

Proyecto de investigación

Análisis del Potencial del Turismo Cultural en la Ciudad de Sogamoso - Boyacá

Estudiante

Laura Marcela Pulecio Poveda

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Negocios Internacionales Seccional Tunja

Septiembre, 2023

Proyecto de investigación

Análisis del Potencial del Turismo Cultural en la Ciudad de Sogamoso - Boyacá

Estudiante:

Laura Marcela Pulecio Poveda

Directora

Mg. Esperanza Díaz Casallas

Trabajo de grado para optar al título profesional en

Negocios Internacionales

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables

Facultad de Negocios Internacionales Seccional Tunja

Septiembre, 2023

Dedicatoria

En principio, quiero expresar mi dedicación de este logro a Dios que siempre materializa mis aspiraciones, así como a mis abuelos y madre por brindarme respaldo sin reservas y creer en mí. Sin su influencia, esta realización no habría sido posible.

También, extendo mi agradecimiento a mis hermanos menores, cuya inspiración me impulsa a superarme diariamente.

Agradecimientos

Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de culminar exitosamente mi carrera. Quiero expresar mi agradecimiento a mis familiares por su apoyo y por permitirme convertirme en profesional. También quiero agradecer a la profesora Esperanza Díaz por su acompañamiento en la elaboración de este proyecto hasta su finalización.

Tabla de contenido

1. TÍTULO	7
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	7
2.1 pregunta de investigación	8
4. OBJETIVOS	10
4.1 Objetivo general	10
4.2 Objetivos específicos	10
5. MARCO DE REFERENCIA	11
5.1 Marco teórico	11
5.2 Marco conceptual	20
6. CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN	21
6.1 Capítulo I: Identificación de las características principales de la ciudad de Sogamoso.	21
6.2 Capítulo II: Intereses de los actores del sector turístico en la ciudad	27
6.3 Capítulo III: Estrategias para aprovechar el potencial turístico de la ciudad	30
7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN	34
7.1 Tipo de Investigación	34
7.2 Fuentes de recolección de información	34
7.3 Herramientas de recolección de información	35
7.4 Análisis de la información.	35
7.5 Actividades para el desarrollo de los objetivos específicos	36
8. Duración	36
8. Conclusiones	38
9. Recomendaciones	38
Bibliografía	40
ANEXOS	44

Lista de tablas

Tabla 1. Tipos de turismo clasificados según forma	13
Tabla 2 Tipos de turismo clasificados por su tipo.	14
Tabla 3 Lugares con atractivos arquitectónicos en Sogamoso	23
Tabla 4 Atractivos arqueológicos	24
Tabla 5 Atractivos culturales	26
Tabla 6 Atractivos naturales	26
Tabla 7 Entrevistas semiestructuradas	27
Tabla 8 Estrategias desde el ámbito público	30
Tabla 9 Estrategias desde el ámbito privado	31
Tabla 10 Estrategias digitales	32
Tabla 11 Estrategias de Marketing territorial	33
Tabla 12 Cronograma de actividades	36
Tabla 13 Presupuesto	37

Lista de gráficas

Gráfica 1 Lugares visitados y rutas usadas en Grand Tour (1661-1700)	12
Gráfica 2 Países más visitados en millones de turistas (2018)	16

GLOSARIO

Cultura: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Desarrollo económico: El desarrollo económico es un concepto que se refiere a la capacidad que tiene un país de generar riqueza. Esto, además, se debe reflejar en la calidad de vida de los habitantes.

Provincia: Demarcación territorial administrativa de las varias en que se organizan algunos Estados o instituciones

Marca ciudad: Identifica los atributos diferenciales de una ciudad o región específicas para fortalecer su posicionamiento y fomentar la apreciación de los activos positivos que poseen.

Resumen

Este proyecto se enfoca en analizar el potencial del turismo cultural en la ciudad de Sogamoso, ubicada en Boyacá. A pesar de su rica historia y valioso patrimonio cultural, la ciudad ha estado mayormente centrada en actividades como la siderurgia, la minería y la agricultura, lo que ha limitado su incursión en el mercado turístico. Para abordar esta situación, se llevó a cabo una investigación cualitativa exhaustiva, en la que se analizaron diversos factores para determinar el estado actual del turismo cultural en Sogamoso. Además, se realizaron entrevistas que brindaron una comprensión más precisa de la situación turística en la región, revelando una oportunidad desaprovechada para generar ingresos y participación a nivel internacional, de igual manera, la investigación resalta que a pesar del importante potencial cultural de Sogamoso, este sector carece del respaldo institucional necesario para avanzar. En este sentido, se sugiere que la estrategia más viable sería que la gobernación implemente enfoques destinados al desarrollo turístico de la región, reconociendo la necesidad de un mayor apoyo para potenciar este valioso recurso.

PALABRAS CLAVE: Turismo, cultura, gobierno, estrategia, Sogamoso

INTRODUCCIÓN

En la ciudad de Sogamoso, ubicada en el departamento de Boyacá, existe una diferencia importante entre su historia cultural arraigada y su actividad industrial destacada. A lo largo de los años, esta ciudad ha prosperado como epicentro de actividades siderúrgicas, mineras y agrícolas, contribuyendo significativamente al desarrollo económico de la región y ganando reconocimiento a nivel nacional. Sin embargo, detrás de este escenario económico floreciente existe un patrimonio cultural que se alza como una joya valiosa y apenas explorada en el ámbito del turismo.

La ciudad de Sogamoso, enriquecida por su pasado histórico y sus tradiciones arraigadas, resuena con la posibilidad de convertirse en un destacado destino turístico. Su legado precolombino, influencias coloniales y tejido social diverso ofrecen una ventana única hacia la riqueza cultural de Colombia. No obstante, a pesar de este potencial evidente, Sogamoso ha permanecido en gran medida fuera del radar turístico, eclipsada por su papel en la industria.

En los siguientes capítulos, examinaremos detenidamente las características distintivas de Sogamoso que lo hacen un candidato atractivo para el turismo cultural, al igual, veremos los desafíos que han impedido su pleno desarrollo en este ámbito y analizaremos cómo se pueden diseñar estrategias efectivas para desbloquear su potencial turístico

1. TÍTULO

Análisis del potencial del turístico cultural en la ciudad de Sogamoso-Boyacá

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La ciudad de Sogamoso se caracteriza por el desarrollo de actividades siderúrgicas, mineras y agrícolas, las cuales han impulsado enormemente el desarrollo económico de la ciudad, y por las cuales el municipio se destaca en el país; es así como la tan arraigada historia y patrimonio cultural que envuelve a la ciudad, la transforma en un potencial atractivo turístico para el departamento; además, gracias a factores geográficos y de accesibilidad al municipio la convierten en un punto estratégico para actividades comerciales.

No obstante, existen múltiples razones por las cuales el municipio no ha podido incursionar en el mercado del turismo, una de estas y de suma importancia, radica en la carente participación de este sector en los planes de desarrollo municipal ejercidos en la ciudad a través del tiempo, un ejemplo claro es el documento del Plan De Desarrollo (2020-2023), en el cual se cuenta con una línea estratégica innovadora y empresarial que engloba algunos programas como: fortalecimiento agrícola, fortalecimiento pecuario, programa Sogamoso, con fortalecimiento empresarial, emprendimiento y asociatividad para un desarrollo económico integral, en los cuales se evidencia un gran impacto de metas producto, al llegar al programa de 'turismo' nos encontramos con un objetivo principal el cual propone propiciar acciones que ayuden al fortalecimiento del turismo por medio de la sostenibilidad, y para esto se crearon productos como por ejemplo: diseño de un plan para la promoción y posicionamiento del sector turístico y artesanal para la mitigación del Covid-19, embellecimiento de corredores urbanos, diseño de estrategias para el fomento del turismo religioso, obtención de certificaciones como destino sostenible del Sendero Laguna Siscunquí, entre otros.

Sin embargo, con el tiempo se ha podido observar el poco impacto que han tenido estos planes y estrategias a la hora de su realización en un contexto real a comparación de otros programas en su misma línea. Lo anterior, debido a que los gobiernos departamentales como municipales, desde sus respectivas responsabilidades no han hecho esfuerzos para impulsar proyectos y actividades que potencialicen el sector del turismo cultural en la región, ya que a lo largo de los años se ha evidenciado que los visitantes que llegan a Sogamoso lo hacen por motivos de negocio o empresariales, por lo que el estado del Turismo cultural, ecológico y arqueológico están lejos de alcanzar un puesto importante en la economía del municipio, lo que ha generado que Sogamoso sea una ciudad que se relacione única y exclusivamente como un punto estratégico para actividades de industrialización a lo largo de los años.

Por consiguiente, la poca promoción e importancia que se le da a la ciudad la imposibilita para que en la medida de lo posible se destaque como un destino turístico, entre los que ya existen en el departamento como: Paipa, Tunja, Villa de Leyva, Tota o Monguí, los cuales poseen un gran renglón comercial gracias a los turistas, en especial los extranjeros, pues cabe resaltar que Boyacá posee una plaza receptora de turistas extranjeros que cada vez aumenta; sin embargo, el poco reconocimiento que tiene el municipio limita a los turistas para que siempre lleguen a los lugares tradicionales del departamento que poseen una gran

acreditación, sin darse la oportunidad de conocer algunos otros municipios que históricamente son mayormente interesantes de conocer gracias a su historia y cultura entre ellos Sogamoso, lo cual genera un desaprovechamiento de posibles fuentes de ingresos para el municipio y participación de este en el departamento con respecto a temas internacionales.

2.1 pregunta de investigación

¿Qué estrategias se pueden implementar para potenciar el turismo cultural en la ciudad de Sogamoso-Boyacá?

