

**“MARKETING TERRITORIAL PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS
QUE PERMITAN EL DESARROLLO INTEGRAL DEL MUNICIPIO DE
GUATAQUÍ”**

**ANDREA NATALY ROZO GONZALEZ
LUZ ANGELA QUIJANO ROMERO**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERIA
PROGRAMA DE INGENIERIA DE MERCADOS
BOGOTA D.C – COLOMBIA
2015**

**“MARKETING TERRITORIAL PARA EL PLANTEAMIENTO DE ESTRATEGIAS
QUE PERMITAN EL DESARROLLO INTEGRAL DEL MUNICIPIO DE
GUATAQUÍ”**

**ANDREA NATALY ROZO GONZALEZ
LUZ ANGELA QUIJANO ROMERO**

**TRABAJO DE GRADO:
Previo a la obtención del título de:
INGENIEROS DE MERCADOS**

**Director Temático:
JAVIER DAVID ANGEL MATIZ**

**UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA
FACULTAD DE INGENIERIA DE MERCADOS
BOGOTA D.C – COLOMBIA
2015**

Nota de aceptación

Firma de Presidente de Jurado

Firma de Jurado

Firma de Jurado

DEDICATORIA

Dedicada a los habitantes del municipio de Guataquí, por depositar su confianza y esperanza durante el proceso de esta investigación, por permitir sustraer toda la información necesaria, resolver nuestras dudas e inquietudes, confiar en nuestros conocimientos y capacidades.

Dedicada a nuestras Familias e Hijas, de quienes hemos recibido apoyo incondicional a lo largo de este proceso.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar queremos agradecer a Dios por permitirnos esta gratificante experiencia en todo el transcurso de nuestra carrera universitaria, a la Universidad Piloto de Colombia por el apoyo en nuestro proceso de formación personal y profesional, a nuestro Director Temático Javier David Ángel Matiz, por su paciencia, dedicación y acompañamiento durante este tiempo, a los habitantes del municipio de Guataquí, quienes proporcionaron recursos y herramientas necesarias para el desarrollo de las jornadas de investigación, a nuestros Padres, Hermanos e Hijas quienes son el pilar de nuestras vidas, quienes han apoyado atentamente nuestro desarrollo personal profesional, y por ultimo a nuestro compañero Luis Vilorio Palomino quien ha compartido conocimientos y dedicación durante el desarrollo de este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

TABLA DE GRAFICAS	10
RESUMEN.....	12
INTRODUCCIÓN.....	13
1. CAPITULO I ANTECEDENTES.	17
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:	17
1.2 JUSTIFICACION:.....	18
1.3 OBJETIVOS.....	18
1.3.1 Objetivo General:.....	18
1.3.2 Objetivos específicos:.....	18
1.4 METODOLOGIA.	19
1.4.1 Fases para el proceso de caracterización	19
1.4.2 Primera visita:.....	19
1.4.3 Segunda visita:.....	20
1.4.4 Tercera visita:	20
1.4.5 Cuarta Visita:	20
1.4.6 visita a la gobernación:.....	20
1.5 ALCANCES:	21
2. CAPITULO II MARCO CONTEXTUAL.....	22
2.1 CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE GUATAQUÍ EN COLOMBIA	22
2.1.1 CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES.....	24
2.1.2 La bandera	26
2.1.3 Escudo Municipal	27
2.1.4 Himno Municipal:.....	27
2.1.5 alcalde.....	29
2.2 CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS	29
2.3 PERFIL POLÍTICO Y ADMINISTRATIVO	30
2.3.1 DIVISIÓN POLÍTICA	30
2.3.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA	30
2.4 POBLACIÓN	30
2.5 FUNDACIÓN DE GUATAQUÍ.....	33
2.5.1 Los champanes de época en el rio magdalena	36

2.6	HECHOS NOTABLES	38
3.1	QUE ES MARKETING TERRITORIAL.....	39
3.2	PRINCIPIOS DEL MARKETING TERRITORIAL:	42
3.3	OBJETIVOS DEL MARKETING TERRITORIAL:.....	43
3.4	COMO FUNCIONA EL MARKETING TERRITORIAL	43
3.5	UN PLAN ESTRATÉGICO TERRITORIAL DEBE:	45
3.6	CITY MARKETING:.....	45
3.6.1	OBJETIVO GENERAL DEL MARKETING CITY.....	46
3.7	MARKETING TERRITORIAL:	46
3.8	TURISMO EN COLOMBIA:.....	47
3.9	PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR PARA ESCOGER UN SITIO TURISTICO .	50
3.10	LA SÁBILA.....	51
3.10.1	HISTORIA DE LA SÁBILA.....	53
3.10.2	CARACTERISTICAS DE LA SÁBILA.....	54
4.1.1	CULTIVO DE SÁBILA.....	55
4.1.2	USOS DEL ALOE VERA	55
4.1.3	SÁBILA EN GUATAQUÍ	56
5.	CAPITULO IV MARCO METODOLÓGICO	57
5.1	METÓDO DE INVESTIGACIÓN	57
5.2	TIPO DE INVESTIGACIÓN	59
5.3	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:	60
5.3.1	Objetivo general:	60
5.3.2	Objetivos específicos:.....	60
5.4	INSTURMENTOS DE MEDICIÓN	61
5.5	POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO	61
5.6	JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA	62
5.6.1	PERFILES.....	62
5.7	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	63
5.7.1	RESULTADO ENTREVISTA CONCEJAL GUATAQUÍ.....	64
5.7.2	RECTOR DEL COLEGIO MUNICIPAL	67
4.7.3.	RESULTADOS ENTREVISTA DIRECTOR DEL PUESTO DE SALUD	69
5.7.3	RESULTADOS ENTREVISTA PARROCO DE LA IGLESIA.....	72
5.7.4	CONCLUSIONES GENERALES DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS EN EL MUNICIPIO	73
5.8	RESULTADOS ENCUESTA MASIVA POBLACIÓN GUATAQUÍ.....	77

5.9	RESULTADOS ENCUESTA MASIVA CIUDAD DE BOGOTA.....	95
5.10	 conclusiones de investigación.	103
5.11	 HALLAZGOS.....	104
5.12	 ¿COMO SURGE LA PROPUESTA INTEGRAL QUE HOY EN DÌA SE QUIERE MOSTRAR AL MUNICIPIO DE GUATAQUÍ?	105
6.	 CAPITULO V PROPUESTA DE VALOR.....	108
6.1	 OBJETIVO	108
6.2	 PROPUESTA NUMERO UNO (CORTO PLAZO).....	109
6.2.1	 Objetivos específicos:.....	109
6.2.2	 DESARROLLO PROPUESTA:	110
6.2.3	 PUBLICO OBJETIVO	110
6.2.4	 RECORRIDO Y MEDIOS DE TRANSPORTE	111
6.3	 PROPUESTA DOS “SIEMBRA SABILA”	111
6.3.1	 OBJETIVO PRINCIPAL:	111
6.3.2	 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	111
6.3.3	 ¿EN QUE CONSISTE?	112
6.3.4	 GRUPO OBJETIVO	112
6.3.5	 MERCADO INTERNACIONAL.....	113
6.3.6	 SÁBILA EN COLOMBIA.....	114
6.3.7	 SÁBILA EN GUATAQUÍ	116
6.3.8	 VIABILIDAD DEL PROCESO:	116
6.3.9	 PROCESO	117
6.3.10	 HISTORIA DE LA SÁBILA.....	118
6.3.11	 USOS DEL ALOE VERA	118
6.4	 PROPUESTA TRES: “PARQUE TEMÀTICO LOS CONQUISTADORES”.....	119
6.4.1	 Objetivo general	119
6.4.2	 Objetivos específicos:.....	119
6.4.3	 DESARROLLO DE LA PROPUESTA:.....	120
6.4.4	 ¿POR QUÉ UN PARQUE TEMÁTICO EN GUATAQUÍ?	120
6.4.5	 ¿PORQUÉ ESTE PARQUE SE LLAMARA LOS CONQUISTADORES? 121	
6.4.6	 PUBLICO OBJETIVO	121
6.4.7	 ¿QUE VA A TENER ESTE PARQUE?	122
6.4.8	 HOTEL COLONIAL LOS CONQUISTADORES.....	123
6.4.9	 BENEFICIOS PARA GUATAQUI.....	123

CONCLUSIONES..... 125
RECOMENDACIONES..... 129
BIBLIOGRAFIA..... 132
ANEXOS 133

TABLA DE GRAFICAS

Grafica 1: Municipio Guataquí - Cundinamarca	25
Grafica 2: Zona Urbana Municipio Guataquí	25
Grafica 3: Bandera de Guaquí.....	26
Grafica 4: Escudo Municipal	27
Grafica 5: Alcalde Municipal	29
Grafica 6: Variación Poblacional Censos	32
Grafica 7: Distribución Poblacional Censos.....	32
Grafica 8: Distribución Población por rangos de edad.	33
Grafica 9: Vista Panorámica de Guataquí y Guataquisito.	34
Grafica 10: Mapa de Colombia, ruta conquistadores.	37
Grafica 11: Acciones de mejora Marketing Territorial	44
Grafica 12: Proceso cultivo de Sábila	55
Grafica 13: Edad de la población de Guataquí	78
Grafica 14: Género de la población de Guataquí	79
Grafica 15: Nivel socio económico de la población de Guataquí.....	80
Grafica 16: Tiempo que llevan viviendo en Guataquí	81
Grafica 17: Nivel de orgullo de vivir en Guataquí	84
Grafica 18: Potencial de Guataquí	86
Grafica 19: Opinión de los aspectos de Guataquí	88
Grafica 20: Importancia de los aspectos de Guataquí	89
Grafica 21: Aspectos negativos de vivir en Guataquí	91
Grafica 22: Aspectos positivos de vivir en Guataquí	92
Grafica 23: Expectativa del futuro de Guataquí	94
Grafica 24: Residentes de Bogotá.....	95
Grafica 25: Frecuencia de viajar fuera de Bogotá	96

Grafica 26: Razón de viaje.....	97
Grafica 27: Percepción de los municipios de Cundinamarca	98
Grafica 28: Tiempo que está dispuesto a viajar para conocer nuevos destinos	99
Grafica 29: Municipios de Cundinamarca que conocen	100
Grafica 30: Conocimiento de la ruta del sol	101
Grafica 30: Visita al municipio de Guataquí	102

RESUMEN.

Este documento ha sido preparado, teniendo en cuenta el contexto socio-económico y cultural que atraviesa actualmente el Municipio de Guataquí. Esta investigación surge con el objetivo de generar una alternativa que contribuya al desarrollo económico, social y productivo. Siendo la agricultura una actividad económica que se convierte en un factor clave para formular estrategias de producción y explotación territorial.

