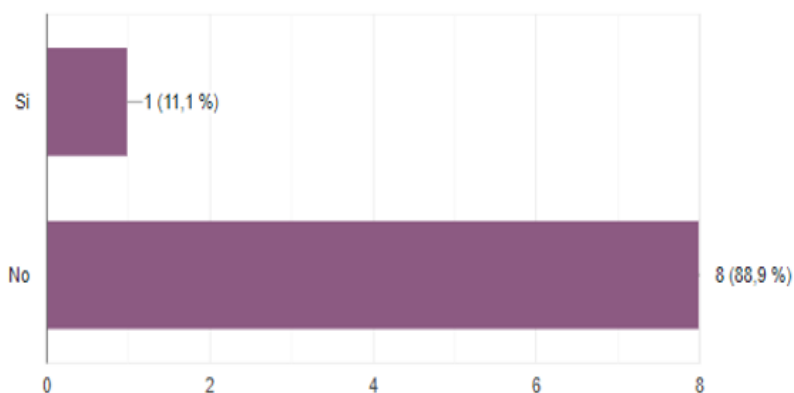
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

Figura 73

Capacitaciones Alcaldía de Güicán de la Sierra

Recibe capacitaciones por parte de Alcaldía del Municipio de Güicán de
la Sierra en materia turística

9 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.



Se deduce de los gráficos 72 y 73 que el 66,7% de las agencias afirmó no recibir capacitaciones por parte de Parques Naturales y; el 88,9% dijo no recibir capacitaciones por parte de la Alcaldía de Güicán de la Sierra; útil sería que tanto Parques como la Alcaldía capacitara a las agencias de turismo en la medida que a través de éstas podrían promocionarse a mayor escala, lo que se refleja en el recaudo que percibe el PNN El Cocuy sin que el municipio de Güicán se beneficie de ello; como retribución; se puntualiza que los temas de interés de las agencias respecto a las capacitaciones son los siguientes temas: servicio al cliente, técnicas de comunicación efectiva, seguridad y primeros auxilios, protocolos de seguridad en actividades turísticas, historia, cultura y biodiversidad, reducción de impactos ambientales, turismo responsable, marketing digital entre otros.

Figura 74

Formas de Pago Manejadas por las Agencias de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a agencias, 2025 valor en %.

La gráfica muestra que el 77,8% de las agencias usa como forma de pago transferencia electrónica y el 22,2% solo efectivo en pesos, lo anterior muestra que las agencias hacen uso de



medios tecnológicos para el recaudo por la prestación de sus servicios estando en la vanguardia de la era digital.

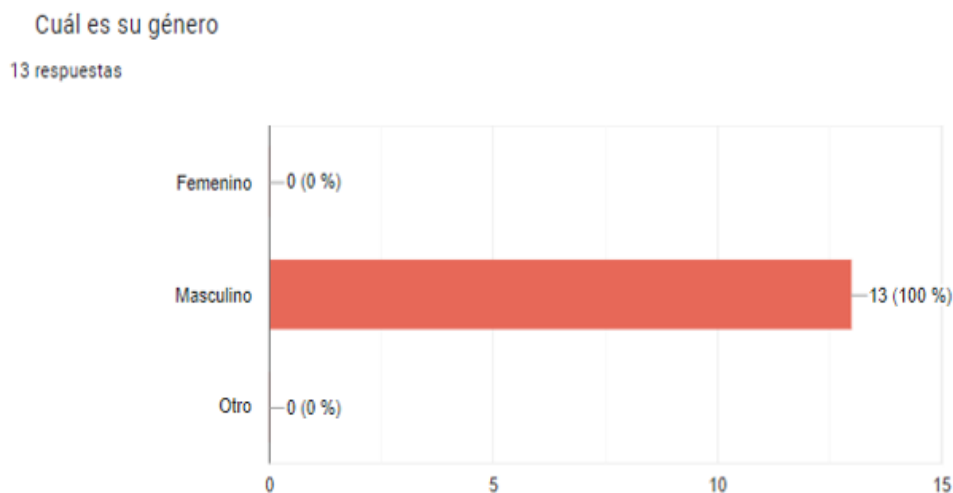
4.4 Transporte

Se aplicaron 13 encuestas a personas que prestan el servicio de transporte a los senderos habilitados de la Sierra Nevada de las que se extrajeron los siguientes resultados:

Las figuras 75 y 76 muestran el género y la cantidad de vehículos disponibles para prestar el servicio de turístico.

Figura 75

Género de los Transportadores



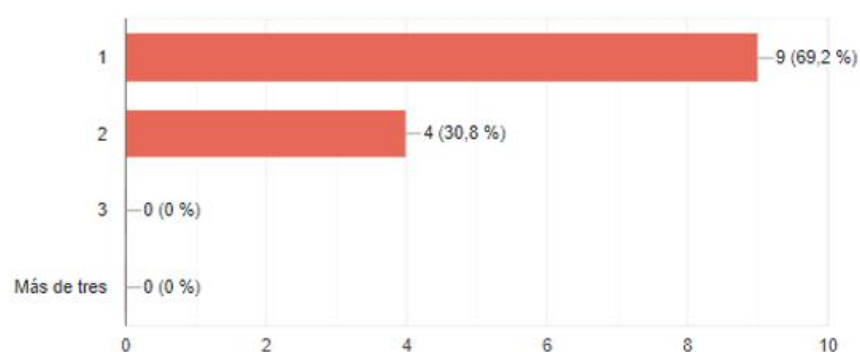
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.

Figura 76

Vehículos Disponibles para Prestar el Servicio de Transporte

Cuántos vehículos tiene disponibles para prestar el servicio turístico en el municipio de Güicán de la Sierra.

13 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.

De acuerdo con las figuras 75 y 76, el 100% de los transportadores encuestados que presta el servicio pertenece al género masculino; el 69,2% cuenta con un vehículo y el 30,8% tiene dos vehículos.

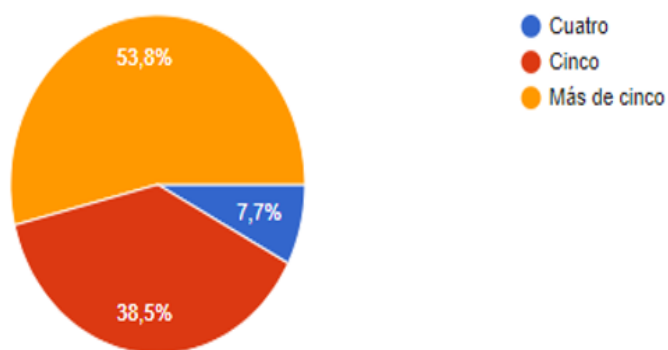
En las siguientes dos figuras se muestran la capacidad de pasajeros por vehículos y la forma de prestación del transportador del servicio, si independiente o con alguna agencia.