3. JUSTIFICACIÓN

Ante el desconocimiento por parte del país y del propio departamento del valor histórico, cultural, social y económico que ha existido en la ciudad de Sogamoso, el cual no ha permitido que la región sobresalga en el departamento como un lugar atractivo para el turismo, resulta de especial interés conocer cuáles son los sitios y lugares específicos de la ciudad con potencial turístico gracias a su historia, cultura y tradición, para que a partir de esto, se logre identificar los lugares más relevantes de la ciudad con las características propicias para ser explotados económicamente por medio del turismo.

Sogamoso es un municipio ubicado en la zona centro-oriental de Boyacá, en la región del Alto Chicamocha. Es la capital de la provincia de Sugamuxi, ubicada a 228,5 kilómetros al noreste de Bogotá, la capital del país, su altitud es de 2569 m, la temperatura media es de 17 °C. La base económica de la ciudad es el comercio interregional entre los Llanos Orientales, y es llamada la ciudad del sol y el acero.

La presente investigación surge de la necesidad de impulsar el turismo cultural en Sogamoso; sin embargo, hasta hace apenas pocos años el turismo se empezó a plantear como un motor importante para el desarrollo económico de la ciudad, por esta razón, a la hora de buscar información sobre este sector lo encontrado es mínimo, o irrelevante, por ejemplo al ingresar a páginas oficiales como el Sistema de Información turística de Boyacá (SITUR) o la página oficial de la Alcaldía y la Secretaría de Desarrollo de Sogamoso la información está incompleta en su mayoría o carece de datos relevantes, es evidente que no existe fortalecimiento en este sector, ya que según la Secretaría de Turismo de la Sogamoso (2022). En la ciudad, los planes de fomento turístico empezaron a tener relevancia hasta hace muy

poco tiempo, la mayoría aún sigue plasmados en papel y no se han llevado a un plano real, por ende los planes que están empezando a fomentarse en la ciudad no han causado impacto ni han ayudado a el municipio a que explote este sector comercial, para que este se reconozca como una región turística en el departamento y así fomente a que amplíe sus sectores de desarrollo regional por medio del turismo, y a la par, como ayuda en contra del desaprovechamiento que existe del turista extranjero que llega a Boyacá, pues por lo general, únicamente estos llegan a las regiones tradicionales como lo son Villa de Leyva, Tota, Tunja, Monguí y Paipa, aun cuando existen otras regiones como Sogamoso con gran potencial para ser conocidas.

Por estas razones, nace la necesidad de identificar y resaltar los distintos sitios turísticos que le permitan al municipio usar sectores tradicionalmente abandonados como nuevos motores de desarrollo para que pueda aprovechar las oportunidades que acarrea el desarrollo del sector turístico en la región.

De esta manera, la investigación busca proporcionar información relevante que será útil para los renglones sociales, culturales y económicos de la ciudad, lo cual, resulta conveniente para afianzar un mayor conocimiento sobre los sitios con potencial turístico y comercial en la región; por otra parte, la investigación contribuye para comparar los datos culturales e históricos de la ciudad, para contrastarlos con otras ciudades o pueblos dentro del departamento que compartan un tipo de turismo y rasgos culturales similares, por ejemplo, Villa de Leyva o Monguí, y así analizar estrategias comerciales que han sido utilizadas y hacer una analogía de estas en la ciudad.

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Analizar el potencial turístico cultural en la ciudad de Sogamoso - Boyacá, con el fin de aportar estrategias que permitan fortalecer dicho sector.

4.2 Objetivos específicos

Identificar las principales características de la ciudad de Sogamoso en los diferentes ámbitos (sociales, culturales, económicos, entre otros pertinentes) que puedan ser potencial para el turismo cultural de la ciudad.

Estudiar los intereses de los diferentes actores que hacen parte de la oferta turística en términos de crecimiento y promoción turística

Determinar las acciones y estrategias más apropiadas para aprovechar el potencial turístico de la ciudad con un enfoque local, regional, nacional e internacional.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 Marco teórico

A Través del marco teórico se pretende plantear diversas teorías en el marco del turismo para la ciudad de Sogamoso, con el fin de argumentar la utilidad de la presente investigación, iniciando con sus antecedentes; para ello:

Acerenza.(2006) narra en su libro *Conceptualización, origen y evolución del turismo*, el comienzo que tuvo esta práctica la cual nos relata que en la antigua Babilonia había una clara prueba de los viajes que se ocasionan en aquel tiempo, estos registrados en la *Odisea* la cual ejemplificaba el gusto que tenían los griegos por los viajes, a menudo participaban en festivales religiosos, juegos deportivos en Atenas y Delfos, Corinto y Olimpia; Algunos escritores antiguos, como Heródoto, considerado por muchos como el "padre de los escritores de viajes", describen amplios viajes realizados en su tiempo, en los meses de verano se generaban desplazamientos de gente desde Roma que se dirigían hacia el campo y a los sitios de veraneo situados en las costas.

Por otro lado, las cruzadas dieron un nuevo impulso a los viajes y ayudaron a reactivar el comercio, como resultado del movimiento de soldados, peregrinos y mercaderes por los caminos de la Europa medieval. Comenzó el flujo de pasajeros el cual fue tan extenso que, en 1282, los propietarios de las principales posadas de la ciudad de Florencia se reunieron para formar el primer "Gremio de Mesoneros" con el objetivo de transformar el alojamiento en una actividad económica. Antes de eso, era un acto de caridad en los negocios. Como resultado, los hoteles comenzaron a obtener una licencia operativa, se les permite importar y re vender víveres.

Según el autor fue así como la actividad de alojamiento se convirtió en un negocio rentable, el gremio se hizo más y más fuerte, de manera que para 1290 estaba integrado ya por un total de 86 posadas. Sin embargo, hay que decir que no fue hasta el Renacimiento que la gente empezó a viajar por otros motivos

También el autor relata que en el periodo que inicia en el siglo XVI y hasta mediados del XIX se establecen las bases del turismo moderno. Durante este tiempo tiene su origen el

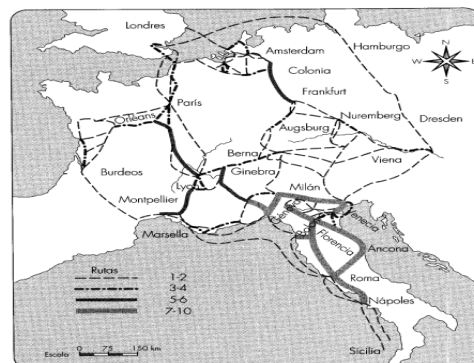
denominado grand tour, del que más tarde se derivará el término turismo, y es en esa época cuando se comienzan a desarrollar y crear los centros vacacionales, muchos de los cuales perduran a través del tiempo, como es el caso concreto de Bath, catalogada como la ciudad más bella de Inglaterra.

Al igual, en este siglo los jóvenes de la nobleza y de la clase media inglesa comienzan a viajar por el continente a fin de afianzar sus conocimientos y adquirir experiencias personales. Los viajes por este motivo se fueron tornando normales y, en su época, tenían una duración cercana a los tres años, razón por la cual, en 1670, fue la fecha más temprana en la cual se ha podido comprobar el uso del término el Grand Tour.

Los principales lugares visitados y las rutas utilizadas durante la realización del Grand Tour durante el periodo que nos ocupa (1661-1700) se muestran en el siguiente mapa.

Ilustración 1

Lugares visitados y rutas usadas en Grand Tour (1661-1700)



Nota. Towner. B. (1985), citado en, Mapa de los principales lugares visitados y las rutas utilizadas durante la realización del grand tour durante el periodo (1661-1700), Acerenza, M., (2006), Conceptualización, origen y evolución del turismo.

Además, el autor encuentra que para el siglo XIX comenzaron los avances que se elaboraron en materia de transporte, gracias al progreso en el transporte ferrocarril y el desarrollo de las comunicaciones marítimas, lo cual contribuyó a incrementar aún más el movimiento turístico. En 1867 se realiza el primer crucero oceánico creado especialmente para turistas, a la par en 1869 abre el Canal de Suez, con lo que se impulsó el tráfico vía marítima.

Durante la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX, hasta el inicio de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), se observa un gran desarrollo en la actividad turística

no solo en Inglaterra, sino en todo el continente europeo, pues en el siglo XIX Biarritz, en la costa francesa del Golfo de Vizcaya, era el centro de veraneo de la realeza y las aristocracias europeas y rusas, y a finales del siglo San Sebastián, en la costa española del mismo golfo, se convierte en el lugar de veraneo de la realeza y la aristocracia españolas.

De la misma manera el autor plantea que otro de los hechos importantes en los primeros años del siglo XX, fue el surgimiento en el continente europeo de una nueva forma de turismo: el turismo de nieve, y la difusión del deporte de esquí, modalidad de turismo típicamente europea que tiene sus raíces en Suiza, y que llegó a los Alpes franceses, donde Chamonix se convertiría en el centro internacional de deportes de invierno. Para los años veinte esta modalidad se extiende a los otros países de la región de los Alpes, y se comienza a surgir una gran mayoría de centros de deportes de invierno, el turismo se encontraba ya en pleno auge y creó nuevos renglones económicos para diversos países en la región.

De igual forma a finales de 1970 y a comienzos de 1980 surge otro destino turístico que sería de vital importancia en la actualidad, el cual fue el turismo en Latinoamérica el cual toma un gran impulso luego de que diversos países situados en esta parte del mundo identificarán los beneficios que el turismo podría traer a cada país, fue así que países como Venezuela y Costa Rica comenzaron a fomentar estrategias que buscaban atraer a turistas extranjeros y bancos como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco Mundial (BM) iniciaban a otorgar apoyo financiero a todos los países que quisiera incursionar en el sector del turismo, como es el caso de Venezuela la cual decretó zona franca a las Isla margarita, la cual es una de las islas más hermosas en el caribe venezolano para de esta manera promover el turismo en esta región o Costa Rica quien decidió introducirse en el sector por medio el ecoturismo, el cual permitió que el país alcanzará índices de crecimiento anual mayores a comparación de otros países.