Adicionalmente, esta investigación fomenta el desarrollo del turismo histórico, agroecológico y deportivo, tomando provecho del contexto histórico que presenta el municipio, esto con el fin de generar reconocimiento e identidad cultural. Orientado a un grupo objetivo de personas que requieren comodidad y acceso a espacios de aprendizaje, diversión y descanso. Estos tres aspectos le proporcionaran a Guataquí la ventaja para convertirse en un territorio competitivo y auto sostenible

Dicho objetivo está sustentado en la generación de una estrategia integral que consiste en el aprovechamiento del contexto histórico y condiciones agrícolas del municipio para generar reconocimiento y posicionamiento del mismo.

Para ello fue necesario llevar a cabo un arduo trabajo de investigación exploratoria y descriptiva, para la construcción integral de la estrategia.

Finalmente, se obtiene el panorama de la situación actual del municipio, y se plantean tres alternativas que serán la hoja de ruta dentro de un plan de acción integral, a ejecutar por las entidades públicas, entidades privadas y los habitantes del municipio, indicando los factores de cada estrategia y los requerimientos para el desarrollo satisfactorio de cada una.

INTRODUCCIÓN.

Actualmente las administraciones de los territorios deben asegurar el bienestar de sus habitantes, para esto es primordial que cuenten con los recursos necesarios que permitan ejecutar un plan de desarrollo sostenible que garantice la calidad de vida de las personas residentes, esto no debe impactar de manera negativa ninguno de sus principales aspectos, como los son los factores políticos, sociales, culturales, económicos y ambientales con los que cuenta dicho territorio.

Para generar diversas estrategias dentro un plan de desarrollo de un territorio se requiere tomar como base el Marketing Territorial como una herramienta encaminada a diseñar tácticas, que promuevan la economía y los recursos del lugar. El propósito de desarrollar dichas estrategias, es la mejora de la calidad de vida de los habitantes de un territorio por medio del desarrollo de los componentes económicos, sociales, políticos y culturales. El alcance del marketing territorial comprende desde el casco urbano hasta la zona rural del municipio, es decir que vela por los intereses de la totalidad del territorio y busca el desarrollo de infraestructuras. No solo ve el turismo como actividad económica sino que tienen en cuenta otras actividades como la conservación y difusión del patrimonio cultural y natural, la agricultura, la ganadería, la minería, la pesca, la explotación forestal, la industria y el comercio. Teniendo en cuenta este concepto se hace necesario evaluar las actividades económicas que permitan llevar a cabo las estrategias para el desarrollo municipal.

Históricamente y observando la extensión del territorio nacional en forma general, se puede afirmar que la agricultura es y ha sido una de las principales fuerzas que impulsan el desarrollo y transformación de Colombia, gracias a las óptimas condiciones naturales, climatológicas y ecológicas entre otras, a lo largo de su

extensión geográfica. No obstante a pesar de ser un país lleno de riquezas naturales, el sector agrícola no ha logrado un óptimo desempeño a lo largo del tiempo. El apoyo por parte de las entidades gubernamentales ha tenido grandes falencias que restringen el buen desarrollo de la agricultura, y que terminan afectando a los productores, esto implica que se ha mantenido una agricultura de subsistencia, dificultando el tener un sector competitivo. Sin embargo, existen planes de desarrollo en los territorios de algunas entidades que trabajan en el fortalecimiento de la educación, capacitación y emprendimiento que logren la producción y comercialización de productos extraídos de la tierra. La mayoría de las veces estos esfuerzos se ven afectados ya que no existe una continuidad en el proyecto por diversos factores como administraciones deficientes, conflicto de intereses, falta de inversión pública y privada y violencia entre otros.

Por otro lado se encuentra el turismo, el cual tiene una percepción positiva en muchos pobladores de Colombia como la esperanza para superar la pobreza; según se evidencia en un artículo de el periódico El Tiempo “este sector es el tercer generador de divisas del país, después del petróleo y los derivados del carbón. Las divisas generadas por el turismo en el 2013 ascendieron a 4.758 millones de dólares. Según reportes del “Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.”¹

“Colombia es un país muy turístico, acudiendo millones de viajeros foráneos todos los años atraídos por sus playas, el abundante patrimonio artístico y cultural del país y la variedad de ofertas gastronómicas, además de ser una de las naciones más ricas en patrimonio cultural de América.”² Colombia se hace llamativa a los extranjeros al contar con lugares y actividades como: playas ubicadas en los océanos Pacífico y Atlántico, coloridos paisajes, ríos, lagos y lagunas; riqueza histórica y cultural; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura.

¹ MOJICA PATIÑO JOSE ALBERTO, El mejor capítulo del turismo en Colombia [En línea] <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/llegada-de-extranjeros-a-colombia/14600022>> [Tomado el 22 de Mayo de 2015]

² VARIOS, Turismo en Colombia [En línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia> [Tomado el 23 de Mayo de 2015]

Así como Colombia es llamativa para los extranjeros, también resulta serlo para sus mismos habitantes, ya que cuenta con gran variedad de destinos que hacen vivir una experiencia diferente en cada uno de ellos gracias a su diversidad cultural. Lo anterior hace despertar el interés de los habitantes de Colombia por conocer cada ciudad, municipio o región de su país.

Los territorios de Colombia que gozan de la preferencia de los turistas son los que cuentan con playa, mar y sol; sin embargo existen territorios que hacen parte de la excepción, ya que a pesar de no contar con estas características son bastante deseados por los turistas.

Como es el caso de Cundinamarca por ejemplo, un territorio que aunque no goza de las características del caribe, es un departamento que goza de un alto tráfico de visitantes. Lo anterior se debe a que al contar con numerosos sitios y actividades para ofrecer a los turistas, hace que estos se vean envueltos en experiencias diferentes. Algunos de los sitios más frecuentados por los visitantes son: Balnearios en Girardot y Ricaurte Parque Arqueológico Piedras del Tunjo ubicado en el municipio de Facatativá Rocas de Suesca, Parque ecológico del Neusa, Salto del Tequendama, Parque natural Chicaque.

Las razones por las que los turistas visitan Cundinamarca se centra en la búsqueda de descanso, paisajes exóticos o la práctica de deportes extremos.

Finalmente Para este proyecto se elige El municipio de Guataquí que Posee características especiales y diferentes (como cada comunidad en el mundo), que pueden ser desarrolladas como ventajas diferenciales para generar el progreso en los diferentes aspectos del territorio. Los sectores económicos que se tomaran como base del planteamiento de estrategias son la agricultura y el turismo siendo las actividades que explotan los recursos ya existentes en el municipio y en las que se puede potencializar la base de una economía creciente. Cabe resaltar que cada elemento o característica, esta nutrido de experiencias sociales, históricas y

culturales a lo largo del tiempo, lo que permite tomar estos elementos y adecuarlos de una manera efectiva a ventajas comparativas que permitan resaltar los acontecimientos históricos importantes del municipio y su influencia en el país, con el fin de transformar la falta de desarrollo, la escasez de oportunidades laborales, y ausencia de identidad cultural, en un municipio desarrollado económica, social y culturalmente. Identificando la importancia de la historia de Guataquí en la época del descubrimiento de la Nueva Granada y su impacto en la actualidad, El principal aspecto que va a diferenciar a Guataquí de los demás territorios será su valor histórico y cultural.

1. CAPITULO I ANTECEDENTES.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Los municipios en Colombia están categorizados de acuerdo a la cantidad de población residente en su casco urbano y rural, y de acuerdo a los ingresos que provengan de las actividades económicas que desarrollen empresas y la misma población residente. En el caso de Cundinamarca, el departamento cuenta con 116 municipios, de los cuales el 70% se encuentra en la 6ta categoría y Guataquí es uno de ellos; ahora estos municipios se encuentran alejados de la capital, no tienen buenas vías de acceso y la economía es dependiente de la agricultura y pesca sin mayores desarrollos empresariales de transformación de bienes, adicionalmente la población posee bajos niveles de escolaridad y la migración se convierte en una situación alarmante ya que un alto porcentaje de los jóvenes que realizan sus estudios de bachillerato se desplazan a las grandes poblaciones o ciudades capitales en búsqueda de oportunidades laborales, educativas, vivienda y en general buscan una mejor calidad de vida. El desarrollo de obras de infraestructura es una de las acciones de las administraciones locales, que benefician a alguna parte de la población con trabajo temporal, sin embargo esta mano de obra es no calificada, lo cual no promueve el desarrollo individual y social de las comunidades afectadas por estas obras. No obstante siempre será una buena noticia el desarrollo de vías de acceso que permitan una comunicación fluida entre territorios y comunidades. En nuestro caso, la adjudicación de la vía Girardot – Puerto Salgar es un proyecto esperanzador para las administraciones locales y los residentes de las zonas aledañas, ya que se cree que esta obra traerá prosperidad y beneficios económicos al municipio. La pregunta que nos hacemos es la siguiente:

¿El desarrollo de nuevas vías de comunicación serán elementos dinamizadores de las ventajas comparativas de los territorios?

1.2 JUSTIFICACION:

El Municipio de Guataquí será un eje importante en la concesión puerto salgar-Girardot ya que este será un paso importante para turistas, comerciantes, inversionistas y transportistas, es de vital importancia encontrar y proyectar propuestas de desarrollo para que esta inspección sea prospera y factible para futuras inversiones y aumente su desarrollo social-económico.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL:

Analizar y proyectar estrategias competitivas que permitan el desarrollo socioeconómico de la población residente en el Municipio de Guataquí, departamento de Cundinamarca.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Desarrollar procesos de caracterización de los territorios y sus actores socioeconómicos.
- Analizar las ventajas comparativas del territorio entendiéndolos en contextos históricos culturales, religiosos, económicos y políticos.
- Entender y proyectar las variables de cambio en el territorio a partir de la construcción de una nueva vía de importancia nacional que impactará en el corto y mediano plazo el territorio y sus actores sociales.

1.4 METODOLOGIA.

1.4.1 FASES PARA EL PROCESO DE CARACTERIZACIÓN

El trabajo realizado se fundamenta en las siguientes fases.

Fase 1: Recolección de información primaria mediante jornadas de trabajo de campo en el Municipio de Guataquí y zonas aledañas, aplicando técnicas de investigación de carácter descriptivo y exploratorio como observación, encuestas y entrevistas personalizadas, entre otros.

Fase 2: Recolección de información secundaria acudiendo a entes públicos que participen activamente en las decisiones del municipio como la gobernación de Cundinamarca, y mediante libros de apoyo sobre historia.

Fase 3: investigación de mercados usando la técnica exploratoria que permitan visualizar en diferentes escenarios el municipio y sus habitantes mediante entrevistas a profundidad, encuestas masivas de la población de Guataquí y de Bogotá.

Fase 4: Digitalización, procesamiento de la información, tabulación, conclusiones de las fases de investigación con el fin de generar análisis, hallazgos y contextualizar el municipio, generando conclusiones de la población de Guataquí y sus diferentes entornos, a su vez generar resultados sobre la percepción que tiene el municipio de Guataquí en la población de Bogotá. Todo lo anterior con el fin de generar estrategias viables que mejoren las condiciones de vida de los pobladores.