Figura 77

Capacidad De Pasajeros Por Vehículo

Cuál es la capacidad de pasajeros por vehículo
13 respuestas

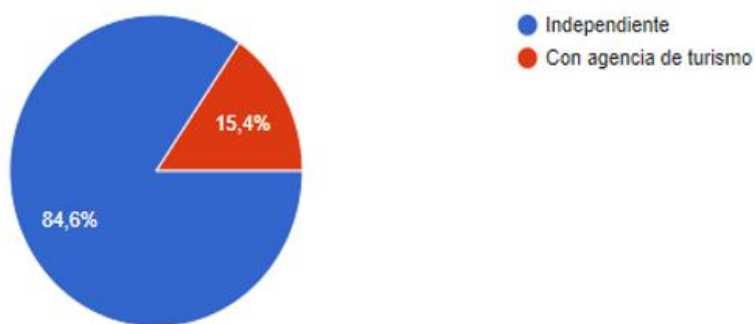


Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.

Figura 78

Forma de Prestación del Servicio de transporte

Presta el servicio de transporte de manera
13 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.



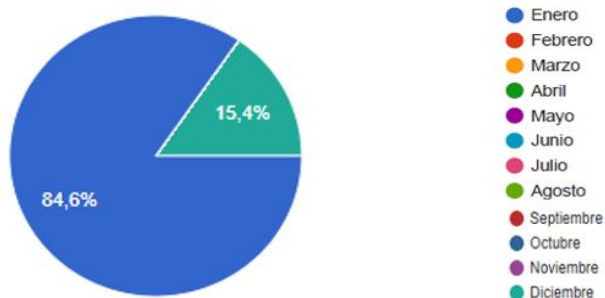
De las figuras 77 y 78 se infiere que el 53,8% tiene vehículos para transportar a más de 5 personas, el 38,5% tiene capacidad para 5 pasajeros y el 7,7% para 4; el 84,6% presta el servicio de manera independiente y el 15,4% con agencia de turismo.

Figura 79

Meses del Año que es Temporada Alta en el Servicio de Transporte Turístico en el municipio

¿Qué mes(es) del año es temporada alta en el servicio de transporte?

13 respuestas



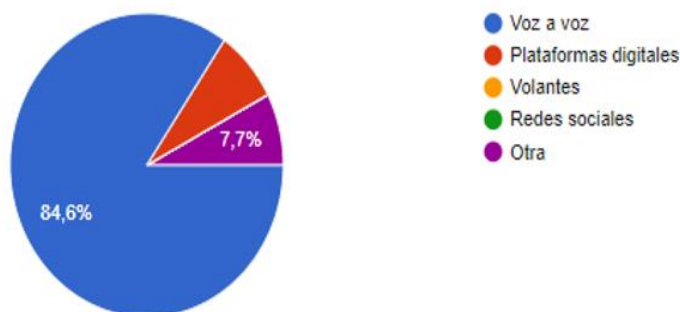
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.

Figura 80

Cómo Proporciona el Transporte

¿Cómo promociona usted su servicio de transporte?

13 respuestas



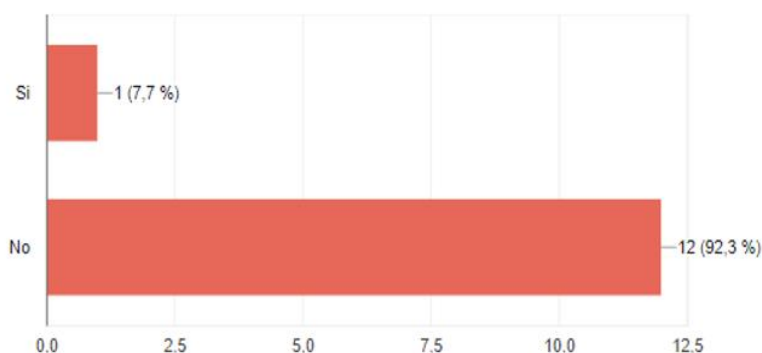
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.

Figura 81

Estado de las Vías de Acceso a los Diferentes Senderos y Sitios Turísticos

Considera que las vías de acceso a los diferentes senderos y sitios
turísticos son adecuadas

13 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a transportadores, 2025 valor en %.

De las figuras 79 y 80 se deduce que el 84,6% indicó que el mes con mayores servicios prestados o de temporada alta son enero seguido del 15,4% diciembre; el 84.6% promociona el servicio de transporte es por medio del voz a voz, el 7,7% con plataformas digitales y el 7,7% por otros medios; el 92.3% indica que las vías de acceso a los diferentes senderos y sitios turísticos no son las adecuadas y el 7,7% dice que si los son. El costo de transporte para los diferentes senderos oscila entre \$220.000 a \$300.000.

Se concluye que la temporada alta de transporte son los meses de diciembre y enero; el voz a voz es el medio predominante para promocionar los servicios, sin embargo, útil sería también la promoción por medios digitales con el fin de llegar a más audiencia e incrementar sus servicios; de otro lado, los transportadores coinciden con los turistas en afirmar que las vías de acceso a los sitios turísticos no están en las mejores condiciones, por lo anterior, sería bueno que las entidades competentes invirtieran en su mejoramiento para ofrecer al turista y a los



transportadores mejores vías para el acceso la Sierra, los visitantes se lleven una buena impresión que les permita repetir sus experiencias.

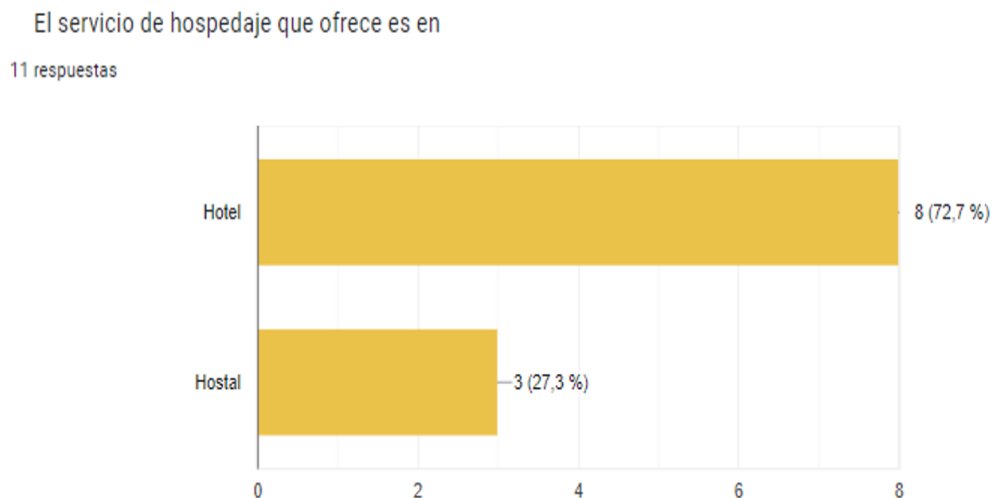
4.5 Hoteles y Hostales

Se aplicaron 11 encuestas entre hoteles y/o hostales del Municipio de Güicán de la Sierra arrojando los siguientes resultados:

Las figuras 82 a 87 muestra la clasificación del hotel u hostel, zona donde se ofrece el servicio, antigüedad, si cuenta con registro en Cámara de Comercio, Registro Nacional de Turismo y registro de los huéspedes.

Figura 82

Caracterización de los Hoteles u Hostales



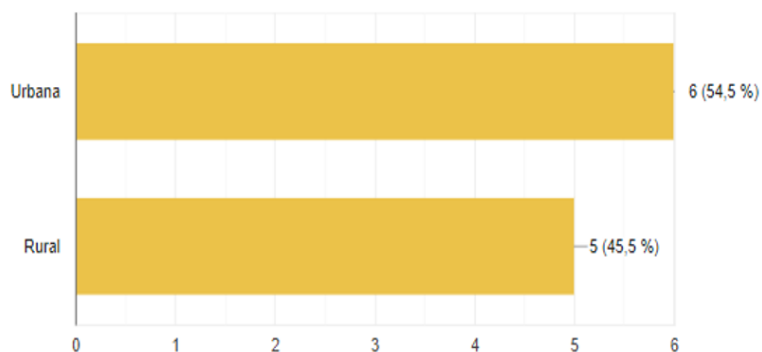
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 83

Zona Donde se Ofrece el Servicio de Hospedaje

En qué zona está ubicado el hotel u hostel en el municipio de Güicán de la Sierra

11 respuestas



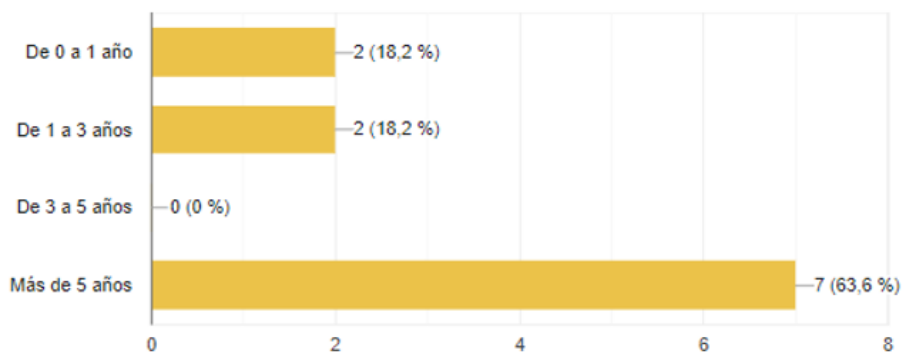
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 84

Antigüedad del Hotel u Hostel

¿Hace cuánto tiempo funciona el hotel u hostel?

11 respuestas

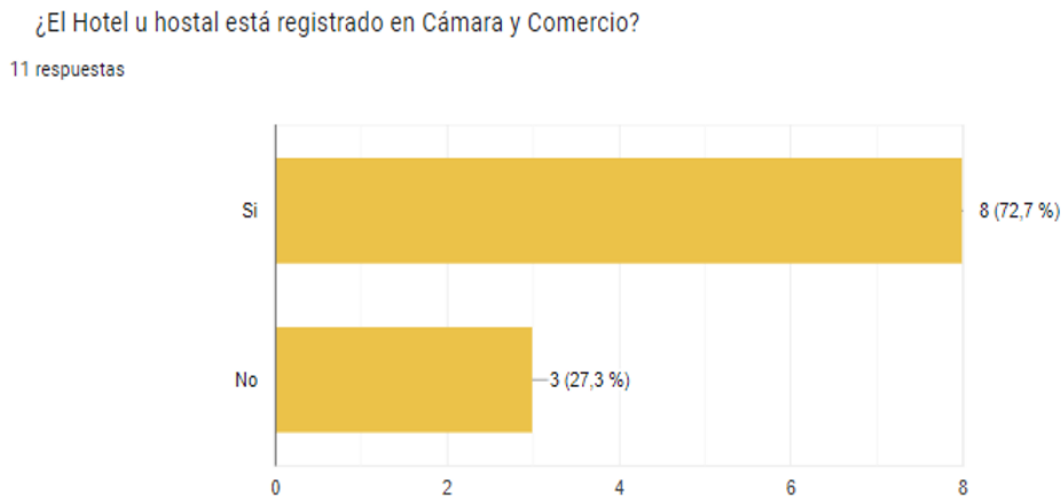


Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.



Figura 85

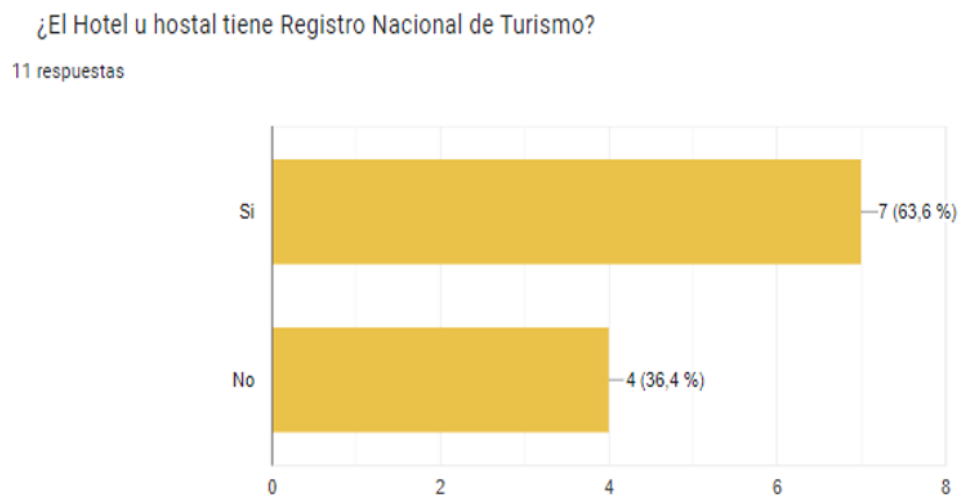
Registro de Cámara y Comercio de Hoteles u Hostales



