



**PLAN DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO DE
ZAPATOCA, CON EL FIN DE MEJORAR SU COMPETITIVIDAD COMO
DESTINO TURÍSTICO DEL PAÍS**

MARÍA ALEJANDRA DELGADO LEÓN

Trabajo de investigación Maestría de Mercadeo

Asesora Metodológica

PhD. Laura Isabel Rojas De Francisco

Asesor Temático

PhD. Juan Camilo Giraldo Aristizábal

**UNIVERSIDAD EAFIT
Maestría en Mercadeo
Medellín
2023**



Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos son los que con su cariño me han impulsado siempre a perseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades. De igual manera agradezco a mis tutores de trabajo de grado Laura Isabel Rojas De Francisco y Juan Camilo Giraldo Aristizábal por su apoyo incondicional en la elaboración de la presente investigación; a mi amigo Juan Carlos Barbosa por su ayuda en el análisis de la información a través del software estadístico SPSS.

CONTENIDO

RESUMEN	8
ABSTRACT	9
INTRODUCCIÓN	10
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	14
JUSTIFICACIÓN	16
OBJETIVOS	18
OBJETIVO GENERAL	18
ESPECÍFICOS	18
MARCO CONCEPTUAL Y DE REFERENCIA	19
ASPECTOS METODOLÓGICOS	31
TIPO DE ESTUDIO	31
RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	32
CRITERIOS DE MUESTREO	32
Muestra	34
FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS	34
FUENTES PRIMARIAS	34
FUENTES SECUNDARIAS	35
INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE INFORMACIÓN	35
DISEÑO DEL ANÁLISIS	36
ASPECTOS ÉTICOS	36
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	37
ZAPATOCA Y SU HISTORIA	37
OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO	38
CARACTERIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y FACTORES TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ZAPATOCA DESDE LAS OTAS'S: PATRIMONIO CULTURAL, NATURAL, GASTRONÓMICO Y EVENTOS ESPECIALES ...	39
OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO	40
Atractivos turísticos	40
Turismo cultural	41
Turismo de negocios	44
Turismo rural	44
Turismo extremo o de aventura	45
Eventos	45
Expresiones culturales	46
CARACTERIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y FACTORES TURÍSTICOS DE ZAPATOCA SEGÚN LA OTA	47
Principales atractivos turísticos de Zapatoca según la ota	49
Patrimonio cultural	51
Patrimonio arquitectónico	54
Sitios de interés	54
Gastronomía	54
PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ZAPATOCA	55
Estrategias municipales	55
OPORTUNIDADES DE MEJORA	57



Percepción de Zapatoca como destino turístico	60
CONCLUSIONES	78
ANEXOS	84



LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Origen de datos.....	32
Tabla 2. Perfil de los participantes	33
Tabla 3. Patrimonio cultural de Zapatoca según la OTA entrevistada.....	51
Tabla 4. Oportunidades de potenciación del turismo en Zapatoca	75

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Cartografía urbana Zapatoca	39
Figura 2. Tumba de Geo Von Lengerke	40
Figura 3. Las piedras del diablo	41
Figura 4. Parque Geo Von Lenguerke	42
Figura 5. Parroquia San Joaquín	43
Figura 6. Balneario “Pozo del Ahogado”	44
Figura 7. Cueva del Nitro	45
Figura 8. Expresiones culturales Zapatoca	46
Figura 9. Estrategia de promoción turística de Santander	50
Figura 10. Entidades que conforman el convenio de cooperación para la promoción del turismo sostenible Destino Chicamocha	50
Figura 11. Ferias y fiestas agropecuarias en Zapatoca.....	53
Figura 12. Iniciativa Cabildo Verde Zapatoca	56
Figura 13 Vista panorámica Reserva Natural de la Sociedad Civil	59
Figura 14 Tipo de experiencia predilecta entre los turistas que han visitado Zapatoca.....	60
Figura 15 Percepción sobre el tipo de turistas que visitan Zapatoca en la actualidad.....	61
Figura 16 Percepción de los turistas sobre la experiencia predilecta de los visitantes de Zapatoca	61
Figura 17 Percepción de los turistas de la imagen de Zapatoca como destino turístico.....	62
Figura 18 Palabras o adjetivos con que relacionan los turistas a Zapatoca como destino turístico	63
Figura 19 Percepción de los turistas sobre la reputación de Zapatoca como destino turístico a nivel local, nacional e internacional	63
Figura 20 Percepción sobre los principales atractivos turísticos de Zapatoca .	64
Figura 21 Destinos similares en el país visitados por los turistas de Zapatoca	65
Figura 22 Comparación en términos de atractivos turístico de los destinos similares a Zapatoca.....	65
Figura 23 Aspectos destacados de los atractivos turísticos de Zapatoca en comparación con otros destinos	66
Figura 24 Principales fortalezas de la infraestructura turística de Zapatoca según visitantes encuestados	67
Figura 25 Principales debilidades de la infraestructura turística de Zapatoca según visitantes encuestados	68
Figura 26 Principales barreras o desafíos que identifican los turistas para posicionar a Zapatoca como destino turístico	68
Figura 27 Calificación de los servicios adquiridos durante las visitas realizadas a Zapatoca.....	69
Figura 28 Oportunidades de desarrollo turística apreciadas por los encuestados que deben ser aprovechadas	70
Figura 29 Tipo de turistas interesados en visitar Zapatoca según encuestados	71



Figura 30 Percepción de los encuestados sobre las mejores opciones de comunicación del atractivo turístico de Zapatoca	72
Figura 31 Estrategias de comunicación y promoción turística consideradas efectivas por los encuestados para posicionar Zapatoca.....	72
Figura 32 Canales de comunicación recomendados por los encuestados para llegar a turistas potenciales de Zapatoca	73



RESUMEN

El presente estudio se origina de la necesidad de mejorar la competitividad del municipio de Zapatoca como destino turístico al enfrentar desafíos como la falta de reconocimiento, la competencia con otros destinos, la necesidad de diversificar su oferta, mejorar la experiencia de visitantes, aprovechar su potencial subutilizado, generar efectos económicos positivos, asegurar la sostenibilidad y conservación en el desarrollo turístico, así como fomentar la colaboración y participación de diversas partes interesadas para enriquecer el proceso y lograr una mayor adhesión las estrategias propuestas. La metodología utilizada para alcanzar los objetivos de esta investigación tiene un enfoque mixto de tipo descriptivo, Para ello se lleva a cabo un análisis de la situación actual del turismo en el municipio, incluyendo una revisión de la oferta, turística existente, la identificación de los principales atractivos y recursos turísticos de la zona, así como un análisis de la demanda y el perfil de los visitantes. El resultado principal de esta investigación resalta que en voces de las OTAS's y los turistas que participaron del estudio, existe una percepción altamente positiva de Zapatoca como un destino turístico deseable. Este fenómeno subraya la presencia de cualidades seductoras y elementos atractivos en el lugar que influyen en la impresión favorable que los viajeros tienen del municipio, siendo comparado con otros destinos con mayor posicionamiento. Finalmente, se concluye que, pese a que se cuenta con un rico patrimonio natural, cultural y arquitectónico, carece de organización de los actores promotores del turismo. La oferta actual se centra en dos sitios de interés, que han sido poco explorados, por lo que se evidencian oportunidades de fomento del turismo mediante promoción en los medios digitales.

Palabras clave. Competitividad, Destino Turístico, Diversificación, Posicionamiento, Turismo.



ABSTRACT

This study stems from the need to improve the competitiveness of Zapatoca as a tourist destination by facing challenges such as lack of recognition, competition with other destinations, the need to diversify its offer, improve the visitor experience, take advantage of its underutilized potential, generate positive economic effects, ensure sustainability and conservation in tourism development, as well as encourage the collaboration and participation of various stakeholders to enrich the process and achieve greater adherence to the proposed strategies. The methodology used to achieve the objectives of this research has a mixed descriptive approach, carrying out an analysis of the current situation of tourism in the municipality, including a review of the existing tourism offer, the identification of the main attractions and tourism resources of the area, as well as an analysis of the demand and profile of visitors. The main result of this research highlights that in the voices of the OTAS's and tourists who participated in the study, there is a highly positive perception of Zapatoca as a desirable tourist destination. This phenomenon underlines the presence of seductive qualities and attractive elements in the place that influence the favorable impression that travelers have of the municipality, being compared to other destinations with higher positioning. Finally, it is concluded that despite having a rich natural, cultural, and architectural heritage, there is a lack of organization of tourism promoters in the municipality and the current offer is focused on two sites of interest, so there are opportunities to promote tourism through digital media that are under- explored.

Key words. Competitiveness, Tourism Destination, Diversification, Positioning, Tourism

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica de gran relevancia en muchas regiones del mundo, ya que genera empleo, impulsa el crecimiento económico y fomenta los recursos naturales y culturales. Teniendo en cuenta lo anterior, es imperante señalar que Zapatoca cuenta con un potencial turístico significativo debido a su riqueza histórica, cultural y natural. Sin embargo, a pesar de sus atractivos, el municipio no ha alcanzado su máximo potencial como destino turístico y enfrenta diversos desafíos en términos de competitividad.

Zapatoca es un municipio ubicado en el departamento de Santander, a unas dos horas de distancia de Bucaramanga. Durante el recorrido, se atraviesa el cañón del río Suárez y se observa una variedad de frutas como piñas y tunas, también algunos animales como cabras salvajes. En Zapatoca se resalta un clima excepcionalmente agradable y suave, conocido como un "clima de seda". Este encantador destino ofrece numerosos lugares para visitar, entre ellos destaca la Cueva del Nitro, una formación natural que los indígenas utilizaban como refugio. Además, se recomienda explorar los caminos de Lenguerke, donde se puede descubrir el área urbana con iglesias centenarias, una gran cantidad de arte colonial y joyas arquitectónicas (Gobernación de Santander, 2021).

Es por lo anteriormente expuesto que se puede afirmar que Zapatoca tiene un gran potencial para posicionarse como un destacado destino turístico en el país. La belleza natural de su entorno, combinada con su rica historia y cultura, ofrece una oportunidad única para desarrollar un plan de posicionamiento turístico que mejore su competitividad y atraiga a visitantes nacionales e internacionales.

El presente trabajo de grado tiene como objetivo principal identificar aspectos importantes para posicionar a Zapatoca, con el fin de mejorar su competitividad como destino turístico. A través de este proyecto se abordó una situación específica relacionada con el desarrollo y promoción del turismo en esta región, brindando soluciones y respuestas que contribuyan al crecimiento y fortalecimiento de la industria turística local.

En cuanto a los objetivos específicos, se caracterizaron los atractivos y factores turísticos del municipio, lo cual permitió obtener una visión clara de la situación actual y establecer las bases para el diseño del plan de posicionamiento, todo esto direccionado desde un enfoque de marketing. Además, se identificaron las estrategias de promoción turística utilizadas actualmente, con el fin de crear una identidad y marca turística para Zapatoca. Así mismo, se analizó la percepción de los turistas y visitantes actuales, factor que permitirá la implementación de acciones de promoción y difusión en diferentes medios y canales. En cuanto a la justificación de abordar esta situación o problema, se destaca la importancia de fortalecer la industria turística en Zapatoca como una fuente de desarrollo económico y social. Además, se considera que el diseño de un plan de posicionamiento turístico contribuirá a diversificar la oferta, mejorará la calidad de los servicios y atraerá inversiones en infraestructura turística.



En relación con las respuestas encontradas y la solución propuesta, el informe final del trabajo de grado presentará un análisis detallado de la situación turística de Zapatoca, identificando las oportunidades de mejora y las acciones específicas a implementar. Se incluye un plan de marketing turístico que contempla estrategias de promoción, comunicación y difusión, así como recomendaciones para el desarrollo de infraestructuras turísticas y la capacitación del personal involucrado en el sector. Esta estrategia estará orientada a segmentos específicos de mercado, teniendo en cuenta las características y preferencias de los posibles visitantes.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo ha desempeñado un papel de gran importancia en el progreso económico y social a nivel nacional, especialmente en la actualidad, bajo la visión del nuevo gobierno. Desde esta perspectiva, el turismo se ha consolidado como la industria de mayor impacto a nivel mundial, con una amplia influencia en la restauración del medio ambiente y el reconocimiento sociocultural de las comunidades locales y del resto del mundo. Por lo tanto, se prevé que esta actividad continuará expandiéndose, lo que impulsará inversiones en diversas áreas relacionadas y su promoción como parte integral de su comercialización (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

Para el caso de Colombia, el turismo fue uno de los sectores más afectados por la pandemia del Covid-19, aumentando la crisis social y política que vivía el país. Pero no solo se afectó el turismo, tal como lo menciona la CEPAL (2020) “el impacto muestra que la caída del turismo podría llevar a una disminución del crecimiento del PIB total en el Caribe y América Latina en 8 puntos porcentuales y 1 punto porcentual, respectivamente, mientras que el empleo total podría disminuir 9 puntos porcentuales en el Caribe y 2 puntos porcentuales en América Latina”. La crisis sanitaria y las medidas de confinamiento impuestas para contener la propagación del virus han generado una disminución en la demanda de bienes y servicios, lo que ha llevado a una reducción en la actividad económica en general. Esta contracción económica tuvo como consecuencia una disminución en los precios de algunos productos y servicios, lo que refleja una inflación más baja en comparación con periodos anteriores. No obstante, también se han presentado aumentos en los precios de ciertos productos, especialmente aquellos relacionados con la salud y la seguridad, como los equipos médicos y los productos de protección personal. Estos incrementos han sido impulsados por la escasez de suministros y la mayor demanda de estos productos durante la pandemia (Camacho y Vanegas, 2021).

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, el número de visitantes extranjeros cayó un 72% en 2020, y se estima que se perdieron más de 500 mil empleos directos e indirectos en el sector. Sin embargo, también hay señales de recuperación y esperanza, como el aumento de la demanda interna y la reactivación de los vuelos internacionales. Además, Colombia cuenta con una gran diversidad de destinos y atractivos turísticos que le permiten ofrecer experiencias únicas y diferenciadas a los viajeros (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

Pero no todo es negativo, el turismo en el país ha mostrado una notable recuperación en 2022, es así como, en enero de 2023, el país experimentó un incremento significativo en el número de visitantes extranjeros, con un total de 454,727 personas que llegaron a sus fronteras. Este dato muestra un aumento del 65,5% en comparación con enero de 2022 y un crecimiento del 18% con relación al mismo mes en 2019, según revela un análisis llevado a cabo por la Oficina de Estudios Económicos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Dentro de la cifra de visitantes de enero, se incluyen 319,299 extranjeros no

residentes, 63,626 colombianos residentes en el extranjero que deciden visitar el país y 71,802 pasajeros provenientes de cruceros, según los datos proporcionado por Migración Colombia y las Sociedades Portuarias. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023). Esto hace referencia a lo expuesto por el Ministerio en su página oficial, donde muestra cifras significativas del turismo en el último año. “El ministro de Comercio, Industria y Turismo, Germán Umaña Mendoza, destacó el buen comportamiento de los principales indicadores del sector turismo, que se mantuvo en enero en niveles muy positivos y señaló que con la puesta en marcha de la Política de Turismo: armonía con la vida, esperamos que los ingresos de divisas y valores agregados en servicios turísticos continúen en aumento”.

Este dato sobre los visitantes extranjeros no residentes se convierte a enero de 2023 en el segundo mes con mayor afluencia turística en el país, solo superado por diciembre de 2022, cuando se registraron 349,181 personas. Este informe también confirma que durante todo el año 2022, la cifra de visitantes no residentes ascendió a 4,606,915 personas, lo que representa un incremento del 232,2% en comparación con 2020 y un aumento del 114,7% en relación con 2021. Este dato histórico supera los resultados obtenidos en 2019, antes de la llegada de la pandemia (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

Además, el informe destaca la importante recuperación del tráfico aéreo en 2022, con un total de 46,869,027 viajes nacionales e internacionales, lo que supone un aumento del 16,6% en comparación con el año 2019 y un incremento del 57,9% con respecto a 2021. Por otro lado, el número de visitantes a los Parques Nacionales Naturales experimentó un aumento del 33,9% entre diciembre de 2022 y enero de 2023, en comparación con el mismo período del año 2021. Asimismo, la tasa de ocupación en alojamientos alcanzó el 55,65%, lo que representa un aumento de 6,8 puntos porcentuales en comparación con el año 2019 y se sitúa como una de las mejores tasas de los últimos años (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es bueno el desempeño de los principales indicadores del sector turismo, los cuales se mantuvieron en niveles muy positivos durante enero. Además, se mostró que con la implementación de la Política de Turismo: armonía con la vida¹, se espera que los ingresos por divisas y el valor agregado en servicios turísticos continúen en aumento. Es importante mencionar que, en 2022, el valor agregado en alojamiento y servicios de comida alcanzó los 40.35 billones de pesos, lo que representa un incremento del 16,4% en comparación con el año 2021 y un aumento del 19,7% en relación con 2019. En cuanto a los ingresos de divisas por turismo, experimentaron un crecimiento del 8,6% en 2022, en comparación con el año 2019. Durante el cuarto trimestre de 2022, específicamente, se

¹ “Turismo en armonía con la vida” es el nombre de la Política Pública de Turismo 2022 - 2026 con la que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo le apuesta a fortalecer las capacidades de las comunidades, el desarrollo de los territorios, el medio ambiente, la economía sostenible y la inclusión de territorios

registraron ingresos por un total de 2,097 millones de dólares, lo que representa un aumento del 9,8% en comparación con el mismo período en 2019. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2023).

De igual forma, en la versión 42 de la Vitrina Turística, lo evidencia el Ministerio de Comercio, Industria y turismo (2022). Donde se destacó que el turismo “es una de las apuestas del Gobierno para generar desarrollo sostenible, responsable y regenerativo en las regiones colombianas, apoyando la transición económica y la protección de la naturaleza”. Se hizo el lanzamiento del Sello “Colombia: destino de Paz”. Para el caso particular de Santander, este se ha convertido en los últimos años en un centro de desarrollo atractivo para inversores y nuevos residentes. Así lo demuestra el Balance Santander Construcción 2020, realizado por la Cámara de Comercio de Bucaramanga, Camacol y el Clúster de la Construcción, que destacó la recuperación económica de la región en los últimos meses. El departamento es reconocido por ser una zona de desarrollo turístico y parte fundamental de ello es la red vial, que facilita el contacto entre las diferentes poblaciones que son atractivas para visitantes propios o externos. Frente a esto se ha hecho una apuesta a mejorar la conexión terrestre, desarrollando diferentes anillos viales y mejoramientos en la pavimentación de las carreteras del sector. Santander tiene todo para ser una potencia turística del país. Se cuenta con historia, arte, cultura, culinaria, deportes extremos y, en los últimos tiempos, se posiciona cada vez con más fuerza como destino ideal. (Cámara de Comercio de Bucaramanga, 2022).

2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la percepción actual de Zapatoca como destino turístico, tanto a nivel local como nacional e internacional?

¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Zapatoca y cómo se comparan con otros destinos similares?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades actuales de Zapatoca en términos de infraestructura turística, servicios y oferta turística en general?

¿Cuál es el perfil del turista que visita Zapatoca actualmente y qué tipo de experiencias busca en un destino turístico?

¿Cuáles son las oportunidades de desarrollo turístico no exploradas o subutilizadas en Zapatoca?

¿Cuáles son las barreras o desafíos existentes que impiden el posicionamiento y la competitividad de Zapatoca como destino turístico?

¿Cuáles podrían ser los segmentos de mercado potenciales para Zapatoca y cómo se podrían alcanzar de manera efectiva?



¿Cuáles son las estrategias de comunicación y promoción turística que podrían utilizarse para posicionar a Zapatoaca como un destino turístico atractivo?

Pregunta de Investigación

¿Cómo un plan de posicionamiento turístico mejorara la competitividad del municipio de Zapatoaca como destino turístico del país?



JUSTIFICACIÓN

En el hermoso municipio de Zapatoca se esconde un tesoro turístico por descubrir. Sus encantadores paisajes naturales, su rica historia y su vibrante cultura se entrelazan en una sinfonía de belleza que merece ser reconocida a nivel nacional e internacional. Sin embargo, a pesar de su potencial indiscutible, Zapatoca ha permanecido en las sombras, esperando el momento adecuado para brillar y competir con otros destinos turísticos de la región.

Es en este contexto que surge la necesidad imperante de diseñar un plan de posicionamiento turístico. Es así como esta investigación se convierte en una oportunidad única para desentrañar los secretos mejor guardados de este pintoresco municipio y darlos a conocer al mundo. El objetivo es claro: mejorar su competitividad como destino turístico y aprovechar al máximo su potencial sin explotar.

Zapatoca alberga una diversidad de atractivos que sorprenden a propios y extraños. Sus majestuosas montañas, cubiertas de exuberante vegetación, ofrecen vistas panorámicas que roban el aliento. Sus ríos cristalinos invitan a sumergirse en sus refrescantes aguas y a disfrutar de emocionantes actividades acuáticas. Sus calles empedradas, flanqueadas por casas coloniales de colores vivos, narran la historia de un pasado lleno de riqueza cultural y tradición.

Sin embargo, este valioso patrimonio natural y cultural ha permanecido oculto ante los ojos del turista, y es en este sentido que la investigación cobra relevancia. Diseñar un plan de posicionamiento turístico implica descubrir los tesoros escondidos del municipio y mostrarlos al mundo de manera estratégica y efectiva. Se trata de identificar los recursos turísticos existentes, resaltar sus fortalezas y diferenciarse de la competencia regional.

Además, este plan de posicionamiento turístico busca impulsar el desarrollo económico y social de Zapatoca. El turismo se convierte entonces en una fuente de empleo y oportunidades de negocio para los habitantes locales. El florecimiento de la actividad turística generará un impacto positivo en la comunidad, mejorando su calidad de vida y promoviendo el orgullo por sus raíces y tradiciones. No obstante, el objetivo va más allá de atraer turistas y obtener beneficios económicos a corto plazo. La sostenibilidad y la planificación a largo plazo son fundamentales en este proceso. El diseño del plan de posicionamiento turístico contempla el potenciamiento de los recursos naturales y culturales de Zapatoca, así como la gestión adecuada de los flujos turísticos. Solo así se asegurará un desarrollo equilibrado, sostenible y respetuoso con el entorno.

Ante lo expuesto, el diseño de un plan de posicionamiento turístico del municipio es una necesidad imperante. Sus atractivos naturales, su rica historia y su vibrante cultura merecen ser descubiertos y promocionados de manera estratégica. Esta investigación se convierte en un pilar fundamental para mejorar la competitividad de Zapatoca como destino turístico, de esta manera el



municipio obtendrá beneficios económicos, a la vez que impulsa el desarrollo de la región.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Identificar aspectos para posicionar a Zapatoca, con el fin de mejorar su competitividad como destino turístico del país.

ESPECÍFICOS

- Caracterizar los atractivos y factores turísticos del municipio de Zapatoca desde las OTAS's, incluyendo su patrimonio cultural, natural, gastronómico y eventos especiales.
- Identificar las estrategias de promoción turística utilizadas actualmente por el municipio de Zapatoca, incluyendo campañas publicitarias, presencia en medios digitales, participación en ferias y eventos turísticos, entre otros.
- Analizar la percepción de los turistas y visitantes actuales sobre Zapatoca como destino turístico.

MARCO CONCEPTUAL Y DE REFERENCIA

Este marco conceptual sienta las bases teóricas y conceptuales para comprender los factores que influyen en la elección de Zapatoca como destino turístico. A través de la exploración y análisis de estos elementos, se espera obtener un panorama claro y detallado que contribuya al fortalecimiento del turismo en la región, promoviendo un desarrollo sostenible y mejorando tanto para los turistas como para la comunidad local.

Teniendo en cuenta lo anterior, el concepto de turismo es fundamental para el presente estudio sobre los factores que influyen de Zapatoca, tal como lo explica Cardoso (2006), que trata de un enfoque de crecimiento económico diseñado para elevar el bienestar de la comunidad que lo recibe. Su objetivo es brindar a los visitantes una experiencia excepcional mientras se preserva la integridad del medio ambiente, el cual es esencial tanto para la comunidad local como para los visitantes.

El concepto de turismo es de gran importancia en la presente investigación, dado que indaga en los factores que influyen al elegir Zapatoca como destino turístico, y a su vez permite comprender las preferencias y motivaciones de los turistas, diseñar estrategias de promoción efectivas, tomar decisiones acertadas en la planificación y gestión del turismo, y contribuir al desarrollo sostenible de la región. Esto impulsa el crecimiento y la competitividad como una actividad económica y socialmente beneficiosa.

En ese orden de ideas, es crucial el concepto de turismo natural en el presente proyecto sobre factores que influyen a Zapatoca como destino turista. Según lo expuesto por Martínez (2017), el turismo de naturaleza se centra en los entornos naturales y su diversidad biológica. Esto implica una atención especial a los parques naturales, áreas protegidas, ecoturismo, zonas rurales, agroturismo y la participación de la población local en las áreas donde se desarrolla la actividad turística.

Parques naturales: Son espacios naturales que cuentan con un alto valor ecológico, paisajístico y cultural, y que se regulan para garantizar su conservación y uso sostenible (Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico, 2021).

Áreas protegidas: Son zonas del territorio que se declaran como tales por su importancia para la biodiversidad, los servicios ecosistémicos, el patrimonio cultural o el desarrollo socioeconómico. Las áreas protegidas pueden tener distintas categorías, según su nivel de protección y gestión, como reservas de la biosfera, reservas naturales, monumentos naturales o paisajes protegidos. (UICN, 2020).