Para el desarrollo de este proyecto de grado se realizaron 4 (cuatro) visitas al municipio de Guataquí y una visita a la gobernación de Cundinamarca con el fin de caracterizarlo.

1.4.2 PRIMERA VISITA:

La primera visita se hizo con el objetivo de reconocer el territorio.

Las autoras recorrieron las vías de acceso, identificaron paisajes, visitaron los principales lugares tales como: parque principal, alcaldía, iglesia, biblioteca, estación de policía, puesto de salud, colegio municipal y tiendas comerciales más reconocidas; en cada lugar se obtuvo un primer contacto con las personas encargadas y así mismo se solicitó una cita programada que permitiera realizar las entrevistas a profundidad de los personajes de interés para esta investigación.

1.4.3 SEGUNDA VISITA:

En la segunda visita se realizaron las entrevistas a profundidad de cada personaje representativo de las principales entidades del municipio, obteniendo como resultado el conocimiento sobre el funcionamiento de cada entidad y la influencia en la calidad de vida de los habitantes de Guataquí.

1.4.4 TERCERA VISITA:

En la tercera visita al municipio existe interacción con los habitantes, se realizaron las encuestas masivas recorriendo las principales vías del municipio en búsqueda de los perfiles necesarios para esta investigación, se observó el transcurso de un día cotidiano en Guataquí y las principales actividades que se realizan

1.4.5 CUARTA VISITA:

Se realiza la cuarta visita para realizar un recorrido por la zona rural, en la extensión del territorio a diversas veredas, enfocada en el dialogo con los habitantes de las fincas para identificar el potencial en las tierras que lo componen.

1.4.6 VISITA A LA GOBERNACIÓN:

Para obtener información secundaria nos dirigimos a la gobernación de Cundinamarca en la ciudad de Bogotá con el secretario de planeación allí se obtienen las estadísticas de La situación actual del municipio, cartografías de su composición de terrenos y vial, matriz plurianual, plan de desarrollo del municipio, plan de desarrollo del alcalde, acuerdo municipal, plan territorial de salud, caracterización población , diagnóstico de infancia, programa de gobierno actual; la gobernación de Cundinamarca proporciona las principales fuentes y herramientas para la caracterización del municipio y la construcción de este documento.

1.5 ALCANCES:

- Realización de un sondeo informativo en el municipio de Guataquí con su respectivo análisis procesamiento y tabulación de datos.
- Investigación de mercados descriptiva y exploratoria con sus respectivos análisis y hallazgos.
- Construcción y formulación de diferentes escenarios y estrategias apoyadas en marketing territorial como base para la toma de decisiones de una administración de gobierno que propicie calidad de vida y desarrollo al municipio.
- Consolidación de un estado del arte del municipio como base para aprovechar sus acontecimientos históricos, caracterizarlo, entenderlo, generar una situación actual y posibles estrategias de mejora del territorio.
- Proporcionar el documento y la estrategia integral de desarrollo a la Alcaldía de Guataquí sobre los resultados del sondeo destacando los hallazgos significativos y planes de acción alternativos para que sean evaluados.

2. CAPITULO II MARCO CONTEXTUAL.

2.1 CARACTERIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE GUATAQUÍ EN COLOMBIA

Guataquí es un municipio que cuenta con una extensión territorial de 87 km², está rodeado por el Rio Magdalena, posee hermosos paisajes montañosos, diversificación forestal, aire libre de contaminación proveniente de la cantidad de naturaleza que lo compone, un clima que oscila entre los 18° y 29° Centígrados, fuentes de agua dulce como quebradas y un pozo de agua natural y azufrada.

El territorio de Guataquí está constituido en su mayor parte por el área rural equivalente a 76 km², cuenta con terrenos fértiles que permiten el desarrollo de actividades agrícolas con productos potenciales como: maíz, plátano, plantas aromáticas, mango y sábila; estas actividades desde siempre se han desarrollado de manera empírica limitando la producción masiva de uno de estos recursos como potencial del municipio, lo anterior como consecuencia a la falta de capacitación a los habitantes en técnicas de producción y comercialización, dichos terrenos han sido desaprovechados como fuente generadora de productos agrícolas, ya sea por falta de inversión, apoyo de entidades públicas, o falta de interés de los habitantes en cultivar, consecuencia de hoy por hoy encontrar algunas tierras en estado de deterioro, y por consiguiente abandonados. Si hacemos un recuento por la historia, según testimonios de los habitantes del municipio la actividad económica pecuaria en su momento fue la principal fuente del empleo y generadora de ingresos, hoy en día aún se desarrolla esta actividad pero en mínima proporción, por consiguiente con el paso del tiempo ha ido disminuyendo considerablemente su productividad económica debido a las condiciones ambientales por las que atraviesa el Rio Magdalena. A causa de dicho deterioro de esta actividad económica sostenible con la que contaba Guataquí, actualmente No existen fuentes de empleo formales y constantes, los habitantes

del municipio suplen sus necesidades básicas a través de empleos informales, lo que genera que la población esté a la expectativa de las ayudas del gobierno como opción para sobrevivir puesto que en el municipio se brinda una pensión mensual a la población más vulnerable.

En consecuencia a lo anterior actualmente los agricultores se están incursionando en el desarrollo del cultivo de sábila como recurso aprovechable y económicamente productivo puesto que las condiciones climáticas y terrenales del municipio se adaptan a la producción en mayor volumen y calidad, sin embargo hasta entonces no se ha formalizado esta actividad.

Por otro lado encontramos las Zona urbana de Guataquí equivalente a 11km², contenida por infraestructuras de construcciones antiguas, y algunas en estado de deterioro, se caracteriza por tener una de las iglesias más antiguas del país ubicada en todo el centro del municipio y además compuesto por: alcaldía, parque principal, colegio municipal, pequeñas tiendas comerciales, concejo, estación de policía, biblioteca municipal, puesto de salud y unas cuantas casas que lo rodean; el municipio carece de instalaciones hoteleras, turísticas y de comercio que sean el eje fundamental de atracción para los turistas e inversionistas, hasta ahora no ha sido primordial incluir este tipo de lugares en el casco urbano, sin embargo la población adulta del municipio deposita la esperanza del desarrollo turístico y económico en el resultado de la construcción de la nueva vía, puesto que pondría el municipio en vista de los pasajeros que la atraviesen, generando reconocimiento. Por el contrario existen opiniones opositoras, que no ven ningún favorecimiento con el paso de esta vía, ya que creen que el tráfico de turistas afectara la tranquilidad con la que cuenta hoy en día el municipio.

La administración actual mantiene un acercamiento genuino con los habitantes del municipio lo que permite conocer con exactitud las necesidades de la población, y con ello generar planes de acción brindando solución a dichas necesidades, por esta razón actualmente se está llevando a cabo el plan de desarrollo del alcalde enfocado en el tema de salud pues se evidencia las problemáticas que se tiene en

el municipio con el sistema; a pesar que las entidades gubernamentales se interesan por las necesidades de los habitantes del municipio, muchas veces la falta de recursos económicos no proporciona el bienestar necesario, en temas de emprendimiento no existen iniciativas de proyectos por parte de los entes gubernamentales para el aprovechamiento de los recursos que proporciona el municipio en tiempo real.

2.1.1 CARACTERISTICAS PRINCIPALES

“El municipio de Guataquí, Cundinamarca, se encuentra ubicado en el Valle Cálido del Alto Magdalena a 250 m.s.n.m., tiene como coordenadas: 4 grados, 31 minutos de latitud norte y 74 grados, 48 minutos longitud al oeste de Greenwich. Se halla a una distancia de 176 Km de la ciudad de Bogotá y a 43 kilómetros de Girardot. Presenta un relieve plano en los valles de los ríos Magdalena y Seco, con variaciones entre onduladas y terrenos fuertemente quebrados en las colinas y serranías.”³

El territorio de Guataquí se encuentra delimitado de la siguiente manera:

- Norte del municipio: Beltrán.
- Sur del municipio: Nariño.
- Oriente del municipio: Jerusalén y Tocaima.
- Occidente del municipio: Río Grande de la Magdalena que lo separa del Departamento del Tolima.

La superficie del municipio es de 87 km², tiene una altura sobre el nivel del mar de 255 mt. Y su temperatura promedio es de 29° centígrados con máximas de 42° centígrados y mínimas de 18° centígrados.

Grafica 1: Municipio Guataquí - Cundinamarca

³ FIGUEROA CONTRERAS FERNANDO, Programa de gobierno 2012-2015, [Tomado el 9 de Enero de 2015]



Fuente: Imágenes Wikipedia

“Fundación: Abril 1539

Extensión total: 87 Km²

Extensión área urbana: 11 Km²

Extensión área rural: 76 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 255

Temperatura media: 28 - 33° C

Distancia de referencia: 176 Kilómetros.”⁴

Gentilicio: Guataquiseño.

Grafica 2: Zona urbana Municipio de Guataquí



Fuente: MEMORIA HISTORICA DE GUATAQUÍ.

⁴ ALCALDIA DE GUATAQUI – CUNIDAMARCA, Nuestro Municipio información general, [En línea] <http://www.guataqui-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml> [Tomado el 12 de Enero de 2015]

2.1.2 LA BANDERA

Grafica 3: Bandera de Guataquí.



Fuente:<http://www.despachospublicos.com/cundinamarca/alcalda-de-guataqui-cundinamarca>.

Los símbolos municipales como Bandera e Himno no oficializados son los siguientes.

1. Bandera: Franjas horizontales iguales, colores Blanco, Azul Celeste y Verde Vivo, cuyo significado es el siguiente.

- Blanco: Que significa la idiosincrasia del pueblo sencillo, alegre, de costumbres sanas e inocentes.
- Azul: Significando la riqueza hídrica representada en los ríos Grande de la Magdalena (también fuente de sustento de la comunidad), río eco y, fuentes de agua dulce y azufrada.
- Verde vivo: Que significa la flora y cultivos sustento de la población.⁵

⁵ ALCALDIA DE GUATAQUI – CUNIDAMARCA, Nuestro Municipio información general, [En línea] <http://www.guataqui-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml> [Tomado el 12 de Enero de 2015]

2.1.3 ESCUDO MUNICIPAL

Grafica 4: Escudo Municipal



Fuente:http://guataqui-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/31633633623138396631326535313666/Sin_t_tulo.jpg.

El Escudo Municipal fue adoptado mediante Acuerdo Municipal emanado del Honorable Concejo Municipal de **Guataquí** No. 038 siendo su creadora Diana Paola Barrera Laguna.