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 86

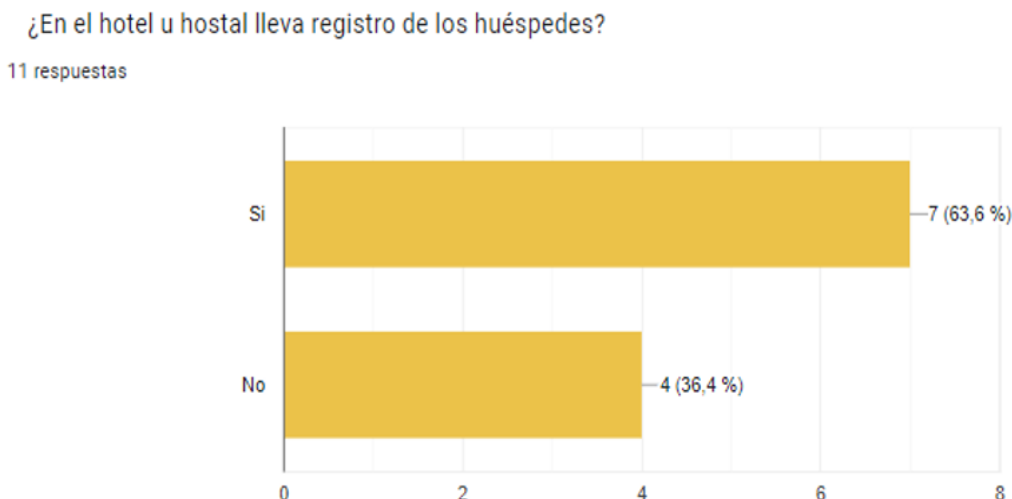
Registro Nacional de Turismo



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 87

Registro de los Huéspedes



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

De las figuras 82 a 87 se infirió que el 72,7% correspondió a hoteles y el 27,3% a hostales; el 54,5% están ubicados en el casco urbano, mientras que el 45,5% en zona rural, lo anterior refleja que un porcentaje considerable de turistas busca hospedarse en el sector rural para tener contacto con la naturaleza; el 63,6% con antigüedad mayor a 5 años, el 18,2% de 1 a 3 años y el 18,2% menor a un año; el 72,7% afirma estar registrado en Cámara de Comercio y el 27,3% no lo está; el 63,6% tiene Registro Nacional de Turismo y el 36,4% no tiene; el 63,6% lleva registro de los huéspedes y el 36,4% indica no llevarlo.

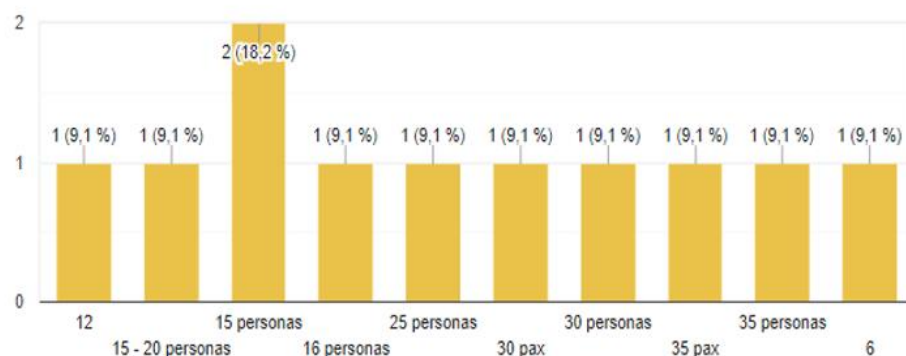
Las figuras 88 a 93 presentan los resultados relacionados con la capacidad de hospedaje, la cantidad de trabajadores, la contratación de personal adicional durante la temporada alta, la oferta del servicio de restaurante y el dominio de idiomas distintos al español por parte del personal y página web.

Figura 88

Capacidad de Hospedaje del Hotel u Hostal

¿Cuál es la capacidad de hospedaje del hotel u hostal?

11 respuestas



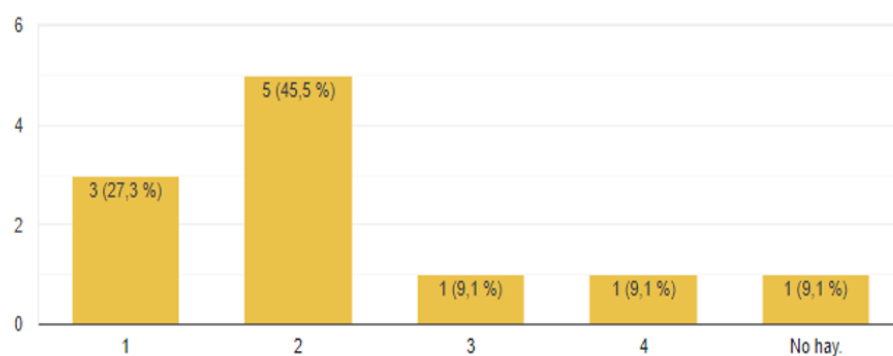
Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025.

Figura 89

Trabajadores Fijos en el Hotel u Hostal

¿Cuántos trabajadores fijos tiene?

11 respuestas



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025.