Mediante este tema, se podrá comprender cómo se dividen estos tipos de turismo teniendo en cuenta diferentes factores que existen a la hora de ejercer esta práctica, es importante entender que el turismo es una actividad que va dirigida hacia todo tipo de público, es por esto que este sector con el paso del tiempo empezó a desarrollar nuevas formas y tipos de turismo gracias a las preferencias y motivaciones de los viajeros, por tanto han surgido diferentes tipos de turismo, los cuales se han podido clasificar según el tipo de propósito, necesidad, actividad, duración de la estancia, compañía etc.

Tabla 1.**Tipos de turismo clasificados según forma**

Categoría	Descripción
Geografía	a. Doméstico: turismo que se hace dentro del país de residencia, viajan dentro del territorio económico del país de referencia, residentes visitando su propio país. b. Nacional: turismo realizado dentro de un mismo país, independientemente. c. Internacional: turismo realizado en un país diferente al que se reside. d. Intrarregional: zonas continentales establecidas previamente.
Organizacional	a. Turismo organizado: con una estructura y marco administrativo en su cumplimiento. b. Turismo no organizado: turismo que no posee estructura en su organización.
Duración	a. Excursionistas: viajes de duración de 24h. b. Turistas (estancia corta, mediana y larga)
Edad	a. Niño, adolescentes, adultos: se dirige a un público en específico.
Medio de transporte	a. Terrestre, aéreo, acuático: dependiendo del tipo de transporte requerido para la movilización.
Ingresos	a. Social : promoción turística impartida por el estado. b. masivo: el más rentable para el sector turístico. c. Selectivo: aquel a que un cierto tipo de personas pueden acceder gracias a sus condiciones económicas.
Escala de viaje	a. Directo: se tiene un único destino y su duración tiende a ser más larga. b. Itinerante: se tienen varios destinos, se distribuye la permanencia en los lugares a visitar.
Otros	a. Individual grupal familiar: por el número de personas que viajan o por actividades turísticas, y teniendo en cuenta el público objetivo.

Nota. Esta tabla muestra algunas formas de turismo que existen.

Tabla 2

Tipos de turismo clasificados por su tipo.

Categoría	Descripción
Turismo tradicional	Tiene como objetivo relajación y distracción, algunas de sus características son lugares con playa y sol.
Turismo cultural	El propósito de hacerlo es enriquecer los conocimientos ya adquiridos o adquirir más conocimientos como por ejemplo el turismo gastronómico y religioso.
Turismo deportivo	Tiene como finalidad la realización u observación de actividades deportivas por ejemplo turismo extremo.
Turismo natural	Se enfoca en el disfrute por medio del contacto con la naturaleza. También temas de preocupación, ambientales y ecológicos.
Turismo de reunión	Es un turismo con tiempo más limitado pues este tiene espacio para el disfrute después de la realización de las actividades afines de una compañía.
Turismo salud	Este tipo de viaje suele ser por motivos médicos y de salud de una persona o grupo de personas.
Turismo emisor o egresivo	Viajan fuera del territorio económico del país, de referencia residentes del propio país que se dirigen a otros países diferentes.

Nota. Esta tabla muestra algunos tipos de turismo que existen

Fuente: Elaboración propia con información tomada de (Falcón, 2020) Falcón, P. (2020, 24 noviembre). *Clasificación y tipos de turismo.*

A través del Turismo internacional se pretende conocer como está en término de cifras el turismo alrededor del mundo y cuáles países tienen relevancia, el sector ha estado en un auge a escala internacional para los países desarrollados y para los países emergentes. De acuerdo con Ministère de L'Europe et des Affaires Étrangères (2018) “La Organización Mundial del Turismo (OMT) calcula que, en 2017, el turismo aportó el 10 % del producto interior bruto (PIB) mundial, dio uno de cada diez puestos de trabajo, representó 1,4 billones de dólares (es decir, el 7 % de las exportaciones mundiales) y el 30 % de las exportaciones de servicios.”

Francia es uno de los destinos turísticos más importantes a nivel mundial, con una afluencia de 82,6 millones de visitantes extranjeros en la Francia metropolitana, el sector turismo es clave para su economía pues este comprende más del **7,3 % del PIB** y dos millones de empleos directos e indirectos, al igual el país cuenta como primer lugar de destino turístico en el mundo con 89 millones de arribos de acuerdo con las estadísticas de la OMT. (El Tiempo, 2021)

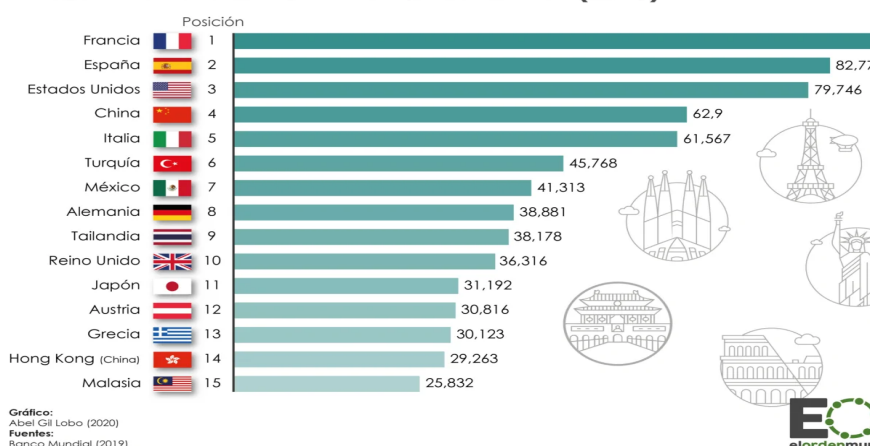
Por otra parte, y alejándonos de Europa, encontramos a China según la página web (Datosmundial.com,s.f.) este país registró un total de 30 millones de turistas en 2020, generando alrededor de 40.39 millones de dólares estadounidenses solo en el sector turístico, esto debido a varios factores entre ellos porque al menos 7 ciudades en China están entre los 100 destinos más populares del mundo, como lo son Hong Kong, Shenzhen, Shanghai, Beijing entre otras, el turismo que mayoritariamente se practica en China es el cultural, esto gracias a su antigua historia que dejó plasmado en el país numerosos monumentos y sitios históricos, y también gracias a sus imponentes paisajes, de igual manera el turismo de negocios ha tenido un gran auge en los últimos años y representa un gran porcentaje de usuarios.

Ilustración 2

Países más visitados en millones de turistas (2018)

Potencias turísticas

Países más visitados en millones de turistas (2018)



Nota. Países más visitados en el mundo en millones de turistas, Gil. A., (2020), El orden mundial.

Con respecto al turismo en Colombia, por medio de este, se desea conocer el panorama que el país ha tenido a lo largo de los años y cómo esta práctica ha transformado la región en términos económicos sociales y culturales, pues Colombia se ha convertido en un gran destino de inversión turística, caracterizado por su gran diversidad y atractivos culturales. Los datos generados por este sector son los principales validadores del crecimiento acelerado de esta industria en el país, “los resultados de los últimos años, gracias en buena medida al fin del conflicto, son evidentes: el crecimiento de visitantes extranjeros a nuestro país fue de 150 %. Pasamos de recibir un poco más de 2,5 millones en 2010, a 6,5 millones en 2017.” (Gutiérrez,2018)

El turismo Colombiano sufrió un cambio exponencial luego de que el país atravesara por una serie de sucesos políticos y armados que llevaron a que la situación histórica del conflicto, diera un giro de 180 grados para acabar llegando a un acuerdo de paz que afectaría positivamente a la seguridad nacional y brindará un panorama más favorable ante los mercados internacionales, dejando de lado la popularidad por sus conflictos internos y presentándose como un país autóctono rico en tradición y cultura digno de conocer.

Este gran auge no solo se debe a las brechas sociales y políticas que han podido superar el país, sino también se trata en el accionar de las entidades gubernamentales encargadas de los temas turísticos, quienes han creado mecanismos para el aporte y la incentivación del sector turístico en el país. En el 2018, durante el desarrollo del foro de Inversión en Turismo de Colombia, la ministra María Lorena Gutiérrez indicó que existe una tasa preferencial del 9 % sobre el impuesto de renta durante 20 años para las inversiones hoteleras en municipios con menos de 200.000 habitantes. Al igual que para aquellas empresas turísticas que se establezcan en las zonas más afectadas por el conflicto, hay

beneficios tributarios. Son dos estímulos que se complementan, pues gran parte de la infraestructura turística que se desarrollará se encuentra situada en estas zonas. (CCB, 2018)

Cartagena es una de las ciudades estrellas de Colombia, con uno de los más altos índices receptores turísticos, De acuerdo con el **Sistema de Información Turística de Cartagena** (Sitcar), entre enero y julio del año 2019 llegaron en vuelos nacionales 133,419 pasajeros más que en el período del año anterior (2018) incrementando en un 10,9%, sumando 1,361,403 visitantes nacionales. Mientras que en vuelos internacionales se registraron 19,924 pasajeros, un incremento del 2,8% con respecto al año anterior, al igual contando que la ciudad recibió 612, 217 visitantes en la última temporada de cruceros entre julio del 2018 a junio de 2019 los cuales, según datos del Grupo Puerto de Cartagena, gastaron 65 millones de dólares en la industria turística.