Ecoturismo: Es una modalidad de turismo que se basa en el disfrute y la apreciación de la naturaleza, la cultura y las comunidades locales, con un enfoque responsable y educativo. El ecoturismo contribuye a la conservación del

medio ambiente, al bienestar de las poblaciones anfitrionas y al desarrollo sostenible. Algunos principios del ecoturismo son minimizar el impacto negativo sobre el entorno, respetar los derechos humanos y las costumbres locales, generar beneficios económicos y sociales para las comunidades receptoras y fomentar la conciencia ambiental entre los visitantes (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Zonas rurales: Son aquellas áreas del territorio que se caracterizan por tener una baja densidad de población, una actividad económica predominantemente agraria o ganadera, una menor dotación de infraestructuras y servicios públicos y una mayor dependencia del medio natural. Las zonas rurales presentan una gran diversidad de paisajes, recursos naturales, patrimonio cultural y formas de vida. El turismo rural es una opción para dinamizar estas zonas y ofrecer al visitante una experiencia auténtica y diferenciada (Organización Mundial del Turismo, 2016).

Agroturismo: Es una forma de turismo rural que implica la participación del visitante en actividades agrícolas o ganaderas, como la recolección de frutas, la elaboración de quesos o la observación de animales. El agroturismo permite al turista conocer de primera mano el trabajo y la cultura del campo, así como degustar productos locales de calidad. El agroturismo también supone una fuente de ingresos complementaria para los agricultores y ganaderos, y una oportunidad para diversificar y valorizar su actividad (Organización Mundial del Turismo, 2016).

Es de gran relevancia el concepto de "Turismo de naturaleza", en el presente estudio, ya que con esto se fortalece el enfoque y la valoración del turismo en Zapatoca, entre aquellos que buscan experiencias en contacto con la naturaleza. Donde este se define como "aquel que busca minimizar los impactos negativos sobre el medio ambiente y las comunidades locales, al tiempo que contribuye al desarrollo económico y social de los destinos". Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible debe cumplir con tres principios básicos: respetar y conservar el patrimonio natural y cultural, garantizar la calidad de vida de las poblaciones anfitrionas y satisfacer las expectativas de los visitantes (OMT, 2019). Lo anterior nos permite comprender las motivaciones y preferencias de los turistas interesados en este tipo de turismo, desarrollar estrategias de promoción adecuadas, orientar los esfuerzos de conservación y fomentar el turismo sostenible en la región.

De igual forma, es esencial el concepto de turismo cultural en la investigación sobre elegir a Zapatoca como un destino turístico, Ruiz (2007) explica que el turismo cultural es una opción que ha surgido como contraparte a la visión superficial del viaje, que se centra únicamente en el consumo. Es una expresión de la era en la que vivimos, una manera de conectar a las comunidades y ser genuinos en medio de la popularidad generalizada. Además de incluir el viaje dirigido hacia expresiones artísticas, museos y lugares históricos, el turismo cultural también engloba el turismo de naturaleza, donde se pueden admirar los

paisajes que han sido moldeados a lo largo de siglos gracias a la intervención del ser humano.

El concepto de "Turismo cultural", tal como lo explican en Petroman et al., (2015), es lo "opuesto al turismo urbano ya que su finalidad principal es dar a conocer el medio rural. La cultura, las actividades agrícolas en las zonas rurales, los valores auténticos locales, etc. Así la gente podrá valorar más la cultura identidad". Además, es clave para el presente trabajo sobre los factores que influyen en el municipio de Zapatoca. Al comprender las motivaciones y preferencias de los turistas interesados en el turismo cultural, se pueden diseñar estrategias de promoción efectivas, preservar y fortalecer el patrimonio cultural de la región. Esto contribuye a impulsar el turismo cultural, promover el intercambio cultural y generar beneficios socioeconómicos, tanto para la comunidad local como para los visitantes.

Por otro lado, el término de turismo de salud y bienestar tiene relación directa con la investigación que se desea desarrollar sobre al momento de elegir Zapatoca como destino turístico, tal como lo definen en Barriga et al., (2011), que el turismo relacionado con la salud y el bienestar es un ámbito que no se ha explorado lo suficiente, ya que a menudo se pasa por alto la importancia de estas dos palabras. En términos generales, se trata de personas que viajan en busca de climas y entornos que son beneficiosos para su salud, al tiempo que disfrutan del destino visitado. Este tipo de turismo está dirigido a grupos interesados en encontrar actividades divertidas, educativas y recreativas que también promueven su bienestar y cuidado personal.

Es de crucial importancia el concepto de "Turismo de salud y bienestar" en la presente investigación de los factores que influyen al elegir Zapatoca como destino turístico. Al comprender las motivaciones y preferencias de los turistas interesados en este tipo de turismo, se pueden mejorar la infraestructura y los servicios relacionados con la salud y el bienestar, y posicionar a Zapatoca como un destino atractivo para aquellos que buscan experiencias que promuevan la salud, el equilibrio y el bienestar personal.

Además, el turismo de regiones, según que Abdukhamidov (2019) "El turismo es una industria importante en la mayoría de los países del mundo. Actúa como un importante catalizador para el desarrollo próspero de la comunidad local". Es por ello que se considera un concepto clave para el estudio sobre los factores que influyen al destino turístico de Zapatoca. Según Pérez (2014), el término "turismo de regiones" se utiliza para fotografía a una zona geográfica que, que, debido a sus características particulares, resulta atractivo para los turistas. Esta región puede destacarse por su belleza natural, su historia o su riqueza cultural, entre otras posibilidades.

La riqueza cultural es un concepto complejo que se refiere al conjunto de bienes tangibles e intangibles que constituyen la identidad de un pueblo. Estos bienes pueden incluir monumentos históricos, obras de arte, tradiciones, costumbres, idiomas, gastronomía, música, danza, etc. La riqueza cultural es un recurso

valioso que puede contribuir al desarrollo económico, social y espiritual de un país (OMT, 2013).

La investigación de los factores que influyen al elegir Zapatoca como destino turístico es de vital importancia en el concepto de "Turismo de regiones". Ya que se pueden desarrollar estrategias de promociones efectivas, preservar la identidad regional, destacar los atributos culturales y naturales únicos de Zapatoca, y generar un mayor reconocimiento del destino como auténtico y singular. Esto impulsa el desarrollo económico y social de la región, fortalece el orgullo local y promueve la participación comunitaria en el desarrollo turístico.

Además, el concepto de destino turístico es vital en el presente proyecto de Zapatoca, Barrado (2004) sostiene que un destino turístico se refiere a un lugar físico donde un turista pasa al menos una noche. Este destino engloba una variedad de productos turísticos, como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos que pueden ser disfrutados en una visita de ida y vuelta en el mismo día. Según lo explican Lai & Xiang (2015) Aunque la imagen del destino turístico (TDI) se ha estudiado ampliamente, la naturaleza y el alcance de la TDI siguen siendo vagos. Este estudio pretende abordar este problema conceptual desde una perspectiva modernista.

En otras palabras, los recursos turísticos son los elementos naturales, históricos, culturales, sociales y económicos que tienen el potencial de atraer visitantes. Los recursos turísticos pueden ser tangibles (por ejemplo, monumentos, museos, playas, etc.) o intangibles (por ejemplo, la cultura, la gastronomía, el clima, etc.). Los servicios de apoyo son los servicios que facilitan el disfrute de los recursos turísticos, pueden incluir: transporte, alojamiento, alimentación, información turística, actividades recreativas, otros servicios (por ejemplo, asistencia médica, seguridad, etc.).

Las atracciones turísticas son los elementos que atraen a los visitantes a un destino turístico. Las atracciones turísticas pueden ser naturales (por ejemplo, montañas, ríos, playas, etc.) o artificiales (por ejemplo, parques temáticos, museos, monumentos, etc.).

Los servicios de apoyo, las atracciones y los recursos turísticos son los elementos esenciales para el desarrollo del turismo. Un destino turístico que cuenta con una buena combinación de estos elementos será más atractivo para los visitantes y tendrá más éxito en el sector turístico.

Es de gran importancia en el concepto de "destino turístico" el trabajo sobre los factores que influyen a Zapatoca. Esto fortalece su imagen de crecimiento y competitividad como destino, impulsando su sostenibilidad y apareciendo beneficios económicos y sociales para la región. Además, la investigación contribuye a posicionar a Zapatoca como un destino turístico atractivo y exitoso, según Pike y Stephen J (2014) "El marketing de destinos es crucial para el crecimiento sostenible de los destinos turísticos en un mercado globalizado y

competitivo. La investigación en esta área es una parte esencial del turismo en constante evolución”.

Finalmente, la marca destino es un concepto que hay que tener presente en esta investigación sobre los factores que influyen a elegir a Zapatoca como destino turístico, según Almeyda-Ibáñez & George (2017), la marca de un destino turístico no se limita solo al campo del marketing, sino que abarca múltiples disciplinas debido a su importancia en la gestión del destino. Por lo tanto, es fundamental abordar este tema para resaltar la necesidad de comprender la imagen del destino y, posteriormente, desarrollar su marca.

Para profundizar lo expuesto es relevante tomar en consideración a Chaves (2019), quien considera que la marca territorio es una poderosa herramienta de desarrollo y promoción que busca resaltar las particularidades y el valor de un lugar, con el fin de atraer turismo, inversiones y generar un sentido de pertenencia entre sus habitantes. Para ello, la marca territorio debe ser auténtica, coherente y respaldada por una gestión estratégica y comprometida de todos los actores involucrados en el territorio.

En su enfoque, Chaves destaca que la marca territorio va más allá de un simple logo o eslogan promocional; es una construcción integral que involucra, tanto los elementos tangibles como los intangibles del territorio. Se basa en la idea de que cada lugar tiene su propia personalidad, historia, cultura, recursos naturales y potencialidades únicas, y la marca territorio busca destacar y resaltar estos atributos para atraer a turistas, inversionistas y residentes.

Además, señala que la marca territorio debe ser coherente, auténtica y sostenible en el tiempo. No se trata de inventar una imagen artificial para atraer visitantes temporales, sino de construir una identidad que refleje la esencia y la realidad del lugar. Es fundamental que todos los actores involucrados en el territorio, como gobiernos, empresas, instituciones y la comunidad local, estén alineados y comprometidos con los valores y atributos que se quieren comunicar.

La gestión de la marca territorio implica un trabajo estratégico de largo plazo que incluye acciones de promoción turística, desarrollo de infraestructuras, cuidado del medio ambiente, promoción cultural y fomento de la participación ciudadana. Chaves (2019) destaca que el éxito de una marca territorio depende de la capacidad de generar experiencias positivas y memorables para quienes lo visitan o interactúan con él.

Desde lo expuesto anteriormente, la Marca territorio o destino es fundamental en la investigación de los factores que influyen al elegir Zapatoca como destino turístico, ya que proporciona información esencial sobre las preferencias y percepciones de los turistas, permitiendo desarrollar estrategias de construcción de marca efectivas para resaltar los atributos distintivos de Zapatoca. Esto impulsa la diferenciación en el mercado turístico, atrae un objetivo público específico y promueve el crecimiento económico y social de la región. Por lo

tanto, la investigación contribuye a posicionar a Zapatoca como un destino turístico reconocible, memorable y único en su categoría

La elección de Zapatoca como destino turístico se ve influenciada por diversos factores, entre ellos la comprensión de los antecedentes o referencias a nivel internacional, nacional y local. Estos antecedentes proporcionan una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y la implementación de acciones eficientes. Al analizar los antecedentes internacionales se pueden identificar tendencias y oportunidades en los mercados globales, teniendo en cuenta proyectos similares, mientras que los antecedentes nacionales revelan el contexto económico, competitivo y las políticas del país y, cómo, a por medio de ello algunos lugares turísticos han tenido éxito en su posicionamiento (Oviedo, 2022). Por su parte, los antecedentes locales permiten entender las particularidades de Zapatoca y si se han implementado proyectos relacionados con el presente estudio.

Partiendo de lo anterior, es pertinente mencionar el trabajo llevado a cabo en Ecuador por Milton Iván Suárez García en el año 2017, titulado “Análisis de los factores que influyen en el posicionamiento del cantón Playas como destino turístico del Ecuador” y el objetivo principal del estudio fue identificar y analizar los factores que influyen en la elección de Playas como destino turístico. Se utilizaron encuestas a turistas y técnicas estadísticas para obtener resultados significativos. Se encontró que la calidad de las playas, la seguridad, la infraestructura turística, las actividades recreativas y la promoción son factores relevantes para el posicionamiento. La satisfacción de los turistas se identificó como un factor clave para la recomendación y la intención de regresar. Estos hallazgos ofrecen información valiosa para el desarrollo de estrategias de promoción y mejora del turismo en Playas y otros destinos similares (Suárez, 2017).

El antecedente mencionado es relevante para el presente estudio. Ya que, comparte objetivo de identificar los factores que influyen en la elección de un destino turístico específico. Además, las conclusiones y lecciones aprendidas del estudio de Playas pueden servir como referencias y guías para el desarrollo de estrategias de promoción, mejora y desarrollo turístico en Zapatoca. En conjunto, estos antecedentes permiten enriquecer y contextualizar el análisis de los factores que influyen en la elección de Zapatoca como destino turístico.

Además, el uso de encuestas a turistas y estadísticas técnicas para obtener resultados significativos es una metodología que puede ser aplicada en el contexto de Zapatoca. Los hallazgos obtenidos, como la importancia de la calidad de las playas, la seguridad, la infraestructura turística y las partes recreativas, pueden ser consideradas como variables relevantes a ser investigadas en el plan de posicionamiento de Zapatoca. La metodología empleada por Suárez García ofrece un marco de referencia sólido para el desarrollo de estrategias de promoción y mejora del turismo en Zapatoca, ya que a partir del método inductivo se pudo hacer un análisis de los factores que

influyen en el posicionamiento del cantón Playas como destino turístico del Ecuador al igual que se pretende hacer con la presente investigación.

En segundo lugar, es relevante mencionar el estudio llevado a cabo en Sao Paulo, Brasil, titulado “El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día” realizado por Wiliam Ramalho y otros autores en el año 2019. El estudio investigó el uso de las redes sociales para posicionar el destino turístico de Guararema. Mediante encuestas a visitantes y análisis de datos de redes sociales, se encontró que las plataformas digitales desempeñan un papel importante en la elección de Guararema como destino turístico, influyendo positivamente en la percepción del lugar y generando interés en visitarlo. El estudio destacó la importancia de una promoción estratégica en redes sociales por parte de los actores turísticos locales para el posicionamiento exitoso de tal ubicación. Estos hallazgos pueden ser utilizados para desarrollar estrategias de marketing digital y gestión turística en Guararema y en otros destinos similares (Ramalho et al., 2019).

Tal antecedente es altamente relevante y directamente relacionado con el trabajo sobre los factores que influyen en la elección de Zapatoca como destino turístico. Ambas investigaciones se centran en la promoción y el posicionamiento de destinos turísticos, utilizando herramientas digitales y redes sociales. El estudio de Guararema ofrece información valiosa sobre cómo las redes sociales pueden influir en la elección de un destino turístico, así como la importancia de la promoción estratégica y el uso efectivo de las redes sociales por parte de los actores locales. Estos conocimientos pueden aplicarse en Zapatoca para desarrollar estrategias digitales efectivas que mejoren su visibilidad y atractivo como destino turístico.

En cuanto al desarrollo de la metodología del presente estudio, el antecedente mencionado previamente podría aportar al diseño metodológico del proyecto en cuestión. La investigación, que aplicó encuestas a visitantes y análisis de datos de redes sociales, reveló que las plataformas digitales desempeñan un papel relevante en la elección de Guararema como destino turístico. Estos resultados pueden ser aplicados en el desarrollo de estrategias de marketing digital y gestión turística, tanto en Guararema como en Zapatoca.

Finalmente, se realizó un trabajo en Ecuador sobre las “estrategias de marketing turístico de los recursos naturales de la parroquia Febres Cordero” en el año 2021 y llevado a cabo por Darlin Josue Castillo Sovenis, En este se analizó la importancia de la promoción turística para generar atracción en los turistas y se buscó establecer estrategias de marketing turístico para promover los recursos naturales de la parroquia Febres Cordero. Se identificó que el turismo en la zona era poco desarrollado debido a la falta de promoción por parte de las autoridades competentes. Mediante la investigación bibliográfica, descriptiva y encuestas a los habitantes, se obtuvo información relevante sobre la zona y se determinó que las estrategias de promoción en redes sociales generaban mayor atracción entre los residentes del área (Castillo, 2021).

El antecedente mencionado anteriormente sobre la promoción turística de la parroquia Febres Cordero y la importancia de establecer estrategias de marketing turístico para promover sus recursos naturales es relevante para el trabajo sobre los factores que influyen al momento de elegir Zapatoca como destino turístico. Ambos estudios comparten un enfoque común en la promoción y desarrollo turístico de destinos, reconociendo la importancia de estrategias efectivas de marketing para atraer a los visitantes. Las lecciones aprendidas en el antecedente, como la necesidad de promoción activa, diversificada y el uso de herramientas digitales pueden ser aplicadas en Zapatoca para mejorar su visibilidad y atractivo como destino turístico. Además, la experiencia de la parroquia Febres Cordero puede ofrecer ideas y recomendaciones prácticas que podrían adaptarse y aplicarse en Zapatoca para impulsar su desarrollo turístico y optimizar sus recursos naturales como atractivos clave.

Así como es importante mencionar antecedentes o referencias de trabajos que se llevaron a cabo en otros países diferentes a Colombia, es esencial tener en cuenta aquellos desarrollados en el país. Es por eso relevante mencionar el trabajo que realizaron Daniel Corzo y Carlos Guatibonza en el año 2021, titulado “Marketing de destinos turísticos: un análisis de las tendencias mundiales post-Covid-19 en el departamento de Santander, Colombia”. En un estudio exploratorio y descriptivo, se examinaron las tendencias del marketing de destinos turísticos en los últimos años y se pronosticaron las tendencias posteriores a la pandemia del Covid-19. Se realizó una revisión teórica de los términos de marketing turístico y marketing de destinos turísticos. Se analizaron las tendencias turísticas a nivel mundial en Colombia y en el departamento de Santander. A nivel global, el marketing de destinos turísticos se centró en aprovechar la geografía, los recursos naturales, la gastronomía, la historia y la cultura local. Debido a la disminución en la llegada de turistas extranjeros en los próximos años, se fomentó el turismo interno en todos los países con flujo turístico. En el caso de Santander se evaluaron las tendencias post-Covid-19 y se recomendó a los gestores turísticos enfocarse en otros productos turísticos en crecimiento, como el turismo de naturaleza, bienestar, histórico-cultural y gastronómico, debido a las limitaciones en las concentraciones de personas (Corzo & Guatibonza, 2021).

Por otro lado, también se identificó el trabajo desarrollado por Fabián Sandoval, Karen Elinán y Johan González en el año 2022 y titulado “Plan Estratégico de Marketing Digital para el posicionamiento de la Aplicación móvil Vívelo como herramienta turística en Colombia”. Se demostró la importancia de crear una estrategia de marketing digital para que Vívelo pueda ingresar al mercado de aplicaciones móviles en el sector turístico de Colombia. Esto implicó reconocer la fuerte competencia existente, ya que actualmente hay muchas soluciones tecnológicas similares que satisfacen en parte las necesidades de los clientes. Se utilizó un enfoque cualitativo y se recopiló la información a través de encuestas y *focus groups* para diseñar estrategias adecuadas a los objetivos de la empresa. Se llegó a la conclusión de que los turistas desean una aplicación móvil que facilite sus viajes en Colombia, con ubicación precisa y acceso rápido a lugares de interés. También se identificaron las necesidades de los clientes y

se generó afinidad hacia la aplicación Vívelo, ayudando a la transformación digital en el mercado turístico (Elinán et al., 2022).

Finalmente, es sumamente importante destacar un antecedente a nivel local para aproximar mejor el estudio al contexto donde se desarrolla la investigación, y es por eso por lo que se menciona el proyecto titulado “Comunicación para el turismo en Zapatoca – Santander”, que fue llevado a cabo por Karen Liliana Ojeda Gil en el año 2016 y que tuvo como objetivo analizar la comunicación turística en Zapatoca, un municipio de Santander, Colombia. La metodología utilizada incluyó la revisión bibliográfica, entrevistas a actores clave y observación participante. Los resultados revelaron que la comunicación turística en Zapatoca se centraba en la promoción de eventos culturales y festividades, pero existían limitaciones en cuanto a la articulación de actores, la falta de una estrategia de comunicación integral y la escasa utilización de medios digitales. Como conclusión, se destacó la importancia de mejorar la comunicación turística en Zapatoca a través de la creación de una estrategia integral que incluya la participación de diferentes actores y el aprovechamiento de los medios digitales, para así potenciar el desarrollo turístico del municipio (Ojeda, 2016).

La investigación sobre la comunicación turística en Zapatoca proporciona información relevante sobre cómo se promueve el destino y qué estrategias se utilizan para atraer a los turistas. Estos hallazgos pueden ser fundamentales para comprender los factores que influyen en la elección de Zapatoca como destino turístico. Al analizar la comunicación turística previa, se pueden identificar los elementos clave que inciden en la percepción y preferencia de los turistas, lo que contribuye a una comprensión más completa de los factores que influyen en la elección del destino. Esto puede contribuir al desarrollo de la metodología del "Plan de posicionamiento turístico del municipio de Zapatoca" al resaltar la necesidad de una estrategia integral de comunicación, la articulación de diferentes actores y la utilización efectiva de medios digitales.

La identificación de las bases para establecer una marca sólida y el posicionamiento efectivo de un destino turístico, como en el caso de Zapatoca, requieren de un marco teórico sólido en marketing. Este enfoque teórico permite comprender las dinámicas y los elementos clave que influyen en la construcción de una marca exitosa y en la atracción de turistas hacia un lugar específico. Al desarrollar un marco teórico sólido, se pueden identificar las estrategias adecuadas para resaltar las características distintivas y los atractivos únicos de Zapatoca, generando así una marca que destaque y capte la atención, tanto de los viajeros locales como internacionales. En este contexto se explorarán diversas teorías de marketing que respalden la creación de una identidad de marca auténtica, la generación de valor para los visitantes y la construcción de relaciones duraderas con ellos, todo con el objetivo de posicionar a Zapatoca como un destino turístico memorable y deseado.

Partiendo de lo anterior, la teoría de la Identidad de Marca es fundamental para el presente trabajo, ya que proporciona una base sólida, Martínez (2015) afirma que la noción de la identificación con la marca aún no es ampliamente reconocida

en el ámbito del marketing y la comunicación, a pesar de su importancia en el campo del marketing, no se comprende completamente el proceso mediante el cual se aprovecha la marca para crear mecanismos de comunicación estratégicamente valiosos y establecer una fuerte identificación por parte de los consumidores. Además, sostiene que las empresas deben unir esfuerzos tanto a nivel estratégico como táctico para desarrollar marcas con las cuales los consumidores pueden identificarse fácilmente.

Asimismo, la teoría de la identidad de la marca es crucial en el presente estudio sobre el plan de posicionamiento turístico de Zapatoca. Ya que busca desarrollar una imagen sólida y atractiva del municipio para mejorar su competitividad como destino turístico. Al aplicar esta teoría, se pretende que los visitantes se identifiquen emocionalmente con la marca de Zapatoca, fomentando la lealtad y realizando recomendaciones hacia el lugar, promoviendo así su éxito en el sector turístico.

De igual forma, la teoría del Valor de Marca presenta una base de comprensión en el presente proyecto, esta brinda una información de mayor interés para el estudio que se está realizando, Del Río et al., (2017) definen que el valor de marca se refiere al conocimiento y las asociaciones que los consumidores tienen de una marca. Para evaluar dicho valor es importante considerar características como la fortaleza, conveniencia y exclusividad de las asociaciones, así como su impacto en las percepciones, preferencias y comportamiento de compra de los consumidores. Por otro lado, la Teoría sostiene que los consumidores utilizan las marcas como señales para inferir las características de los productos, especialmente cuando hay información imperfecta y asimétrica en el mercado. La credibilidad de la marca es considerada como el principal determinante del valor de marca, ya que influye en la percepción de calidad del producto y en la reducción de riesgos para el consumidor.

Según Kotler y Keller (2016), el posicionamiento de marca es “el acto de diseñar la oferta y la imagen de la empresa para ocupar un lugar distintivo en la mente del mercado objetivo” (p. 275). Por lo tanto, es importante definir claramente los atributos, beneficios y valores que diferencian la marca de la competencia y que la hacen atractiva para el segmento deseado. Es decir, el posicionamiento de marca es el proceso de crear una imagen distintiva y atractiva de un producto o servicio en la mente del consumidor, diferenciándolo de la competencia (Kotler y Keller, 2016). El posicionamiento de marca ayuda a establecer una ventaja competitiva y a generar lealtad entre los clientes (Aaker, 2016). Un buen posicionamiento de marca debe ser claro, consiente, creíble y competitivo (Trout y Rivkin, 2018).

Por otro lado, la Teoría del Valor de Marca es vital en el plan de posicionamiento turístico de Zapatoca, ya que permite comprender cómo los turistas valoran la marca del municipio como destino turístico, resaltando atributos y elementos que generen diferenciación y atractivo. Así se pueden desarrollar estrategias efectivas para mejorar la competitividad, destacando aspectos únicos y

ofreciendo experiencias de calidad. Esto posicionará a Zapatoca como un destino turístico deseado y valorado por los visitantes.