Figura 90

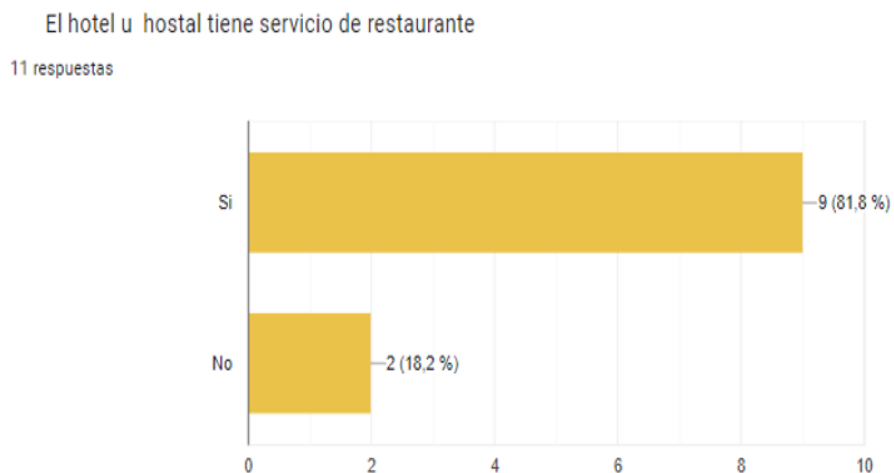
En Temporada Alta Contrata más Personal



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 91

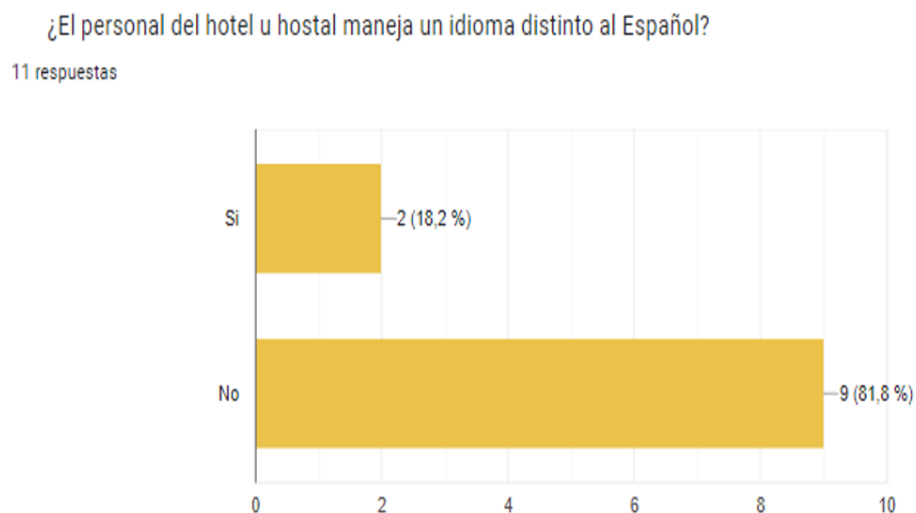
El Hotel Tiene Servicio de Restaurante



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 92

El Personal del Hotel u Hostal Maneja un Idioma Distinto al Español



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 93

El Hotel u Hostal Cuenta con Página Web



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.



De las figuras 88 a 93 se infiere que, la capacidad de hospedaje en los hoteles u hostales oscila entre 6 a 35 personas; el número de empleados fijos está entre 1 y 4, el 63,6% manifiesta contratar de 2 a 5 personas adicionales en diciembre y enero que es temporada alta; la tarifa de hospedaje oscila entre \$40.000 a \$85.000; el 81,8% ofrece servicio de restaurante y el 18,2% no lo ofrece, el 81,8% indica no manejar un idioma diferente al Español y el 18,2% expresa que si lo entiende; el 54,5% tiene página web y el 45,5% no tiene.

Las figuras 94 a 96 muestra la forma como se promociona el hotel u hostel, si usa redes sociales y plataformas digitales

Figura 94

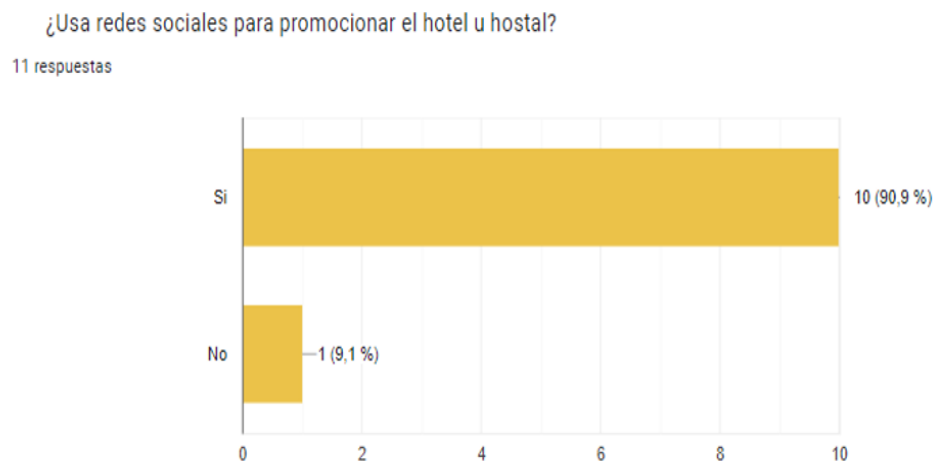
Forma como Promociona el Servicio del Hotel u Hostel



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.

Figura 95

Uso de Redes Sociales para Promocionar el Hotel u Hostal



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025.

Figura 96

Uso de Plataformas Digitales para Vender o Promocionar los Servicios de Hospedaje



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025 cifras en porcentaje %.



De los gráficos 94 a 96 se deduce que el 63,6% usa plataformas digitales para promocionarse y el 36,4% voz a voz; el 90,9% usa Instagram, Facebook o página web para ofrecer sus servicios; el 9,1% no se promociona en medios digitales; el 63,6% usa plataformas digitales como Booking y Airbnb y el 36,4% no las usa. De lo anterior se concluye que el marketing digital para promocionar los hoteles u hostales es representativo y quizá ha hecho que se obtengan.

A partir de estos datos, se puede concluir que el marketing digital desempeña un papel significativo en la promoción de hoteles y hostales, lo que sugiere que este enfoque podría ser impactante para la captación de clientes y la competitividad en el sector. La alta adopción de plataformas digitales como Instagram, Facebook, Booking y Airbnb refleja una tendencia clara hacia la digitalización de las estrategias de marketing en el sector, lo que posiblemente haya facilitado una mayor visibilidad y accesibilidad para los establecimientos, especialmente durante temporadas altas.

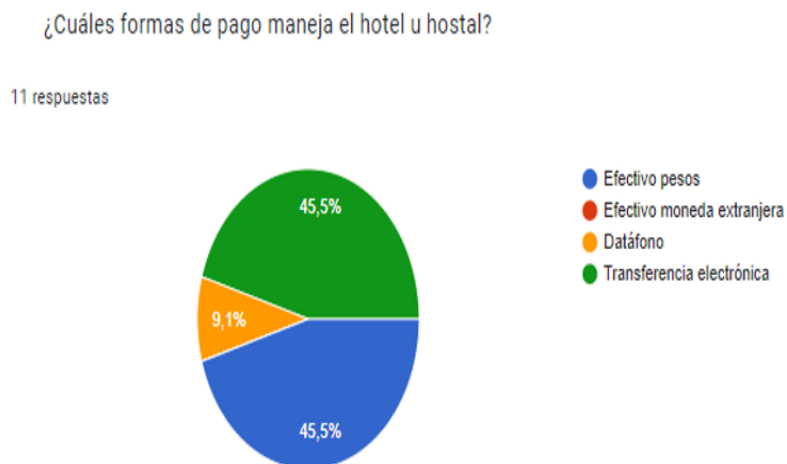
Asimismo, se sugiere que los establecimientos que aún no se promocionan a través de plataformas digitales podrían estar perdiendo una oportunidad significativa para aumentar su visibilidad y atraer a un público más amplio, especialmente a turistas jóvenes y a viajeros internacionales, que son usuarios frecuentes de estas herramientas.