Cartagena es solo uno de los ejemplos en comparación con las otras múltiples ciudades en el país, las cuales gracias a su encanto, han logrado sobresalir como un excelente destino turístico en Colombia y el mundo, según el portal web Donde, (s.f.) esto sucede gracias a que el país está sufriendo una creciente alza y reconocimiento turístico que ha generado que este fortalezca los renglones económicos provenientes del turismo, para que así cree una economía dinámica.

Podemos evidenciar que el turismo para Colombia ha sido un gran motor de desarrollo económico, el cual ha generado la creación de nuevas fuentes de empleo, promoviendo el emprendimiento y creando oportunidades laborales, dando paso a la transformando la calidad de vida de la población que ha encontrado en esta práctica una forma digna y diversa de ganarse la vida.

En relación al turismo en Boyacá, se puede conocer cómo se ha comportado este sector a lo largo de los años y cuál es el panorama actual por el que está atravesando en el departamento, bien sabemos que Boyacá posee una amplia oferta de actividades turísticas que se pueden ajustar a todo tipo gustos, desde descubrir sus hermosos pueblos y arquitectura colonial hasta conocer sus páramos y tesoros naturales, pues esta región cuenta con una gran diversidad que permite a sus turistas disfrutar de diferentes actividades en cada rincón del departamento en el que se encuentren.

Esta región posee una serie de ventajas, las cuales en los últimos años han ayudado a que el departamento sobresalga a comparación de otros, como por ejemplo, la cercanía a la capital del país, sus climas variados, su arquitectura colonial, su historia indígena, su biodiversidad entre otras, estas creando un confabulado de aptitudes que cualquier región en desarrollo necesitaría teniendo en cuenta la demanda actual del mercado turístico que en los

últimos años ha variado y mutado ayudando a la creación de distintos tipos de necesidades que hoy en día el turista promedio exige.

Boyacá es muy popular por su variedad de hermosos pueblos como lo son Monguí, Villa de Leyva, Ráquira entre otros, estos porque cuentan con una gran arquitectura colonial, paisajes sorprendentes, y sorprendente historia. Boyacá es un departamento lleno de encantos, pues en este podemos encontrar distintos panoramas que asombran por su belleza y autenticidad, esto se da debido a que cada pueblo tiene su propia magia e historia, por ejemplo cuando hablamos de Villa de Leyva pensamos en sus calles rocosas, las montañas que la rodean y su hermosa arquitectura colonial pero por ejemplo si hablamos de Ráquira el cual es un pueblo aledaño nos encontramos con un mundo totalmente diferente donde todo gira en torno a las artesanías de todo tipo sin dejar de lado su producto estrella como lo son las artesanías en arcilla las cuales enmarcan casi todos los establecimientos de este pueblo, sin embargo si nos transportamos al oriente del departamento nos encontramos el Lago de Tota según el sitio web Lugaresquever.com (2021) este es “el embalse de agua dulce natural más grande de Colombia” más conocido como “la playa boyacense”, ya que cuenta con su propia playa llamada playa blanca.

Aunque no son solo sus encantadores pueblos y hermosos paisajes lo que la hace tan especial, también se tiene una amplia historia, según el sitio web Iberoamericasocial.com (2021) puesto que sus primeros pobladores fueron el pueblo muisca, los cuales en su época eran de las civilizaciones más desarrolladas de Sudamérica septentrional y principalmente se dedicaban a la agricultura, tejidos y trabajos mineros. Gracias a esto, Boyacá cuenta con un gran legado musical, el cual se puede observar alrededor del departamento en los diferentes museos, pueblos y celebraciones hasta en sus tradiciones mismas.

El turismo es una práctica la cual ha ido avanzando lenta pero segura en el departamento, el nacimiento de los diferentes tipos de turismo alrededor del mundo le permitió a departamentos los cuales no tenían características para practicar un turismo de descanso el cual fue el más importante por décadas, ingresar y hacer parte de este sector, el cual ha sido de suma importancia para el desarrollo económico en el departamento, y el cual ha atraído turistas no solo nacionales, sino también extranjeros, **Según el Sistema de Información Turística de Boyacá (SITUR)** para 2019 la participación de los turistas extranjeros fue de un 5,43% mientras que los turistas nacionales ocupaba un 94,57% del total de los turistas que visitaron el departamento en el año presente.

En lo que respecta al turismo cultural, este se refiere a las actividades que realiza un turista para presenciar, explorar y conocer las características culturales de un destino en

particular que pueden ser ofrecidas de manera turística, en Boyacá se practica mayoritariamente este tipo de turismo pues los turistas vienen a conocer los pueblos, sus comidas, sus tradiciones y su historia. Cabe resaltar que este tipo de turismo le ha permitido al departamento preservar interés por su patrimonio cultural, mejorando cada vez más la calidad de los servicios turísticos y promoviendo la coordinación de los prestadores de servicios para que estos brinden servicio adecuado y que cumpla con los estándares requeridos.

En tiempos anteriores el turismo en Boyacá era visto como un turismo ecológico por sus paisajes de montañas y nevados, y en algunos pueblos arquitectónicos gracias a sus composiciones en su infraestructura, sin embargo, con el auge del turismo cultural, en los últimos años el departamento se ha convertido en un referente cultural de lucha agraria, tradición, gastronomía y arquitectura invaluable en el país, hoy en día Boyacá está siendo reconocido por su vasta cultura, razón por la cual el turismo en la región ha estado en constante auge pues los turistas se sienten atraídos a la variedad turística que se encuentra en la región.

Este sector no para de crear líneas económicas que ayudan a mejorar y fortalecer el tejido social en el departamento, esto porque ha incentivado la creación de empresas y empleos, sin embargo, Según Rodríguez (2015) de acuerdo con el PEDCTI Boyacá 2022, aunque el departamento cuenta con los recursos, históricos, naturales y culturales los cuales podrían promover la competitividad en este sector, existe una desconexión entre los prestadores de servicios turísticos, la coordinación con los entes gubernamentales y los productos en la oferta turística los cuales no le han permitido al sector potencializar sobresalir en el departamento como una región altamente turística.

El turismo en especial el cultural ayuda de gran manera a las regiones, pues este se enfoca en conocer la tradición de un pueblo, lo que provoca que diversas líneas que antes no eran consideradas un motor económico empiecen a generar ingresos, esto por ejemplo ha generado que diversas familias alrededor de distintas regiones hayan logrado una reestructuración de su economía gracias a que diferentes turistas que llegan en busca de experiencias en las cuales se conozca las raíces originales de las regiones las cuales visitan, así que las familias dedicadas al sector gastronómico, hotelero, ecológico, textil entre otros han podido transformar sus acciones cotidianas en un nuevo renglón económico para sus familias.

A la par, este tipo de turismo construye el carácter de una región, lo acerca más a sus raíces y forma unidad entre los pobladores.

5.2 Marco conceptual

Turismo: El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone 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, algunas de las cuales suponen un gasto turístico. (Glosario de términos de turismo | OMT, s. f.).

Cultura: El término cultura, que proviene del latín *cultus*, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia: desde la época del iluminismo, la cultura ha sido asociada a la civilización y al progreso. (Pérez Porto & Gardey, 2008)

Potencial: Potencial es un término con numerosos usos. Como adjetivo, puede referirse a aquel o aquello que dispone de potencia, que es susceptible de tener existencia o que cuenta con la virtud de algo diferente. (Pérez Porto & Gardey, 2009).

Internacional: “El término internacional es un adjetivo que se utiliza preferentemente cuando se quiere hacer referencia a la interacción que se da entre dos naciones o una determinada agrupación que se encuentra conformada por socios que pertenecen a dos o más países” (Ucha, 2009).

Desarrollo económico: El desarrollo económico es un concepto que se refiere a la capacidad que tiene un país de generar riqueza. Esto, además, se debe reflejar en la calidad de vida de los habitantes.” (Roldán, 2021).

Turista: Un turista es una persona que viaja hacia un determinado sitio, generalmente lejano y de forma temporal, para realizar actividades turísticas. Estas actividades pueden ser de carácter recreativo, cultural, médico, gastronómico, científico, ecológico, arqueológico, religioso, etc. A recalcar, si una persona viaja frecuentemente hacia un sitio, este no es considerado un turista, ya que sus visitas se encuentran dentro de su zona de traslado habitual, incluso si las distancias son largas. (Chavez, 2022).

Indígena: “Indígena es aquel que pertenece a un pueblo originario de una región o territorio donde su familia, cultura y vivencias son nativas del lugar donde nacieron y han sido transmitidas por varias generaciones.” (Significado de Indígena, 2019)

6. CONTENIDO DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Capítulo I: Identificación de las características principales de la ciudad de Sogamoso.

Sogamoso es una ciudad con una rica historia. En este capítulo, veremos algunas de las características principales de la ciudad en los ámbitos más relevantes, como lo son económicos, sociales, culturales, entre otros.

Aspectos económicos

Sogamoso, cuenta con una economía dinámica y en constante crecimiento. A lo largo de los años, la ciudad ha experimentado un desarrollo significativo en diversos sectores económicos, lo que ha contribuido a su progreso y bienestar, dentro de estos sectores se encuentran algunos relevantes como:

Agricultura y ganadería: Sogamoso es conocida por su sector agrícola y ganadero. La ciudad cuenta con extensas tierras cultivables donde se producen cultivos como papa, cebolla, tomate, zanahoria, entre otros. Además, la ganadería bovina y ovina desempeña un papel importante en la producción de carne y productos lácteos, y aunque la agricultura cuenta con una participación del 30% (Serrano, 2016). En los últimos años, según Goodman et al. (2019) “La agricultura campesina en la región ha enfrentado una crisis a causa de la baja productividad, la competencia de los mercados nacionales e internacionales, la emigración de generaciones más jóvenes y la falta de apoyo del gobierno”

Minería: Sogamoso ha sido históricamente reconocida por su actividad minera, especialmente en la extracción de carbón. La presencia de importantes yacimientos de carbón en la región ha impulsado la generación de empleo y la atracción de inversiones en este sector. La minería con un 50% de contribución, es la actividad más destacada en la economía departamental, de acuerdo con investigaciones estadísticas del DANE, la actividad económica de la minería en Sogamoso se caracteriza por el uso de minerales como carbón, arcilla, arena, tratamiento superficial y fosforita; El carbón dominante en la comunidad de Sogamoso tiene bastante demanda para las empresas industriales en el departamento y fuera de este.