2.1.4 HIMNO MUNICIPAL:

CORO

*Guataquí, viejo querido
Con la magia esplendorosa de tu río
Primer puerto sobre el Alto Magdalena
Que en fecha inmemorable se embarcaron
Quesada, Federmán y Belalcázar
Anunciando el Nuevo Reino de Granada (Bis).*

I

*A pesar de tu vejez adormecida
Que bello se conserva tu paisaje
Amplia y florida agricultura
Circundan platanera y maizal.*

II

*Recordando la grandeza del pasado
Voy ligado al horizonte de tu historia
Como sombra de tus hijos te acompañan
Y te damos un soporte de esperanza*

III

*Con el paso de los siglos te cantamos
La altivez y soberbia de tu raza
Arrullamos con marcad melodía
Tu silencio y belleza nocturnal.*

IV

*Campesino abanderado de trabajo
Emprendió en pos de tu progreso
Con sangre fecunda de ilusiones
Exclamamos con el alma Honores
Al anciano venerable Te amamos
Guataquí Gloria a ti,
Gloria a ti Guataquí.”⁶*

Autor: JAIRO RAMIREZ DIAZ, Quien fue el compositor de la Letra y Música en el año 1989

⁶ ALCALDIA DE GUATAQUI – CUNIDAMARCA, Nuestro Municipio información general, [En línea] <http://www.guataqui-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml> [Tomado el 12 de Enero de 2015]

2.1.5 ALCALDE

Grafica 5: Alcalde Municipal



Fuente:<http://www.despachospublicos.com/cundinamarca/alcalde%20de-guataqui-cundinamarca>

Alcalde: Fernando Figueroa Contreras

Lema: *La oportunidad es ahora, con respeto, equidad, compromiso, justicia y paz*

Código Institucional: 212425324

Correo electrónico: alcaldia@guataqui-cundinamarca.gov.co

Página Web: www.guataqui-cundinamarca.gov.co

2.2 CARACTERÍSTICAS GEOGRAFICAS

El municipio de Guataquí, Cundinamarca, se encuentra ubicado en el Valle Cálido del Alto Magdalena a 250 m.s.n.m., tiene como coordenadas: 4 grados, 31 minutos de latitud norte y 74 grados, 48 minutos longitud al oeste de Greenwich. Se halla a una distancia de 176 Km de Bogotá y a 43 kilómetros de Girardot. Presenta un relieve plano en los valles de los ríos Magdalena y Seco, con variaciones entre onduladas y terrenos fuertemente quebrados en las colinas y serranías; la superficie del municipio es de 87 km² y su temperatura promedio es de 29° centígrados con máximas de 42° centígrados y mínimas de 18° centígrados.

El territorio de Guataquí se encuentra delimitado de la siguiente manera:

- Norte del municipio: Beltrán.
- Sur del municipio: Nariño.
- Oriente del municipio: Jerusalén y Tocaima.
- Occidente del municipio: Río Grande de la Magdalena que lo separa del Departamento del Tolima.

2.3 PERFIL POLÍTICO Y ADMINISTRATIVO

2.3.1 DIVISIÓN POLÍTICA

El municipio de Guataquí está políticamente constituida por:

- El sector urbano que comprende ocho (8) barrios (Las Quintas, Santa Bárbara, El Centro, Plazuela, Américas, Luís Carlos Galán Sarmiento y Esperanza I y II).
- El sector rural que está conformado por nueve veredas (Los Escaños, Apauta, La Reforma, Buscavida, Mendoza, Porvenir, Las Islas, Macanda y Campo alegre).

2.3.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA

El municipio de Guataquí administrativamente está conformado por: Despacho del Alcalde, Personería, Concejo Municipal, Tesorería, Planeación Municipal, Inspección de Policía, Oficina de Servicios Públicos, oficina UMATA y Oficina de CUNDEPOPRTES.

2.4 POBLACIÓN

Según Censo del DANE y la proyección para el 2013, Guataquí posee una población de 2595 habitantes, que se encuentran distribuidos en la zona urbana 1348 y en la zona rural 1247.

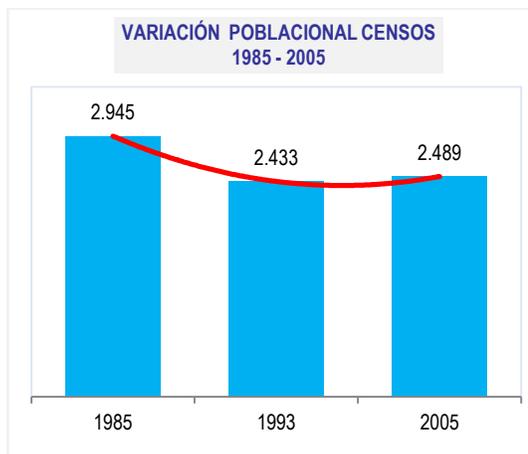
Tabla 1: Estadística Básica Municipal

A. POBLACIÓN (CENSOS DANE)	País	Depto.	Municipio
Población 1985	30.802.221	1.563.498	2.945
Población 1993	36.207.108	1.805.568	2.433
Población 2005	42.888.592	2.280.158	2.489
Proy. Población (2013)	47.121.089	2.598.245	2.595
Cabecera	35.869.246	1.735.387	1.348
Resto	11.251.843	862.858	1.247
Hombres	23.264.039	1.296.006	1.287
Mujeres	23.857.050	1.302.239	1.308
Distribución de La Población Por Rangos de Edad (en Años) Proyección DANE 2013			
Primera Infancia (0-5)	5.150.797	285.390	310
Infancia (6-11)	5.134.018	284.571	301
Adolescencia (12-17)	5.245.478	288.452	309
Juventud (18-26)	7.551.528	429.243	420
Adulto (27-59)	19.074.475	1.031.093	1.034
Adulto Mayor (60 +)	4.964.793	279.496	221
Densidad de la Población (hab/Km ²)	22,76	115,59	29
B. ETNIAS (CENSO DANE 2005)	País	Depto.	Municipio
Población Raizal de San Andrés y Providencia	31.474	127	
Población Indígena	1.387.641	7.195	1
Población Negro (a), Mulato,	4.184.390	70.820	23

Afrocolombiano			
C. POBLACIÓN DESPLAZADA	País	Depto.	Municipio
Expulsada (julio 30 de 2011) Según el SIPOD /2	3.736.032	58.531	77
Recibida (Julio 30 de 2011) Según el SIPOD	3.736.032	83.020	19

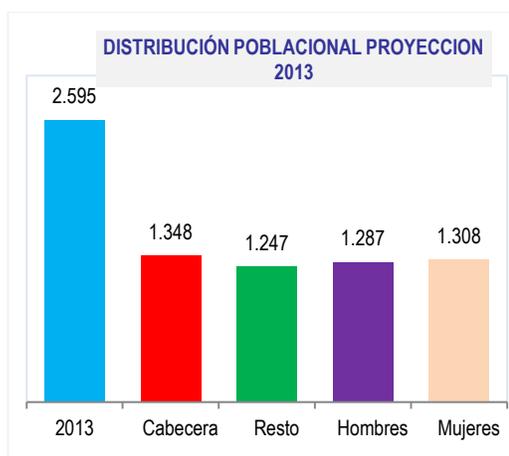
Fuente: Secretaria de Planeación de Cundinamarca, Oficina de información, análisis y estadísticas

Gráfica 6: Variación Poblacional Censos



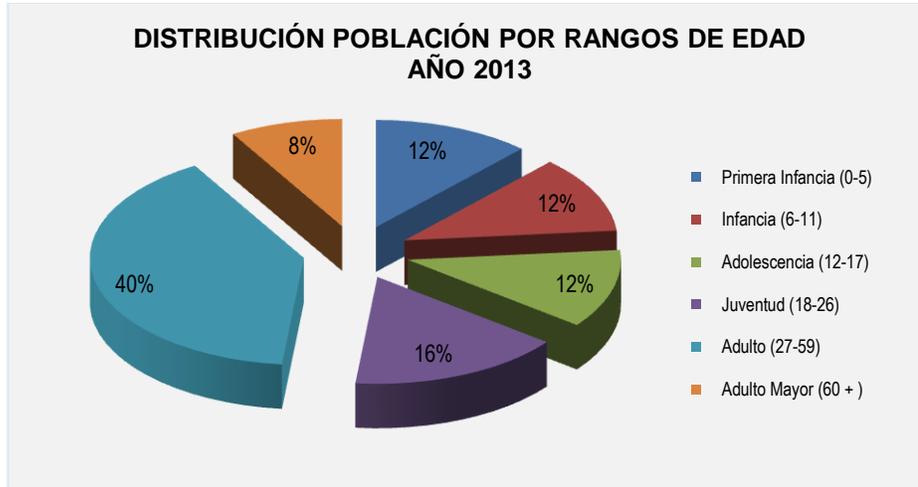
Fuente: Secretaria de Planeación de Cundinamarca, Oficina de información, análisis y estadísticas

Gráfica 7: Distribución Poblacional



Fuente: Secretaria de Planeación de Cundinamarca, Oficina de información, análisis y estadísticas

Grafica 8: Distribución Población por rangos de edad.



Fuente: Secretaria de Planeación de Cundinamarca, Oficina de información, análisis y estadísticas

Según el sondeo realizado en Guataquí el mayor porcentaje de sus habitantes residen allí desde su nacimiento, caracterizados por demostrar identidad cultural y sentido de pertenencia por el municipio. No obstante la población joven se siente inconforme con las condiciones de vida actuales interesándose por la búsqueda de entidades educativas y fuentes de empleo en municipios o ciudades aledañas donde puedan forjar un mejor futuro ya que Guataquí no supe las necesidades en el desarrollo educativo de calidad que demandan los jóvenes residentes.

2.5 FUNDACIÓN DE GUATAQUÍ

Es imposible encontrar fechas exactas, se tratará de una pincelada sucinta, el reto para el futuro reside en explicar en qué circunstancias nació y por qué ha

logrado permanecer pese a la inercia del medio. La periodización está hecha con base en la cronología histórica de su desenvolvimiento como núcleo urbano.

Tras la llegada de los españoles a América comenzaron a sucederse fundaciones de Ciudades, Villas, Pueblos y Lugares, estaba en marcha la construcción de un orden jerárquico para controlar, sojuzgar y expoliar a los naturales y tierras de América.³

Grafica 9: Vista Panorámica de Guataquí y Guataquisito.



Fuente: MEMORIA HISTORICA DE GUATAQUÍ

Durante el siglo XVI se fundan 98 localidades y actualmente son Municipios. Guataquí fue uno de los lugares fundados. Actualmente no se conoce la fecha exacta de la fundación de Guataquí, se conoce que algún día y número del mes de Abril de 1.539. Fue fundada por dos españoles a orillas de los ríos de Yuma o de Huacayo.

Guataquí fue considerado un lugar estratégico de cruce de caminos y región donde confluían por lo menos cinco ríos. El hecho de fundarlo poseía una connotación netamente política y militar. Su situación geográfica permitía a todos los viajeros (indios y europeos) comunicarse con el occidente.