Las siguientes dos gráficas muestran la forma de pago usada por los establecimientos y si cuenta con convenios para orientar sobre sitios turísticos.



Figura 97

Formas de Pago que Maneja en el Hotel u Hostal

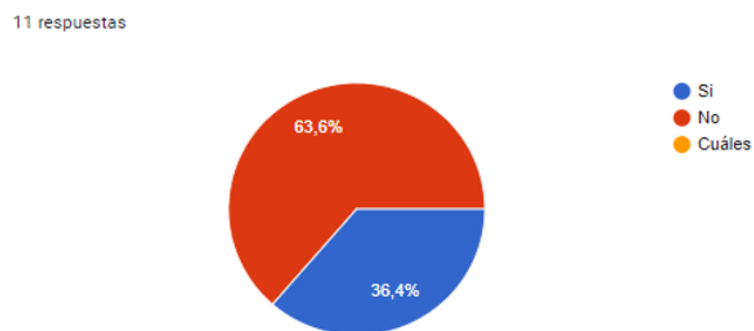


Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025.

Figura 98

Cuenta con Convenios para Orientar a Turistas Sobre los Sitios Turísticos

El hotel u hostel cuenta con convenios vigentes con entidades u organizaciones para orientar a sus huéspedes sobre los atractivos turísticos del municipio de Güicán de la Sierra.



Nota: Representación gráfica resultados encuesta aplicada a hoteles u hostales, 2025.



De las gráficas 97 y 98 se infiere que la forma de pago en efectivo pesos es del 45,5%, el 45,5% utiliza transferencia electrónica y el 9% datafono; el 63,6% indica no tener convenios vigentes con entidades u organizaciones para orientar a sus huéspedes sobre atractivos turísticos del municipio y el 36,4% tiene convenios con guías intérpretes como muestra la figura 97; el 63,6% no realiza encuestas de satisfacción del servicio al cliente y el 36,4% si las hace.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados, se identifica que se promocionan los tres senderos habilitados para la Sierra Nevada con diferentes estrategias de marketing, sin embargo, se evidenció que el 66,1% de los turistas desconocía que los senderos se ubican en Güicán de la Sierra, lo anterior se da en gran medida porque el nombre del Parque incluye el municipio de El Cocuy, PNN El Cocuy.

El sendero con mayor afluencia de turistas es el de lagunillas que conduce a los picos glaciares Pulpito del Diablo y Pan de Azúcar; se debe quizá, a que la jurisdicción es compartida entre los municipios de Güicán de la Sierra y de El Cocuy, seguido del sendero Ritacuba y en último lugar el sendero Laguna Grande de la Sierra, a su vez, para El Parque Nacional Natural existen dos temporadas, de lluvia, en la cual se asignan entre los tres senderos un total de 282 cupos y temporada seca 316 cupos, llama la atención, que el sendero Lagunillas es el de mayor afluencia, pese a que tiene mayor capacidad de carga el de la Laguna Grande de la Sierra.

Se ha evidenciado que los atractivos turísticos del municipio de Güicán, diferentes a los senderos de la Sierra Nevada, no han sido suficientemente promocionados así lo indicaron tanto los turistas (74,6%) como los guías turísticos (75,9%); solo el 22,2% de las agencias turísticas los promociona. En consecuencia, resulta fundamental implementar estrategias para fortalecer la promoción de los demás atractivos turísticos del municipio, sin descuidar la de los senderos



de la Sierra; de esta forma, se contribuiría a la sostenibilidad del turismo, ofreciendo a los visitantes otras alternativas, como el de aventura, ecoturismo, religioso, cultural y de paso, incentivar a que los turistas repitan la experiencia.

El 100% de las agencias señala que el marketing digital es efectivo para su reconocimiento e incremento de las ventas, por tanto, sería bueno que para tener mayor afluencia de turistas y diversificación de atractivos turísticos en el municipio se haga mayor promoción y publicidad a través de este medio, pues quedó claro de los resultados de la encuesta, que la poca promoción que se hace por este medio se enfoca hacia los senderos de la Sierra Nevada siendo escasa o casi nula frente a los demás sitios turísticos incluidos los elegidos para el análisis de este artículo, La Cueva de la Cuchumba, El peñón de los muertos, Monserrate, la piscina de aguas termales – El Chorrerón y el recorrido al casco urbano del municipio.

Se identificó que entre los años 2022 al primer trimestre de 2025 la afluencia de turistas tanto nacionales como de extranjeros fue mayor por el municipio de El Cocuy pese a que los glaciares de los tres senderos se encuentren en jurisdicción del municipio de Güicán de la Sierra; por la entrada de turistas se generan recursos económicos importantes, los cuales son destinados por la oficina de Parques al FONAM y ningún recurso al municipio de Güicán de la Sierra, por lo anterior, sería útil que el municipio de Güicán busque estrategias encaminadas a obtener recaudo por el ingreso al parque ya sea a través de convenios, alianzas o proyectos para que trabajen mancomunadamente con las entidades y así, los recursos puedan ser reinvertidos, por ejemplo, en marketing digital, mejoramiento de vías de acceso al parque, embellecimiento y señalización de los sitios turísticos, conservación del paisaje, capacitaciones en materia de turismo, entre otros.

Otra conclusión es que tanto los turistas, guías y transportadores coinciden en que el municipio debe mejorar las vías y la señalización para ingresar a la Sierra Nevada y a los



diferentes sitios turísticos, por lo anterior, se resalta la necesidad del mejoramiento en infraestructura vial para facilitar el acceso a los diferentes atractivos turísticos y así ofrecer una experiencia turística más agradable, cómoda y segura.

De los estudios técnicos que ha realizado el IDEAM se estima que a la masa glaciar de la Sierra Nevada le quedan pocas décadas para su extinción, por tanto, es importante cuidar sus diferentes ecosistemas e impulsar desde ya otros atractivos turísticos de manera responsable y sostenible, de esta manera evitar que el municipio se quede sin este nicho de mercado y de paso se afecte la economía de diferentes eslabones que conforman la cadena de valor del sector turístico.