Aspectos sociales

Identidad cultural: Sogamoso cuenta con una identidad cultural arraigada, influenciada por la herencia indígena y colonial. La ciudad es conocida por celebrar festividades tradicionales, como el Festival de la Cultura, el Reinado Nacional del Carbón y la fiesta del Sol, entre otras, que promueven y preservan las tradiciones locales.

Aspectos culturales

Patrimonio arqueológico: Sogamoso alberga importantes vestigios arqueológicos de la cultura Muisca, como el Museo arqueológico de Sogamoso, el cual alberga una colección de artefactos y piezas arqueológicas relacionadas con la cultura Muisca, este sitio revela la historia y las tradiciones de esta cultura ancestral.



Tradiciones y festividades: Sogamoso celebra diversas festividades y eventos culturales a lo largo del año. Uno de los eventos más destacados es el Festival de la Cultura, donde se exhiben manifestaciones artísticas, danzas, música y teatro, y se resaltan las tradiciones locales. También se lleva a cabo el Reinado Nacional del Carbón, que promueve la cultura y las tradiciones mineras de la región, al igual que la Fiesta del sol, en la cual se celebra el solsticio

Artesanías: Sogamoso es reconocido por su producción artesanal. Los artesanos locales elaboran piezas de cerámica, tejidos, objetos tallados en madera y joyería inspirada en las tradiciones indígenas y en la cultura Muisca. Estas artesanías son apreciadas tanto a nivel local como nacional.

A continuación se presenta una tabla que muestra algunos lugares y eventos significativos que, si se aprovechan adecuadamente, pueden convertirse en atractivos turísticos para la ciudad, ya que, la arquitectura de Sogamoso se caracteriza por una mezcla de estilos coloniales como lo son los edificios de estilo español, de estilo tradicional como las casas de teja con paredes de adobe, techos de teja de barro, y aquellos modernos que han aparecido en los últimos años, contando al igual los monumentos y esculturas.

Tabla 3





Lugares con atractivos arquitectónicos en Sogamoso


<p>Teatro de Sogamoso</p> <p>Construcción iniciada el 6 de junio de 1921, y terminada en 1940</p>	 <p>(Teatro Sogamoso, 2017)</p>
<p>Catedral de San Martín de Tours</p> <p>Construcción comenzada en 1917, la cual duró 40 años, arquitectura española.</p>	 <p>(Catedral De San Martín De Tours, n.d.)</p>
<p>Estación de tren</p> <p>En diciembre de 1942 se inició la construcción de la estación del ferrocarril y empezó a funcionar en marzo de 1944 un año después empezó la línea férrea de Sogamoso hacia Belencito, Ubicada en el kilómetro 255, consta de cuatro edificaciones de una planta de dos pisos donde se ubican los talleres para el mantenimiento de los trenes, los dormitorios para empleados, oficinas, entre otros.</p>	 <p>(Estación Del Tren Sogamoso, 2015)</p>

Fuente: Elaboración propia con base en Secretaría de Turismos de Sogamoso

Tabla 4

Atractivos arqueológicos


<p>Museo arqueológico Eliécer Silva Celis Creado por el arqueólogo Eliécer Silva Célis en 1942, este fue construido sobre los restos de un cementerio Muisca.</p>	 <p>Museo Arqueológico Eliécer Silva Celis. (A Fortalecer El Turismo En La Ciudad De Sogamoso, 2019)</p>
<p>Fuente sagrada de conchucua Considerada sagrada para los Muisca, el cacique tomaba el baño ritual antes de que apareciera el dios sol.</p>	 <p>(Fuente Sagrada De Conchucua, 2011)</p>
<p>Templo del sol de sogamoso Templo construido por los Muisca, en honor al dios Xue o Dios sol.</p>	 <p>(Templo Del Sol De Sogamoso, n.d.)</p>
<p>Templo del sol de sogamoso. Templo construido por los Muisca, en honor al dios Xue o Dios sol.</p>	 <p>La pilita de la unión. (La Pilita De Mochacá, 2015)</p>

<p>Pinturas rupestres pilar y ceibita</p> <p>Se conoce como Las Pinturas, o Las Pinturas Blancas de Pilar y Ceibita en Sogamoso, sector El Mortiñal. "Es un filón anchuroso de roca durísima, centenares de signos están indicando alguna leyenda misteriosa."</p>	 <p>(El Mayor Mural Rupestre Muisca En Suamox, 2016)</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia con base en Secretaría de Turismos de Sogamoso

Tabla 5

Atractivos culturales

<p>Festividades: En la ciudad se celebran diversas festividades a lo largo del año, incluyendo la fiesta de San Juan, la cual es su fiesta municipal, en esta se pueden presenciar: ferias de artesanías, noches llaneras, presentaciones artísticas, exposiciones culturales entre otras, también existe el Festival Internacional de la Cultura, el cual es un evento realizado anualmente en todo el departamento, en este, los diferentes municipios cuentan con muestras musicales, teatro, danza, literatura, artes plásticas, cine, encuentros culturales entre otros, la Feria Agroindustrial, la Feria Nacional Equina y la Fiesta del sol, más conocida como el Solsticio en el cual el 21 de diciembre, las personas se unen para presenciar danzas indígenas, círculos de palabra, relatos, entre otras actividades relacionadas con exaltar la cultura indígena de la región.</p>	 <p>(Festival Del Sol Y Del Acero, n.d.)</p>
---	--

Fuente: Elaboración propia con base en Secretaría de Turismos de Sogamoso

Tabla 6

Atractivos naturales

Páramo Siscunsi

El Páramo Sogamoso está ubicado en las veredas de Las Cintas, Las Cañas y El Mortiñal, un hermoso páramo que ofrece las mejores oportunidades de ecoturismo, ya que cuenta con grandes áreas de frailejones, cascadas naturales, humedales y una laguna.



(Páramo y laguna de Siscunsi, n.d.)

Nota. Las tablas anteriores, muestran lugares y eventos en la ciudad de Sogamoso que gracias a su valor cultural pueden potenciar el turismo en la ciudad.

Fuente: Elaboración propia con información recopilada de distintas fuentes de información.

De esta manera, existen diversos aspectos que caracterizan a la ciudad de Sogamoso, sin embargo, estos aspectos nombrados anteriormente son algunos de los cuales promocionándose de la manera correcta, y realizando una buena gestión en los canales publicitarios, pueden funcionar como puente para la atracción de más turistas a la ciudad gracias a su riqueza cultural, pues Sogamoso, alejado de ser solamente una ciudad industrial, carga con una enorme historia cultural contada desde distintos ángulos, los cuales si se organizan de la manera correcta, la ciudad podría llegar a ser un referente de lo que vendría siendo un turismo netamente cultural.

6.2 Capítulo II: Intereses de los actores del sector turístico en la ciudad

Para el desarrollo de este capítulo, se aplicaron 30 entrevistas a diferentes actores que hacen parte de la oferta turística de la ciudad, al igual, se hicieron partícipes alrededor de 5 extranjeros y 5 personas que hacen parte de la comunidad, estas entrevistas fueron aplicadas de manera presencial, cuyo objetivo fue, identificar cuáles son los intereses de los actores turísticos, en términos de crecimiento y promoción turística, con el fin de potenciar el turismo en la ciudad.

De esta manera, la siguiente tabla muestra las principales respuestas de los entrevistados cuyas preguntas se pueden ver en el anexo 1.

Tabla 7

Entrevistas semiestructuradas

Entrevistados	Respuesta
	1. Es importante implementar un plan de manejo patrimonial

<p>Liliana Pérez Líder del programa de Turismo de la Secretaría de Desarrollo de Sogamoso-Boyacá.</p>	<p>(PEM) en la secretaría de cultura, para empezar a buscar recursos para la adecuación de diferentes construcciones que hacen parte del patrimonio de la ciudad y que necesitan restauración.</p> <p>2. Se necesita la adecuación de los espacios turísticos en la ciudad, por medio de señalizaciones, promoción, reparo y organización a manos de la alcaldía de Sogamoso.</p> <p>3. Se requiere el posicionamiento de la marca Sugamuxi, ya que esta necesita ser promocionada para que pueda tener un gran alcance no solo en la ciudad sino en el departamento.</p> <p>4. Mejorar la asignación de recursos (humanos, técnicos, financieros) del municipio hacia el sector turístico.</p> <p>5. Organizar y apoyar iniciativas de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad.</p> <p>6. Priorizar en los planes de desarrollo el turismo de acuerdo las necesidades del sector</p> <p>Entre muchos otros, el más importante es la falta de implementación de las estrategias adecuadas desde el ente público de la ciudad.</p> <p>1. El proyecto de señalización del páramo Siscunsi. 2. El proyecto de restauración de la capilla Santa Bárbara.</p> <p>La herencia histórica y arqueológica que tiene la ciudad.</p> <p>Campañas de marketing digital, promoción del patrimonio indígena, alianzas con agencias de viaje, y mejora de infraestructuras turísticas.</p>
<p>Salomón Chaparro Propietario del hotel Sol internacional</p>	<p>Es necesario apoyar y respaldar las iniciativas de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad por parte de las entidades gubernamentales en Sogamoso.</p> <p>Falta de apoyo a los entes turísticos privados por parte de la alcaldía.</p> <p>El proyecto de restauración de la capilla Santa Bárbara.</p> <p>El tesoro patrimonial de la ciudad.</p> <p>Mejora de infraestructuras turísticas y buenas prácticas del marketing digital.</p>