En ese orden de ideas, la teoría del Posicionamiento se basa en la idea de que una marca debe ocupar una posición única y relevante en la mente de los consumidores, Gálvez et al. (2015) explican que la teoría es especialmente adecuada para estudiar la interacción en entornos virtuales por dos razones: primero, reconoce que toda interacción es discursiva o narrativa; segundo, comprende que la interacción es un fenómeno cambiante, fragmentado y altamente contextual. La teoría del posicionamiento se centra en dos aspectos clave: las personas involucradas en la interacción y las narraciones que construyen en ese proceso. Estos aspectos dan coherencia y significado al posicionamiento, que implica la construcción de narrativas que hacen que la acción de una persona sea comprensible, tanto para ella misma como para los demás.

De esta manera, la Teoría del Posicionamiento es vital en la investigación del plan de posicionamiento turístico de Zapatoca. Ya que al aplicar esta teoría se busca definir una posición única y atractiva para el municipio, diferenciándolo de otros destinos turísticos. Se identifican atributos distintivos y preferencias de los turistas para desarrollar estrategias efectivas. De esta manera se comunican, clara y consistentemente los valores y beneficios, se mejora la competitividad y se atrae a más visitantes, generando un impacto positivo en el sector turístico local.

Por último, la teoría de la Marca como Relación considera que una marca exitosa se construye a través de relaciones sólidas para edificar confianza, lealtad y compromiso, López (2022) define que, dentro del ámbito de la mercadotecnia, la teoría de las relaciones entre consumidores y marcas es ampliamente reconocida. Según esta teoría, los consumidores establecen relaciones con productos y marcas de manera similar a como lo hacen con otras personas.

Por ende, la teoría de la Marca como Relación es crucial en la presente investigación. Ya que se enfoca en construir una relación dinámica y emocional entre la marca y los turistas. Al entender y satisfacer sus necesidades, se fortalece la conexión emocional y se genera lealtad. Esta teoría promueve una experiencia turística memorable, bidireccional y participativa, mejorando así la competitividad y el atractivo de Zapatoca como destino turístico.

Por esta razón, la teoría de la Marca como Activo Intangible plantea que una marca fuerte puede convertirse en un activo estratégico valioso para una empresa, Forero y Duque (2014) definen que esta teoría de las marcas como activos intangibles ayudará a aumentar su valor en el mercado. Las marcas se han convertido en herramientas de gestión cada vez más importantes para organizaciones de todos los tamaños y sectores. La medición del valor de marca puede realizarse desde diferentes perspectivas. Por un lado, la perspectiva financiera evalúa los beneficios económicos, utilizando información interna y de



mercado. Por otro lado, el enfoque de marketing se centra en la perspectiva del cliente, considerando que el valor de la marca reside en la mente del consumidor.

Finalmente, La teoría de la Marca como Activo Intangible es de gran importancia para el presente trabajo sobre el plan de posicionamiento turístico de Zapatoca dado que al aplicar esta teoría reconoce que la marca es un valioso activo intangible que puede influir en su competitividad como destino turístico. Se evalúa la percepción de los turistas, destacando atributos distintivos y comunicando su propuesta de valor. Maximizar el valor de la marca de Zapatoca atraerá más visitantes y generará un impacto económico positivo en el municipio.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

TIPO DE ESTUDIO

El proceso de investigación se basa en un enfoque mixto que combina elementos cualitativos y cuantitativos. Esto implica reconocer que la metodología mixta no se trata solo de combinar resultados cuantitativos y cualitativos, sino que también es una perspectiva con su propia visión del mundo, terminología y técnicas, fundamental en la filosofía pragmática que pone énfasis en las consecuencias de la acción en el mundo real (Hernández et al., 2014).

Desde esta óptica, es importante analizar los factores integrales relacionados con el objeto de estudio, considerando que su realidad no se limita únicamente a las percepciones, sino que también está influenciada por factores ambientales como la economía, las políticas y las oportunidades proporcionadas por los entornos en los que se encuentran. Además, es crucial comprender el impacto que estos elementos tienen en términos de capital y atractivo para otras instancias, tanto a nivel nacional como internacional.

Esto permite lograr una comprensión más profunda del objeto de investigación y, por consiguiente, de los resultados, acercándose así a la complejidad del fenómeno en cuestión (Fidias, 2016). Para lograr esto, se considera la multiplicidad de circunstancias, entidades y personas involucradas en el entorno, así como la contextualización de estas variables en el contexto específico del lugar y objeto de estudio.

En consecuencia, considerando las particularidades del ámbito turístico y la manera en que se llevan a cabo las labores de administración y gestión a nivel municipal en el municipio de Zapatoca, se hace referencia a factores informativos que incluyen datos estadísticos, los cuales surgen a partir de trabajo de campo con los instrumentos y el análisis del software estadístico, es decir, información primaria; de igual forma, solicitar presupuestos específicos para el sector, tanto a nivel general como específico, inventario de lugares propicios para aprovechar oportunidades, elementos culturales, sociales y organizacionales de las comunidades; así como tener claro quiénes son los actores responsables de los procesos, tales como líderes comunitarios e individuos independientes, aspectos que hacen referencia a la información secundaria obtenida de fuentes verídicas del Municipio. Todo esto abarca un espectro de análisis que promueve la objetividad y la crítica desde una metodología descriptiva de los procesos actuales, así como la proyección del sector dentro del contexto rural del municipio de Zapatoca, aprovechando las ventajas disponibles.

Tabla 1. Origen de datos

Dato	Origen	Perfil del participante
Presupuestos específicos para el área turística del municipio	Plan de desarrollo	Información secundaria obtenida de la alcaldía municipal
Inventario de lugares	Plan de desarrollo turístico del municipio de Zapatoca, trabajos académicos, páginas web de turismo	Revisión documental
Elementos culturales, sociales y organizacionales de las comunidades	Plan de desarrollo turístico del municipio de Zapatoca, trabajos académicos, páginas web de turismo, entrevistas del trabajo de campo	Revisión documental, Gestores culturales y pobladores del municipio

Fuente: Elaboración propia

RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación se utilizará una variedad de herramientas para analizar la situación objeto de estudio. Estas incluyen la observación, la toma de notas, entrevistas, análisis de factores generales y específicos del sector, cambios porcentuales y numéricos en términos de competencia, factores positivos y negativos en las relaciones, así como el estudio de propuestas estructuradas desde la perspectiva de la población líder y asociada al turismo. Por lo tanto, se examina detalladamente y de manera coherente el escenario del municipio, presentando un sólido conjunto de información que muestra las posibilidades y características del entorno, al tiempo que se reconocen las limitaciones inherentes al proceso de alcanzar un resultado práctico y realizable.

CRITERIOS DE MUESTREO

Población: La población se refiere al conjunto total de elementos a estudiar en la investigación, en este caso, estará compuesta por todas las personas, instituciones y recursos turísticos relacionados con el municipio de Zapatoca. Para definir la población de la investigación se consideraron los siguientes aspectos: Turistas nacionales e internacionales que visitaron Zapatoca. Residentes locales. Empresas turísticas, agencias de viajes y operadores turísticos. Instituciones gubernamentales y organizaciones relacionadas con el turismo en el municipio. Recursos turísticos del municipio, como hoteles, restaurantes, museos, parques naturales, entre otros.

Tabla 2. Perfil de los participantes

Turistas Nacionales e Internacionales que visitaron Zapatoca	Estos participantes son personas que llegan a Zapatoca desde diferentes regiones, tanto dentro del país como del extranjero, con el propósito de experimentar sus atracciones turísticas. Para el caso de la investigación fueron personas con mayoría de edad, los cuales mostraron intereses y motivaciones para visitar la zona. Algunos estaban interesados en la cultura local, la historia y la naturaleza; mientras que otros buscaban aventuras al aire libre o simplemente un escape relajante.
Residentes Locales	Los residentes locales fueron las personas que viven en Zapatoca de manera permanente. Su perspectiva fue valiosa para comprender cómo la actividad turística impacta la vida cotidiana, la economía y la comunidad en general. Dichas personas proporcionaron información sobre cómo el turismo ha influido en el empleo, los servicios locales y la infraestructura, así como sus opiniones sobre los aspectos positivos y negativos de esta industria en su lugar de residencia.
Empresas Turísticas, Agencias de Viajes y Operadores Turísticos	Este grupo incluyó a las empresas y profesionales que operan en la industria turística en Zapatoca. Desde pequeñas empresas familiares hasta agencias de viajes más grandes y operadores que organizan tours y actividades. Sus opiniones y datos ofrecieron una visión sobre la demanda de servicios turísticos, las tendencias en la industria y los desafíos que enfrentan en la promoción y entrega de experiencias a los visitantes

Fuente: Elaboración propia

Muestra

La selección de la muestra fue no probabilística por conveniencia, puesto que como mencionan Otzen y Manterola (2017) este “permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluidos. Esto fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador” (p.230).

Por otro lado, Crespo y Salamanca (2017) exponen que el muestreo por conveniencia es frecuentemente empleado debido a que el investigador puede requerir que cada uno de los participantes se presente por sí mismo. Se caracteriza por su facilidad y eficiencia, pese a que no es uno de los favoritos puesto que se basa en extraer la mayor cantidad de información de pocos sujetos o fenómenos bajo investigación.

La elección surgió de los objetivos de investigación, teniendo en cuenta que los turistas a los que se les aplicaba la encuesta conocían el municipio o que al momento de realizar el trabajo de campo estuvieran en él, además de los recursos disponibles. Fue así como el tamaño de la muestra se basa en consideraciones estadísticas, como la utilización de un muestreo por conveniencia, para lo cual se entrevistaron 24 turistas (nacionales e internacionales) que estaban de visita en el municipio de Zapatoca durante el período de realización del trabajo de campo y personas que ya habían visitado el municipio, de igual forma se entrevistó a la OTA más representativa del municipio llamada TURIZAP, así como a líderes comunales, líderes de la alcaldía y gestores culturales del municipio.

FUENTES PRIMARIAS Y SECUNDARIAS

Durante el proceso de diagnóstico, propuesta y evaluación de la investigación se utilizaron diversas herramientas para recopilar información precisa.

Fuentes primarias

Ofrecen información original obtenida directamente de los sujetos involucrados en el proceso. Estas fuentes se adquieren antes de que sean interpretadas o evaluadas por otras personas, lo que permite generar planteamientos basados en la realidad del contexto, sin influencias de sesgos organizacionales. Estas fuentes exponen los hechos concretos y, a partir de ellos, generan posibilidades con un alto grado de factibilidad positiva, como lo es utilizar datos históricos sobre la gestión del sector turístico, los lugares de interés y planes de desarrollo.

En este apartado se recurre a métodos como encuestas y entrevistas semiestructuradas. Las entrevistas se llevan a cabo con el personal administrativo encargado de la gestión turística en el municipio, así como con individuos que están actualmente involucrados en actividades turísticas, tales como líderes comunitarios e independientes. Se toman en consideración tanto aquellos que

operan en el área urbana como aquellos que están involucrados en el sector rural del municipio, este último es el foco principal de interés de la investigación.

De igual forma, se tomará la información recogida de forma voluntaria a los turistas y población residente en el municipio para conocer la percepción frente al posicionamiento del municipio de Zapatoca como destino turístico.

Fuentes secundarias

Para enriquecer el conocimiento, se reforzaron las conexiones con diversas fuentes, cuentos como libros, monografías, revistas académicas, documentos oficiales o informes técnicos de instituciones públicas o privadas, tesis, presentaciones en conferencias o seminarios, testimonios de expertos, artículos periodísticos, videos documentales y foros de discusión (Méndez, 2020). Frente a estas fuentes secundarias se puede mencionar que fue clave la revisión del Plan de Desarrollo Turístico del Municipio, así como la página web del municipio y trabajos académicos, dentro de los que se encuentran: “Reconocimiento de los productos locales de Zapatoca - Santander para el fortalecimiento del turismo a través de un lienzo gastronómico”, “Rutas turísticas especializadas en ciclo montañismo para el municipio de Zapatoca y el territorio que compone el Cañón del Chicamocha (Santander-Colombia)”, “Comunicación para el turismo en Zapatoca – Santander” entre otros. No menos importante las noticias y artículos de la página del Mincomercio, Fontur y los periódicos locales como *Vanguardia Liberal*.

Este conjunto de fuentes facilita el enfoque de análisis, tanto del entorno general como del específico, identificando los factores que reducen el proceso de evaluación de las oportunidades y limitaciones existentes. El objetivo es llegar a conclusiones que permitan fortalecer conjuntos de estrategias dirigidas al sector de estudio y a las personas involucradas. Este enfoque se convierte en el mecanismo para una planificación estratégica imparcial que explora claramente el potencial de desarrollo económico y social, y que representa un paso significativo para la comunidad rural.

INSTRUMENTOS Y TÉCNICAS DE INFORMACIÓN

Para recopilar datos se utilizaron las siguientes técnicas y herramientas, ver Anexos A, B Y C.:

- a) Encuestas: Se elaboró y aplicó un cuestionario estructurado que se aplica a los visitantes del municipio de Zapatoca para obtener información sobre su experiencia, preferencias y sugerencias de mejora.
- b) Entrevistas en profundidad: Se llevan a cabo entrevistas individuales con expertos locales en turismo, representantes del gobierno local y otros actores relevantes para obtener información detallada sobre los recursos turísticos, los desafíos actuales y las posibles estrategias de posicionamiento.

c) Grupos focales: Se organizan grupos focales con residentes locales y partes interesadas clave para obtener sus percepciones sobre el turismo en Zapatoca y recopilar ideas para el plan de posicionamiento turístico.

DISEÑO DEL ANÁLISIS

Los datos recopilados se analizan utilizando técnicas cualitativas y cuantitativas. Los datos cuantitativos se someten a análisis estadísticos descriptivos con la utilización del software estadístico SPSS, el cual facilitó la elaboración de tablas y graficas bajo las cuales se pudo elaborar el análisis de cada una de las preguntas de forma cualitativa para dar respuesta a cada uno de los resultados, y además se utilizó para identificar patrones y tendencias. Los datos cualitativos se analizan mediante análisis de contenido buscando temas y categorías emergentes. El análisis de datos se lleva a cabo de manera sistemática y rigurosa para respaldar los hallazgos y las recomendaciones de la investigación.

ASPECTOS ÉTICOS

En esta investigación se dará prioridad a los principios éticos y se garantizará la integridad y la confiabilidad en todas las etapas del proceso. Se establecerá un marco ético sólido para garantizar que todas las actividades se realicen de acuerdo con los estándares más altos de responsabilidad profesional y respeto por los derechos de los participantes y las partes interesadas involucradas. A continuación, se describen los aspectos éticos que se considerarán durante la realización de la investigación:

Consentimiento informado: Antes de participar en la investigación, se prestará a los participantes información completa y comprensible sobre los objetivos de la investigación, los procedimientos a seguir, los posibles beneficios y riesgos, y la confidencialidad de la información. Los participantes serán libres de decidir si desean participar y podrán retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas.

Privacidad y confidencialidad: Se garantizará la protección de la privacidad y la confidencialidad de los participantes y de la información recopilada durante la investigación. Todos los datos y testimonios obtenidos se utilizarán exclusivamente para fines académicos y no se divulgarán a terceros sin el consentimiento expreso de los participantes. Se tomarán las medidas necesarias para asegurar la seguridad de los datos, como el almacenamiento seguro y la eliminación adecuada de la información una vez finalizada la investigación.

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

ZAPATOCA Y SU HISTORIA

Zapatoca es un encantador municipio colombiano ubicado en el corazón del departamento de Santander, en la región nororiental del país. Su historia es rica y diversa, con raíces que se remontan a la época precolombina. Originalmente, estas tierras estaban habitadas por comunidades indígenas de la etnia guane, entre las que se destacaban los Chanchón y los Coramborá. Estas culturas dejaron un legado arqueológico significativo en la región, con petroglifos y vestigios de sus antiguos asentamientos que aún se pueden encontrar en los alrededores.

La historia colonial de Zapatoca comenzó con la llegada de los conquistadores españoles en el siglo XVI. El municipio fue fundado oficialmente el 6 de julio de 1602 por Don Juan de Lebrija, un encomendero de la época. El nombre de Zapatoca es un homenaje al Capitán Francisco Zapatoca, un personaje histórico que participó en la fundación de la localidad y que se convirtió en una figura relevante en la región.

Durante la época colonial, Zapatoca se convirtió en un importante punto de paso en la ruta que conectaba a Bogotá con la ciudad de Bucaramanga y otras poblaciones cercanas. Esta ubicación estratégica favoreció el desarrollo económico del municipio, que se basó en la agricultura, la ganadería y el comercio. La arquitectura colonial de la época aún se puede apreciar en las calles empedradas y las casas de estilo colonial que caracterizan al centro histórico de Zapatoca.

Sin embargo, la historia de Zapatoca también estuvo marcada por momentos de conflicto durante las luchas por la independencia de Colombia en el siglo XIX. La región fue escenario de enfrentamientos y batallas que dejaron huellas en su historia.

En el siglo XX, Zapatoca experimentó un proceso de modernización y desarrollo que incluyó la construcción de carreteras y otras infraestructuras. A pesar de estos cambios, el municipio ha logrado preservar gran parte de su patrimonio histórico y cultural, lo que lo convierte en un atractivo destino turístico. Los visitantes pueden disfrutar de la belleza natural de la zona, su agradable clima y la hospitalidad de su gente.

En la actualidad, Zapatoca es un lugar donde el pasado y el presente se entrelazan de manera armoniosa. Su casco urbano, con sus calles empedradas y casas coloniales, es un recordatorio de su herencia colonial, mientras que su ambiente tranquilo y su entorno natural ofrecen una experiencia relajante para los visitantes.

OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO

La oferta turística del municipio de Zapatoca es variada y atractiva, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de disfrutar de una experiencia enriquecedora en un entorno natural y cultural. A continuación, se describen algunas de las principales atracciones y actividades turísticas que ofrece Zapatoca:

Turismo Histórico y Arquitectónico: El casco histórico de Zapatoca es uno de los mayores atractivos del municipio. Sus calles empedradas, casas coloniales bien conservadas y la iglesia parroquial de San Juan Bautista, construida en el siglo XVII, invitan a los visitantes a dar un paseo tranquilo mientras exploran la historia y la arquitectura de la región.

Senderismo y Ecoturismo: Zapatoca está rodeada de una exuberante belleza natural. Los visitantes pueden disfrutar de diversas rutas de senderismo que los llevan a través de bosques, cascadas y paisajes montañosos. Uno de los lugares más destacados es el Parque Natural La Cueva del Nitro, donde se encuentra la Cueva del Nitro, una caverna impresionante que puede explorarse con guías locales.

Balnearios y Aguas Termales: En la zona cercana a Zapatoca, se pueden encontrar balnearios y aguas termales ideales para relajarse. Estos lugares ofrecen piscinas de aguas cristalinas y temperaturas agradables, como las piscinas termales de San Vicente y el Balneario Pozo Azul.

Gastronomía Local: Los visitantes pueden degustar la rica gastronomía de la región, que incluye platos tradicionales como la pepitoria (a base de gallina), la arepa de maíz pelado y los productos derivados de la caña de azúcar, como el aguapanela. Los restaurantes locales ofrecen una variedad de opciones para explorar la cocina santandereana.

Fiestas y Eventos Tradicionales: Zapatoca celebra diversas festividades a lo largo del año. La Semana Santa es especialmente relevante, con procesiones y actividades religiosas. También se llevan a cabo eventos culturales, ferias y fiestas populares que reflejan la identidad y la tradición local.

Artesanía: En Zapatoca, se pueden adquirir artesanías locales como tejidos, cerámica y productos de cuero, que son elaborados por artesanos talentosos de la región. Estos objetos son una excelente manera de llevarse un recuerdo auténtico de la zona.

Alojamiento: El municipio ofrece una variedad de opciones de alojamiento, que incluyen hoteles, hostales y cabañas. Muchos de estos establecimientos están diseñados para brindar a los visitantes una experiencia acogedora y cómoda.

La oferta turística de Zapatoca combina historia, naturaleza y cultura, lo que la convierte en un destino versátil para aquellos que buscan una experiencia enriquecedora en el corazón de Colombia. Ya sea explorando su patrimonio

histórico, disfrutando de la belleza natural o saboreando su gastronomía local, Zapatoca tiene mucho que ofrecer a los visitantes.

CARACTERIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y FACTORES TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE ZAPATOCA DESDE LAS OTAS'S: PATRIMONIO CULTURAL, NATURAL, GASTRONÓMICO Y EVENTOS ESPECIALES

A unos 60 kilómetros de la ciudad de Bucaramanga se encuentra el municipio de Zapatoca, en medio de las imponentes montañas de la Cordillera Oriental del departamento de Santander, a una altitud promedio de 1.810 metros sobre el nivel del mar. Este lugar forma parte de la provincia de Mares y limita al norte con los municipios de Betulia y Girón, al oeste con el municipio de San Vicente de Chucurí, al sur con los municipios de Barichara y Galán, y al este con los municipios de Villanueva y Los Santos.

Figura 1. Cartografía urbana Zapatoca



Fuente: Tomado de Cartografía del municipio, Alcaldía Municipal de Zapatoca (2023).

En Zapatoca, el empresario alemán Geo Von Lengerke, apodado "el káiser", estableció su residencia a mediados del siglo XIX. Él lideró a un grupo de cien alemanes que se establecieron en la región de Santander, la mayoría de ellos en Zapatoca. Estos colonos trajeron consigo innovaciones técnicas que tuvieron un impacto significativo en el desarrollo agrícola y comercial de la zona. Zapatoca es un encantador pueblo al que siempre se desea regresar. Si hay algo que se

puede considerar típicamente santandereano, además de la arepa, el petróleo, el cabrito, la piña y la piedra de Barichara, es Zapatoca. Los zapatocas parecen formar una gran familia. Ya sea en la mitad de la cuadra, en el parque o en la cafetería del pueblo, siempre encontrarás una sonrisa o un saludo amigable de uno de los habitantes locales. Por esta razón, los zapatocas que viven fuera del pueblo, ya sea en Barranquilla, Santa Marta u otras localidades cercanas, así como en Bogotá, Bucaramanga y Barrancabermeja, se encargan de promover su tierra natal. El clima agradable junto con la armoniosa infraestructura de calles y casas conquistan a los visitantes (Galvis, 2019).

Figura 2. Tumba de Geo Von Lengerke



Fuente: Fotografía tomada por Durán (s.f.).

El municipio de Zapatoca, también conocido como el municipio del clima de seda o el municipio levítico, está ubicado en el centro del departamento de Santander, al suroeste de la capital departamental. En cuanto al sector económico, se destacan en el municipio de Zapatoca la explotación de minas de yeso, fábricas de cigarros, café y chocolate, así como la producción de vino (Alcaldía de Zapatoca, 2022).

OFERTA TURÍSTICA DEL MUNICIPIO

Atractivos Turísticos

Zapatoca es un municipio que cuenta con características ambientales y socioculturales ideales, lo que lo convierte en un destino turístico atractivo. Presenta una amplia gama de oportunidades turísticas que ofrecen excelentes

condiciones para el descanso, así como opciones para aquellos interesados en tratamientos de salud y actividades relacionadas con el turismo de aventura.

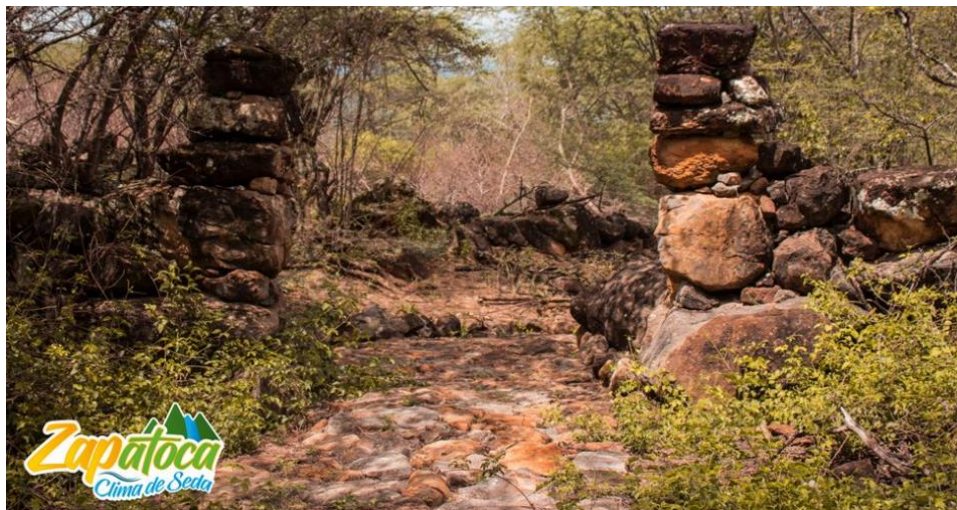
A continuación, se presenta una lista de los principales puntos de interés turístico en el municipio de Zapatoca, tal como se encuentran definidos en el plan de desarrollo turístico municipal de la alcaldía durante el periodo 2020-2023 (Alcaldía de Zapatoca, 2022).

Turismo Cultural

Ojeda (2016) da a conocer lugares emblemáticos que a continuación se relacionan Monumento al Renault 5: “Los viajeros a Zapatoca observan con curiosidad un carro modelo Renault 5 amarillo que encima de una inaccesible roca ostenta esta frase: Dios da tiempo para todo”.

Las piedras del diablo. En los primeros tiempos de la localidad de Zapatoca, se construyeron vías empedradas con el propósito de establecer comunicación con otros municipios. Actualmente, todavía es posible encontrar restos de algunas de estas antiguas rutas.