El municipio de Güicán de la Sierra pese a tener la masa glaciar más grande del país, está en vía de extinción tal como se mencionó en el párrafo que antecede, no obstante, gracias a los maravillosos paisajes, variedad de flora y fauna, calidad humana, don de gente, presencia de la comunidad indígena U'wa y los múltiples sitios turísticos, hacen que el municipio tenga un potencial para visitar, promocionar, explotar de manera sostenible y responsable nuevos atractivos turísticos, de esta manera el turista cuente con un portafolio de actividades donde tenga la oportunidad de elegir entre el turismo de aventura, religioso, cultural, ecoturismo logrando así que el sector turístico se beneficie con ello.

Se evidenció que la mayor parte de guías, agencias, hoteles y hostales no realiza la publicidad necesaria de manera digital para promocionar la Sierra Nevada ni los demás sitios turísticos que tiene el municipio, perdiendo la oportunidad de dinamizar la economía. Bueno sería que de manera conjunta los diferentes actores del turismo y la Alcaldía se capacite sobre el manejo de redes y marketing con la finalidad de impulsar los diferentes atractivos turísticos de Güicán, esto permitiría aumentar la visibilidad, atraer más visitantes y fortalecer la economía en todas las épocas del año.



Se ve la necesidad que guías, agencias, hoteles, hostales y el sector transporte manejen un segundo idioma para mejorar el servicio y promocionar los sitios turísticos tanto a nacionales como a extranjeros, así como el seguimiento a las encuestas de satisfacción por la prestación del servicio en pro de la mejora continua.

La Alcaldía juega un papel importante toda vez que desde allí puede generar políticas encaminadas a fortalecer, impulsar, explorar de manera responsable y sostenible el turismo creando fuentes de empleos y dinamizando la economía del municipio, pues de este sector se benefician múltiples actores.

Como recomendación en pro de esclarecer la ubicación a senderos y garantizar el aumento de turistas, sería conveniente proponer una consulta popular para cambiar el nombre del parque donde se incluya al municipio de Güicán de la Sierra dado que es en la jurisdicción de este dónde quedan los picos habilitados y tiene gran parte de extensión.



Referencias

- Alcaldía Municipal Güicán de la Sierra. (2018). *Peñón de los Muertos*. Güicán de la Sierra. Obtenido de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/penon-de-la-gloria-o-de-los-muertos>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Peñón de la Gloria o de los Muertos*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 14 de marzo de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/penon-de-la-gloria-o-de-los-muertos>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2016). Güicán de la Sierra. doi:<http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/aguas-termales>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Atractivo cultural La poceta*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 5 de Febrero de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/la-poceta>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Atractivo Cultural La Poceta*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 1 de febrero de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/la-poceta>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Atractivo Cultural -Religioso- Santuario de Monserrate*. Güicán de la Sierra. Obtenido de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/santuario-de-monserrate>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Atractivos Cultural Monumento a la Dignidad U'wa*. Güicán. Recuperado el 15 de marzo de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/monumento-a-la-dignidad-uwa>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Atractivos Naturales -Aguas Termales El Refugio la Casona de San Luis, Balneario de Aguas Termales*. Güicán. Obtenido de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/el-refugio-la-casona-de-san-luis-balneario-de-aguas>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *El Chorrerón*. Güicán. Recuperado el 20 de marzo de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/el-chorreron-de-aguas-termales>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Parque Principal*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 3 de enero de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/parque-principal>
- Alcaldía Municipal de Güicán de la Sierra. (2018). *Parque Principal*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 9 de abril de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/parque-principal>
- Alcaldía Municipal Güicán de la Sierra. (2018). *Cueva de la Cuchumba*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 26 de enero de 2025, de <http://www.guican-boyaca.gov.co/turismo/cueva-de-la-cuchumba>
- Amaya, C. (2023). *Programa de Gobierno; Boyacá Grande 2024-2027*. Tunja .



- Asamblea Departamental, d. B. (2024). *Ordenanza 009 de 2024 "Por la cual se adopta el plan departamental de desarrollo de Boyacá-Nuestro Gran Plan es Boyacá 2024-2027"*.
<https://www.boyaca.gov.co/plan-de-desarrollo-departamental-2024-2027/>.
- Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo [ANATO]. (2024). *Colombia se encamina a cerrar 2024 con un valor récord en entrada de divisas por turismo*. Obtenido de <https://anato.org/noticias/colombia-se-encamina-a-cerrar-2024-con-un-valor-record-en-entrada-de-divisas-por-turismo/#:~:text=divisas%20por%20turismo-,Colombia%20se%20encamina%20a%20cerrar%202024%20con%20un%20valor,entrada%20de%20divisas%20por%20turismo&te>
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria [BBVA]. (2025). *¿Qué es el turismo sostenible y por qué es clave para el planeta?* Obtenido de <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/que-es-el-turismo-sostenible/>
- Bedoya González . (2023). Impacto del marketing digital en el desarrollo de empresas emergentes: La nueva era [Trabajo de grado, Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria]. Recuperado el abril de 2025, de https://dspace.tdea.edu.co/bitstream/handle/tdea/3491/8216_Jose_David_Bedoya_Gonzalez_TRABAJO_DE_GRADO_41007_469382229%20%282%29.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Bedoya González, L. J. (2023). Impacto del marketing digital en el desarrollo de empresas emergentes: La nueva era. Recuperado el abril de 2025, de [https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491:contentReference\[oaicite:6\]{index=6}](https://dspace.tdea.edu.co/handle/tdea/3491:contentReference[oaicite:6]{index=6})
- Biggar, J. (2019). *El Ritacuba Blanco*. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Ritacuba_Blanco#Bibliograf%C3%ADa
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1). 7–25. Recuperado el 2025, de <https://doi.org/10.1080/14616689908721291>
- Callazos, A. Z. (2015). *Análisis de la investigación y desarrollo turístico en*. Recuperado el 7 de febrero de 2025, de https://www.researchgate.net/publication/283052975_Analisis_de_la_Investigacion_y_Desarrollo_Turistico_en_Colombia
- Cocuy, P. N. (s.f.). *Descripción del Área*.
- Concejo Municipal Güicán de la Sierra. (2024). *Acuerdo 004 "Por medio del cual se aprueba y adopta el plan de desarrollo territorial "es con hechos, no con palabras" del municipio de Güicán de la Sierra - Boyacá, para el periodo constitucional 2024-2027 2.3.4Sector Comercio Industria y Turismo p.96-97*.
- Facebook Alcaldía Municipal Güicán de la Sierra. (2019). *Monumento a la mujer campesina*. Güicán de la Sierra. Recuperado el 9 de abril de 2025, de <https://www.facebook.com/share/1ASqY35Q9X/?mibextid=wwXlfr>
- Fondo Nacional Ambiental. (2025). *¿Qué es el Fondo Nacional Ambiental?* Recuperado el 26 de marzo de 2025, de <https://www.minambiente.gov.co/planeacion-y-seguimiento/fondo-nacional-ambiental-fonam/>