<p>Guillermo Cerón Propietario del Hotel Bochica.</p>	<p>1. Es importante generar la realización del punto de información de la ciudad, en donde pueda existir una organización de los sectores turísticos con los que cuenta la ciudad para mayor claridad y conocimiento del turista.</p> <p>2. Es necesario apoyar y respaldar las iniciativas de los prestadores de servicios turísticos en la ciudad por parte de las entidades gubernamentales en Sogamoso.</p> <p>3. Se necesita conocer los diferentes tipos de turismo que ofrece la ciudad.</p> <hr/> <p>1. Falta de apoyo a los entes turísticos privados por parte de la alcaldía.</p> <p>2. Falta de infraestructura en la ciudad.</p> <p>3. Falta de compromiso por parte del clúster de turismo de la ciudad.</p> <hr/> <p>El proyecto del páramo Siscunsi.</p> <hr/> <p>La historia Muisca de la ciudad, la historia de la alfarería y la ferraría.</p> <hr/> <p>Promoción por medio de los canales digitales, compromiso por parte de la alcaldía para la promoción turística de la ciudad, y organización de los clústeres en la ciudad.</p>
<p>Pedro Ballesteros Propietario del Hotel Litavira</p>	<p>Es importante mejorar la infraestructura de la ciudad, así como generar un plan de desarrollo territorial donde sea realmente relevante el turismo en este.</p> <hr/> <p>1. No existe un gremio o clúster importante relacionado con el turismo porque no hay apoyo de los entes gubernamentales en la ciudad.</p> <p>2. No existe suficiente respaldo de las entidades gubernamentales en ningún ámbito relacionado con la promoción turística de la ciudad.</p> <p>3. Las Páginas virtuales que existen sobre la ciudad, no resultan relevantes ya que no cuentan con una arquitectura adecuada, o usable, muchas de estas no se siguen actualizando y simplemente quedan con una sola información.</p> <hr/> <p>Los proyectos de señalización en la ciudad.</p>

	La historia Muisca de la ciudad.
Kara Newman Profesora de inglés de intercambio, Universidad Santo Tomás.	Estrategias de promoción de la ciudad.
	La ciudad necesita implementar estrategias en sus canales digitales para su promoción turística.
	Proyectos de promoción del páramo Siscunsi.
	Historia indígena de la ciudad.
	Campañas de marketing digital y promoción del patrimonio indígena.

Nota. Esta tabla muestra las encuestas realizadas y las respuestas generadas por parte de los entrevistados.

Fuente: Elaboración propia con base en los resultados de las entrevistas realizadas

En conclusión, se determina que existen diversos intereses en común de los actores del turismo en la región, estos por lo general proyectan las problemáticas más relevantes que ha tenido la ciudad en el ámbito del turismo cultural, como lo son:

- ✓ Falta de apoyo y respaldo por parte de los entes gubernamentales en la ciudad a los prestadores de turismo cultural.
- ✓ Falta de estrategias relevantes por parte de la secretaría de turismo para los renglones turísticos de la ciudad.
- ✓ Falta de promoción de la ciudad, especialmente en los canales digitales
- ✓ Falta de adecuación infraestructural para los espacios turísticos en la ciudad.
- ✓ Todos concuerdan en que la fortaleza de la ciudad es su patrimonio indígena
- ✓ Las problemáticas previamente identificadas nos permiten comprender que los desafíos en el ámbito del turismo que enfrenta la ciudad no son novedosos, sino más bien persistentes y evidentes para la población desde hace tiempo.

6.3 Capítulo III: Estrategias para aprovechar el potencial turístico de la ciudad

En el presente capítulo se diseñaron diferentes estrategias en los ámbitos públicos, privados, digitales, territoriales; entre otros, los cuales ayudarán a promover y fortalecer el turismo en la región. A continuación, se describen en la siguiente tabla:

Tabla 8

Estrategias desde el ámbito público

Estrategia	Táctica	Indicador
<p>Fomentar el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad local a través del turismo.</p>	<p>Preservar y promover el patrimonio cultural: La alcaldía debe trabajar en la preservación y restauración de monumentos, edificios históricos, sitios arqueológicos y otros lugares de interés cultural. Además, debe implementar programas de educación y concienciación sobre la importancia del patrimonio cultural entre los residentes y visitantes.</p>	<p>Número de monumentos y edificios históricos restaurados.</p> <p>Participación en programas educativos y de concienciación sobre el patrimonio cultural.</p> <p>Cantidad de visitantes a los lugares de interés cultural.</p>
	<p>Mejorar la infraestructura turística: La alcaldía debe invertir en la mejora de la infraestructura turística, como la construcción y mantenimiento de hoteles, la creación de rutas turísticas, la señalización adecuada de los lugares de interés cultural y la creación de un punto de información turística en la ciudad.</p>	<p>Número de mejoras realizadas en la infraestructura turística (hoteles, rutas turísticas, señalización, información turística, etc.).</p>
	<p>Organizar eventos culturales: La alcaldía debe organizar festivales, conciertos, exposiciones de arte, ferias y otros eventos culturales para atraer a turistas interesados en la cultura local. Estos eventos deben destacar las tradiciones, la música, la danza para que de esta manera se esté impulsado la cultura de la ciudad y posteriormente comience a reconocerse.</p>	<p>Contabilizar la cantidad de festivales, conciertos, exposiciones de arte, ferias y otros eventos culturales organizados en un período determinado (mensual, trimestral, anual).</p> <p>Número de personas que asisten a los eventos (Segmentar entre turistas y visitantes)</p>

	Colaborar con el sector privado: La alcaldía debe establecer alianzas con empresas turísticas, agencias de viajes, hoteles y otros actores privados para generar un crecimiento propicio del sector.	Tasa de ocupación hotelera y tiempo de estadía promedio de los turistas. Incremento en el flujo de turistas hacia la ciudad.
--	--	---

Fuente: elaboración propia

Tabla 9

Estrategias desde el ámbito privado

Estrategia	Tácticas	Indicador
Fomentar la colaboración entre los prestadores de servicios del sector turístico para desarrollar acciones conjuntas que promuevan el crecimiento y la mejora de la industria turística	Crear ofertas atractivas: Los agentes privados deben desarrollar productos y servicios turísticos atractivos que resalten las características culturales de la región.	Incremento en la oferta y diversidad de productos y servicios turísticos en la región
	Establecer alianzas con otros actores del sector turístico: Los agentes privados pueden establecer alianzas estratégicas con otros actores del sector turístico, como hoteles, restaurantes, compañías de transporte y proveedores de actividades recreativas.	Número de alianzas establecidas con empresas turísticas, agencias de viajes, hoteles y otros actores privados.

Fuente: elaboración propia

Tabla 10

Estrategias digitales

Estrategia	Tácticas	Indicador
<p>Aprovechar el alcance y las ventajas de los canales digitales para promover el destino y atraer a potenciales visitantes.</p>	<p>Desarrollo de un sitio web atractivo: Crear un sitio web bien diseñado y fácil de navegar que muestre las atracciones turísticas, actividades, eventos especiales y servicios disponibles en la ciudad.</p>	<p>Número de visitas únicas al sitio web por mes.</p> <p>Tiempo promedio de permanencia en el sitio web.</p> <p>Tasa de rebote (porcentaje de visitantes que abandonan el sitio después de ver una sola página).</p>
	<p>Optimización para motores de búsqueda (SEO): optimizar los motores de búsqueda de la página web de la ciudad mediante la creación de palabras clave, y contenido relevante para que se posicione en los primeros puestos de Google y así sea más fácil de encontrar cuando los usuarios busquen información sobre la ciudad.</p>	<p>Posición promedio en los resultados de búsqueda para palabras clave específicas.</p> <p>Número de clics orgánicos desde los motores de búsqueda.</p> <p>Tasa de conversión de visitantes orgánicos (acciones clave realizadas por visitantes procedentes de búsquedas orgánicas).</p>
	<p>Marketing de contenidos: Crear y compartir contenido relevante y de calidad sobre la ciudad, en el sitio web y en las redes sociales, por medio de la creación de blogs, guías de viaje, listas de recomendaciones, entrevistas a locales, etc. Esto ayudará a</p>	<p>Número de artículos de blog, guías de viaje u otros contenidos creados.</p> <p>Compartidos y me gustas en redes sociales para cada pieza de contenido.</p> <p>Número de visitantes referidos desde el contenido compartido en redes</p>

	atraer a los turistas y a posicionar a la ciudad como un destino atractivo.	
	Publicidad en línea: Utilizar anuncios pagados en plataformas como Google AdWords, Facebook Ads o Instagram Ads para llegar a una audiencia más amplia. Usar segmentaciones por ubicación e intereses del público objetivo para maximizar la efectividad.	CTR (Click-Through Rate) de los anuncios en plataformas publicitarias. Costo por clic (CPC) y costo por adquisición (CPA) de las campañas publicitarias. Aumento en el tráfico del sitio web proveniente de anuncios pagados.