Figura 3. Las piedras del diablo



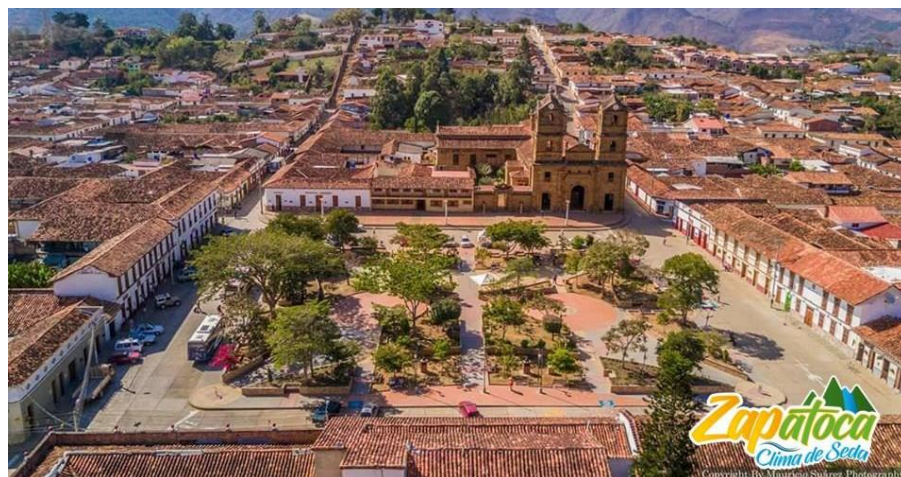
Fuente: Tomado de Zapatoca Turística, Alcaldía Municipal de Zapatoca (2023).

Capilla Santa Bárbara. La capilla es de diseño colonial y consta de una única nave construida íntegramente en piedra tallada. Posee una modesta torre que culmina en una aguja utilizada como campanario y cuenta con un jardín adyacente. En su interior, se encuentra un arco toral y dos pequeñas capillas que forman un crucero. El altar, finalizado el 15 de mayo de 1830, fue habilidosamente tallado y ornamentado con láminas de oro sobre un fondo blanco

Casa de ejercicios. El padre Pablo Elías Acevedo Serrano fue beneficiado con la donación de dos casas adyacentes a la capilla de Santa Bárbara. Estas propiedades se fusionaron para formar lo que ahora se conoce como "La casa de ejercicios". A lo largo del tiempo, los sucesivos párrocos han llevado a cabo ampliaciones y mejoras constantes en armonía con la arquitectura original. Actualmente, después de 34 años, la casa funciona como un lugar de hospedaje que brinda comodidad tanto a turistas como a residentes del municipio y sus alrededores.

Parque Geo Von Lenguerke. El parque central, conocido anteriormente como Policarpa Salabarrieta, experimentó una remodelación en el año 2007, adoptando un estilo arquitectónico que no se ajustaba a los parámetros coloniales del entorno circundante. Actualmente, el parque lleva el nombre de Geo Von Lenguerke, en reconocimiento a este visionario alemán que residió en esta región.

Figura 4. Parque Geo Von Lenguerke



Fuente: Tomado de Zapatoaca Turística, Alcaldía Municipal de Zapatoaca (2023).

A lo que se agrega lo relacionado por Duran et al, (2020) Barrio San Vicentico. La "Sociedad de San Vicente de Paúl" fue establecida el 20 de agosto de 1903. En 1909, al observar la difícil situación de numerosas familias necesitadas, la Sociedad tomó la decisión de construir viviendas modestas pero confortables para albergar a dichas familias. Actualmente, hay un total de 44 casas, acompañadas de una capilla dedicada a Nuestra Señora del Perpetuo Socorro, una guardería, un salón de reuniones para actividades comunitarias y un bosque de pinos.

Camposanto. El cementerio, que se abrió al público el 1 de enero de 1820, dejó de funcionar como tal el 11 de octubre de 1924, fecha en la cual se suspendieron los desfiles fúnebres por la calle conocida como Cementerio Camposanto. Ubicado en el barrio La Loma, dentro del pueblo, este cementerio es un lugar que merece ser visitado. Además de albergar la tumba representativa del señor

Geo Von Lengerke, también se encuentran enterrados aquí algunos mártires de nuestra independencia.

Parque Fundador. El propósito de este parque es proporcionar un lugar de encuentro para la comunidad durante la Semana Santa u otras ocasiones religiosas en las que el número de asistentes supere la capacidad de la Capilla de Santa Bárbara. Fue construido estratégicamente frente a la capilla con el objetivo de ofrecer un espacio de reunión adecuado.

Parroquia de San Joaquín. El Dr. Francisco Becerra concibió la idea de erigir un templo adicional el 1 de octubre de 1887, ya que el existente desde 1874 resultaba insuficiente para acomodar a todos los feligreses. El 16 de enero de 1888, se dio comienzo a la construcción de esta magnífica iglesia parroquial.

Figura 5. Parroquia San Joaquín



Fuente: Tomado de Zapatoca Turística, Alcaldía Municipal de Zapatoca (2023).

Mirador de La Loma. El observatorio se sitúa en el Barrio Santa Bárbara, en el corazón de la ciudad. Desde este punto, es posible disfrutar de una amplia vista panorámica que abarca casi todo el pueblo en su totalidad. Al mirar en la dirección opuesta, se puede apreciar el impresionante cañón de la Quebrada Zapatoca.

Museo Cosmos. Según el artista Rodrigo Espíndola Chaparro, el Museo Cosmos surgió de manera fortuita. Su pasión por la creatividad se desarrolló hace tres décadas, a medida que vivía diversas experiencias que nutrían su imaginación. En la actualidad, el museo alberga aproximadamente 25 instalaciones y obras conceptuales que invitan al espectador a reflexionar sobre diferentes aspectos de su vida o a cuestionar nuestra relación con el planeta.

Turismo de negocios

Hacienda Gachaneque “Vinos San Alejo”. La hacienda Gachaneque está situada a una corta distancia del hospital de Zapatoca, en ese lugar se lleva a cabo el cultivo de la vid y se elaboran los vinos conocidos como Don Alejo (Alcaldía Municipal, 2022).

Sindamanoy “Mente-Cuerpo SPA”. El Sindamanoy Inn es un establecimiento ampliamente conocido y especializado en ofrecer servicios de relajación, así como tratamiento de enfermedades y problemas psicológicos. Sus instalaciones se caracterizan por su entorno natural y cuentan con un equipo de profesionales altamente cualificados. Este maravilloso lugar rebosa paz y serenidad, y ofrece una amplia gama de terapias inspiradas en la cultura oriental para fomentar la relajación, revitalizar el cuerpo y recargar energías (Plan de desarrollo turístico de Zapatoca Santander, 2020).

Turismo Rural

También proporcionados por Ojeda (2016) se consideran el mirador de los guanes. Si se asciende 5 kilómetros desde el centro del municipio se llega al **Mirador de los Guanes**, situado en la vereda San Pablo. Se encuentra a una altitud aproximada de 2.000 metros sobre el nivel del mar y goza de un clima agradable.

Balneario “Pozo del Ahogado”. Para acceder al balneario, se dispone de dos opciones: tomar la carretera o transitar por el antiguo camino real. Se ubica a una distancia aproximada de 3 kilómetros del centro urbano, específicamente en la vereda La Cacica. El conjunto de grandes rocas conforma el pozo, generando múltiples cascadas de pequeño tamaño.

Figura 6. Balneario “Pozo del Ahogado”



Fuente: Tomado de Zapatoca Turística, Alcaldía Municipal de Zapatoca (2023).

Cascadas La Lajita. Las cascadas forman parte de la quebrada Zapatoca y están ubicadas aproximadamente a 7 kilómetros del área urbana, siguiendo la carretera que conduce hacia San Vicente de Chucuri.

Turismo extremo o de aventura

En el (Plan de desarrollo turístico de Zapatoca Santander, 2020) se expone que Zapatoca es conocida por ofrecer una serie de atractivos turísticos, y uno de ellos es la oportunidad de participar en actividades relacionadas con la espeleología. En particular, los visitantes pueden disfrutar explorando y admirando las cavernas junto con sus fascinantes estructuras.

Caminata ecológica “Paisaje Kárstico”. La existencia de formaciones de rocas de origen calcáreo en Zapatoca y sus alrededores brinda una oportunidad única para apreciar un paisaje extraordinario y el surgimiento de características especiales, como cuevas, que poseen un gran potencial para llevar a cabo actividades de investigación, exploración, admiración, recreación y turismo científico.

Cueva del Nitro. Ubicada en Zapatoca, tiene como uno de sus atractivos su encanto natural. Para acceder a ella, es necesario caminar aproximadamente 30 minutos desde el centro de la ciudad, en dirección sur.

Figura 7. Cueva del Nitro



Fuente: Tomado de Zapatoca Turística, Alcaldía Municipal de Zapatoca (2023).

Eventos

Durante el primer puente del año, en enero, la ciudad celebra las Ferias y Fiestas de la Cordialidad y del Retorno. Durante cuatro días, los visitantes tienen la oportunidad de disfrutar de diversas actividades que forman parte del Reinado

de la Cordialidad, como desfiles, comparsas, ferias y exposiciones ganaderas. Además, hay una feria artesanal, una feria del dulce, un festival taurino y las tradicionales verbenas populares nocturnas en el parque principal, las cuales están amenizadas por las mejores orquestas regionales.

Figura 8. Expresiones culturales Zapatoca



Fuente: Tomado de Zapatoca Turística, Alcaldía Municipal de Zapatoca (2023).

Zapatoca se prepara para vivir intensamente la Semana Santa, donde se manifiestan diversos eventos de carácter religioso. Entre ellos se encuentran el simbólico lavatorio de pies, la impresionante conmemoración del vía crucis durante el Viernes Santo, el significativo sermón de las siete palabras, la solemne procesión del santo sepulcro, el momento del 'desenclavamiento' (Momento en cual bajan a Jesús de la cruz) y, finalmente, la celebración del domingo de resurrección.

Expresiones culturales

Además de los atractivos turísticos mencionados anteriormente, Zapatoca también ofrece a los visitantes una variedad de expresiones culturales que incluyen folclore, mitos, leyendas, música y manifestaciones artísticas tradicionales. Según el exalcalde Salvador Díaz Garzón (período de gobierno 2012-2015), dado el conjunto de ventajas culturales, sociales y recursos geográficos que el municipio posee en comparación con otras regiones del país, surge la necesidad de reemplazar el enfoque de turismo informal en la región por uno planificado y sostenible, que pueda generar un desarrollo y crecimiento económico en la zona, beneficiando a la comunidad y contribuyendo al bienestar de todos los habitantes del municipio.

El plan de desarrollo turístico para el municipio de Zapatoca se inició mediante la aplicación de la estrategia del marketing, comprendiendo la identificación del público objetivo y sus características. es evidente que el crecimiento del sector turístico ha experimentado un aumento considerable en los últimos tiempos debido a diversos factores, entre los cuales se destacan la creciente

globalización, los cambios en la demanda y la difusión de nuevas tecnologías (Lacramioara, 2017). En el caso del plan de desarrollo para Zapatoca, esto implica la búsqueda de diseñar una estrategia atractiva para los turistas, aprovechando todas las herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías, con el objetivo de lograr una posición destacada en el actual mercado como uno de los principales destinos turísticos de la región de Santander.

Hace algunos años, el municipio de Zapatoca desconocía el potencial turístico de la región y la capacidad que tenía para generar crecimiento y desarrollo a través de este sector. Después de llevar a cabo un análisis, se identificaron las áreas en las que se debía trabajar, como la oferta turística, la demanda, la competencia y las estrategias necesarias para impulsar el sector turístico en la región (Alcaldía Municipal, 2022).

Durante el desarrollo del Plan Turístico del municipio, se descubrió en el análisis que Zapatoca cuenta con lugares interesantes y atractivos que tienen un potencial turístico. La topografía de la región ofrece diversas opciones de lugares con climas y paisajes hermosos. Además, su relevancia histórica debido a la revolución comunera y su impacto en Sudamérica constituyen un atractivo histórico de gran importancia para la humanidad (Plan de Desarrollo, 2010).

Además de estos aspectos, Zapatoca cuenta con una amplia gama de atractivos climáticos y ofrece actividades recreativas para los turistas, como cabalgatas, caminatas ecológicas, pesca y deportes extremos como el rapel y la espeleología. También destaca el agroturismo, una nueva alternativa turística surgida a partir de la concentración de haciendas productoras de vino en el municipio según el Plan de Desarrollo (Alcaldía, 2022)

Después de analizar las fortalezas dentro del sector turístico de Zapatoca, se identificaron varias debilidades que sugieren que los residentes de Zapatoca carecen de conciencia acerca de la importancia de conservar y preservar las construcciones históricas. Además, a pesar de que el pueblo produce una amplia variedad de artesanías locales, como el Pauche, no se observó una oferta atractiva de las mismas. También se concluyó que es necesario trabajar en mejorar la accesibilidad de los turistas y viajeros al municipio, así como a los diferentes lugares y atracciones turísticas, incluyendo carreteras, entradas a los sitios, transporte y accesos para personas con discapacidad.

Adicionalmente, se dejó en claro que no existe disponibilidad inmediata de información sobre los atractivos turísticos, la oferta hotelera, los servicios de restaurantes, ni tampoco sobre las festividades patronales y actividades culturales del pueblo (Ver Anexo D).

CARACTERIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y FACTORES TURÍSTICOS DE ZAPATOCA SEGÚN LA OTA

La aplicación de las entrevistas semiestructuradas a las OTA (Organizaciones de Turismo del Sector Privado) que desarrollan sus actividades en el municipio

de Zapatoca, se pudo identificar una entidad que desde el año 2015 surgió como respuesta a la necesidad de impulsar el desarrollo turístico del municipio y promover la generación de nuevas fuentes de empleo. En ese sentido, se pudo establecer una comunicación con la Asociación para el Desarrollo Turístico de Zapatoca (TURIZAP), a través de su gerente (Elizabeth Prada, entrevista semiestructurada, 2023), quien manifestó que se han evidenciado cambios en la forma como los visitantes observan a Zapatoca. De ahí que afirma lo siguiente:

Cuando TURIZAP inició en el año 2015, el pueblo no era tan turístico como lo es hoy en día, no había actividades, no había fuente de empleo, cuando la gente se graduaba del colegio añoraba salir del pueblo porque no había trabajo, entonces otro de los objetivos de TURIZAP es la generación de empleo (Entrevista semiestructurada realizada a la gerente de TURIZAP).

La persona entrevistada también destacó que el factor económico y la inversión desde los niveles centrales en temas de turismo han dificultado las gestiones realizadas hace 8 años aproximadamente, dado que la cantidad de recursos que recibe el municipio no permite impulsar como se desea el municipio. Sin embargo, el esfuerzo de los habitantes ha facilitado la introducción del turismo como fuente de ingresos e incrementando la cantidad de establecimientos registrados bajo esta actividad, que despiertan el interés de los visitantes.

El presupuesto de Zapatoca es mínimo, porque es categoría 6 como lo expresa la Ley 617 del 2000 “Todos aquellos distritos o municipios con población igual o inferior a diez mil (10.000) habitantes y con ingresos corrientes de libre destinación anuales no superiores a quince mil (15 000) salarios mínimos legales mensuales”, entonces los empresarios éramos los que nos tocaba ponernos la camiseta, mirar qué se podía hacer con lo poco que había, se empezó organizando el pueblo para poder atender a los visitantes y así se empezaron a hacer campañas para arreglar los parques, limpiarlos, pintarlos y organizar poco a poco el municipio, hace 10 años en el pueblo solo había 7 hoteles, hoy en día hay 61 con registro de turismo. La gente que estaba fuera explorando otros horizontes (empresarios) volvieron a invertir en el pueblo, actualmente hay aproximadamente 45 restaurantes (Elizabeth Prada, entrevista semiestructurada, 2023).

En consonancia con esa visión prospectiva de una Zapatoca turística, la asociación TURIZAP fundó en 2018 la iniciativa cabildo verde, cuyo objetivo fue fomentar el turismo sostenible a partir de estrategias de preservación de flora y las fuentes hídricas; pese a que no existe apoyo del Estado para ello y todo se realiza con la contribución de los voluntarios y empresarios, pero también con el trabajo de sensibilización y reciclaje que se lleva a cabo en toda el área urbana.

El turismo es transversal a toda la economía y para que sea sostenible debe manejar los 4 vértices, que son: económico, social, ambiental y cultural, si no hay cultura NO hay turismo. Hay que trabajar en conjunto

para que haya fuente de empleo y se apoye a la comunidad (Elizabeth Prada, entrevista semiestructurada, 2023).

La respuesta del gerente refleja un enfoque holístico y consciente hacia el turismo. Se reconoce la necesidad de equilibrar el crecimiento económico con la preservación cultural, ambiental y social. Además, se hace hincapié en la importancia de la colaboración y el apoyo a la comunidad local. En general, la respuesta demuestra un compromiso hacia un turismo sostenible y responsable en la región de Zapatoca, Santander.

Principales atractivos turísticos de Zapatoca según la OTA

En lo que respecta a la perspectiva de la OTA que ha sido involucrada en la presente investigación, fue posible establecer que las dos principales anclas turísticas que tiene Zapatoca y se convierten en el atractivo predilecto de los visitantes, son: La cueva del Nitro y Los caminos de Geo Von Lengerke.

La Cueva del Nitro se ha convertido en una oportunidad de aprovechar el potencial turístico del departamento de Santander, al ser el que mayor cantidad de cuevas y cavernas tiene en Colombia, siendo la ubicada en el municipio de Zapatoca la de mayor organización según la gerente de TURIZAP. En ese sentido, son diversas las acciones que han llevado a posicionar este atractivo en el departamento, y que aparecen explicadas en la entrevista de la siguiente forma;

... la Cueva del Nitro es la que está más avanzada en organización, se tienen todas las normas técnicas de sostenibilidad que exige el Ministerio, certificaciones de calidad, sostenibilidad y bioseguridad. Los guías están super preparados, los guiones que manejan son realizados por expertos en el tema, es segura, hay recorridos desde 1 hora hasta 7 horas en la cueva. Han sido asesorados por expertos de Francia que han visitado a Zapatoca en varias oportunidades con un convenio que se llama "Destino Chicamocha" (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

El proyecto de cooperación internacional denominado Destino Chicamocha, mencionado por la gerente de TURIZAP, es una iniciativa que surge de manera conjunta en el año 2018 entre los gobiernos de Colombia y Francia para fomentar el turismo sostenible en un total de 10 municipios que se sitúan alrededor del Cañón de Chicamocha, entre los que destaca Zapatoca.

Figura 9. Estrategia de promoción turística de Santander



Fuente: Destino Chicamocha (2023).

Desde 2014, la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) ha estado involucrada en un proceso continuo con el objetivo de reconocer al Cañón del Chicamocha como un patrimonio de la humanidad. Este proceso ha involucrado investigaciones en diversas áreas, incluyendo arqueología, geología, patrimonio cultural, desarrollo socioeconómico, turismo, ecología y biodiversidad. Además, un ejemplo exitoso de colaboración descentralizada se evidencia a través del proyecto piloto Crolles/Zapatoca.

Figura 10. Entidades que conforman el convenio de cooperación para la promoción del turismo sostenible Destino Chicamocha



Fuente: Tomado de Rutas Turísticas, Destino Chicamocha (2023)

A partir de 2016, la ONG Tétraktys asumió el papel de operador técnico en colaboración con las alcaldías de Crolles (Francia) y Zapatoca, para la ejecución de iniciativas de cooperación dirigidas al progreso local de este municipio en Santander (Destino Chicamocha, 2023). Al respecto, la gerente de TURIZAP afirma;

Actualmente para el recorrido de 1 hora, se está señalizando e iluminando con luces Led tenues fijas en ciertos puntos y que se van prendiendo a medida que avanzan el grupo, este proyecto se está llevando a cabo con unos recursos de una ONG francesa, porque las linternas que se utilizan para ingresar a la cueva están dañando y afectando a los murciélagos y otros animales que habitan dentro. Será la primera cueva iluminada en Colombia (Elizabeth Prada, entrevista semiestructurada, 2023).

El valioso respaldo proporcionado por TétraktyS ha tenido resultados concretos, como la implementación de señalización en los segmentos del sendero que conecta desde Zapatoca hasta el puente de Ruedas, enlazando con Guane. Asimismo, se han realizado mejoras en la Cueva del Nitro y se ha brindado capacitación a jóvenes para que participen activamente como actores en el ámbito turístico local (Destino Chicamocha, 2023).

Del mismo modo, desde las estrategias de los actores turísticos de los municipios se ha vislumbrado la posibilidad de mejorar y repotenciar Los caminos de Geo Von Lengerke, recuperándolos para que sean más atractivos para los visitantes.

Zapatoca es el centro de los caminos de Geo Von Lengerke: casa urbana y la tumba. Legenrke adecuó, amplio entre 2 y 3 metros y empedró los caminos ancestrales que hicieron los indígenas. Esto hace falta organizarlo y podría ser uno de los principales atractivos del municipio, hay que recuperar muchas rutas por que son diamantes que tiene Santander sin explorar (Queremos que se conviertan o sean similares a los caminos de Compostela). Aproximadamente son 600 km de caminos marcados (Elizabeth Prada, entrevista semiestructurada, 2023)

Patrimonio cultural

La gerente de la TURIZAP brinda una perspectiva detallada sobre el patrimonio cultural relevante para el turismo en la región, tal y como se describe en la siguiente tabla.

Tabla 3. Patrimonio cultural de Zapatoca según la OTA entrevistada

Textil	Zapatoca tiene una rica historia en la elaboración de bordados a mano, lo cual está siendo revitalizado actualmente. Antes era común ver a señoras bordando en las puertas de las casas, y la cultura del bordado era prominente, incluso con desfiles de moda de bordadoras. Existe la aspiración de establecer una escuela de artes y oficios para respaldar a los artesanos, alineada con el principio de “enseñar a pescar en lugar de dar el pescado”. El desafío radica en proporcionar apoyo en diseño e innovación, para que la producción sea autónoma y autosostenible, en contraste con la dependencia de los modelos de fábricas de confecciones.
Artesanía	La característica más distintiva de la artesanía en Zapatoca es la creación en pauche, una madera blanda proveniente del corazón del árbol arboloco. Aquí, los artesanos transforman este material en diversas figuras como frutas, pájaros y árboles, otorgándoles vida y color. Sin embargo, la creatividad y destreza de los artesanos los ha llevado a explorar otros materiales como fibra de plátano, cuero, fique, iraca, lana y bejuco. Destaca la figura de Doña Noema Cadena, reconocida como patrimonio viviente, que

	ha trabajado con pauche por más de 60 años y se dedica a enseñar esta tradición a otros.
Música Arte	El maestro Gustavo Gómez Ardila, originario de Zapatoca, ha impulsado exitosamente festivales corales a nivel internacional. Se destaca la reactivación del coro “Aires de mi Tierra” y el Festival Internacional de Danza en su 15ª edición.
Cultural	Zapatoca cuenta con cuatro museos, entre ellos el Museo Precolombino, manejado por el Ministerio de Cultura. Un museo religioso, rescatando la identidad levítica, fue inaugurado en 2017 y es gestionado por voluntarios, en colaboración con la parroquia. Otros museos incluyen el Museo El Cosmos, explorando análisis filosóficos a través de figuras, y el Museo de Carros a Escala, que exhibe más de 170 vehículos de diversas épocas.
Otros Aspectos Culturales	La ruta religiosa, con 14 capillas y 2 iglesias, destaca la influencia católica en la región. Monumentos como el Camposanto, la tumba de Geo Von Lengerke; otros como los mártires de la independencia, y miradores como Guane y Yariguíes, ofrecen experiencias únicas. Dos corregimientos, especialmente La Plazuela con su embalse, representan puntos de interés significativos. El Barrio San Vicentico es un ejemplo nacional de comunidad donadora para brindar viviendas dignas a precios asequibles.

Fuente: Elaboración propia

Elizabeth Prada, gerente de la TURIZAP destaca una serie de eventos y festividades que agregan un atractivo adicional para los turistas que visitan la región:

Aniversario de Zapatoca (octubre). La conmemoración del aniversario de la fundación de Zapatoca en octubre ofrece una oportunidad para celebrar la historia y el patrimonio del pueblo. Los visitantes pueden sumergirse en la historia local y participar en diversas actividades conmemorativas.

Festival Internacional de Danza Folclórica (octubre). Este festival resalta la diversidad cultural a través de la danza folclórica. Proporciona una plataforma para que grupos de diferentes regiones y países compartan sus tradiciones a través de la danza, lo que agrega una dimensión cultural única al atractivo turístico.

Festival de Coros (noviembre). El festival de coros es un evento que celebra la música coral, brindando la oportunidad de escuchar diversas interpretaciones vocales. Esto resalta la importancia de la música en la cultura local y brinda entretenimiento a los visitantes.

Ferias y Fiestas Agropecuarias (Principios de enero). Estas festividades celebran la vida rural y agrícola de la región. Son oportunidades para

experimentar la autenticidad de la vida agropecuaria local, y ofrecen una visión de las tradiciones y la cultura de la zona.

Figura 11. Ferias y fiestas agropecuarias en Zapatoca



Fuente: Tomado de Fundación BAT Colombia (2023).

Semana Santa (abril). La celebración de la Semana Santa es un evento significativo en la región, marcado por actividades religiosas y procesiones que conmemoran la pasión y la resurrección de Cristo. Esta festividad no solo tiene importancia espiritual, sino que también atrae a turistas interesados en experimentar las tradiciones religiosas locales.