- Gallo, D. (2025). La tercera región más acogedora del planeta, según los Traveller Review Awards, está en Colombia: "Gracias a la hospitalidad y excelente servicio". *Infobae*, <https://www.infobae.com/colombia/2024/01/30/boyaca-brillo-a-nivel-mundial-fue-elegida-como-la-tercera-region-mas-acogedora-del-planeta/>.
- Gambarota, D., & Lorda, M. (2017). *El turismo como estrategia de desarrollo local*. Argenitna. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347753793006/html/index.html>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2014). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (6.ª ed.). McGraw-Hill. 534.
- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales [IDEAM]. (25 de enero de 2025). *IDEAM*. Obtenido de <https://www.ideam.gov.co/web/ecosistemas/sierra-nevada-cocuy-guican>
- Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales [IDEAM]. (2025). *Panorama de los glaciares de Colombia*. Recuperado el 4 de abril de 2025, de <https://www.ideam.gov.co/sala-de-prensa/noticia/colombia-esta-perdiendo-sus-glaciares-solo-quedan-33-km2>
- Juan Carlos Monterrubio Cordero. (2009). *Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión*. Retrieved from Sistema de Información Científica Redalyc. Obtenido de <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=223314808005>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing (11.ª ed.). P. 14. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). Fundamentos de marketing (11.ª ed.). 5. Obtenido de https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- Leeuwen & Nijkamp. (2011-19). *Operational advances in tourism research*. Amsterdam. Recuperado el 3 de abril de 2025, de <https://research.vu.nl/ws/portalfiles/portal/2893542/rm%202011-19.pdf>
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible [MinAmbiente]. (2013). *Resolución 0531 art. 2 por la cual se reglamenta el ecoturismo como una modalidad de uso en el Sistema de Parques Nacionales Naturales de Colombia*. Diario Oficial No. 48.769. Bogotá. Recuperado el 2025, de <https://www.parquesnacionales.gov.co/wp-content/uploads/2021/11/2-resolucion-0531-del-2013.pdf>
- Ministerio de Ciencia,Tecnología e Innovación [Minciencias]. (2016). *Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo*. Obtenido de https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo
- Naciones Unidas. (2008). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado el 5 de abril de 2025, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>



- Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2008). *Normas de Naciones Unidas Para medir el Turismo*. Recuperado el 24 de Noviembre de 2024, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ostelea y Planeta Formación y Universidades. (2024). *Turismo religioso: ¿Qué es y cuáles son los destinos más visitados?* Barcelona. Recuperado el 21 de enero de 2025, de <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-religioso>
- Parques Nacionales Naturales de Colombia [PNN]. (2020). *Resolución 125 05 marzo "Por medio de la cual se ordena la apertura del Parque Nacional Natural El Cocuy y se adopta el Anexo de Reglamento de la actividad ecoturística"*. Obtenido de https://old.parquesnacionales.gov.co/portal/wp-content/uploads/2021/09/resolucion_reglamentacion_apertura_125-2.pdf
- PNN El Cocuy. (2021). *Plan de Ordenamiento ecoturístico parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025*. El Cocuy. Recuperado el enero de 2025
- PNN El Cocuy. (2021). *Plan de Ordenamiento Ecoturístico Parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025*. Recuperado el 18 de enero de 2025
- PNN El Cocuy. (2021). *Plan de Ordenamiento Ecoturístico Parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025*. Recuperado el 18 de enero de 2025
- PNN El Cocuy. (2021). *Plan de Ordenamiento Ecoturístico Parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025*. Recuperado el 18 de enero de 2025
- PNN El Cocuy. (2021). *POE 2021-2025*.
- PNN El Cocuy. (2025). *Descripción del Área Parque Nacional Natural*. Recuperado el 18 de enero de 2025, de <https://www.parquesnacionales.gov.co/nuestros-parques/pnn-el-cocuy/>
- PNN, E. C. (2021). *Plan de Ordenamiento Ecoturístico Parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025 Ecoturismo senderos*. <https://www.parquesnacionales.gov.co/nuestros-parques/pnn-el-cocuy/#ecoturismo>.
- POE . (2021). *Plan de Ordenamiento Ecoturístico Parque Nacional Natural El Cocuy 2021-2025*.
- Rodríguez Moreno, D. C & Granados Ávila , P. N. (2017). Diagnóstico de Competitividad del Turismo en Boyacá (Colombia). *Revista Facultad Ciencias Económicas Vol XXV (2)*. [https://www.redalyc.org/journal/909/90952679012/html/, 6](https://www.redalyc.org/journal/909/90952679012/html/,6).
- Rodríguez Moreno, D. C., & Cruz Vásquez, J. L. (2021). La cadena de valor de destinos turísticos. Recuperado el 2025, de <https://librosaccesoabierto.uptc.edu.co/index.php/editorial-uptc/catalog/view/281/262/6128>
- Sáez Antonia C . (2009). *Los micro-clusters turísticos ¿una herramienta para el desarrollo turístico en zonas rurales deprimidas?* Medellín, Medellín. Recuperado el 10 de Agosto de 2024, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-63462009000200004



- Sanabria, Juan Sebastián. (2012). *La Sierra Nevada del Norte de Boyacá y su gente una cultura viva en un paisaje*. Obtenido de https://www.academia.edu/9293452/La_Sierra_Nevada_del_Norte_de_Boyaca_y_su_gente_Una_cultura_Viva_en_un_paisaje_Juan_Sebastian_Sanabria_Bare%C3%B1o
- Sánchez, E. L. (2020). *¿Qué son los senderos turísticos?* México. Recuperado el 15 de enero de 2025, de <https://www.entornoturistico.com/que-son-los-senderos-turisticos/>
- Sastoque, C. (01 de Febrero de 2024). *Destinos Acogedores: Boyacá, entre los mejores según los premios Traveller Review Award 2024*. Obtenido de <https://www.colombia.com/turismo/noticias/boyaca-entre-las-diez-regiones-mas-acogedoras-del-mundo-449871>
- United Nations World Tourism Organization [UNWTO] o la Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2008). *Normas de las Naciones Unidas para medir el Turismo*. Madrid. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos#T>
- Wikipedia. (25 de marzo de 2023). *Wikipedia la enciclopedia libre*. Recuperado el 01 de 2025, de <https://es.wikipedia.org/wiki/G%C3%BCic%C3%A1n>