Fuente: elaboración propia

Tabla 11

Estrategias de Marketing territorial

Estrategia	Tácticas	Indicador
Posicionar la marca Sugamuxi en el departamento y generar estrategias como la alianza estratégica con demás municipios y entes comerciales, a la par utilizar estrategias digitales las cuales nos ayudaran a una mayor difusión y posicionamiento de la marca en la región.	Alianzas estratégicas con municipios y entes comerciales: Identificar municipios y organizaciones comerciales clave para establecer alianzas en el sector del turismo.	Número de municipios y organizaciones comerciales identificadas como socios potenciales.
	Creación de paquetes turísticos: Colaborar en la creación de paquetes turísticos con otras regiones para que estas promuevan experiencias en varios destinos dentro del departamento.	Número de paquetes turísticos creados

Fuente: elaboración propia

7. METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

7.1 Tipo de Investigación

La investigación fue de tipo cualitativa ya que se basó en el análisis de información profunda a través de entrevista, por otro lado, es de tipo descriptiva, ya que esta se encarga de analizar las características de una población o fenómeno y analítica debido a que ésta divide un tema en partes pequeñas para obtener una mejor comprensión. Esto con el fin de alcanzar el propósito del proyecto el cual pretende recolectar y difundir la información relacionada a nivel histórico y cultural para incentivar el turismo en la ciudad, su prioridad es poder llevar todo el conocimiento a un trabajo escrito donde se pueda describir toda esta situación por la que está atravesando la ciudad.

7.2 Fuentes de recolección de información

La investigación recolectó y analizó la información a través de: **Fuentes secundarias:** Información recolectada a través del análisis de investigaciones existentes, documentación dada por la Alcaldía Municipal, bases de datos y fuentes bibliográficas.

Fuentes primarias: debido a que es una investigación cualitativa, se utilizó las entrevistas a profundidad a habitantes de la ciudad y a el personal de la Secretaría de Turismo de Sogamoso.

7.3 Herramientas de recolección de información

Entrevistas en profundidad: las entrevistas se realizaron a personal de la Secretaría de Turismo de Sogamoso, los cuales estén dispuestos a colaborar con la información requerida, un representante de los habitantes de la ciudad por rango de edad (15 a 30, de 31 a 40 años y de 41 a 60 años) con el fin de estudiar la percepción de la ciudad y sus interese en el potencial turístico cultural.

Por último, se entrevistaron a 5 extranjeros de diferentes países con el objetivo de estudiar el conocimiento de la ciudad y su nivel de aceptación frente a un panorama óptimo de turismo cultural en la ciudad.

Muestra

Las poblaciones que se tomarán para el proyecto serán los residentes y extranjeros, sector hotelero y empresarial de la ciudad de Sogamoso, elegidos de manera aleatoria por

criterio del investigador, ya que es necesario entender las diferentes percepciones que las personas tienen sobre el turismo en Sogamoso.

Alcance del problema

El presente estudio explorará la ciudad de Sogamoso para reconocer los lugares turísticos conocidos y no conocidos que se encuentren exclusivamente en el área municipal, la investigación abarcó los lugares autóctonos del municipio para facilitar la promoción turística cultura de la ciudad trabajando con el potencial que esta misma posee, sin extendernos a otros sectores que ya no ayuden a la promoción propia de la ciudad.

7.4 Análisis de la información.

Por medio de la información obtenida, se analizó los diferentes intereses que tienen los actores tanto del sector hotelero como empresarial respecto al turismo cultural en la ciudad de Sogamoso, por otro lado, los resultados de las entrevistas se analizaron de acuerdo con las variables a utilizar en las entrevistas.

7.5 Actividades para el desarrollo de los objetivos específicos

Para lograr el desarrollo idóneo de los objetivos específicos de esta investigación, se necesitó para nuestro primer objetivo de identificación del conocimiento a profundidad de la región, el cual por un lado se lograron identificar por medio de la búsqueda de información en diferentes plataformas virtuales, tal como lo son , libros, páginas web, artículos etc., a la par, se pudo obtener información por medio de las entrevistas que se desarrollaron a diferentes personas que poseen conocimientos históricos de la ciudad.

Para el estudio de los intereses de los actores turísticos de la región, se aplicaron una serie de entrevistas para entender a fondo las necesidades y requerimientos que estos actores poseen, y que nos serán de gran ayuda para comprender la situación de estos prestadores turísticos en la región.

Por último, para determinar las acciones más propicias que se pueden tomar para el aprovechamiento cultural de la región, se recolectó la información generada en los objetivos anteriores para así crear estrategias y herramientas que favorezcan la región en materia de turismo cultural.

8. Duración

El presente proyecto tiene una duración de 6 meses, tiempo en el cual se pretende desarrollar a cabalidad las actividades relacionadas en el cronograma.

Tabla 12

Cronograma de actividades

Actividad	Inicio	Final	1-feb	1-Marl	1Abr	1-May	1-Jun	1-Jul	1Ago
1. Recolección de información y datos	1-06-2021	1-07-2021							
2. Organización de información	1-07-2021	1-08-2021							
3. Sistematización de la información	1-08-2021	1-09-2021							
4. Análisis de la información	1-09-2021	1-10-2021							
5. Organización y selección de actividades de interés	1-10-2021	1-11-2021							
6. Planteamiento del plan de difusión	1-11-2021	1-12-2021							
7. Elaboración del plan de difusión (Documento final)	1-12-2021	29-12-2021							

Nota. Este cronograma muestra las actividades y el tiempo en el que se realizarán

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13

Presupuesto

RECURSO	DESCRIPCIÓN	PRESUPUESTO
---------	-------------	-------------

EQUIPO HUMANO	Recopilación de datos tales como libros y bibliotecas.	\$100.000
TECNOLÓGICOS	Equipos, impresora, scanner.	\$500.000
SALIDAS DE CAMPO	Transporte y visitas a los lugares de potencial turístico identificados	\$100.000
SALIDAS DE CAMPO	Comida, alojamiento.	\$200.000
MATERIALES	Fotocopias (Entrevistas, encuestas)	\$50.000
Libros	Turismo en Boyacá	CRAI
TOTAL		\$950.000

Nota: Esta tabla se describe los recursos y presupuestos que se usaron en el proyecto

Fuente: Elaboración propia.

8. Conclusiones

La actividad turística en la ciudad de Sogamoso se encuentra en un estado de debilidad notable, y esto se debe a diversos factores que incluyen: la falta de respaldo por parte de las autoridades gubernamentales hacia los actores del sector turístico en el ámbito privado, la ausencia de estrategias sólidas en la Secretaría de Turismo local, la escasa infraestructura turística, pues se evidencia la carencia de puntos de información, señalización adecuada y espacios diseñados para el turismo y la inversión en infraestructura turística es esencial para mejorar la experiencia del visitante.

Por otro lado, la falta de promoción y el marketing, pues estos son fundamentales para atraer a turistas, y la falta de estrategias efectivas puede limitar el crecimiento del turismo en la ciudad.

La baja inversión en turismo con bajo apoyo financiero y respaldo por parte de las autoridades gubernamentales hacia el sector privado y público, esto, dificulta el crecimiento y la promoción de la industria turística.

Falta de reconocimiento y valoración de las raíces muiscas, lo cual afecta la preservación de tradiciones, conocimientos y elementos culturales que son fundamentales para la identidad local.

A pesar de estos desafíos, la ciudad posee un conjunto de atractivos turísticos con un potencial significativo que podría atraer a un gran número de visitantes si se implementaran

estrategias de promoción más efectivas.

9. Recomendaciones

Crear alianzas público-privadas: Promover la cooperación entre los sectores público y privado es esencial para la promoción del turismo. Se pueden crear subvenciones financieras y programas de desarrollo conjunto que traerán beneficios a ambas partes y permitirán una inversión más estable en el sector.

Desarrollo de un plan estratégico para el turismo: la creación de una estrategia turística integral y de largo plazo en colaboración con expertos locales y grupos de interés ayuda a guiar el crecimiento del sector y garantiza una dirección clara para las inversiones y actividades promocionales.

Invertir en infraestructura turística: Asignar recursos para mejorar la infraestructura turística es esencial. Esto incluye el establecimiento de puntos de información turística, señalización adecuada y adecuación de sitios para el turismo. Invertir en estos elementos mejora la experiencia del visitante.

Implementar estrategias publicitarias efectivas: desarrollar campañas de marketing y publicidad bien planificadas para los segmentos de mercado adecuados es esencial. Esto ayudará a incrementar la visibilidad de Sogamoso como destino turístico.

Incrementar la inversión turística: Convencer a las agencias gubernamentales de la importancia económica y social del turismo puede conducir a una mayor inversión en este sector. Esto se puede lograr proporcionando información y argumentos sólidos sobre el potencial turístico de la ciudad. Además, es crucial promocionar, reconocer y valorar las raíces muiscas para así preservar el patrimonio cultural de la ciudad.

Oferta turística versátil: Además de los destinos turísticos existentes, buscar formas de diversificar la oferta turística. Esto puede incluir el desarrollo de actividades culturales, deportivas o eco turísticas que atraigan una variedad de visitantes.

Medir y evaluar continuamente: crear métricas de seguimiento y evaluación para medir el impacto de las acciones tomadas. Esto permite cambiar de estrategia a medida que se desarrolla la vida turística de la ciudad.