Festival de Campanas (Mediados de diciembre). Esta festividad única celebra el sonido y el papel de las campanas en la comunidad. Es una oportunidad para experimentar una tradición singular y sumergirse en la atmósfera festiva previa a la Navidad.

Festival de Cine y Festival de Danza. Los festivales de cine y danza agregan un aspecto artístico a la oferta turística. El festival de cine puede brindar la oportunidad de explorar películas de diferentes géneros y culturas, mientras que el festival de danza resalta el valor cultural y estético de esta forma de expresión.

En conjunto, estos eventos y festividades contribuyen a enriquecer la experiencia turística en Zapatoca, ofreciendo a los visitantes la oportunidad de sumergirse en las tradiciones, la música, la danza y la cultura local a lo largo del año.

Patrimonio arquitectónico

Por otra parte, la entrevistada proporcionó información interesante sobre el patrimonio arquitectónico relevante para el turismo en la región, al explicar que el pueblo se caracteriza por su arquitectura colonial y republicana, que lo distingue de otros municipios de Santander. Un aspecto llamativo es la imponente altura y amplitud de las casas, puertas y ventanas, las cuales presentan una abundancia de detalles de carpintería. Esta singularidad arquitectónica se suma al encanto general de Zapatoca, ofreciendo una atmósfera única y evocadora. El entrevistado destaca la relevancia de los campanarios de la iglesia, que fueron traídos desde Londres. Estos campanarios no solo son una parte integral de la arquitectura religiosa, sino que también añaden un toque de historia internacional a la localidad. Esta conexión con Londres resalta cómo la arquitectura y los elementos culturales pueden trascender fronteras y épocas, enriqueciendo la narrativa local.

Por otro lado, la iglesia principal de Zapatoca es un punto focal importante en términos de arquitectura. En este edificio religioso, se puede apreciar una fusión de diferentes estilos arquitectónicos, incluyendo elementos románicos, republicanos, góticos y coloniales. Estas diversas influencias arquitectónicas enriquecen la apariencia visual y la experiencia cultural para los visitantes. Una característica distintiva es la presencia de obras que datan de hace más de 100 años, lo que proporciona una conexión directa con el pasado y la historia del lugar (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

Sitios de interés

Al realizar la entrevista a la gerente de Turizap y preguntar por los principales sitios que como recurso natural pueden representar una atracción para los turistas que visitan Zapatoca, destacaron cuatro (4) sitios principales: La Cueva del Nitro, Los Pozos, Las Chorreras y Los Caminos Ancestrales. Sin embargo, para el entrevistado es necesario organizar la propuesta turística de lugares como los caminos ancestrales, que aún no son explotadas oportunamente, y los pozos y cascadas que no cuentan con OT.

Gastronomía

En lo que respecta a la oferta gastronómica de la zona, fue posible destacar, en base a las respuestas proporcionadas por la entrevistada, platos típicos como la sopa de chorotas, sopa de rullas y cañanga; los cuales son elaboradas totalmente a base de maíz. Sin embargo, también es posible encontrar alimentos típicos del departamento que no pueden faltar para brindar posicionamiento al mismo, como son el mute santandereano y el cabro. Del mismo modo, existen propuestas artesanales de panadería y dulces que, pese a que suelen encontrarse en otras regiones, tienen su toque característico de la zona como las cocadas, deliciosos; y otros como los panderos, dulces de arroz, cidra y apio;

jalea, panelitas y panuchas (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ZAPATOCA

Estrategias municipales

La gerente de TURIZAP en Zapatoca, Santander, explica que lleva a cabo la promoción y comercialización de Zapatoca como destino turístico en la página web de la alcaldía. Además, la asociación de turismo realiza esfuerzos independientes de promoción, participando en eventos como ANATO y colaborando con ProColombia. Se destacan las participaciones en ruedas de negocios, tanto virtuales como presenciales, donde tanto la asociación como los empresarios turísticos y agencias de viajes se involucran para establecer conexiones comerciales. Se resalta la distribución de folletos y *flyers* a través de la Cámara de Comercio y de la alcaldía, específicamente promoviendo el proyecto de los Alpes a los Andes.

La presencia en eventos es destacada, y se hacen esfuerzos por unificar mensajes en todas las ocasiones posibles. Además, se mencionan conversatorios con municipios asociados que promueven la integración entre el sector público y privado, haciendo énfasis en la necesidad de trabajar juntos para avanzar. En resumen, el enfoque actual de promoción de TURIZAP implica una colaboración cercana con diferentes actores, incluyendo la alcaldía, ProColombia y otras entidades, así como la participación activa en eventos, ruedas de negocio y esfuerzos de comunicación para consolidar y posicionar Zapatoca como destino turístico.

La estrategia implementada por la OTA para preservar y promover el patrimonio cultural y natural de Zapatoca se basa en acciones concretas en ambas áreas. En lo que respecta al patrimonio natural, han establecido el "cabildo verde de Zapatoca", una iniciativa que involucra a más de 60 personas en la organización. A través de este mecanismo, se lleva a cabo un enfoque proactivo en la conservación del medio ambiente. Se ha llevado a cabo un considerable trabajo de campo, incluida la sensibilización en las comunidades locales, las escuelas y los colegios. Esto implica la ejecución de campañas permanentes para educar a la población sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.

Figura 12. Iniciativa Cabildo Verde Zapatoca



Fuente: Página Oficial Facebook Cabildo Verde Zapatoca (2023).

Una parte integral de su estrategia es la creación de los “cabildos verdes junior”, donde los niños de las escuelas y colegios son involucrados activamente como defensores del medio ambiente. A través de estos programas, los estudiantes aprenden cómo plantar y cuidar árboles, así como la importancia de amar y respetar la naturaleza, cuidar el agua y practicar el reciclaje. La participación de los niños en estas actividades no solo promueve la conservación ambiental desde temprana edad, sino que también cultiva una mentalidad responsable y sostenible en las generaciones futuras.

La OTA ha identificado diversas oportunidades de crecimiento turístico para Zapatoca en el futuro. Una de las principales oportunidades radica en la remodelación de la Cueva del Nitro, que se convertirá en un ancla para el destino. La cueva iluminada será única en Colombia y posiblemente en Suramérica, lo que podría atraer a turistas interesados en experiencias únicas y fascinantes.

Además, se vislumbran oportunidades en la restauración de los Caminos de Lengerke, que incluyen el centro, la tumba y la casa, espacios asociados con Geo Von Lengerke, así como otros caminos que conectan los diferentes municipios de Santander. Estos caminos restaurados pueden convertirse en un punto de atracción para turistas nacionales e internacionales, especialmente para los amantes del senderismo y aquellos que deseen estar en contacto con la naturaleza. La idea de potenciarlos al estilo de rutas famosas como el Camino de Santiago (Compostela) o los caminos Incas, donde los senderos son parte integral de la experiencia turística, demuestra una visión ambiciosa para el desarrollo del turismo sostenible en la región.

OPORTUNIDADES DE MEJORA

A pesar de que algunas rutas ya están señalizadas, se reconoce que aún hay trabajo por hacer para aprovechar plenamente el potencial de los caminos. La extensión de aproximadamente 600 km de caminos alrededor de Zapatoca presenta una oportunidad significativa para desarrollar experiencias de viaje únicas y atractivas. Sin embargo, existe un valor agregado destacado por TURIZAP durante la entrevista, que describe como principal fortaleza de Zapatoca al reconocerse como un destino con potencial turístico de la siguiente forma:

Calidad humana, calidad de los prestadores de servicios, eventos culturales que llaman a los turistas para que disfruten de la bella villa de Zapatoca, festivales de cine, danza, campanas, festival de fotografía, varias películas se han filmado en el pueblo, somos destino cinematográfico (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

El entrevistado identifica varios aspectos clave que podrían mejorarse para hacer de Zapatoca un destino turístico más competitivo y atractivo. En primer lugar, destaca la necesidad de mejorar las vías intermunicipales y veredales, lo que es esencial para garantizar un acceso cómodo y seguro para los visitantes. La señalización en rutas y caminos ancestrales, distintos a los de Lengerke, es mencionada como una oportunidad para guiar a los turistas y facilitar la exploración de diferentes áreas de la región. Se resalta la importancia de mejorar las posadas turísticas alrededor de los caminos, incluyendo aspectos como la disponibilidad de baños, zonas de descanso y fuentes de agua, lo que contribuiría a una experiencia más cómoda y agradable para los turistas que exploran los senderos. Las capacitaciones en servicio al cliente son identificadas como una forma de elevar la calidad de atención y satisfacción de los visitantes (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

El apoyo gubernamental es considerado mínimo, lo que sugiere una necesidad de mayor involucramiento de las autoridades locales para respaldar el desarrollo turístico. Se menciona la importancia de rescatar la identidad del pueblo, a través de actividades como la reactivación de bordadoras a mano y la creación de una escuela de artes y oficios. El entrevistado también destaca la necesidad de mejorar la infraestructura en el mirador guane, ya que este punto panorámico podría ser un atractivo turístico importante. El fortalecimiento de la parte cultural es resaltado como fundamental, involucrando tanto el apoyo público como privado para revitalizar elementos culturales y tradiciones del pasado de Zapatoca (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

En contraste con el potencial turístico de Zapatoca, la gerente de TURIZAP destaca varios desafíos y limitaciones que enfrenta la organización en la promoción y desarrollo turístico de la región y que van desde la calidad deficiente de las vías, tanto principales como terciarias, lo que representa un desafío

significativo para el desarrollo turístico. Las condiciones precarias de las carreteras pueden disuadir a los turistas y dificultar el acceso a la región. Esto impacta negativamente en la experiencia del visitante y en la percepción general de Zapatoca como un destino turístico atractivo.

La mala calidad de las vías de las principales como terciarias, también la falta de apoyo interinstitucional. En Zapatoca solo hay una agencia operadora y algunos operadores (3) ya conformados por tal motivo a veces se sienten solitos, ahora hay apoyo de policía de turismo, algunas entidades, secretaria de cultura, con algunos eventos para apoyar el empresariado, pero en general los empresarios se sienten solos en el desarrollo de su operación (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

Aunque se ha visto un aumento en el respaldo por parte de entidades como la policía de turismo, la secretaría de cultura y algunas agencias, el nivel de apoyo aún puede ser insuficiente para abordar los desafíos en su totalidad. Esto puede limitar la capacidad de TURIZAP para implementar iniciativas efectivas de promoción y desarrollo. La limitada cantidad de operadores turísticos en la región, con solo una agencia operadora y unos pocos operadores ya conformados, crea un sentido de aislamiento para los empresarios en este sector. Esta falta de diversidad puede afectar la competencia, la oferta y la variedad de experiencias turísticas disponibles para los visitantes. A pesar de los esfuerzos de apoyo por parte de algunas entidades, los empresarios turísticos todavía sienten que operan en relativo aislamiento. La falta de una red sólida de colaboración puede limitar la capacidad de abordar desafíos de manera colectiva y aprovechar oportunidades para el crecimiento del sector (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

Aparte de haber aplicado la entrevista a la gerente de la OTA TURIZAP, se decidió conocer la percepción del turismo en Zapatoca a una guía turística y habitante del municipio, para obtener una concepción objetiva por parte de todos los actores involucrados. La observación realizada resalta varios problemas y desafíos en la promoción turística actual de la región. Se destaca la falta de percepción de Zapatoca como un destino turístico consolidado, lo que lleva a desorden y alteraciones incompatibles con la cultura y el respeto en todas las áreas. Los operadores turísticos parecen estar enfocados principalmente en un único sitio, la Cueva del Nitro, y esto limita la diversidad de experiencias disponibles y la capacidad de emprendimiento para nuevos proyectos

Aunque existe una organización como TURIZAP, no todos los mejores prestadores de servicios están representados en ella, lo que fragmenta aún más los esfuerzos de promoción. La falta de cohesión y colaboración entre los operadores y la ausencia de una estrategia unificada para la promoción turística se hacen evidentes. Los aspectos culturales están siendo impulsados principalmente por esfuerzos individuales y no por los operadores turísticos en su conjunto. Otro factor mencionado es la falta de involucramiento de los guías locales en la promoción del destino Chicamocha, lo que sugiere una desconexión

entre los actores locales y la promoción de destinos más amplios. Se enfatiza la importancia de creer en el potencial del destino y de articular de manera efectiva los diversos recursos y atracciones que ofrece (Elizabeth Prada, gerente de TURIZAP, entrevista semiestructurada, 2023).

Los balnearios son lugares populares, pero no siempre están bien aprovechados en términos turísticos. Se resalta que los turistas a menudo tienen estadías cortas, y solo aquellos que optan por ser guiados durante varios días realmente llegan a experimentar el pueblo en profundidad. La falta de adopción de medios tecnológicos por parte de los operadores limita la exposición de Zapatoca a audiencias más amplias. Se sugiere la necesidad de operadores especializados en diferentes áreas y un mayor apoyo por parte de la alcaldía para evitar un posible declive turístico a largo plazo. En resumen, la observación muestra una preocupación por la falta de un enfoque unificado y estratégico en la promoción turística, así como una llamada a una mayor colaboración y respaldo tanto de los operadores como de las autoridades locales para impulsar el desarrollo sostenible del turismo en Zapatoca.

Finalmente, la entrevista ofrece una serie de recomendaciones que deben adoptarse para promover y posicionar a Zapatoca como eje turístico de Santander, dentro de las que destacan el necesario apoyo económico del Estado, la diversificación de las rutas turísticas, el aprovechamiento del potencial paleontológico y la difusión de los descubrimientos realizados. El respaldo financiero permitiría mejorar los aspectos mencionados anteriormente y potenciar las iniciativas turísticas. Hasta ahora, gran parte de lo logrado se ha realizado a través de donaciones, lo que sugiere la importancia de una inversión más consistente para el desarrollo turístico.

Se menciona la idea de explorar y explotar nuevas rutas turísticas específicamente para caminantes. Estas rutas incluyen lugares como “El pico de la vieja”, “La ruta del chocho”, “La ruta del agua” y las “Reservas de la sociedad civil” que ofrecen rutas a la “Montaña mágica”. La diversificación de las opciones para los caminantes puede atraer a un público más amplio y diverso.

Figura 13 Vista panorámica Reserva Natural de la Sociedad Civil



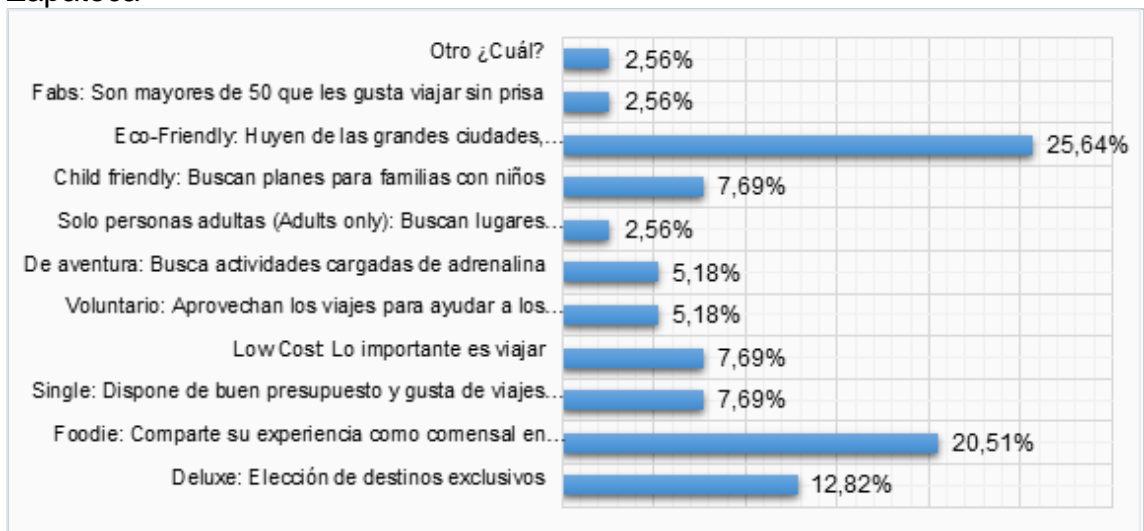
Fuente: Tomado de WWF Colombia, 2022.

El hecho de que la región sea uno de los centros paleontológicos más importantes de Colombia, lo convierte en un recurso único que debe ser destacado. La propuesta de montar un museo paleontológico y declarar una zona de museo a cielo abierto podría generar un atractivo único para los turistas interesados en la paleontología y la historia natural. Se señala que Zapatoca ha realizado importantes descubrimientos paleontológicos, como fósiles de gran reconocimiento internacional, como la tortuga marina más grande y el ave voladora prehistórica más antigua (El Tiempo, 2023). Sin embargo, estos hallazgos no se han dado a conocer de manera efectiva. La recomendación es promover y difundir estos descubrimientos para atraer la atención de los turistas interesados en la paleontología y la ciencia.

Percepción de Zapatoca como destino turístico

Dentro del marco de la presente investigación, se aborda el objetivo específico de analizar la percepción de los turistas y visitantes actuales con respecto a Zapatoca como destino turístico. Esta exploración se propone comprender en profundidad cómo los viajeros experimentan y valoran los elementos distintivos de Zapatoca como un lugar de interés turístico. Al examinar sus opiniones, preferencias y percepciones, se busca arrojar luz sobre los aspectos que contribuyen a la atracción y retención de turistas en esta región, así como identificar áreas en las que se pueden realizar mejoras para fortalecer la competitividad y el posicionamiento del destino.

Figura 14 Tipo de experiencia predilecta entre los turistas que han visitado Zapatoca

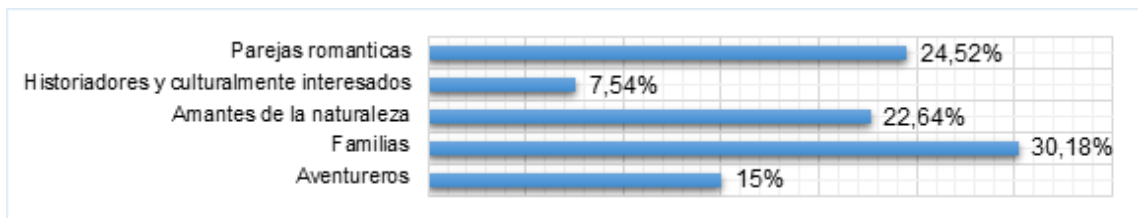


Fuente: Elaboración propia

Los visitantes de Zapatoca presentan una diversidad de preferencias en cuanto a sus experiencias de viaje. Estas tendencias se distribuyen en porcentajes de la siguiente manera: aproximadamente el 25,64% de los turistas muestran un gran interés en vivir experiencias que sean respetuosas con el medio ambiente,

priorizando entornos naturales y sostenibles. Además, alrededor del 20,51% de los viajeros disfrutaban compartiendo sus experiencias culinarias en plataformas de redes sociales, agregando un toque gastronómico a su aventura. En torno al 12,82% de los visitantes opta por destinos más exclusivos, mientras que un pequeño pero significativo 3% está compuesto por viajeros solteros que cuentan con un presupuesto generoso, buscando experiencias diseñadas para individuos sin compañía. Igualmente, un 7,69% valora la importancia de la experiencia de viaje por encima del costo, priorizando el disfrute y el descubrimiento. Un 5,18% de los turistas eligen viajar con un propósito voluntario, ya sea para contribuir a la comunidad local o para experimentar emociones a través de aventuras auténticas. Otras preferencias minoritarias incluyen a un 2,56% de adultos en busca de tranquilidad, a familias con niños y a viajeros mayores de 50 años, quienes encuentran placer en explorar sin prisas ni presiones.

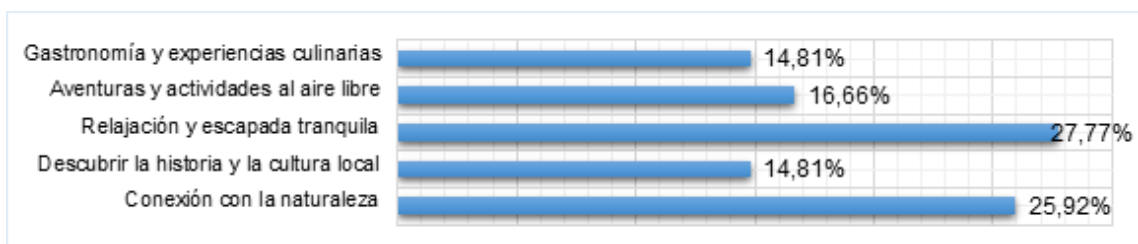
Figura 15 Percepción sobre el tipo de turistas que visitan Zapatoca en la actualidad



Fuente: Elaboración propia

Los datos presentados en la Figura 15 revelan una panorámica interesante sobre las preferencias de los diferentes segmentos de turistas. El grupo más numeroso corresponde a las “Familias”, abarcando un significativo 30,18% del total de visitantes. En segundo lugar, se encuentran las “Parejas románticas”, representando un sólido 24,52%. Los segmentos de los “Amantes de la naturaleza” y los “Aventureros” comparten proporciones cercanas, con el 22,64% y el 15% respectivamente. Cerrando esta clasificación, los “Historiadores y culturalmente interesados” constituyen el grupo más reducido, abarcando un 7,54% de los turistas.

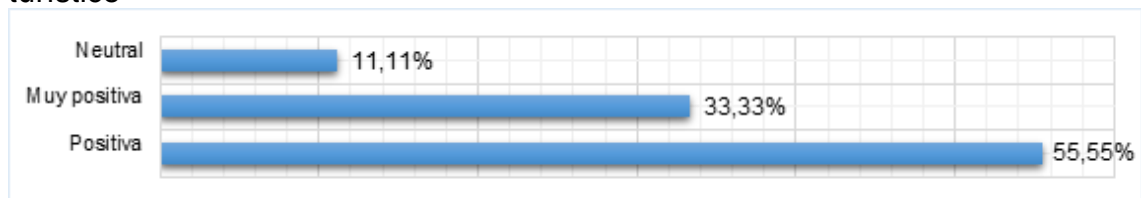
Figura 16 Percepción de los turistas sobre la experiencia predilecta de los visitantes de Zapatoca



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la encuesta, los turistas que llegan a Zapatoca, Santander, tienen variadas preferencias en cuanto a las experiencias que desean vivir. Un grupo destacado, con un 27,77%, busca un ambiente de “Relajación y tranquilidad”, lo que muestra un deseo de desconectar del estrés cotidiano y encontrar un espacio sereno. Alrededor del 25,92% buscan una “Conexión con la naturaleza”, indicando su interés en interactuar con el entorno natural y disfrutar de actividades al aire libre. Otro conjunto, representando el 16,66%, tiene un anhelo de “Aventuras y actividades al aire libre”, revelando su inclinación por emociones y desafíos en un entorno natural. Además, un 14,818% de los turistas se siente motivado por “Descubrir la historia y la cultura local”, lo cual sugiere un interés en explorar el patrimonio cultural de la región. Del mismo modo, un 14,81% busca experiencias relacionadas con “Gastronomía y culinaria”, indicando su deseo de degustar la cocina local y participar en vivencias culinarias.

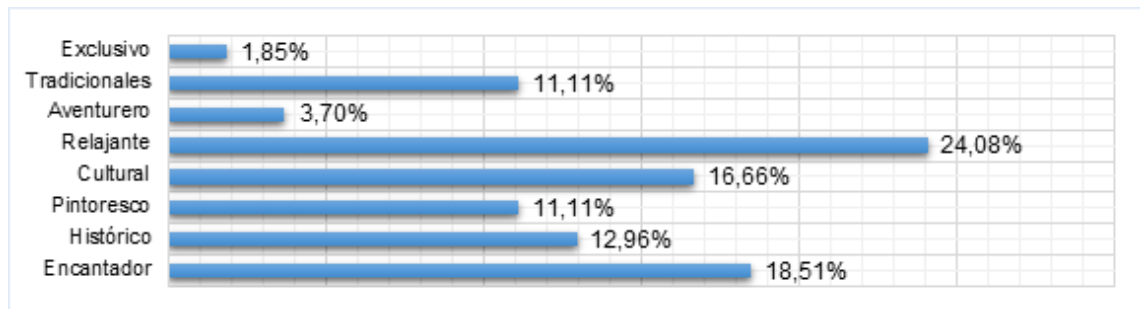
Figura 17 Percepción de los turistas de la imagen de Zapatoca como destino turístico



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los datos extraídos de la encuesta, los turistas encuestados en su mayoría mantienen una perspectiva positiva acerca de Zapatoca como un destino turístico. Un considerable 55,55% de los participantes la describen como “Positiva”, mientras que un 33,33% la califican con el término “Muy positiva”. En contraste, un grupo más reducido, representando un 11,11%, se mantiene en una actitud “Neutral” hacia la imagen del destino. Estos resultados enfatizan que la mayoría de los turistas encuestados han desarrollado una impresión positiva o muy positiva de Zapatoca como destino a visitar. Esto sugiere que el lugar cuenta con elementos atractivos y factores que generan una buena impresión en los visitantes. No obstante, resulta esencial tomar en consideración las opiniones neutrales, ya que estas proporcionan una oportunidad para identificar áreas de mejora, tanto en la promoción como en la experiencia turística. Esto es particularmente importante para el grupo de turistas que experimentan una conexión emocional menos profunda con la imagen del destino.