“Guataquí surge a los ojos del mundo occidental cuando los indios se topan con los españoles. No dejan de ser paradoja dos hechos que la enmarcaron desde su fecha fundacional:

Su cacique mayor (recordemos que estas tribus estaban organizadas como cacicazgos), que a fuerza de no tener información sobre su nombre llamaremos Guataquí, se encontraba aliado con otras tribus Panches dentro de la geo estrategia de copar el país Muisca para reducirlo y de paso a los españoles asentados en región tan rica y poblada. Esa connotación de alta política estratégica y militar en un supuesto “Pueblo de Indios” nos pone a pensar que el significado organizativo de los naturales de allí se presentaba muy representativo para los españoles, quienes no deseaban dejarse sorprender por tan excelentes enemigos diestros en la guerra.

El otro hecho es que sin pretenderlo para la posteridad el apellido de uno de sus fundadores, BOTIN, hace alusión a uno de los referentes que incrustado en la mentalidad del conquistador y colonizador, habría de causar calamidades a las tribus indias Todos los que participaron en la anexión del continente a España venían por la parte de su botín (oro, esmeraldas, tierras, animales e indias).⁷”

Guataquí es reconocido cuando los indios se topan con los españoles. Existen dos acontecimientos que enmarcaron desde su fundación:

- Su cacique principal, se encontraba aliado con otras tribus Panches dentro de la geo estrategia de copar el país Muisca para reducirlo y de paso a los españoles asentados en región tan rica y poblada. Esta estrategia política y militar nos pone a pensar que el significado organizativo de los naturales de allí se presentaba muy representativo para los españoles, quienes no deseaban dejarse sorprender por tan excelentes enemigos diestros en la guerra.

⁷ FUNDACION CABILDO VERDE DE CAJICA, Recuperación memoria histórica municipio de Guataquí (Cundinamarca), [Tomado el 3 de Febrero de 2015]

- El otro acontecimiento es que el apellido de uno de sus fundadores, BOTIN, hace alusión a uno de los referentes que posicionado en la mentalidad del conquistador y colonizador, habría de causar inconvenientes tribus indias Todos los que participaron en la anexión del continente a España venían por la parte de su botín (oro, esmeraldas, tierras, animales e indias).

2.5.1 LOS CHAMPANES DE ÉPOCA EN EL RIO MAGDALENA

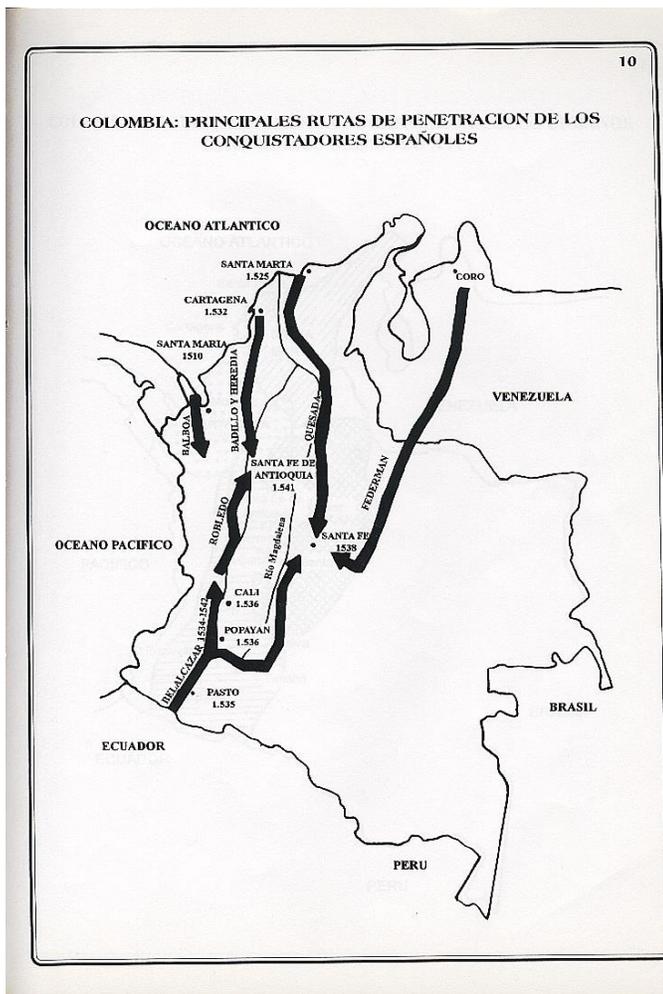
Guataquí antes de la fundación ya era conocida por Adelantados españoles. Se realizara una breve relación de la expedición de Gonzalo Jiménez de Quesada y de su hermano cuando encontraron un camino por Guataquí que les permitió ahorrar tiempo desde el Rio Magdalena hasta Santa fe.

- Gonzalo Jiménez de Quesada: a través de la expedición hacía el interior del Río Grande de la Magdalena que algunos consideraron una odisea, los españoles no sufrieron ataques, sin embargo si adquirieron enfermedades y mucha hambre. Solo un tercio de su ejército llevo con vida al reino Muisca. La expedición de Jiménez de Quesada se inició en abril 5 de 1536. En octubre de ese mismo año el ejército del Adelantado arriba a la desembocadura del Río Opón, allí descubren una sal compacta de origen mineral que hace derivar la percepción de éstos, en alguna organización humana lo suficientemente poblada que explicara el intercambio de sal por otros productos. Los participantes de esta expedición, no tenían ningún contrato ni garantía, todos iban por cuenta propia en busca del gran botín que tomarían como recompensa por dicha travesía, estos acuerdos se hacían previos a la expedición.

“Tras una larga expedición, desilusionado regresa a Bogotá en febrero del año siguiente (1538), trayendo consigo apenas 4000 pesos de oro. Sin embargo, al regreso encontró un nuevo camino a la meseta Chibcha, bajando por el Valle del Río Magdalena hasta **Guataquí** y subiendo luego a Bogotá (Santafé). Entre tanto

su hermano Hernán Pérez de Quesada, alguacil mayor no resistió la tentación de El Dorado; leyenda ésta que tal vez pueda enmarcarse dentro del proceso de resistencia invisible de las sociedades indígenas contra el invasor español. La tentación de El Dorado tuvo una desastrosa influencia en la anexión del norte de Sudamérica. Considerando suficientemente esquilma la región en junio de 1538 procedieron a repartir el botín.”⁸

Grafica 10: Mapa de Colombia, Ruta Conquistadores



Fuente: Memoria Histórica de Guataquí.

⁸ FUNDACION CABILDO VERDE DE CAJICA, Recuperación memoria histórica municipio de Guataquí (Cundinamarca), [Tomado el 3 de Febrero de 2015]

2.6 HECHOS NOTABLES

- En 1659 se acortó el camino entre Santafé y Guataquí haciendo una variante de Anapoima al Rio seco que pasaba por "El Volador" y "Copo".
- El 26 de septiembre de 1808 el alcalde de Guataquí pidió que el estafeta que lleva el correo de Santafé a Ibagué, entre y pernocte en este pueblo para seguridad de los caudales que vienen del Chocó y no en una ranchería como lo estaba haciendo, y prestara el servicio del correo.
- El 15 de diciembre de 1821 pasó el libertador Simón Bolívar, procedente de Tocaima.
- El 13 de febrero de 1865, Guataquí fue previsto como punto terminal de un ferrocarril entre Bogotá y el río Magdalena, para el cual se proponían tres rutas: Bogotá - Girardot; Bogotá - Ambalema y Bogotá - Puerto Bogotá, aclarando que el término de la primera podría ser un sitio sobre el río Magdalena entre la desembocadura del río Fusagasugá y el pueblo de Guataquí.
- Por decreto de 15 de enero de 1866 de la misma Asamblea se concedió privilegio a Indalecio Liévano y Carlos Martín para la construcción de un ferrocarril que siguiendo la vía de Rioseco llegara a la cercanía de Guataquí.
- El 25 de septiembre de 1874 se celebró contrato con Manuel Ancízar, Salvador Camacho Roldán y otros, para construir un ferrocarril entre Bogotá y el Magdalena, con privilegio de explotación por 25 años.
- El 29 de julio 1879 se firmó en Piedras un contrato con Juan José Pinzón sobre establecimiento de embarcaciones para hacer el paso del Magdalena en el sitio Guataquisito.

3. CAPITULO III MARCO TEÓRICO.

Actualmente Guataquí es un municipio de Cundinamarca que no tiene mayor reconocimiento por los habitantes de otras regiones del país, así mismo es un territorio que le brinda a sus habitantes una calidad de vida apenas aceptable, esto se debe a que es un municipio sin conflicto armado, tranquilo y seguro, pero es un lugar en donde sus habitantes no encuentran oportunidades de trabajo, los jóvenes no encuentran educación de calidad, ni en que ocupar sus tiempos libres.

Por lo anterior se hace evidencia la urgencia en las necesidades de este territorio por tener un desarrollo económico, social y cultural, al mismo tiempo se debe crear una identidad que lo haga ser reconocido y lo diferencie de los demás territorios. Es por esto que escogimos implementar estrategias de marketing territorial, pero para conocer a profundidad a que se refiere marketing territorial tomaremos como base el artículo “Marketing territorial” escrito por el licenciado en sociología Antonio López Espínola.

3.1 QUE ES MARKETING TERRITORIAL.

“Se utilizan diferentes términos para expresar este tipo de marketing. En algunos textos lo llaman marketing city, otros textos y autores lo denominan marketing regional o marketing territorial. Estas diferencias de denominación no son caprichosas en sí mismas, sino que se debe específicamente a dos causas: la primera, por el uso de un calificativo en español y, la segunda, por ser la palabra territorio más adecuada en su definición, a diferencia de ciudad o región, que son más específicas.”⁹

⁹ ESPÍNOLA LÓPEZ ANTONIO, Marketing Territorial, Edición 2003 [Tomada el 10 de Noviembre de 2014]

Hay una ausencia de una definición clara de marketing territorial, por ser un ámbito de estudio novedoso y que toca disciplinas diferentes como la Economía, la Sociología y la Geografía. Pero aun así, se puede lanzar una definición aproximada en la temática que se pretende abordar.

“Entonces, se define el marketing territorial como un plan encaminado a diseñar acciones, para la promoción económica de un territorio y que tiene gran relevancia como parte importante de la elaboración de una estrategia de desarrollo local en un municipio o comarca. En esta estrategia de desarrollo local, junto al desarrollo económico y la promoción territorial, deben explicarse las líneas que lleven a conseguir un aumento de la calidad de vida, la protección del medio ambiente y la difusión cultural”¹⁰.