Bibliografía

- Acerenza, m.a.(2006). conceptualización, origen y evolución del Turismo. Editorial Trillas.file:///C:/Users/laura/Downloads/Acerenza-turismo.pdf
- A fortalecer el turismo en la ciudad de Sogamoso. (2019). boyaca7dias.com.co. <https://boyaca7dias.com.co/2019/12/18/a-fortalecer-el-turismo-en-la-ciudad-de-sogamoso/>
- Asale, R.-. (s. f.). Cultura | Diccionario de la Lengua Española. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. <https://dle.rae.es/cultura>
- Colombia, U. N. (2013). Suimweb. Obtenido de Suimweb: <http://186.116.11.66/suimweb/ARCHIVOS/TERRITORIO/DIAGN%C3%93SICOS%20GENERALES/TEDIDODOMU1414695177.pdf>
- Colombia, U. N. (2021). Sogamoso.org. Obtenido de Sogamoso.org: <http://sogamoso.org/pot/archivos/02PATRIMONIO.pdf>
- Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). (2018). Las razones del boom del turismo que vive Colombia. Cluster de Turismo Bogotá-Región. <https://bit.ly/3tE5xAd>
- Catedral de San Martín de Tours.(n.d.).mapio.net.https://www.google.com/search?q=catedral+san+martin+sogamoso+historia&bih=666&biw=1517&hl=es&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjThsu43O7-AhUfRjABHfa5APEQ_AUoAXoECAEQAw#imgrc=VnT7L___HI1PKM
- Cámara de Comercio de Bogotá (CCB). (2018). El turismo en Colombia: un negocio sostenible. Cluster de Turismo Bogotá-región. <https://bit.ly/3HXK1vg>
- Casa antigua Vereda Azufre. (2018). Twitter.com. <https://twitter.com/visionsogamoso/status/981259449494097921>
- Cardenas, L. Mariño, I. (2014). Caracterización del Sector Turístico de Sogamoso en el Marco de la Alianza Estratégica Interinstitucional del Conocimiento para la Competitividad del Municipio de Sogamoso. [Tesis pregrado, Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia]. Repositorio Institucional UPTC. <https://bit.ly/3pPhEt8>
- Cruzada para salvar el templo de Sta. Bárbara. (2019). boyaca7dias.com.co. <https://boyaca7dias.com.co/2019/09/07/cruzada-para-salvar-el-templo-de-sta-b>

arbara/

- Chavez, J. (2022, 26 abril). ¿Qué es un Turista? Concepto, características y tipos. Ceupe. <https://www.ceupe.com/blog/turista.html>
- Donde (By Universal). (s.f.). Los números del turismo en Cartagena. <https://bit.ly/3wUtHcK>
- Datosmundial.com. (s.f.). turismo en china. <https://www.datosmundial.com/asia/china/turismo.ph>
- Diego. (2023). Marca Ciudad: ¿qué es y cuáles son sus características? Marca Lima. <https://marcalima.pe/marketing-social/marca-ciudad-que-es/>
- El Tiempo. (2021). Francia, el país más visitado del mundo. <https://bit.ly/3K3A81f>
- Ministère de L'Europe et des Affaires Étrangères. (2018). Perspectivas del Turismo Internacional a Corte y Mediano Plazo. <https://bit.ly/3HNT9CM>
- El mayor mural rupestre muisca en Suamox. (2016). fundacionmontecito.org. <http://blog.fundacionmontecito.org/2016/07/el-mayor-mural-rupestre-muisca-en-suamox.html>
- Estación del tren Sogamoso. (2015). situr.boyaca.gov.co. <https://situr.boyaca.gov.co/attractivo-turistico/estacion-del-tren/>
- Festival del Sol y del Acero. (n.d.). calendariodecolombia.com. <https://www.calendariodecolombia.com/fiestas-nacionales/festival-del-sol-y-d-el-acero-en-sogamoso>
- Fuente Sagrada de Conchucua. (2011). flickr.com. <https://www.flickr.com/photos/sogamoso/5764015135>
- Glosario de términos de turismo | OMT. (s. f.). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Goodman, M. K., Suzunaga, J., Soler, J., & Goodman, M. K. (2019). Ordinary land grabbing in peri-urban spaces: Land conflicts and governance in a small Colombian city. *Geoforum*, 105, 145–157. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2019.05.018>
- Gil.A. (2020, 4 de agosto). Los países más visitados del mundo. El orden mundial (EOM).
- Iglesia de Morca. (n.d.). Tripadvisor.com. https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g677792-d8711699-Reviews-Iglesia_de_Morca-Sogamoso_Boyaca_Department.html
- <https://elordenmundial.com/mapas-y-graficos/paises-mas-visitados-del-mundo/>

- La pilita de Mochacá. (2015). [situr.boyaca.gov.co.
https://situr.boyaca.gov.co/attractivo-turistico/la-pilita-de-mochaca/](http://situr.boyaca.gov.co/attractivo-turistico/la-pilita-de-mochaca/)
- Museo geológico. (n.d.). [uptc.edu.co.
http://www.uptc.edu.co/vie/extension/unidades/museos_uptc/mus05](http://www.uptc.edu.co/vie/extension/unidades/museos_uptc/mus05)
- PÁRAMO Y LAGUNA DE SISCUNSI. (n.d.). [situr.boyaca.gov.co.
https://situr.boyaca.gov.co/attractivo-turistico/paramo-y-laguna-de-siscunsi/](https://situr.boyaca.gov.co/attractivo-turistico/paramo-y-laguna-de-siscunsi/)
- Plan estratégico departamental Ciencia, tecnología e Innovación. PEDCTI Boyacá 2022.
<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/paginas/pedcti-boyaca.pdf>
- Patiño, L. y. (2014). Repositorio.upt.edu.co. Obtenido de Repositorio.upt.edu.co:
<https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1591/4/TGT-326>.
- Pérez Porto, J., Gardey, A. (24 de marzo de 2008). Definición de cultura - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de. Recuperado el 14 de noviembre de 2022 de <https://definicion.de/cultura/>
- Pérez Porto, J., Merino, M. (15 de diciembre de 2009). Definición de potencial - Qué es, Significado y Concepto. Definicion.de. Recuperado el 14 de noviembre de 2022 de <https://definicion.de/potencial/>Asale, R.-. (n.d.). provincia | Diccionario de la lengua española. «Diccionario De La Lengua Española» - Edición Del Tricentenario. <https://dle.rae.es/provincia>
- Rodriguez, d. granados. p. (2016, 22 junio). diagnóstico de competitividad del turismo en boyacá (colombia)1. Revista Facultad de Ciencias Económicas, XXV. Recuperado 1 de septiembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/journal/909/90952679012/html/1|1>
- Roldán, P. N. (2021, 7 septiembre). Desarrollo económico. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo.html>
- Sogamoso, M. d. (2016). boyaca.gov.co. Obtenido de boyaca.gov.co:
<https://www.boyaca.gov.co/SecSalud/images/Documentos/asis2016/asis-municipal-2016-sogamoso.pdf>
- Significado de Indígena. (2019, 10 diciembre). Significados. <https://www.significados.com/indigena>
- Sogamoso, M. d. (2016). Sogamosoboyaca.mincolombiadigital.gov.co. Obtenido de Sogamosoboyaca.mincolombiadigital.gov.co:
http://sogamosoboyaca.micolombiadigital.gov.co/sites/sogamosoboyaca/content/files/000313/15609_acuerdo-029-de-2016.pdf

- Sogamoso, M. d. (2021). Sogamoso.org. Obtenido de Sogamoso.org:
<https://sogamoso.org/turismo/turcom/Sogamoso.html>
- Sogamoso, S. d. (2018). boyaca.gov.co. Obtenido de boyaca.gov.co:
https://www.boyaca.gov.co/SecSalud/images/Documentos/Asis2018/asis_sogamoso_2018.pdf
- Serrano, A. (2016). diagnóstico y caracterización de la minería ilegal en el municipio de Sogamoso, hacia la construcción de estrategias para la sustitución de la minería ilegal. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño, XVII. No. 1 – 1er.
- Teatro Sogamoso. (2017). casscsog.wixsite.com.
<https://casscsog.wixsite.com/sogamoso/teatro-sogamoso>
- Templo del Sol de Sogamoso. (n.d.). pueblosoriginarios.com.
<https://pueblosoriginarios.com/sur/caribe/muisca/sogamoso.html>
- Turismo receptor. (s.f).SITUR.Boyacá.<https://situr.boyaca.gov.co/estadisticas/turismo-receptor/>
- Turismo en Boyacá no levanta cabeza.(2021, 13 de julio). El diario.
<https://periodicoeldiario.com/turismo-en-boyaca-no-levanta-cabeza>
- Ucha, F. (2009, 24 mayo). Definición de Internacional. Definición ABC.
<https://www.definicionabc.com/general/internacional.ph>

ANEXOS

Ficha técnica

Modo de entrevista	Cara a Cara y presencial
Población objetivo	Empresarios, funcionarios de la alcaldía, residentes y turistas
Diseño muestral	Aleatorio simple
Momento estadístico	13, 29 de marzo del 2023
Tema al que se refiere	Análisis del potencial del turismo cultural en la ciudad de Sogamoso

Cuestionario: **entrevistas a funcionarios de la alcaldía**

1. ¿Cuáles cree usted que son las estrategias necesarias para incrementar el turismo en la

ciudad?

2. ¿Qué dificultades existen para que Sogamoso sea un potencial turístico?
3. ¿Qué proyectos enfocados al turismo están vigentes en este momento?
4. ¿Cuál cree que es la fortaleza más grande que tiene Sogamoso para el turismo cultural?
5. ¿Cuáles son los mayores logros de la secretaría de turismo en cuanto a planes implementados en el presente año (2022)
6. ¿Cómo ha crecido la marca Sugamuxi desde su creación, y qué logros ha alcanzado?
7. ¿Qué panorama existe para el turismo en Sogamoso en el año 2023?

Cuestionario: entrevistas a prestadores de servicios TURÍSTICOS

1. ¿Cuáles cree usted que son las estrategias necesarias para incrementar el turismo en la ciudad?
2. ¿Qué dificultades existen para que Sogamoso sea un potencial turístico?
3. ¿Qué proyectos enfocados al turismo están vigentes en este momento?
4. ¿Cuál cree que es la fortaleza más grande que tiene Sogamoso para el turismo cultural?
5. ¿Qué estrategias implementaría usted para atraer más turistas extranjeros a la ciudad?