Figura 18 Palabras o adjetivos con que relacionan los turistas a Zapatoca como destino turístico

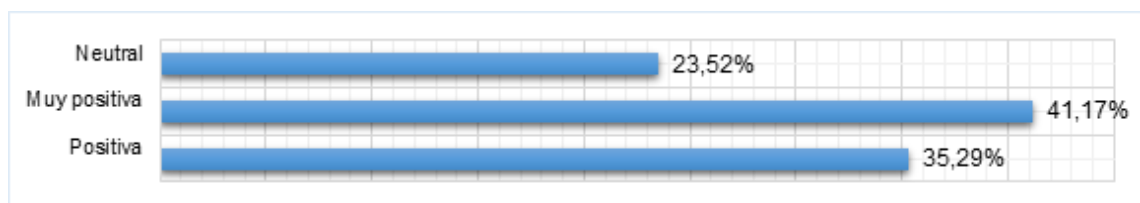


Fuente: Elaboración propia

Las respuestas a la pregunta sobre las palabras o adjetivos asociados a Zapatoca como destino turístico muestran diversas impresiones de los encuestados. “Relajante” es la palabra más frecuente, mencionada por el 24,08%, resaltando la tranquilidad y la sensación de escapada. “Encantador” y “Cultural” también son términos positivos comunes, con 18,51% y 16,66% respectivamente, destacando la belleza y la riqueza cultural del lugar. “Histórico” es mencionado por el 12,96%, resaltando el valor del patrimonio local. “Pintoresco” y “Tradicionales”, ambos con 11,11% de menciones, realzan la autenticidad y la belleza del destino.

Por otro lado, las connotaciones aventureras son menos frecuentes, con solo un 3,70% para “Aventurero”. Además, “Exclusivo” aparece solo una vez, equivalente al 1,85%, indicando que la percepción de exclusividad no está fuertemente asociada. En general, los adjetivos utilizados para describir Zapatoca como destino turístico son en su mayoría positivos, destacando la relajación, el encanto, la historia, la cultura y la autenticidad. Esto sugiere que el destino tiene un atractivo significativo para una experiencia enriquecedora y placentera.

Figura 19 Percepción de los turistas sobre la reputación de Zapatoca como destino turístico a nivel local, nacional e internacional



Fuente: Elaboración propia

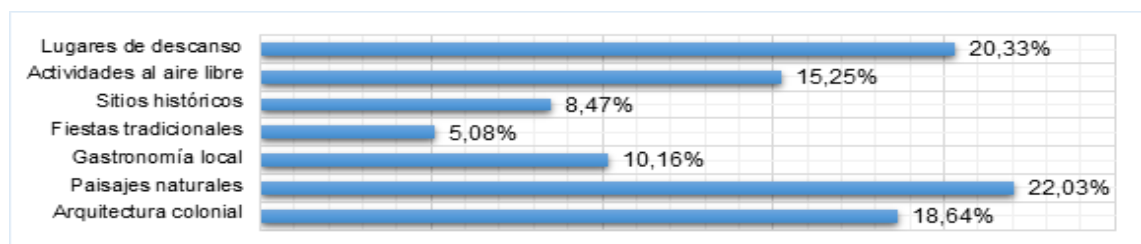
Las respuestas a la pregunta sobre la reputación de Zapatoca como destino turístico en diferentes niveles demuestran una tendencia principalmente positiva. Un considerable 41,17% de los encuestados considera la reputación como “Muy

positiva”, indicando que un grupo percibe la imagen de Zapatoca como altamente favorable a nivel local, nacional e internacional. Otro 35,29% de los participantes califica la reputación como “Positiva”, reforzando la idea de una percepción positiva generalizada del destino en los tres niveles. Sin embargo, es relevante notar que también existe un número significativo de respuestas “Neutrales” (23,52% de los encuestados). Esto podría señalar un grupo que carece de una opinión definida sobre la reputación del destino en estos niveles, posiblemente debido a la falta de información o experiencias directas.

Bajo esa perspectiva, la mayoría de las respuestas reflejan una percepción positiva o muy positiva de la reputación de Zapatoca como destino turístico en los niveles local, nacional e internacional. Estos resultados sugieren que el destino ha logrado construir una imagen positiva en la mente de los encuestados, pero también señalan la necesidad de continuar promoviendo y comunicando sus atractivos y beneficios para abordar cualquier falta de información que pueda estar contribuyendo a las respuestas neutrales.

Por otro lado, se preguntó de forma abierta a los turistas que participaron del estudio, qué han escuchado de otras personas sobre Zapatoca como destino turístico. Sus comentarios reflejaron una percepción colectiva de que el lugar es ideal para relajarse en medio de una conexión cercana con la naturaleza, junto con la posibilidad de disfrutar de una deliciosa comida local, particularmente el “cabro”. Además, se destaca el crecimiento turístico en torno a su encanto pintoresco, calles históricas y cascadas. El apodo “ciudad del clima de seda” resalta el ambiente agradable y tranquilo, mientras que la acogida local y la sensación de compartir en familia se consideran altamente positivas. La autenticidad colonial y la atmosfera acogedora complementan su potencial como destino para escapar de la rutina diaria, disfrutar de un clima confortable y conectarse con la naturaleza. Estas opiniones conjuntas presentan a Zapatoca como un lugar propicio para experiencias relajantes, culinarias y familiares en un entorno encantador.

Figura 20 Percepción sobre los principales atractivos turísticos de Zapatoca

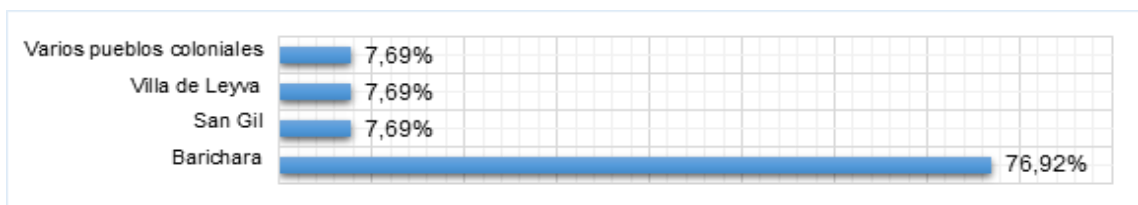


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la encuesta de percepción, los principales encantos turísticos de Zapatoca se agrupan en diversas categorías. El elemento más sobresaliente es la “Belleza natural”, mencionado por un 22,03% de los encuestados, subrayando la relevancia de los entornos naturales en la atracción

del destino. Acompañándolo, la “Arquitectura colonial” es resaltada por el 18,64% de los encuestados, sugiriendo la autenticidad histórica y estética del lugar. Los “Espacios de relajación” son otro punto relevante, señalados por un 20,33% de los encuestados, lo que denota la tranquilidad y la capacidad de escapar de la rutina como puntos destacados del destino. Las “Actividades al aire libre” y la “Gastronomía local” también tienen peso, mencionadas por un 12,25% y un 10,16% de los encuestados respectivamente, lo que refleja la amplitud de experiencias disponibles. Los “Lugares históricos” obtuvieron un 8,47% de menciones, resaltando la importancia del patrimonio en la atracción. Finalmente, las “Fiestas tradicionales” obtuvieron un 5,08% de menciones, lo que sugiere un interés por las expresiones culturales autóctonas. En su conjunto, estos resultados ponen de manifiesto que Zapatoca cautiva a los turistas mediante una combinación de hermosura natural, riqueza histórica, autenticidad cultural, oportunidades de relajación y una amplia gama de opciones gastronómicas y de actividades al aire libre.

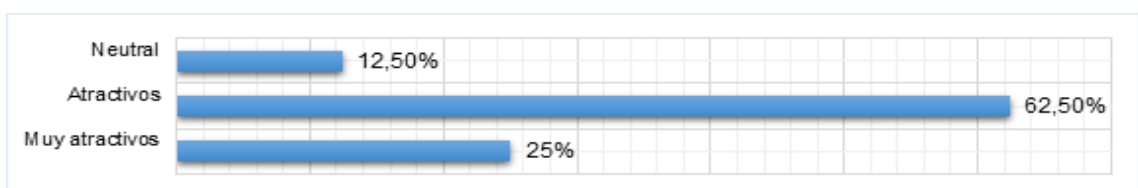
Figura 21 Destinos similares en el país visitados por los turistas de Zapatoca



Fuente: Elaboración propia

Las respuestas de los turistas a la pregunta sobre destinos en el país similares a Zapatoca indican que varios encuestados han experimentado lugares con características afines. El destino más citado es “Barichara”, con un 76,92% de las menciones, lo que sugiere que este lugar es ampliamente reconocido como similar a Zapatoca en términos de su atractivo y estilo colonial. “San Gil” y “Villa de Leyva” son mencionados en un 7,69% de las respuestas, indicando que al menos algunos turistas han relacionado esos destinos con similitudes a Zapatoca. Además, la mención de “Varios pueblos coloniales” señala que al menos un encuestado ha visitado diversos destinos con características arquitectónicas y culturales semejantes en distintas regiones del país.

Figura 22 Comparación en términos de atractivos turístico de los destinos similares a Zapatoca

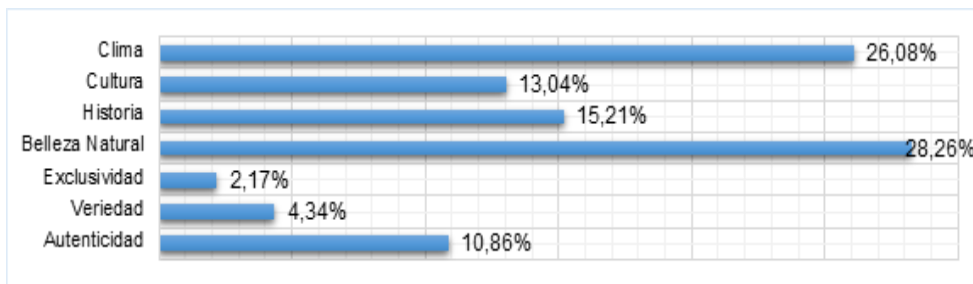


Fuente: Elaboración propia

Un porcentaje equivalente al 62,5% de los encuestados los evalúa como “Atractivos”, lo que sugiere que existe un grupo que percibe cualidades turísticas interesantes en estos destinos, haciéndolos atractivos para visitar. Adicionalmente, un 25% de los encuestados los califican como “Muy atractivos”, lo que señala la existencia de un subconjunto con una visión particularmente positiva sobre los encantos turísticos de estos lugares.

No obstante, también se identifica un grupo más reducido, compuesto por el 12,5% de los encuestados, que adopta una postura “neutral” respecto a la comparación de los atractivos turísticos. Esto podría indicar que, para este grupo, la evaluación de los destinos similares es menos definitiva o podría depender de factores específicos. De manera general, la mayoría de los encuestados considera que los destinos semejantes a Zapatoca poseen atractivos turísticos, ya sea con una perspectiva general o con un enfoque más entusiasta. Estas opiniones favorables reflejan el potencial turístico de estos lugares y pueden influir en las decisiones de otros viajeros que estén contemplando visitarlos.

Figura 23 Aspectos destacados de los atractivos turísticos de Zapatoca en comparación con otros destinos



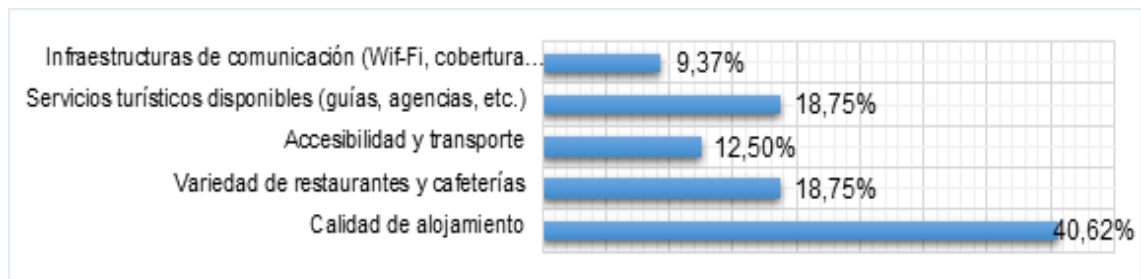
Fuente: Elaboración propia

Basándose en los datos de la figura 23, la “Belleza Natural” emerge como el atributo más mencionado, captando el 28,26% de las referencias, lo cual destaca la relevancia de los paisajes naturales en la atracción del destino. El “Clima” adquiere una gran relevancia con un destacado 26,08% de las menciones, indicando que la placentera temperatura del lugar es un factor altamente apreciado por los encuestados. La “Historia” y la “Cultura” son señaladas por el 15,21% y el 13,04% de los encuestados respectivamente, subrayando la riqueza patrimonial y cultural del destino. La “Autenticidad” es resaltada por el 10,86% de los participantes, sugiriendo que Zapatoca ofrece una experiencia auténtica y genuina en comparación con otros destinos.

Por otro lado, la mención de la “Exclusividad” aparece una sola vez, lo que insinúa que al menos un encuestado percibe un toque exclusivo en los atractivos de Zapatoca. La “Variedad” se menciona en un 4,34% de las respuestas, indicando una percepción de que Zapatoca proporciona una diversidad de experiencias turísticas en comparación con otros lugares. En conjunto, estas respuestas revelan que los encuestados consideran a Zapatoca como un destino

que amalgama de manera singular la belleza natural, el agradable clima, la riqueza histórica, la autenticidad cultural y una gama diversa de experiencias turísticas. Estos aspectos resultan esenciales para la diferenciación y la promoción del destino en contraste con otros lugares similares.

Figura 24 Principales fortalezas de la infraestructura turística de Zapatoca según visitantes encuestados

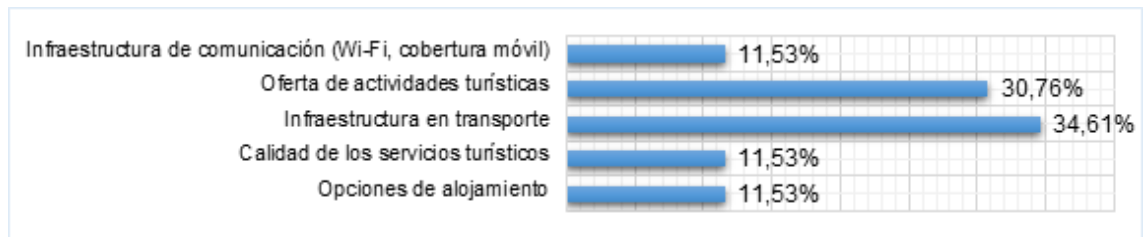


Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con los resultados de la encuesta, tal como se observa en la figura 24, la “Calidad de alojamiento” sobresale como la fortaleza más citada, abarcando un 40,62% de las menciones. Esto sugiere que los encuestados valoran el nivel de comodidad y los servicios ofrecidos por los lugares de hospedaje en Zapatoca. La “Variedad de restaurantes y cafeterías” recibe un 18,75% de las menciones, resaltando la relevancia de la oferta gastronómica para la experiencia turística. Los “Servicios turísticos disponibles” también son destacados por un 18,75% de los participantes, señalando que la presencia de guías y agencias turísticas contribuye de manera positiva a la experiencia de los visitantes.

Por otro lado, la “Accesibilidad y transporte” obtiene el 12,5% de las menciones, indicando que algunos encuestados consideran que estos aspectos podrían ser reforzados para mejorar la experiencia turística. Las “Infraestructuras de comunicación”, que incluyen Wi-Fi y cobertura móvil, son mencionadas en un 9,37% de las respuestas, lo que podría sugerir que existe margen para mejoras en la conectividad y en las facilidades de comunicación. En conjunto, estas respuestas subrayan la importancia de la calidad del alojamiento, la oferta gastronómica y los servicios turísticos en la percepción de la infraestructura turística de Zapatoca como un destino atractivo. La accesibilidad y las infraestructuras de comunicación también se consideran aspectos significativos a tener en cuenta para enriquecer la experiencia de los visitantes.

Figura 25 Principales debilidades de la infraestructura turística de Zapatoca según visitantes encuestados

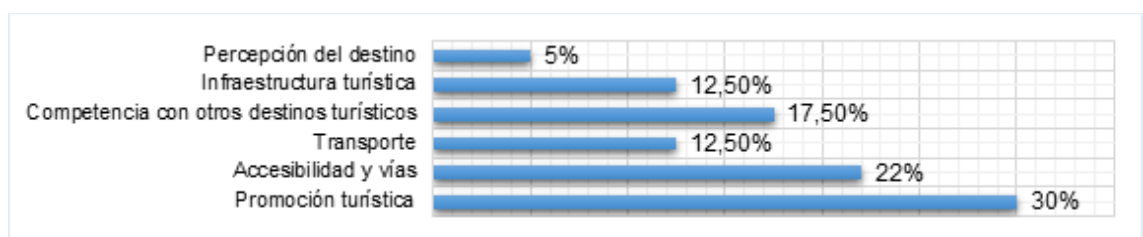


Fuente: Elaboración propia

Las respuestas a la pregunta sobre las principales debilidades de la infraestructura turística de Zapatoca revelan áreas que los encuestados consideran que podrían ser mejoradas para ofrecer una experiencia turística más gratificante. La “Infraestructura de transporte” es la debilidad más citada, representando un 34,61% de las menciones, lo que sugiere inquietudes en torno a la accesibilidad y calidad de los medios de transporte en el destino. La “Oferta de actividades turísticas” también se menciona en un 30,76% de las respuestas, indicando que los encuestados perciben oportunidades para enriquecer las opciones de entretenimiento y actividades para los visitantes.

La “Infraestructura de comunicación”, que engloba el Wi-Fi y la cobertura móvil, recibe un 11,53% de las menciones, lo que indica que algunos encuestados sienten que la conectividad podría ser mejorada. Las “Opciones de alojamiento” y la “Calidad de los servicios turísticos” obtienen un 11,53% de menciones cada una, señalando que algunos encuestados perciben que existen áreas en las cuales la oferta podría ser más diversificada y los servicios mejorados.

Figura 26 Principales barreras o desafíos que identifican los turistas para posicionar a Zapatoca como destino turístico



Fuente: Elaboración propia

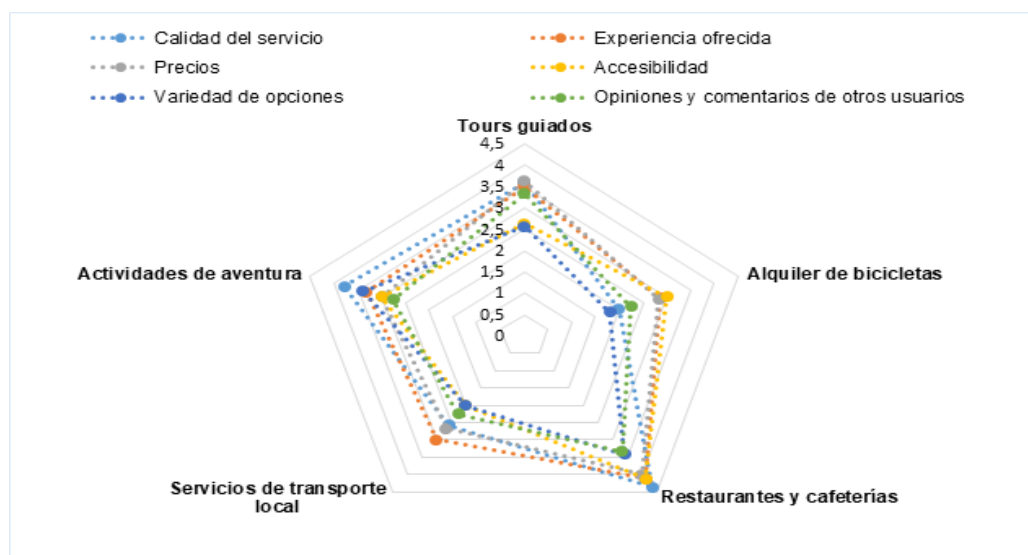
La “Promoción turística” se destaca como la barrera más frecuente, con un 30%, lo que refleja la consideración de los encuestados acerca de la necesidad de mejorar los esfuerzos de marketing y difusión para ampliar el conocimiento de las atracciones de Zapatoca entre un público más amplio. La “Accesibilidad y vías” también se revelan como un factor relevante, mencionadas en un 22% de

las ocasiones, lo que sugiere que algunos encuestados perciben desafíos en alcanzar el destino debido a la infraestructura de transporte.

La “Competencia con otros destinos turísticos” es citada en el 17,5% de las respuestas, indicando la conciencia de que Zapatoca debe enfrentar la competencia de otros destinos similares en el país. Asimismo, la “Infraestructura turística” y el “Transporte” son mencionados en un 12,5% de los casos cada uno, resaltando inquietudes sobre la calidad y disponibilidad de estos aspectos en el desarrollo turístico de Zapatoca.

Por otro lado, la “Percepción del destino” es mencionada por el 5% de la muestra, lo que sugiere que al menos algunos encuestados perciben un desafío en cambiar o mejorar la percepción que los viajeros tienen de Zapatoca como destino turístico.

Figura 27 Calificación de los servicios adquiridos durante las visitas realizadas a Zapatoca



Fuente: Elaboración propia

Los datos presentados son las calificaciones dadas por los turistas que han visitado Zapatoca, Santander, en relación con diferentes servicios ofrecidos durante su visita. Los servicios evaluados son los Tours guiados, Alquiler de bicicletas, Restaurantes y cafeterías, Servicios de transporte local y Actividades de aventura. Las calificaciones se basan en seis criterios: Calidad del servicio, Experiencia ofrecida, Precios, Accesibilidad, Variedad de opciones y también en Opiniones y comentarios de otros usuarios.

Tours guiados. Los tours guiados reciben calificaciones, en general, cercanas al rango de 3 a 3,6 en todos los criterios evaluados. La Calidad del servicio y la Experiencia ofrecida son relativamente altas, mientras que la Accesibilidad y la

Variedad de opciones parecen ser aspectos que podrían mejorarse según las puntuaciones más bajas.

Alquiler de bicicletas. El alquiler de bicicletas muestra calificaciones en el rango de 1,8 a 3 en los criterios evaluados. Estas calificaciones sugieren que hay espacio para mejorar en todos los aspectos evaluados, especialmente en Experiencia ofrecida y Variedad de opciones.

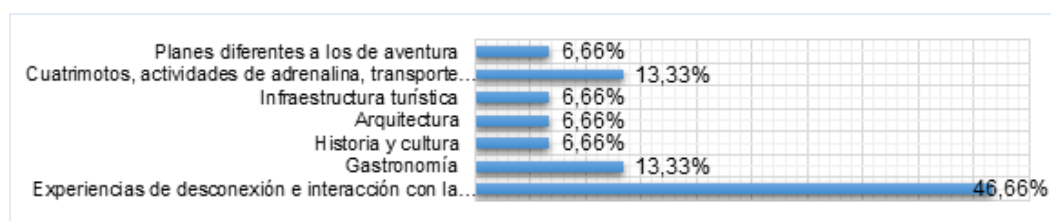
Restaurantes y cafeterías. Los restaurantes y cafeterías tienen calificaciones consistentemente altas en todos los criterios, especialmente en Calidad del servicio, Experiencia ofrecida y Precios. Esto sugiere que los turistas tienen una experiencia general positiva con la oferta gastronómica en Zapatoca.

Servicios de transporte local. Los servicios de transporte local obtuvieron calificaciones en el rango de 2 a 3 en los diferentes criterios. La Accesibilidad y la Variedad de opciones parecen ser áreas donde podrían realizarse mejoras según las puntuaciones más bajas.

Actividades de aventura. Las actividades de aventura tienen calificaciones que varían en el rango de 2,75 a 3,78. La Calidad del servicio y la Experiencia ofrecida parecen ser los puntos fuertes, mientras que Precios y Variedad de opciones podrían ser áreas para mejoras según las puntuaciones más bajas.

En general, las calificaciones sugieren que la mayoría de los servicios evaluados en Zapatoca tienen aspectos positivos, pero también hay áreas en las que podrían realizarse mejoras para ofrecer una experiencia turística aún más satisfactoria. La Calidad del servicio y la Experiencia ofrecida son aspectos comunes en los que los servicios suelen destacar, mientras que la Accesibilidad y la Variedad de opciones parecen ser áreas donde podrían concentrarse esfuerzos de mejora. Estos resultados pueden ser utilizados para identificar áreas específicas en las que trabajar para mejorar la experiencia del visitante y fortalecer la oferta turística de Zapatoca.

Figura 28 Oportunidades de desarrollo turística apreciadas por los encuestados que deben ser aprovechadas



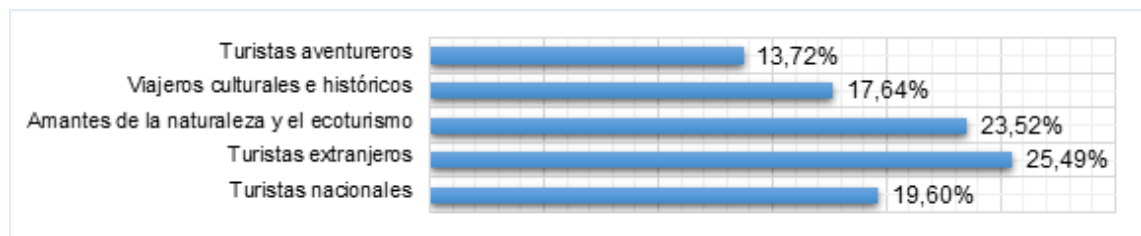
Fuente: Elaboración propia

Las respuestas de los turistas expuestas en la figura 28 revelan varias oportunidades de desarrollo turístico en Zapatoca. Estas incluyen la diversificación de actividades recreativas como cuatrimotos, caminatas y paseos

de río, así como la promoción de experiencias gastronómicas auténticas. Además, se destaca la necesidad de crear espacios sociales en contacto con la naturaleza para satisfacer la demanda por entornos al aire libre. Las actividades de adrenalina y la mejora del transporte local son recomendadas para atraer a visitantes en busca de emociones y comodidad.