“En el contexto del desarrollo económico local la problemática del marketing territorial se caracteriza por dos factores dominantes que explican su reciente desarrollo. El primer factor se refiere al marco legislativo, es decir, las disposiciones legales sobre descentralización y el traspaso de competencias en desarrollo económico a los municipios o colectividades territoriales locales. Hasta hace relativamente poco tiempo se han considerado a los organismos locales como agentes pasivos en cuanto a la intervención económica, hecho que se ha modificado observándose hoy una importante toma de conciencia en relación con el papel que deben desempeñar los municipios y lo que está en juego, el desarrollo económico territorial. El segundo factor se refiere al ambiente socioeconómico, es decir, la acción económica de las colectividades locales se sitúa en un medio dominado por la crisis, con aumento del desempleo y con cambios tecnológicos acelerados. Esta situación hace del contexto local un lugar frágil. El crecimiento de las actividades económicas locales y la atracción de empresas en su territorio constituyen a la vez medios de preservar el empleo local

¹⁰ ESPÍNOLA LÓPEZ ANTONIO, Marketing Territorial, Edición 2003 [Tomada el 10 de Noviembre de 2014]

y de garantizar recursos fiscales, susceptibles de ser invertidos en otros esfuerzos de desarrollo territorial.”¹¹

“En suma el marketing territorial ofrece un planteamiento pertinente que lleva a definir las acciones que deben establecerse a nivel local. Define entonces que el municipio como ente, conserva un papel importante en esta estrategia de desarrollo, pero la tendencia es a la asociación para constituir organizaciones territoriales que multipliquen el resultado de las acciones. A pesar de todo, las acciones de estos municipios se basan en orientaciones generales debido a una ausencia de reflexiones estratégicas globales como sacar provecho de la ventaja competitiva u elegir los mercados geográficos en que se va a competir de manera que se logren beneficios como reducción de costos y mayor eficacia competitiva”¹².

“La política de promoción económica local se atiene a un objetivo esencial que es potenciar la ventaja competitiva de un municipio con respecto a su entorno. Dicha ventaja competitiva se deriva de la instalación de nuevas empresas en el territorio, lo que conlleva a más inversión de capital y creación de nuevos empleos, además del mantenimiento de los ya existentes; todo lo cual, da como resultado una elevada creación de riqueza en el territorio.

La imagen a vender debe ser claramente positiva de las potencialidades del terreno, pero sin perder de vista que esta visión no puede estar alejada de la 10 realidad, es decir, no puede ser inventada. Refiriéndose a una definición del producto, como el patrimonio artístico que existe, la capacidad productiva, los servicios de ocio y a las cualidades de los ciudadanos que viven en el lugar haciendo hincapié sobre todo a lo referente a la formación de recursos humanos”¹³

¹¹ ESPÍNOLA LÓPEZ ANTONIO, Marketing Territorial, Edición 2003 [Tomada el 10 de Noviembre de 2014]

¹² ESPÍNOLA LÓPEZ ANTONIO, Marketing Territorial, Edición 2003 [Tomada el 10 de Noviembre de 2014]

¹³ ESPÍNOLA LÓPEZ ANTONIO, Marketing Territorial, Edición 2003 [Tomada el 10 de Noviembre de 2014]

Hay que estructurar el territorio como un lugar propicio para el intercambio entre empresarios locales, instituciones educativas, financieras y la administración pública. Esto va a dar lugar a la formación de empresarios potenciales y la organización de servicios de comercialización y exportación de productos locales. En este sentido el marketing territorial nos proporciona herramientas cuyo propósito es el de crear ventajas competitivas, en una época en la que prima la internacionalización de la economía y la globalización del mundo.

“El marketing territorial debe pensarse en términos de mejora de la calidad de vida de los ciudadanos de un territorio dado, con lo cual se debe pensar no solo en términos de desarrollo económico (aunque este es esencial, ya que sin una base de bienestar económico difícilmente se podrá hablar a los ciudadanos de otras cosas), sino también en desarrollo social, medioambiental y político.

En referencia a lo anterior, hay que ser conscientes de que el marketing territorial puede fomentar las desigualdades económicas, sociales y ambientales, para lo cual se hace necesario fomentar la participación ciudadana a fin de minimizar el impacto”¹⁴.

Las estrategias que se generen dentro del marketing territorial deben ser estrategias basadas en la sostenibilidad local, es decir, en donde el desarrollo económico del territorio este acorde con la mejora del bienestar de sus habitantes y con la conservación de su medio ambiente, esto será un valor que deberá ser comunicado a los habitantes de dicho territorio y al mercado potencial (consumidores, inversores, turistas, etc.) como muestra de calidad de vida y de potencial del territorio.

3.2 PRINCIPIOS DEL MARKETING TERRITORIAL:

¹⁴ MORENO ORTIZ CAROLINA, FIGUEROA SANDRA XIMENA, El marketing Territorial Fomenta el progreso y el desarrollo de las regiones [En línea]
<http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/695/1/Marketing_Territorial_Regiones_Moreno_2010.pdf> [Tomado el 23 de Octubre de 2014]

- Gestión integral de los recursos
- Desarrollo económico
- Bienestar social
- Protección y gestión ambiental
- Participación ciudadana
- Gobernanza

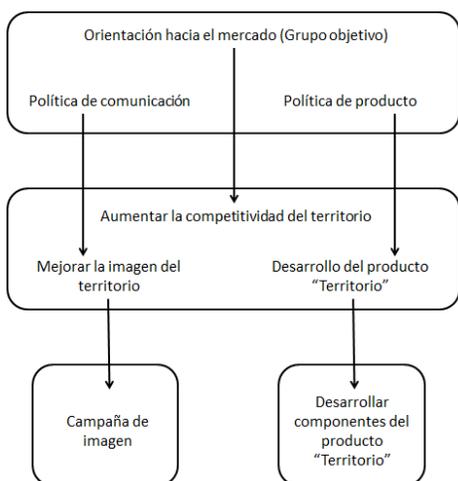
3.3 OBJETIVOS DEL MARKETING TERRITORIAL:

- Fortalecer la situación económica del territorio.
- Mejorar la calidad de vida del territorio y aumentar las oportunidades de empleo y educación para sus habitantes.
- Desarrollar e incrementar las ventajas competitivas del territorio.
- Atraer turistas y empresarios.
- Aumentar el reconocimiento del territorio.
- Desarrollar, transformar y cuidar la imagen interna y externa del territorio.
- Aumentar el atractivo cultural, natural y económico para que el territorio sea del interés de los grupos objetivo.
- Incrementar la satisfacción de los diferentes grupos objetivo con los productos y servicios ofrecidos por el territorio.
- Lograr que los diferentes grupos objetivo se identifiquen con lo que el territorio quiere transmitir.

3.4 COMO FUNCIONA EL MARKETING TERRITORIAL

En la figura se muestra como se orientan las acciones de mejora de imagen y de producto como territorio, para lograr seducir el grupo objetivo.

Grafica 11: Acciones de Mejora Marketing Territorial



Fuente: <http://www.bibliociencias.cu/qsdl/collect/libros/index/assoc/HASH0153.dir/doc.pdf>.

Antes de desarrollar una estrategia de marketing territorial se debe hacer un diagnóstico del territorio, este será de utilidad para identificar cual es el panorama actual de dicho territorio en cada uno de los aspectos económicos, sociales y ambientales. Los siguientes elementos se deben tener en cuenta dentro de este diagnóstico:

- Tener conocimiento de la situación actual del territorio en cuanto a lo económico y productivo.
- Se debe conocer el estado actual del entorno social y medio ambiental con el que cuenta el territorio.
- Identificar las fortalezas y debilidades que tiene el territorio para poder hallar oportunidades de mejora.
- Analizar los factores externos al territorio para identificar las demandas de los grupos objetivos.

- Identificar cuáles son los posibles factores diferenciadores del territorio, estos factores serán los que atraerán a los grupos objetivos y harán del territorio más competitivo.

3.5 UN PLAN ESTRATÉGICO TERRITORIAL DEBE:

- Definir con claridad “la visión del territorio”: que quiere ser en un futuro.
- Partir de los factores de éxito seleccionado como prioritarios, definir las políticas y planes estratégicos para alcanzar esa visión territorial.
- Definir los objetivos estratégicos (y sus metas) en el ámbito del desarrollo territorial económico, social y ambiental.
- Implementar las políticas, planes y acciones para el logro de los objetivos estratégicos de territorio.
- Definir y publicitar una marca territorial, que sea su identidad e imagen, fácilmente reconocible, que represente con claridad su visión y que muestre activamente al entorno las características diferenciadoras y únicas de ese territorio: su símbolo de su calidad .

Como se evidencia no hay una distinción clara entre los términos “marketing territorial” y “city marketing”, en los textos y artículos que hablan de este tema definen a estos dos como si fueran el mismo concepto, sin embargo los cambios en el nombre son consecuencia del manejo que le dé el autor a este tema.

Para este proyecto nosotros nos enfocamos en uno de estos dos términos, es por eso que nos atrevemos a evidenciar de manera breve las principales diferencias entre estos términos.

3.6 CITY MARKETING:

Se encarga de los temas relacionados con la parte urbana, es decir que sus esfuerzos claramente son para brindar una mayor calidad de vida a la población

que se encuentra dentro del casco urbano. Busca el reconocimiento de su territorio como marca, con el fin de ser competitivo frente a los demás territorios. Su estrategia de desarrollo económico es el turismo.

3.6.1 OBJETIVO GENERAL DEL MARKETING CITY

- Promover una imagen positiva de un territorio (municipio, ciudad o región), para generar o incrementar su reconocimiento y así lograr que este sea atractivo para los grupos objetivos, estas acciones deben ir encaminadas a impulsar el desarrollo de las áreas de dicho territorio.

3.7 MARKETING TERRITORIAL:

Su atención se centra en lo rural, es decir que vela por los intereses de los territorios y busca el desarrollo de infraestructuras. No solo ven el turismo como actividad económica sino que tienen en cuenta otras actividades como la conservación y difusión del patrimonio cultural y natural, la agricultura, la ganadería, la minería, la pesca, la explotación forestal, la industria y el comercio. Mejora la calidad de vida de sus habitantes por medio del desarrollo de los factores económicos, sociales, políticos y culturales.

Debido a que Guataquí es un municipio que requiere de desarrollo en todos sus aspectos y de acuerdo a la diferenciación anterior, nos hemos centrados en desarrollar estrategias de marketing territorial, en donde se le pueda dar solución a la problemática de desempleo, de educación de calidad y de explotación de recursos naturales como actividad económica.

De acuerdo al artículo de López Espínola, al implementar estrategias de marketing territorial se pretende que Guataquí cuente con una o más actividades económicas, al desarrollar estas actividades se atacarán las principales

problemáticas que tiene este municipio, ya que se crearan fuentes de empleo para sus habitantes y se generarán recursos para brindarle a los jóvenes una educación de calidad, buen funcionamiento del sistema de salud y desarrollo en la infraestructura del municipio. Es por esto que al desarrollar estas actividades económicas no solo se está influenciando en el aspecto económico del territorio, sino que también en sus aspectos sociales y culturales.

Así mismo los territorios son vistos como productos, en donde tienen que desarrollar valor para convertirse en competitivos e implementar estrategias de marca para cautivar a los consumidores. En Guataquí se debe implementar estrategias de marketing territorial que impulsen el desarrollo de la imagen del municipio, para lograr un reconocimiento por los habitantes de diferentes territorios de Colombia y despertar el interés de los consumidores, para Guataquí cuando hablamos de consumidores hacemos referencia a inversionistas y visitantes.