El enfoque en la naturaleza, la conexión con la misma y retiros de desconexión, así como la promoción de la historia, cultura y zonas verdes, podrían atraer a un público más amplio interesado en ecoturismo y patrimonio. Las oportunidades de desarrollo también están vinculadas al medio ambiente, y se sugiere que la combinación de gastronomía y arquitectura, así como la diversificación de planes más allá de la aventura, pueden enriquecer la oferta turística y atraer una variedad de visitantes.

Figura 29 Tipo de turistas interesados en visitar Zapatoca según encuestados

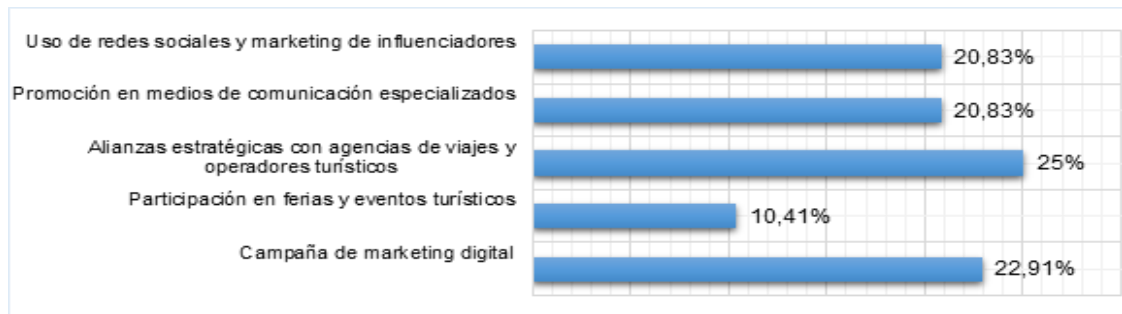


Fuente: Elaboración propia

La percepción de los turistas que han explorado Zapatoca identifica diversos grupos de visitantes que podrían estar especialmente interesados en la oferta turística del municipio. Los “Turistas extranjeros” son resaltados por un 25,49% de la muestra, lo que sugiere que este destino posee encantos que atraen la atención de visitantes internacionales. Adicionalmente, los “Amantes de la naturaleza y el ecoturismo” son destacados por un 23,52% de los encuestados, señalando que la belleza natural y las experiencias al aire libre constituyen un punto fuerte que cautiva a este grupo. Los “Viajeros culturales e históricos” también tienen relevancia, mencionados por un 17,64% de los participantes, lo que sugiere que la riqueza histórica y cultural de Zapatoca es un atractivo fundamental.

En contraste, los “Turistas nacionales” obtienen un 19,6% de las menciones, indicando que la oferta del municipio también despierta interés entre los visitantes del país. Por último, los “Turistas aventureros” son citados por un 13,72% de los encuestados, apuntando a que las actividades de aventura y las emociones en el entorno natural de Zapatoca también captan la atención de este segmento.

Figura 30 Percepción de los encuestados sobre las mejores opciones de comunicación del atractivo turístico de Zapatoca



Fuente: Elaboración propia

Las sugerencias brindadas por los turistas insinúan que la comunicación de las propuestas de Zapatoca puede ser abordada desde diversos ángulos. Un 22,91% de las respuestas destacaron la importancia de emplear canales en línea para llegar a una audiencia amplia y diversificada. La “Participación en ferias y eventos turísticos” obtuvo el 10,41% de las menciones, subrayando la relevancia de interactuar directamente con posibles visitantes en eventos especializados. Las “Alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos” fueron recomendadas por el 25% de los encuestados, lo que sugiere la importancia de colaboraciones que amplifiquen la difusión.

La “Promoción en medios de comunicación especializados” y el “Uso de redes sociales y marketing de influenciadores” son enfatizados por un 20,83% de los encuestados cada uno, señalando que la promoción en canales específicos y la explotación de voces influyentes también son estrategias valiosas. En conjunto, estas recomendaciones insinúan que una estrategia integral que combine el marketing digital, la presencia en eventos, las alianzas estratégicas, la promoción en medios especializados y las redes sociales puede resultar eficaz para comunicar lo que Zapatoca tiene para ofrecer a una amplia audiencia de posibles visitantes.

Figura 31 Estrategias de comunicación y promoción turística consideradas efectivas por los encuestados para posicionar Zapatoca

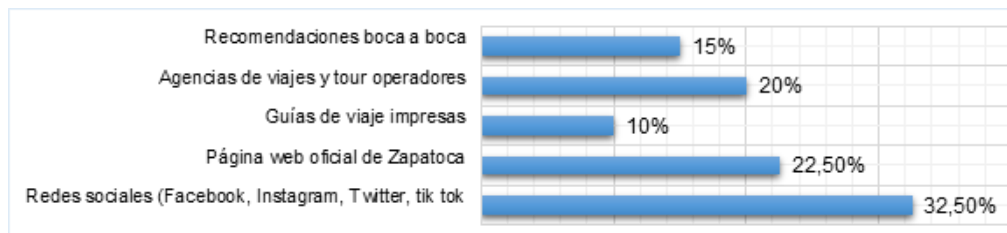


Fuente: Elaboración propia

Las recomendaciones de los turistas abarcan diversas estrategias para consolidar a Zapatoca como un atractivo destino turístico. Aunque “Campañas publicitarias en medios tradicionales” recibió 4 menciones, equivalentes al 8,88% de las respuestas, la atención se centra en enfoques digitales. La “Generación de contenido en redes sociales” es citada por un 24,44% de los encuestados, enfatizando la importancia de plataformas como Instagram y Facebook para llegar a un público amplio y visualmente atractivo. El “Desarrollo de un sitio web turístico informativo” también recibe un 24,44% de las menciones, sugiriendo que un portal bien diseñado y completo es esencial para brindar información relevante a los posibles visitantes.

Por otro lado, el 24,44% de los participantes considera relevante la “Organización de eventos turísticos y festivales”, indicando que la participación en actividades enriquecedoras puede atraer a una audiencia diversa. La “Colaboración con influenciadores y blogueros de viajes” es mencionada en un 17,77% de los casos, subrayando el impacto de las voces influyentes para promocionar el destino. En síntesis, la amalgama de estrategias digitales como redes sociales y un sitio web sólido, junto con la creación de eventos atractivos y asociaciones con influenciadores, podría resultar efectiva para posicionar a Zapatoca como un destino turístico atractivo.

Figura 32 Canales de comunicación recomendados por los encuestados para llegar a turistas potenciales de Zapatoca



Fuente: Elaboración propia

Las recomendaciones de los turistas apuntan a canales de comunicación que podrían ser efectivos para alcanzar a los potenciales turistas interesados en Zapatoca. Las “Redes sociales” (Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok) son ampliamente citadas por un 32,5% de la muestra encuestada, resaltando su importancia para llegar a una audiencia extensa y diversa, especialmente en el ámbito visual. La “Página web oficial de Zapatoca” recibe nueve menciones, equivalentes al 22,5% de las respuestas proporcionadas, indicando que un portal informativo y completo puede servir como un recurso confiable para aquellos interesados en obtener información detallada. Las “Agencias de viajes y tour operadores” son mencionados en el 20% de los casos, señalando que la colaboración con intermediarios turísticos puede facilitar la promoción.

Las Recomendaciones de boca a boca fueron consideradas por un 15% de los participantes, subrayando la importancia del poder de la recomendación

personal en la toma de decisiones de viaje. En conjunto, estas recomendaciones indican que las redes sociales, el sitio web oficial, las agencias de viajes y el boca a boca son canales clave que podrían ser utilizados de manera estratégica para llegar a los posibles turistas interesados en Zapatoca.

Finalmente, los resultados de la investigación reflejan una serie de patrones consistentes en términos de cómo los turistas describen a Zapatoca y qué aspectos culturales identifican en el destino:

En cuanto a las cualidades de Zapatoca, los términos utilizados como “Tranquilidad”, “Paisajes”, “Naturaleza”, “Encantador”, “Hermoso”, “Pintoresco”, “Atractivo”, “Romántico”, “Descanso”, “Acogedor” y “Desconexión” son recurrentes. Estas palabras resaltan la belleza natural del lugar, la sensación de serenidad y tranquilidad que transmite, la atracción estética de sus paisajes y la capacidad de proporcionar un ambiente relajado y encantador.

En relación con los aspectos culturales, se resaltan la “Arquitectura”, la “Gastronomía”, la “Amabilidad de su gente”, la “Historia” y la “Calidad humana”. Estos aspectos sugieren que los turistas identifican la riqueza cultural y patrimonial del lugar, la relación con la comunidad local, la importancia histórica y la identidad gastronómica como factores distintivos.

Al describir a Zapatoca como si fuera una persona, los términos como “Cálida”, “Acogedora”, “Tranquila”, “Pacífica”, “Encantadora” y “Con capacidad de escucha” resaltan la percepción de una comunidad amable y hospitalaria, un ambiente relajado y una personalidad atractiva y acogedora.

Estos patrones en las respuestas indican que Zapatoca es percibida como un destino que ofrece belleza natural, tranquilidad, una rica historia y cultura, una comunidad amable y acogedora, y una arquitectura distintiva. Estos elementos podrían ser utilizados en las estrategias de comunicación y promoción para atraer a los posibles turistas interesados en estas cualidades y aspectos.

Es esencial que Zapatoca base sus estrategias de posicionamiento turístico en la construcción de una sólida identidad de marca, inspirada en el concepto de marca país adoptado por Colombia, debido a motivos estratégicos y beneficios clave. Al usar este referente, Zapatoca aprovecha la reputación internacional de Colombia y establece un marco reconocido para comunicar su propuesta única de valor. La alineación con la estrategia nacional de promoción genera colaboración y sinergias, ampliando el alcance y visibilidad del municipio. La coherencia con la marca país permite establecer una identidad atractiva y cohesionada mediante elementos visuales y narrativas. Además, esta identidad fortalece la competitividad de Zapatoca en el mercado turístico al resaltar su singularidad y atraer un público diverso en el contexto nacional e internacional.

Algunas recomendaciones para la elaboración de una marca país en el municipio de Zapatoca, aprovechando sus recursos naturales y patrimonio histórico y

arquitectónico, y potenciando su visibilidad a través de estrategias y recursos digitales se encuentran expuestas en la siguiente tabla.

Tabla 4. Oportunidades de potenciación del turismo en Zapatoca

Oportunidad de mejora/Acción	Descripción
Desarrollo de Mensaje Central	<p>Una oportunidad de mejora para potenciar el turismo en el municipio de Zapatoca sería la creación de una campaña de branding turístico que amplíe y diversifique el mensaje central existente. Esta campaña podría llevar el nombre “Zapatoca: Donde la Historia se Funde con la Naturaleza”, reflejando la rica combinación de patrimonio histórico y recursos naturales que ofrece el municipio. Este mensaje revitalizado busca atraer a una gama más amplia de turistas, al resaltar la fusión única entre la riqueza cultural y el entorno natural de Zapatoca. La campaña podría incorporar elementos visuales que muestren la interacción entre la arquitectura colonial y los escenarios naturales, creando una narrativa que atraiga tanto a los amantes de la historia, como a los entusiastas del ecoturismo. Al abarcar esta diversidad de atractivos, Zapatoca podría posicionarse como un destino versátil y cautivador para un público más amplio, impulsando así su atractivo y competitividad en la industria turística.</p>
Creación de identidad visual	<p>Además de un logotipo emblemático, se podría crear una paleta de colores inspirada en los tonos autóctonos de la arquitectura colonial y la vegetación circundante. Estos elementos visuales podrían ser aplicados de manera coherente en señalización turística, material promocional y en línea, creando una experiencia visual unificada para los visitantes. Asimismo, se podría explorar la posibilidad de incorporar elementos simbólicos que representen tanto la historia como la naturaleza, por ejemplo, la fusión de un antiguo edificio colonial con un paisaje montañoso. Al crear una identidad visual sólida que celebre la diversidad de atractivos de Zapatoca, se podría atraer y cautivar a una audiencia más amplia, despertando el interés, tanto de los amantes de la historia como de los aficionados a la naturaleza, lo que en última instancia potenciaría la afluencia de turistas al municipio.</p>
	<p>Desarrollar una plataforma interactiva en el sitio web oficial del municipio. Esta plataforma permitiría a los visitantes explorar de manera interactiva, los puntos de interés, rutas turísticas y</p>

Contenido digital atractivo	<p>eventos especiales. Además, se podría integrar una sección donde los visitantes puedan compartir sus propias experiencias, fotos y reseñas, lo que fomentaría la participación y el intercambio de información entre turistas.</p> <p>La incorporación de tecnología de realidad virtual y tours en 360 grados sería esencial para brindar a los posibles turistas una experiencia virtual envolvente de los lugares de interés de Zapatoca. Esto permitiría a los visitantes explorar visualmente los sitios históricos, escenarios naturales y eventos culturales de manera inmersiva desde cualquier parte del mundo. Esta experiencia virtual ayudaría a despertar su interés y curiosidad, incentivando la planificación de su visita.</p> <p>Por último, se hace pertinente colaborar estratégicamente con influenciadores locales y expertos en viajes que tengan una presencia significativa en línea. Invitando a estos influenciadores a visitar Zapatoca y compartir sus experiencias en plataformas de redes sociales y blogs, se podría lograr una mayor difusión de los atractivos del municipio. Los testimonios auténticos y las recomendaciones de estas figuras influyentes aumentarían la credibilidad y la visibilidad del destino, atrayendo la atención de un público más amplio y diverso.</p>
Promoción de eventos especiales	<p>Aprovechar las redes sociales para la promoción de eventos especiales en Zapatoca implica una estrategia integral que combina contenido visual atractivo, interacción activa con la audiencia y colaboración con actores clave en línea. Mediante esta mejora se lograría una mayor difusión de los eventos, atrayendo a un público más amplio y contribuyendo al incremento del turismo en el municipio.</p>
Capacitación local	<p>Potenciar el turismo en Zapatoca mediante la capacitación de actores locales como guías turísticos y comerciantes es crucial para brindar una experiencia positiva a los visitantes. Esto implica identificar necesidades, diseñar programas de formación específicos, involucrar expertos locales y recursos visuales, promover interacción práctica, mejorar habilidades de comunicación y hospitalidad, implementar evaluaciones continuas y reconocer los esfuerzos. Esta capacitación asegura que los locales estén preparados para proporcionar experiencias enriquecedoras, mejorando la satisfacción de los visitantes y contribuyendo al crecimiento sostenible del turismo en Zapatoca, en beneficio de la comunidad local y los viajeros.</p>

**Medición y
mejora
continua**

Para fortalecer el turismo en Zapatoca se deben utilizar herramientas analíticas para medir y ajustar estrategias digitales. Estas herramientas permitirán evaluar el rendimiento de campañas, tráfico web y alcance en redes sociales, facilitando una mejora constante. A través de la comparación de datos con objetivos previos, se pueden realizar ajustes en tiempo real, como modificar contenidos o enfoques. Además, pruebas A/B pueden comparar enfoques y adaptarse según los resultados. Este proceso dinámico y adaptativo garantiza la eficacia de las estrategias digitales, manteniendo la competitividad y brindando experiencias atractivas para los visitantes.

Fuente: Elaboración Propia

En el proceso de forjar y consolidar la identidad de marca de Zapatoca como un destino turístico, la participación de expertos se torna esencial, motivado por los desafíos digitales delineados en el presente texto. La competencia en el ámbito en línea, la saturación en redes sociales y motores de búsqueda, así como la ausencia de destrezas y experiencia en estrategias digitales, pueden representar obstáculos significativos con potencial para impactar adversamente en el éxito y la visibilidad de la marca. La imperativa tarea de sostener un contenido pertinente y armónico en línea, junto con el manejo de la reputación y la interacción con los usuarios en plataformas de reseñas y medios sociales, así como la interpretación de datos y la toma de decisiones basada en métricas, demandan conocimientos especializados. La falta de una estrategia digital transparente puede inducir a la pérdida de oportunidades y pertinencia. Son precisamente aquellas marcas que encaran estos desafíos y se ajustan a las tendencias tecnológicas, apuntaladas por una planificación estratégica y el apoyo de expertos cualificados, las que logran cimentar una sólida presencia digital y prevalecer en el actual entorno digital.

CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de la anterior investigación fue posible evidenciar fortalezas y falencias que presenta Zapatoca en su proceso de posicionamiento como destino turístico, tanto nivel regional como nacional. En ese sentido, dando solución al primer objetivo específico, se pudo establecer que existe diversidad cultural, gastronómica, natural y arquitectónica en el municipio de Zapatoca. Sin embargo, bajo las perspectivas de la OTA que hace presencia en este sitio, existen todavía muchas oportunidades que pueden ser aprovechadas y repotenciadas a través de las diversas iniciativas departamentales, como “Destino Chicamocha”, que se encarga de promocionar la actividad turística de 10 municipios situados alrededor del cañón.

Sin embargo, a la luz de los resultados del estudio fue posible establecer que falta gestión e inversión del Estado, lo que lleva a que el principal promotor del desarrollo turístico de Zapatoca sean los mismos ciudadanos. Del mismo modo, pese a que se cuenta con un rico patrimonio natural, cultural y arquitectónico, se carece de organización de los actores promotores del turismo en ese municipio y la oferta actual se centra en dos sitios de interés. Esto es evidenciado en la percepción de los involucrados en el estudio, que explican que, pese a que existe una OTA encargada de fomentar el turismo en Zapatoca, no todos los guías se encuentran vinculados, lo que limita la capacidad de respuesta a la demanda del departamento.

En lo que respecta al segundo objetivo específico, se pudieron identificar estrategias de promoción turística del municipio que van desde su vinculación a la iniciativa “Destino Chicamocha”, pero también propuestas locales que buscan posicionar a Zapatoca como un destino para el turismo ambiental, como “Cabildo verde”. Esta estrategia se ha orientado a presentar una cara sostenible de Zapatoca y la restauración de los entornos naturales frecuentados por los turistas, así como aquellos que no tienen una visibilidad significativa, pero que pueden ser repotenciados.

El hecho de que el municipio de Zapatoca no esté posicionado como una marca reconocida y que una parte significativa de los turistas encuestados vea el establecimiento de alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos como la mejor opción para comunicar los atractivos de la zona, junto con las preferencias diversificadas en estrategias de promoción como campañas de marketing digital, medios de comunicación especializados, redes sociales, marketing de influenciadores y participación en ferias y eventos turísticos, establece un importante precedente sobre la problemática actual en la esfera digital de la marca turística. Los datos recopilados a partir de los cuestionarios y entrevistas sugieren que existe una falta de presencia digital efectiva y coherente para Zapatoca como destino turístico, y que los turistas identifican estrategias concretas que podrían ser beneficiosas para su promoción. Estos resultados proporcionan una base sólida para aquellos involucrados en la construcción de una nueva marca o la formulación de planes de posicionamiento, ya que sugieren

áreas clave de enfoque para mejorar la estrategia de marketing y la visibilidad en línea

El desarrollo del tercer objetivo específico evidenció la percepción positiva de Zapatoca como destino turístico. Se identificaron turistas interesados en escapar del ritmo urbano y disfrutar de experiencias gastronómicas. Los tipos de clientes clave incluyen familias, amantes de la naturaleza y parejas en busca de escapadas románticas. Sin embargo, la exclusividad y la aventura no son características destacadas. El atractivo natural y el clima hacen de Zapatoca un lugar de descanso apropiado que merece más atención. El análisis indica que la oferta gastronómica tiene la mejor valoración, mientras que se deben mejorar aspectos como el transporte y los tours guiados en términos de opciones y accesibilidad. Del mismo modo, a la luz de los encuestados, la oferta turística del municipio debe ser promocionada a partir de estrategias efectivas de marketing digital y organización de los actores involucrados, apoyando el establecimiento de alianzas estratégicas.

En cuanto a las limitaciones que se tuvieron para la realización de la investigación, están el tiempo y la dificultad en desplazamiento para conseguir la información de campo, ya que quien suscribe reside en otra ciudad diferente a Bucaramanga. La próxima investigación que se puede derivar a partir de ésta, tendrá que ver con la elaboración del plan de marketing y la construcción de la marca Zapatoca.

Referencias

- Aaker, D. A. (2016). *Building strong brands*. Free Press.
- Abdukhamidov. (abril de 2019). *Características Distintivas del Desarrollo Turístico Regional*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/332888230_DISTINCTIVE_FEATURES_OF_REGIONAL_TOURISM_DEVELOPMENT
- Alcaldía de Zapatoca. (2022a). *Historia*. http://www.zapatoca-santander.gov.co/informacion_general.shtml#historia
- Alcaldía de Zapatoca. (2022b). *Plan de Desarrollo Municipal*. <http://www.zapatoca-santander.gov.co/planes/plan-de-desarrollo-zapatoca-progreseemos-con-dignidad>
- Almeyda-Ibáñez, M. & George, B. P. (2017). The evolution of destination branding: A review of branding literature in tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 3(1), 9-17.
- Arias, F. (2016). *El Proyecto de Investigación*. (6ª. Ed.). Caracas: Epistime
- Barrado Timón, D. (2004). *El Concepto De Destino Turístico*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Diego-A-Barrado-Timon/publication/290987139_El_concepto_de_destino_turistico_una_a_proximacion_geografico-territorial/links/580a13c908ae49c6a8930ed7/EI-concepto-de-destino-turistico-una-aproximacion-geografico-territori
- Barriga Castro, A. M., Farías Villarraga, M. L. & Ruiz Barreto, Á. L. (junio de 2011). *Turismo en salud: una tendencia mundial que se abre paso en Colombia*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599286>
- Camacho, A. Vanegas, H. (2021). La crisis del turismo por el COVID-19. <https://www.uexternado.edu.co/economia/la-crisis-del-turismo-por-el-covid-19/>
- Cardoso Jiménez, C. (11 de mayo de 2006). *Turismo Sostenible*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- Castillo Sovenis, D. J. (2021). *Estrategias de marketing turístico de los recursos naturales de la parroquia Febres Cordero*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/10634>
- CEPAL. (2020). *El turismo será uno de los sectores económicos más afectados en América Latina y el Caribe a causa del Covid-19*. <https://www.cepal.org/es/noticias/turismo-sera-sectores-economicos-mas-afectados-america-latina-caribe-causa-covid-19>
- Chaves, C. (2019). *Cómo debe ser una marca país*. <https://foroalfa.org/articulos/como-debe-ser-una-marca-pais-2>
- Corzo Arevalo, D. & Guatibonza, C. M. (03 de mayo de 2021). *Marketing de destinos turísticos: un análisis de las tendencias mundiales post-Covid-19 en el departamento de Santander, Colombia*. Obtenido de <https://publicaciones.udet.edu.ec/index.php/kalpana/article/view/24>
- Del Río Lanza, A. B., Vázquez, R. & Iglesias, V. (2017). *El valor de marca: perspectivas de análisis y criterios de estimación*. Obtenido de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/6997/CdG_125.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Destino Chicamocha. (2023). El cañon del Chicamocha está localizado sobre la Cordillera Oriental e Inicia su camino en inmediaciones. <https://www.destinochicamocha.com/blog-chicamocha/>
- Duran, L. González, O. Correa, C. (2020). *Zapatoca, "Ciudad Levítica"*. [Vídeo]. https://issuu.com/julianaduran1123/docs/for_garnering_1st_honors_in_a_cademi
- Elinán Rodríguez, K. M., Sandoval Marín, F. S. & Caicedo González, J. S. (2022). *Plan Estratégico de Marketing Digital para el Posicionamiento de la Aplicación Móvil Vívelo como Herramienta Turística en Colombia*. Obtenido de <https://repositorio.ecci.edu.co/bitstream/handle/001/2780/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- El Tiempo. (12 de julio de 2023). Santander: hallan fósiles de tortuga marina gigante de hace 135 millones de años. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/colombia/santander/hallan-fosiles-de-tortugas-marinas-gigantes-en-santander-785562>
- Forero Siabato, M. F. & Duque, E. J. (2014). *Evolución y caracterización de los modelos de Brand Equity*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700382#:~:text=Una%20marca%20es%20un%20activo,de%20cualquier%20tama%C3%B1o%20y%20sector.>
- Fundación BAT Colombia. (2023). *Fiestas Colombianas*. Obtenido de <https://www.fundacionbat.com.co/fiestas.php?IDDepartamento=68>
- Gálvez Mozo, A., Ardèvol Piera, E. & Núñez Mosteo, F. (2015). *La Teoría del Posicionamiento como herramienta para el análisis de los Entornos Virtuales*. Obtenido de <https://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-170-3.htm>
- Galvis, R. (30 de 06 de 2019). Zapatoca, un pueblito adonde siempre se quiere volver. *Columnistas Vanguardia.com*.
- Gobernación de Santander. (2021). *Guía turística de Santander*. https://issuu.com/christianriatiganovoa/docs/guia_turistica_santander
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. Ed). México D.F.: McGraw-Hill.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- Lai, K. & Xiang, R. (2015). *Imagen de destino turístico: problemas conceptuales y soluciones definitorias*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/287119966_Tourism_Destination_Image_Conceptual_Problems_and_Definitional_Solutions
- López, A. (24 de agosto de 2022). *¿Se puede reconciliar una marca con sus clientes?* Obtenido de <https://transferencia.tec.mx/2022/08/24/se-puede-reconciliar-una-marca-con-sus-clientes/>
- Martínez, B. (2015). *La identificación con la marca: conceptualización, caracterización y consecuencias*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/310/31045568010.pdf>
- Martínez Quintana, V. (12 de mayo de 2017). *El Turismo de Naturaleza: un producto turístico sostenible*. Obtenido de <https://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/2204/3026>

- Méndez, C. (2020). Metodología De La Investigación. Diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales. (5ª. Ed.). Alphaeditorial
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2022). PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2022- 2026. Turismo en armonía con la vida. <https://www.mincit.gov.co/participa/consulta-ciudadana/20-12-2022-plan-sectorial-de-turismo-vfpp.aspx>
- Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico. (2021). Parques Nacionales. <https://www.miteco.gob.es/es/red-parques-nacionales/nuestros-parques/default.aspx>
- Ojeda Gil, K. L. (2016). *Comunicación para el turismo en Zapatoca - Santander*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/20003>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2013). *Turismo cultural: un motor para el desarrollo sostenible*. Madrid, España
- Organización Mundial del Turismo (2016). *Turismo Rural: Una Solución Para El Desarrollo Sostenible*. <https://www.unwto.org/es/publication/turismo-rural-una-solucion-para-el-desarrollo-sostenible>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Turismo sostenible: una guía para el desarrollo local*. Madrid: OMT.
- Organización Mundial del Turismo (2020). *Código Ético Mundial para el Turismo*. <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>
- Oviedo Castillo, A. A. (06 de septiembre de 2022). *Plan de promoción turística y desarrollo del turismo en el Parque universitario del Cercado de Lima 2022*. Obtenido de <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/handle/upa/2332>
- Otzen, T. Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *Int. J. Morphol.* vol.35, n.1, pp.227-232. ISSN 0717-9502. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>.
- Pérez Porto, M. (20 de febrero de 2014). *Región turística*. Obtenido de <https://definicion.de/region-turistica/#:~:text=El%20concepto%20de%20regi%C3%B3n%20tur%C3%ADstica,cultural%2C%20por%20citar%20algunas%20posibilidades>.
- Petroman, I., Varga, M. & Constantin, E. C. (28 de noviembre de 2015). *Agroturismo: una herramienta educativa para los estudiantes con agroalimentación*. Obtenido de <https://pdf.sciencedirectassets.com/282136/1-s2.0-S2212567116X00068/1-s2.0-S2212567116302441/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEL7%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIQDdFkNkBF855eXAGOyr5r2HRQQImvr8c8mr%2BfWnY0Zd7wlgOp02A0wa95>
- Pike, S. & Stephen J. (abril de 2014). *Organizaciones de marketing de destino y marketing de destino: un análisis narrativo de la literatura*. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S02615177130017>

- Pimentel, E., Pinho, T. & Vieira, A. (2 de mayo de 2006). *Imagem da Marca de un Destino Turístico*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2610/261056107007.pdf>
- Prada, E. Comunicación personal. 24 de julio de 2023
- RCN Radio. (2021). *Tras oleada de críticas, párroco de Zapatoca negó realización de procesiones*. Obtenido de <https://www.rcnradio.com/colombia/santanderes/tras-oleada-de-criticas-parroco-de-zapatoca-nego-realizacion-de-procesiones>
- Ruiz Baudrihayé, J. A. (2007). *El Turismo Cultural*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/43243949/citart-libre.pdf?1456853572=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl_turismo_cultural_luces_y_sombras.pdf&Expires=1686010574&Signature=PaJm1PgtHE6hKzilOqrxFIdB8V6IAjG031aktFFnjMOYQcmZ0Lz3r9tnRPS
- Ramalho Feitosa, W., Tolentino, D., Pedrosa, M. & Gianocário, G. (2019). *El uso de las redes sociales para posicionar un destino turístico: el caso de la ciudad de Guararema y sus visitantes del día*. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/tva/a/Fr4xhnCz5fvBx4JMZLSNYM/abstract/?lang=es>
- Salamanca C. Crespo, C. (2017). El muestreo en la investigación cualitativa. <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/340/330>
- Suárez García, M. I. (2017). *Análisis de los factores que influyen en el posicionamiento del cantón Playas como destino turístico del Ecuador*. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4151>
- Trout, J. & Rivkin, S. (2018). *Positioning: The battle for your mind*, (20th anniversary ed.). McGraw-Hill.
- Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza (UICN). (2020). Áreas Protegidas. <https://www.iucn.org/es/temas/areas-protegidas>
- WWF Colombia. (17 de marzo de 2022). *“Devolverle la tierra a la Tierra”, el propósito de un grupo de reservistas en Santander*. Obtenido de <https://www.wwf.org.co/?375751/Devolverle-la-tierra-a-la-Tierra-el-proposito-de-un-grupo-de-reservistas-en-Santander>

ANEXOS

Anexo A

Encuesta. Plan de posicionamiento turístico del municipio de Zapatoca, con el fin de mejorar su competitividad como destino turístico del país

Objetivo: Analizar la percepción de los turistas y visitantes actuales sobre Zapatoca como destino turístico.

Perfil del turista que visita Zapatoca actualmente y tipo de experiencias busca en esta como destino turístico

1. Si has visitado Zapatoca como turista, ¿podría escoger del listado las experiencias que buscabas o experimentaste desde los tipos de turismo?

- Deluxe: Elección de destinos exclusivos
- Foodie: Comparte su experiencia como comensal en redes sociales
- Single: Dispone de buen presupuesto y gusta de viajes para personas sin pareja
- Low Cost: Lo importante es viajar
- Voluntario: Aprovechan los viajes para ayudar a los demás
- De aventura: Busca actividades cargadas de adrenalina
- Solo Femenino: Las mujeres viajan solas, sin compañía
- Solo personas adultas (*Adults Only*): Buscan lugares donde no se permiten niños
- Child friendly: buscan planes para familias con niños
- Eco-Friendly: Huyen de las grandes ciudades, buscando entornos naturales
- Zen: Buscan sesiones de yoga, meditación para reencontrarse con el cuerpo y la mente
- Fabs: Son mayores de 50 que les gusta viajar sin prisa
- Otro, ¿cuál? _____

2. ¿Qué tipo de turistas cree que visitan Zapatoca actualmente? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Aventureros _____

Familias _____

Amantes de la naturaleza _____

Historiadores y culturalmente interesados _____

Parejas románticas _____

Otro, ¿cuál? _____

3. ¿Qué tipo de experiencias cree que los turistas buscan o pueden encontrar al visitar Zapatoca? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Conexión con la naturaleza _____

Descubrir la historia y la cultura local _____

Relajación y escapada tranquila _____
Aventuras y actividades al aire libre _____
Gastronomía y experiencias culinarias _____
Otro, ¿cuál? _____

Percepción actual de Zapatoca como destino turístico, tanto a nivel local como nacional e internacional

4. ¿Cómo describiría la imagen de Zapatoca como destino turístico?

Muy positiva _____
Positiva _____
Neutral _____
Negativa _____
muy negativo _____

5. ¿Qué palabras o adjetivos se asocian con Zapatoca como destino turístico?

Seleccione todas las opciones que corresponden:

Encantador _____
Histórico _____
Pintoresco _____
Cultural _____
Relajante _____
Aventurero _____
Tradicionales _____
Exclusivo _____
Otro _____

6. ¿Cuál cree que es la reputación de Zapatoca como destino turístico a nivel local, nacional e internacional?

Muy positiva _____
Positiva _____
Neutral _____
Negativo _____
Muy negativa _____

7. Pensando en Zapatoca como destino turístico, describa en pocas palabras lo que sabe o se dice de esta

Principales atractivos turísticos de Zapatoca y cómo se comparan con otros destinos similares

8. ¿Cuáles considera que son los principales atractivos turísticos de Zapatoca?

Seleccione todas las opciones que corresponden:

Arquitectura colonial _____
Paisajes naturales _____
Gastronomía local _____

Fiestas tradicionales _____
Sitios históricos _____
Actividades al aire libre _____
Lugares de descanso _____
Otro _____

9. Si ha visitado otros destinos del país similares a Zapatoca, indique cuál _____

10. ¿En comparación con otros destinos que ha visitado similares a Zapatoca en Colombia, ¿cómo los clasificaría en términos de lo atractivo que le resultan?

Muy atractivos _____
Atractivos _____
Neutral _____
Poco atractivos _____

11. ¿Qué aspectos destacarías de los atractivos turísticos de Zapatoca, en comparación con otros destinos? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Autenticidad _____
Variedad _____
Exclusividad _____
Belleza natural _____
Historia _____
Cultura _____
Clima _____
Otro _____

Fortalezas y debilidades actuales de Zapatoca en términos de infraestructura turística, servicios y oferta turística en general

12. ¿Cuáles considera que son las principales fortalezas de la infraestructura turística de Zapatoca? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Calidad de alojamiento _____
Variedad de restaurantes y cafeterías _____
Accesibilidad y transporte _____
Servicios turísticos disponibles (guías, agencias, etc.) _____
Infraestructura de comunicación (Wi-Fi, cobertura móvil) _____
Otro, ¿cuál? _____

13. ¿En qué aspectos pueden estar las principales debilidades o áreas de mejora de la infraestructura turística de Zapatoca? Selecciona todas las opciones que corresponden:

Opciones de alojamiento _____
Calidad de los servicios turísticos _____
Infraestructura de transporte _____
Oferta de actividades turísticas _____
Infraestructura de comunicación (Wi-Fi, cobertura móvil) _____

Otros, ¿cuáles? _____

14. ¿Cuáles considera que son las principales barreras o desafíos que enfrenta Zapatoca para posicionarse como destino turístico? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Promoción turística _____

Accesibilidad y vías _____

Transporte _____

Competencia con otros destinos turísticos _____

Infraestructura turística _____

Percepción del destino _____

Otro _____

15. ¿Qué servicios turísticos considera que se destacan en Zapatoca? ¿Cuáles creen que podrían mejorar? Califique cada una de acuerdo con la siguiente escala:

5: Excelente, 4: muy Bueno, 3: Bueno, 2: normal, 1: Deficiente

En términos de calidad del servicio:

Tours guiados _____

Alquiler de bicicletas _____

Restaurantes y cafeterías _____

Servicios de transporte local _____

Actividades de aventura _____

En términos de experiencia ofrecida:

Tours guiados _____

Alquiler de bicicletas _____

Restaurantes y cafeterías _____

Servicios de transporte local _____

Actividades de aventura _____

En términos de precios:

Tours guiados _____

Alquiler de bicicletas _____

Restaurantes y cafeterías _____

Servicios de transporte local _____

Actividades de aventura _____

En términos de accesibilidad:

Tours guiados _____

Alquiler de bicicletas _____

Restaurantes y cafeterías _____

Servicios de transporte local _____
Actividades de aventura _____

En términos de variedad de opciones:

Tours guiados _____
Alquiler de bicicletas _____
Restaurantes y cafeterías _____
Servicios de transporte local _____
Actividades de aventura _____

En términos de opiniones y comentarios de otros usuarios:

Tours guiados _____
Alquiler de bicicletas _____
Restaurantes y cafeterías _____
Servicios de transporte local _____
Actividades de aventura _____

Oportunidades de desarrollo turístico no exploradas o subutilizadas en Zapatoca

16. ¿Cuáles oportunidades de desarrollo turístico consideras que existen en Zapatoca se deberían aprovechar?

Segmentos de mercado potenciales para Zapatoca y cómo se podrían alcanzar de manera efectiva

17. ¿Para quienes cree que podría ser atractivo para Zapatoca como destino turístico? Selecciona todas las opciones que correspondan:

Turistas nacionales _____
Turistas extranjeros _____
Amantes de la naturaleza y el ecoturismo _____
Viajeros culturales e históricos _____
Turistas aventureros _____
Otros, ¿cuáles? _____

Estrategias de comunicación y promoción turística que podrían utilizarse para posicionar a Zapatoca como un destino turístico atractivo

18. ¿Cómo cree que se podría comunicar lo que se puede encontrar en Zapatoca? Selecciona todas las opciones que corresponden:

Campañas de marketing digital _____
Participación en ferias y eventos turísticos _____
Alianzas estratégicas con agencias de viajes y operadores turísticos _____
Promoción en medios de comunicación especializados _____

Uso de redes sociales y marketing de influenciadores _____

Otro _____

19. ¿Qué estrategias de comunicación y promoción turística considera que podrían ser efectivas para posicionar a Zapatoca como destino turístico atractivo? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Campañas publicitarias en medios tradicionales (TV, radio, prensa) _____

Creación de contenido en redes sociales _____

Desarrollo de un sitio web turístico informativo _____

Organización de eventos turísticos y festivales _____

Colaboración con influenciadores y blogueros de viajes _____

Otro _____

20. ¿Qué canales de comunicación cree que serían más adecuados para llegar a los potenciales turistas interesados en Zapatoca? Seleccione todas las opciones que corresponden:

Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, tik tok) _____

Página web oficial de Zapatoca _____

Guías de viaje impresas _____

Agencias de viajes y tour operadores _____

recomendaciones boca a boca _____

Otro _____

21. Si usted pudiera calificar a Zapatoca en términos de cuáles son las cualidades de Zapatoca, ¿qué palabras utilizaría?

22. Después de la experiencia que tuvo en Zapatoca, ¿cuáles son esos aspectos culturales que cree que la caracterizan?

23. Si usted quisiera hablar y describir a Zapatoca como si fuera una persona, ¿cómo la describiría?

Gracias por su colaboración



Anexo B

Entrevista semiestructurada a OTAS´S

Objetivo: Caracterizar los atractivos y factores turísticos del municipio de Zapatoca, centrándose en las OTA (Organizaciones de Turismo del Sector Privado).

1. ¿Cuál es su rol o función dentro de la OTA en el municipio de Zapatoca?
2. ¿Cuáles son los atractivos turísticos más destacados en Zapatoca desde la perspectiva de la OTA?
3. ¿Podría contarme sobre el patrimonio cultural (musical, artesanal, textil, artesanal, etc.) relevante de Zapatoca para el turismo?
4. ¿Podría contarme sobre el patrimonio arquitectónico de Zapatoca relevante para el turismo?
5. ¿Cuáles son los principales recursos naturales que atraen a los turistas a Zapatoca?
6. ¿Cuáles son los platos típicos o la gastronomía tradicional que los visitantes suelen disfrutar en Zapatoca?
7. ¿Existen eventos especiales o festividades que sean especialmente atractivos para los turistas en Zapatoca?
8. ¿Cuáles son los principales desafíos o limitaciones que enfrenta la OTA en la promoción y desarrollo turístico de Zapatoca?
9. ¿Cómo se promociona y comercializa actualmente Zapatoca como destino turístico desde la OTA?
10. ¿Cuáles son las estrategias implementadas por la OTA para preservar y promover el patrimonio cultural y natural de Zapatoca?
11. ¿Qué oportunidades de crecimiento turístico identifica la OTA para Zapatoca en el futuro?
12. ¿Cuáles creen que son las principales fortalezas de Zapatoca como destino turístico?
13. ¿Qué aspectos considera que podrían mejorarse para hacer de Zapatoca un destino más competitivo?
14. ¿Qué recomendaciones darían para promover y posicionar mejor a Zapatoca como un destino turístico atractivo?

Anexo C

Entrevista semiestructurada a Grupos Focales

Objetivo: Obtener las percepciones sobre el turismo en Zapatoca y recopilar ideas para el plan de posicionamiento turístico del Municipio.

Introducción y contexto:

- a. ¿Cuál es su relación con Zapatoca y su comunidad?
- b. ¿Cuánto tiempo lleva involucrado/a en temas relacionados con el turismo local?
- c. ¿Qué es lo que más le gusta actualmente de Zapatoca como destino turístico?

Percepción actual del turismo en Zapatoca:

- a. En su opinión, ¿cómo describiría el estado actual del turismo en Zapatoca?
- b. ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de Zapatoca?
- c. ¿Qué aspectos cree que destacan a Zapatoca frente a otros destinos turísticos del país?
- d. ¿Qué desafíos enfrenta actualmente Zapatoca como destino turístico?

Identificación de fortalezas y debilidades:

- a. ¿Cuáles son los aspectos más positivos del turismo en Zapatoca?
- b. ¿Qué áreas considera que necesitan mejorar para atraer más visitantes?
- c. ¿Cuáles pueden ser los aspectos culturales o patrimoniales que podrían potenciarse para atraer turistas interesados en experiencias auténticas?

Segmentación del mercado:

- a. ¿Qué tipos de turistas creen que serían más atraídos por Zapatoca? (Ej. Aventureros, ecoturistas, culturales, etc.).
- b. ¿Qué servicios o experiencias adicionales podrían desarrollarse para satisfacer las necesidades de estos diferentes segmentos?

Participación de la comunidad local:

- a. ¿Cómo involucrarían a la comunidad local en el desarrollo del turismo en Zapatoca?
- b. ¿Qué beneficios creen que el turismo puede aportar a la comunidad local?

Sostenibilidad y conversación:

- a. ¿Qué medidas se están tomando actualmente para preservar el entorno natural y cultural de Zapatoca?

- b. ¿Cómo podría el turismo contribuir a la sostenibilidad del destino y la conservación de sus recursos?

Competitividad y diferenciación:

- a. ¿Qué estrategias consideran que podrían mejorar la competitividad de Zapatoca como destino turístico?
- b. ¿Cómo podría Zapatoca diferenciarse de otros destinos cercanos?

Promoción y marketing:

- a. ¿Qué canales de promoción y mercadeo consideran más efectivos para dar a conocer Zapatoca como destino turístico?
- b. ¿Qué aspectos o historias únicas deberían destacarse en la promoción de comunicación?

Infraestructura y servicios turísticos:

- a. ¿Qué opinión tiene de la infraestructura turística actual de Zapatoca?
- b. ¿Qué mejoras o ampliaciones son necesarias para ofrecer una experiencia turística más completa y cómoda?

Plan de acción:

- a. ¿Cuáles son las principales acciones que creen que deberían incluirse en el plan de posicionamiento turístico de Zapatoca?
- b. ¿Qué instituciones o actores consideran clave para llevar a cabo este plan de manera efectiva?

Anexo D Volante Publicitario Zapatocha

Histórica & Cultural

- 1 Barrio San Vicentico
- 2 Escaleras del Campo Santo
- 3 Calle del Caracol
- 4 Museo Precolombino
- 5 Mediateca Municipal
- 6 Plazuela de comidas
- 7 Parque Geo Von Lengerke
- 8 Centro de Historia
- 9 Plaza de Hierro
- 10 Punto de Información Turística (Alcalda)
- 11 Museo Casa Quijote

Artesanal

- 1 Casa del Pauche - Noehema Cadena de Bueno
- 2 Taller de Bejuco - Altx Plata Duarte
- 3 Tejidos en Croché - María A Camacho
- 4 Taller Tejar y Pintura - Arcel y Araujo de Niño
- 5 Taller tejidos en Croché - Ángela Prada Díaz
- 6 Taller de cuero - Janette León Durán
- 7 Taller de Iraca - Argemira Ortiz
- 8 Taller de bordados - Fundación Bordar

Lerítica por los Caminos de la Fe

- 1 Cementerio Central Zapatocha
- 2 Capilla San Vicentico
- 3 Campo Santo
- 4 Capilla Sagrado Corazón
- 5 Capilla del Hospital
- 6 Capilla Colegio Santo Tomás
- 7 Catedral San Joaquín
- 8 Capilla de la Visitación
- 9 Capilla Santa Barbara
- 10 Capilla San Antonio
- 11 Capilla San Bernardo

Natural

- 1 Inicio ruta Los Chucureños
- 2 Cueva del Nitro
- 3 Mirador de los Yanguies
- 4 Pozo del Ahogado
- 5 Cascada la Lajita
- 6 Mirador Guane
- 7 Quebrada de la Pao
- 8 El Bautisterio
- 9 Campo Karst - vitrinas geológicas
- 10 Laguna del Sapo

Zapatocha

La ciudad del clima de seda

1750m
18° - 23°
2h / 68 km
Bucaramanga

Contactos Útiles

Policía Nacional: 3143976019
Policía de turismo: 0376252250
Alcalda Municipal: 6252055
Bomberos: 3125797958
Defensa civil: 3209821391
Hospital: 3212054007

Senderismo

- 1 Camino al Mirador Guane
- 2 Camino de Lengerke
- 3 Zapatocha - San Vicente de Chucurí
- 4 Camino de Lengerke
- 5 Zapatocha - La Fuente - Barichara
- 6 Camino a la Laguna del Sapo

Convenciones

- Cementerio
- Mirador
- Río-Quebrada
- Cascada
- Cueva
- Vía Principal
- Vía Secundaria
- Camino Real
- Casco Urbano
- Plaza Principal

Alrededores de Zapatocha

San Vicente de Chucurí, La Fuente / Barichara, La Fuente, Guane

Rutas Turísticas

Histórica & Cultural

Desde su fundación en 1743, Zapatocha guardó su arquitectura colonial. A lo largo de su paseo en el municipio se encontrarán con lugares emblemáticos del municipio que les permitirán apropiarse de la cultura y de la historia de su gente y disfrutar del encanto del pueblo!

Artesanal

Los artesanos de Zapatocha trabajan diferentes materiales como la fibra de plátano, el cuero, el fique, la iraca, la lana, el bejuco y un material típico del territorio llamado pauche. Este material no se encuentra en ningún otro lugar de la región. Recorriendo las calles del municipio se encuentran los talleres de los diferentes artesanos enseñando sus productos elaborados con manos Zapatochas donde podrán obtener un recuerdo por su visita a la Ciudad del Clima de Seda.

Lerítica por los Caminos de la Fe

Es reconocida por ser la "Ciudad Lerítica" de Colombia. De sus 14 capillas nacieron aproximadamente 200 sacerdotes. Dos de las grandes joyas arquitectónicas de estilo colonial que enorgullecen a los Zapatochas son la Paredón de San Joaquín y la Capilla Santa Bárbara.

Natural

Está rodeada por el Cañón del Suárez y la Serranía de los Yanguies. Se beneficia de un entorno único con alturas desde 400m hasta 2300m, donde encontrarán variedad de atractivos turísticos enmarcados de sus paisajes y senderos. En la Cueva del Nitro podrán descubrir el mundo subterráneo, en familia y amigos aventureros. Más allá del casco urbano, la zona rural de Zapatocha, con sus cascadas, sus miradores hacia el Cañón del Chicamocha, sus caminos de senderismo constituyen un verdadero paraíso natural.

Bienvenidos a Zapatocha

la ciudad de Clima de Seda

Ubicada al cruce de la Cordillera Oriental y la Serranía de los Yanguies, Zapatocha está rodeada de lugares contemplativos y admirados por los visitantes. Fundada en 1743, su historia es única por la influencia que tuvo el inmigrante Alemán Geo Von Lengerke en el siglo XIX. Este ingeniero civil aprovechó los antiguos caminos indígenas para construir redes de caminos empedrados que conectan Zapatocha con el Cañón del Chicamocha y el Río Magdalena. Por ende, la identidad cultural de Zapatocha, al cruce de estas regiones, es muy reconocida; cambiando en sus calles se encuentra toda la influencia de los escritores, músicos, comerciantes, personajes eclesiósticos y artesanos que modelaron su desarrollo. Entre naturaleza y riqueza cultural, ¿qué le diga solo quiere una cosa, volver lo más pronto posible!

Diseño y Diagramación
Daniel Méndez

Fotografía
Luz Ardina - Tétraktys
Alcides de Zapatocha

Impresión
Equipo de Diseño

Coordinación
Equipo de proyecto "De los Alpes a los Andes"

Este mapa está impreso en papel reciclado hecho 100% de la fibra de caña de azúcar.
Versión 1 - Julio 2022

MAPA

Zapatocha

DESCUBRE OTROS 9 MUNICIPIOS PARA VIVIR: El Cañón, Barichara, Villanueva, Jordán, Los Santos, Aratoca, Copetá, Cursi, Capitanejo y Molagavita.

Síguenos en nuestras redes sociales
@destinochicamocha
www.destinochicamocha.com

Sitios Turísticos

Campo Santo

Es un sitio silencioso y tranquilo que invita a la rememoración de la historia colombiana. Allí yacen algunos mártires de la Independencia y se encuentra la tumba de Geo Von Lengerke, personaje mítico de la región.

Cueva del Nitro

Maravilla natural ubicada a 10 minutos del casco urbano y conecta con los salones del Nitro, y otros lugares que impactan a los visitantes; está conformado por cavernas de formaciones naturales, en las galerías y túneles de sorprendente belleza.

Casa de Mercado

Día a día los campesinos de las veredas de Zapatocha labran la tierra, cultivan el alimento y venden sus productos en la plaza de mercado. Ideal para quienes disfrutan los sabores de nuestras tierras, y preparan platos para toda la familia.

Mirador Guane

El Mirador Guane está ubicado a 15 minutos del casco urbano, con una vista espectacular hacia el majestuoso cañón del Chicamocha (maravilla natural de Suramérica y segundo Cañón más grande del mundo) y diferentes municipios vecinos como Los Santos, Guane, Barichara, Piedecuesta y las minas de yeso al lado del Río Suárez.

Caminos de Lengerke

Los Caminos de Lengerke son caminos empedrados construidos por un ingeniero alemán en la segunda mitad del siglo XIX. Estos caminos permitieron conectar a Santander con el río Magdalena y contribuyeron al desarrollo económico de la región. Geo Von Lengerke, el famoso ingeniero, utilizó para construir estos caminos la red de senderos que recorrían las civilizaciones precolombinas del departamento. Desde Zapatocha, el Camino de Lengerke comienza con Barichara pero también con San Vicente de Chucurí.