El grupo de visitantes es potencial, ya que el turismo es una de las actividades económicas que mayores ingresos le pueden suministrar a un territorio, además de ser una fuerte generadora de empleo y promotora del intercambio de culturas.

3.8 TURISMO EN COLOMBIA:

Colombia se caracteriza por ser un país turístico, ya que al año millones de turistas son atraídos por sus exóticas playas, paisajes, patrimonio artístico histórico y cultura, por último y no menos importante la variedad de ofertas gastronómicas, además Colombia es una de las naciones más ricas en patrimonio cultural de América.

“El énfasis del gobierno en turismo se hace en siete sectores; sol y playa ya sea en las costas de los océanos Pacífico o Atlántico, o en las riveras de ríos, lagos y lagunas; exaltando historia y cultura; agroturismo; ecoturismo; deportes y aventura. Dentro del marco cultural las ferias y fiestas y ciudades capitales de departamento para promover la economía local de sitios con potencial de desarrollo como Capurganá, Bahía Solano-Nuquí, Nemocón y Vaupés. También

promover el trabajo conjunto entre los sectores públicos y privado de la economía, compartiendo las inversiones que demandan una promoción y un mercadeo profesional del país.

Para lograr esto el gobierno colombiano diseña campañas de mercadeo y publicidad como la actual La respuesta es Colombia. Esta campaña hace especial énfasis en la promoción el departamento del Meta, Bogotá, la Isla de Malpelo, el Bioparque Los Ocarros en Villavicencio, el Parque Nacional del Chicamocha en el departamento de Santander, Las playas del Parque nacional natural Tayrona en Santa Marta que recibieron el segundo lugar entre los 10 sitios de ensueño del planeta y los Museo de Oro del Banco de la República, único y sin paralelo en el mundo por su género en diez distintos lugares del país.

La mayoría de los turistas extranjeros que visitan Colombia provienen de países vecinos de Latinoamérica y el Caribe, Norteamérica y Europa. La mayoría de los extranjeros que ingresaron al país llegaron por vía aérea, seguido por las vías terrestres y marítimas.

Colombia es un país que ha llamado la atención de los extranjeros, estos encuentran algún tipo de interés por conocer este país y esto ha hecho que el turismo en Colombia cada vez tome mayor fuerza, como lo afirma el siguiente artículo publicado en el diario El Tiempo el 27 de Septiembre de 2014.”¹⁵

“El turismo en Colombia pasa por su mejor momento en la historia. Las cifras son contundentes y esperanzadoras, pero también representan un enorme desafío. Un informe reciente de la Organización Mundial del Turismo (OMT) revela que el número de turistas en el mundo se incrementó en 4,6 por ciento, en los primeros seis meses del 2014, respecto al mismo periodo del 2013.

¹⁵ VARIOS, Turismo en Colombia [En línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia> [Tomado el 22 de Mayo de 2015]

Aunque el número de extranjeros que llega a Colombia todavía está muy lejos de los que arriban a países como Francia, España y Estados Unidos, porcentualmente sí es alentador un crecimiento del 8,4 por ciento.

Solo entre enero y junio de este año se registraron 1'946.352 visitantes internacionales, algo así como 10.800 por día.

Lo que también llama la atención es que el aumento es constante año tras año y que, si se sostiene esa tendencia, es posible que se cumpla la meta del Gobierno: 4'000.000 de turistas extranjeros al finalizar el 2014, un reto nada descabellado, pues en el 2013 llegaron 3'747.945, según cifras de Migración Colombia”

Según otros datos que se destacan este sábado, con motivo del Día Mundial del Turismo, este sector es el tercer generador de divisas, después del petróleo y los derivados del carbón.

Las divisas generadas por el turismo en el 2013 ascendieron a 4.758 millones de dólares, y en el primer trimestre, a 1.211 millones de dólares, según reportes del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo”¹⁶

Y si hablamos del turismo interno en Colombia vemos que Cundinamarca es un departamento que tiene gran variedad de sitios y actividades para ofrecer a los consumidores. Algunos de los sitios más frecuentados por los visitantes son: Balnearios en Girardot y Ricaurte, Parque Arqueológico Piedras del Tunjo ubicado en el municipio de Facatativá, Rocas de Suesca, Parque ecológico del Neusa, Salto del Tequendama, Parque natural Chicaque. Las razones por las que los turistas visitan Cundinamarca son en busca de descanso o de deportes extremos.

¹⁶ MOJICA PATIÑO JOSE ALBERTO, El mejor capítulo del turismo en Colombia [En línea] <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/llegada-de-extranjeros-a-colombia/14600022>> [Tomado el 22 de Mayo de 2015]

Con tan amplia variedad de lugares por conocer, es indispensable identificar el perfil del turista como consumidor, es decir saber cuáles son sus motivaciones y que factores influyen a la hora de decidirse por algún lugar para visitar.

3.9 PSICOLOGIA DEL CONSUMIDOR PARA ESCOGER UN SITIO TURISTICO

Los factores para la toma de decisión son:

- Factores del entorno: económicos, políticos y legales.
- Factores culturales: cultura, subcultura, religión.
- Factores personales: edad, profesión, personalidad, estilo de vida.
- Factores sociológicos: grupo de referencia y convivencia.
- Factores de marketing: estrategias de producto, precio, comunicación y distribución.

“Cuando a este consumidor se le crea la necesidad de realizar un viaje experimenta una serie de motivaciones, estas motivaciones harán que este individuo busque la manera de satisfacer dicha necesidad. Los tipos de motivaciones que este experimenta son:

- Tipo físico: aquellas que impulsan al individuo al consumo turístico como vía de relajación y distracción necesarias para su salud física y mental.
- Tipo cultural: impulsan al turista al conocimiento de otras culturas y países que le enriquezcan como persona.
- Motivación interna: son motivaciones personales, propias de cada sujeto y que le impulsan a relacionarse con otros individuos (familiares, amigos, etc.).
- Tipo social: a través de la actividad turística el individuo alcanza ciertos logros sociales como ser reconocido, apreciado o proyectar una buena imagen.”

“La comprensión de los factores que influyen en el turista se vuelve compleja, porque lo que lo motivo hoy no puede ser lo mismo que lo motivará mañana, esto puede cambiar dependiendo de las circunstancias del individuo.

Así mismo para este consumidor se debe tener en cuenta que es informado, es decir es una persona más exigente y analiza las ofertas efectuando su elección de una forma racional. Por lo mismo busca un servicio personalizado, es decir que se adecue a lo que su necesidad requiere, en búsqueda de mayor calidad.

Este es un consumidor que valora las alternativas existentes y elige la que le ofrece una mejor relación entre calidad y precio.”¹⁷

“El factor con mayor importancia hallado en una encuesta contratada por el diario El Tiempo para detectar los gustos y preferencias de los colombianos cuando de vacaciones se habla; se encontró que Los colombianos sí viaja, pero lo hacen en su gran mayoría dentro del país, básicamente por razones de dinero.

Otros factores hallados en dicha encuesta evidencian que:

En el último mes, planea, organiza y arranca para su destino.

Con el bolsillo apretado: el 60 por ciento destina menos de 500.000 pesos por persona

Todo queda en familia: el 55 por ciento viaja con las personas más allegadas.

Se tiende a viajar por tierra, especialmente a fin de año.”¹⁸

3.10 LA SÁBILA

“Es originaria del África y el Sur de Arabia, abunda en climas tropicales y subtropicales. También conocida como Aloe Vera, la sábila es una planta que

¹⁷ MOJICA PATIÑO JOSE ALBERTO, El mejor capítulo del turismo en Colombia [En línea] <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/llegada-de-extranjeros-a-colombia/14600022>> [Tomado el 22 de Mayo de 2015]

¹⁸ NULVALUE, Perfil del Turista Colombiana, [En línea], <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-629799>> [Tomado el 27 de noviembre de 2015]

pertenece a la familia de las liliáceas, está relacionado con otros miembros de la familia de los lirios, tales como la cebolla, el ajo y el nabo.

El tallo floral lleva un racimo de flores colgantes regulares con los pétalos soldados de color amarillo y el fruto es una cápsula.”¹⁹

Crece hasta los 2 metros de altura y tiene entre 12 y 16 hojas largas y carnosas, de las que se extrae un jugo de uso medicinal, resinoso y con un sabor muy amargo.

La planta de la Sábila posee sus mejores propiedades nutritivas de los 2 a los 3 años de vida.

El aloe vera es rico en vitaminas, minerales, proteínas, oligoelementos y aminoácidos tanto esenciales como no esenciales.

De la planta se extrae gelatina y jugo (yodo). La gelatina se obtiene del interior de las hojas mientras que el jugo de la parte de abajo de la piel correosa de la planta.

Destaca por ser:

- Un inhibidor del dolor.
- Antiinflamatorio: Tiene compuestos de antraquinones y salicatos que son los mismos agentes Antiinflamatorios y bloqueadores del dolor que se encuentran en la aspirina.
- Es cicatrizante.
- Bactericida.
- Digestivo.
- Depurativo.
- Regenerador Celular.

¹⁹ Uso de la Sábila en el pasado y presente [En línea]
<http://www.clubplaneta.com.mx/usos_de_la_sabila_en_el_pasado_y_presente.htm> [Tomado el 15 de Abril de 2015]

- Antibiótico.
- Coagulante.
- Antiviral.

De los 200 tipos de Sábila o Aloe vera que existen, la que posee mayores propiedades nutritivas y terapéuticas es la Sábila o Aloe vera barbadensis.

Por sus propiedades medicinales la sábila ha sido usada desde la antigüedad por griegos, romanos, egipcios, hindúes y chinos para elaborar sus remedios caseros; Alejandro Magno por ejemplo la utilizaba para inhibir el dolor y cubrir las heridas de los soldados en la conquista de la costa Este del Mediterráneo, mientras que para Cleopatra era un ingrediente indispensable para conservar su belleza.

Hoy en día la sábila sigue siendo muy socorrida, sobre todo por las grandes empresas farmacéuticas para elaborar productos medicinales y también estéticos ya que sus componentes activos están presentes en gran cantidad de cosméticos.

Por su belleza es una planta muy usada para decorar los hogares y área de trabajo.

Otros más la consideran la planta de la buena suerte porque protege las casas y los negocios, comúnmente las colocan en las zonas donde la gente pasa con el fin de detectar y absorber la energía negativa de las visitas.

3.10.1 HISTORIA DE LA SÁBILA

España

Como hemos comentado y según reza la historia, fue el pueblo árabe el que implantó la planta en España y fueron los jesuitas los que contribuyeron a su difusión y expansión por todo el continente americano ya que no se puede decir

con seguridad que fueran los que la introdujeron en América pero sí los que se encargaron a difundir sus maravillosos beneficios.

“Los españoles llevaron el Aloe al continente Americano durante su conquista. En España, a lo largo de la ribera del Mediterráneo, el Aloe era el elemento esencial de la medicina popular, hasta que su uso generalizado en la farmacia moderna.”²⁰

Centroamérica

Los criollos de Haití y practicantes de vudú, denominaban el aloe “planta de la eternidad” y la utilizaban para rituales de sanación del alma, el cuerpo y la mente. En México también es considerada una planta sagrada y se ha utilizado desde tiempo inmemoriales hasta la actualidad, de hecho es uno de los lugares más importantes de explotación del Aloe en el continente americano.

3.10.2 CARACTERISTICAS DE LA SÁBILA

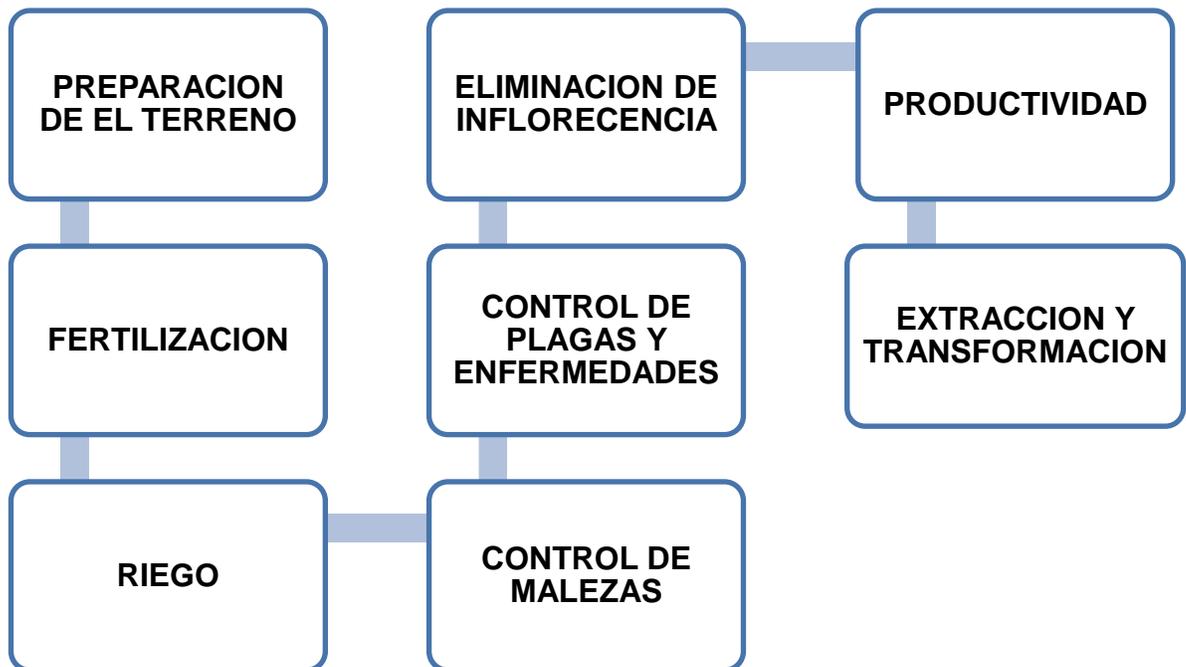
4. El aloe crece libremente en la naturaleza en regiones semidesérticas de clima cálido. Le gustan los suelos secos, arenosos y cálcicos” (schweizer, 1995, p.31), preferiblemente sin heladas, pues se ha comprobado que las bajas temperaturas producen cambios de color en la planta y generan algún grado de disminución en la producción final del gel. “esta planta prolifera mejor en clima seco, con precipitación de 400 a 2500 mm/año, humedad relativa de 65 a 85%, temperaturas 7 de 18 a 40° c” (Ávila & días, 2002, p.6), y se debe cultivar en terrenos con buen drenaje y alturas entre 20 y 2500 msnm. Para cultivar la planta de aloe vera por primera vez, es necesario hacer uso de herramientas como tractores, arados y rastrillos; que permiten preparar de forma adecuada el terreno, y le da paso al proceso de delimitación de distancias entre plantas e hileras. Indica que para este fin se utilizan

²⁰ BARRIENTOS MONROY MIRELLA, Historia de la Sábila, [En línea]
<http://mirellamoon.blogspot.com/2014_03_01_archive.html> [Tomada el 15 de Abril 2015]

implementos como hoyadoras, dragas, azadones y barretones; los cuales logran penetrar la tierra a la profundidad deseada dan lugar a un surco central y dos camellones laterales.

4.1.1 CULTIVO DE SÁBILA

Grafica 12: Proceso cultivo de Sábila.



Fuente: Los Autores con base en <http://www.cadenahortofruticola.org/admin/bibli/406sabila.pdf>

4.1.2 USOS DEL ALOE VERA

Esta planta milenaria, tiene una multiplicidad de aplicaciones que abarca desde la medicina, hasta la cosmetología, debido a sus propiedades farmacológicas.

Entre sus usos se destacan:

- Aplicaciones del gel puro o en crema, actúa como agente humectante, para aliviar las inflamaciones y promover la cicatrización de la piel

sometida a quemaduras, ya sean éstas por insolación o por efecto de daños a la piel. También se aplica para regenerar el tejido dérmico (Dermatitis), psoriasis, alergias.

- Las cápsulas o pastillas que contengan el gel deshidratado mediante un proceso de liofilización, (evaporación del agua a baja temperatura y alto vacío), con lo cual se mantienen intactos los compuestos naturales activos, se utilizan como analgésicos y complemento vitamínico ya que se ha encontrado efectos positivos sobre las enfermedades cancerígenas, y las que afectan el sistema digestivo.
- 3.- El gel, en forma de bebida refrescante, se utiliza para el control de los desórdenes digestivos, así como para revitalizar y desintoxicar el cuerpo. En el mercado se encuentran diferentes tipos de bebidas, ya sean naturales o endulzadas con jugo de frutas.
- De la pasta del Aloe Vera, se extrae la aloína, que es un componente con propiedades antioxidantes y por ello, interviene como ingrediente en la elaboración de cremas faciales, protectores solares, complejos vitamínicos, etc.

4.1.3 **SÁBILA EN GUATAQUÍ**

El complemento para su economía es la zona montañosa que se erige paralela al río, donde el maíz es el producto líder e histórico desde hace 1000 años por lo menos. Ganadería extensiva desde la desembocadura del Río Seco hasta los límites con el municipio de Beltrán, río abajo; pesca artesanal yuca, plátano, cachaco, ahuyama, limón, papaya, sábila (atendiendo una expectativa que aún no desaparece), aves domésticas, ovejos y cerdos, completan la oferta agropecuaria y piscícola.

De la oferta productiva agropecuaria quizás los que tendrían mayor opción a futuro sería la sábila, en pequeña escala. Con los tratados de libre comercio, la

economía campesina se encuentra amenazada por los subsidios en países de origen.

5. CAPITULO IV MARCO METODOLÓGICO

5.1 METÓDO DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación de mercados se divide en cuatro fases para el desarrollo de este proyecto:

FASE 1:

La primera fase de esta investigación está enfocada en la técnica de observación y trabajo de campo; se llevaron a cabo las visitas al municipio de Guataquí con el objetivo de caracterizarlo, conocer el territorio y explorar todos sus recursos tales como: paisajes, cultura, gente, economía y demás factores que pueden determinar el descubrimiento de un potencial que mejore la calidad de vida de sus habitantes.

FASE 2:

En la segunda fase se realizaron las entrevistas a profundidad como método exploratorio a los personajes más representativos y que tienen poder en la toma de decisiones del municipio como : concejal, alcalde, párroco, rector del colegio municipal y director del puesto de salud, con el objetivo de realizar un diagnóstico del estado actual del municipio, su potencial, sus planes a futuro, el impacto de la construcción de nuevas vías y así mismo determinar un plan de acción que permita impulsar la economía del municipio.

FASE 3:

En la tercera fase se realizaron las encuestas masivas a los habitantes del municipio de Guataquí con el fin de recopilar la información concluyente que muestre el presente que vive Guataquí, la percepción de sus habitantes, el sentido

de pertenencia y las intenciones de participación activa por parte de la población en el plan de acción de mejora cuantificando los resultados obtenidos como soporte de las fases 1 y 2.

FICHA TÉCNICA ENCUESTAS HABITANTES DE GUATAQUÍ	
SOLICITADA POR:	Alcaldía del municipio de Guataquí
REALIZADA POR:	Universidad Piloto de Colombia, bajo la dirección de Nataly Rozo y Ángela Quijano
UNIVERSO:	Habitantes del municipio de Guataquí
UNIDAD DE MUESTREO:	Habitantes del casco urbano del municipio de Guataquí
FECHA:	Octubre de 2014
ÁREA DE COBERTURA:	Casco urbano del municipio de Guataquí
TIPO DE MUESTREO:	Aleatorio
TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Encuestas aplicadas por encuestadores
OBJETIVO DE LA ENCUESTA:	Caracterizar los principales factores que influyen en la calidad de vida de los habitantes del municipio.
Nº DE PREGUNTAS FORMULADAS:	11
TAMAÑO POBLACIONAL:	2.489
TAMAÑO MUESTRAL:	28

FASE 4:

En la cuarta fase se realizaron las encuestas masivas de forma personal y por medio digital a los habitantes de la ciudad de Bogotá con el fin de conocer la

percepción de los habitantes de la capital sobre el municipio, recopilar datos cuantificables acerca de los motivadores para realizar viajes a diversos destinos y a su vez conocer posibles ideas sobre cómo potencializar un municipio con las características de Guataquí.

FICHA TÉCNICA ENCUESTAS HABITANTES DE BOGOTÁ	
SOLICITADA POR:	Alcaldía del municipio de Guataquí Universidad Piloto de Colombia, bajo la dirección de
REALIZADA POR:	Nataly Rozo y Ángela Quijano
UNIVERSO:	Habitantes del departamento de Cundinamarca
UNIDAD DE MUESTREO:	Habitantes de la ciudad de Bogotá
FECHA:	Noviembre de 2014
ÁREA DE COBERTURA:	Ciudad de Bogotá
TIPO DE MUESTREO:	Aleatorio
TECNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:	Encuestas aplicadas por encuestadores conocer la percepción y el nivel de conocimiento de los
OBJETIVO DE LA ENCUESTA:	habitantes de Bogotá sobre el municipio de Guataquí
Nº DE PREGUNTAS FORMULADAS:	Encuestas aplicadas por encuestadores
TAMAÑO POBLACIONAL:	2.489
TAMAÑO MUESTRAL:	80
DISTRIBUCION MUESTRAL:	

5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Para este proyecto y con el fin de cumplir los objetivos propuestos se requiere de una investigación mixta que consta de dos componentes de estudio:

El primer componente tiene un enfoque exploratorio debido a que el objetivo es conocer la historia del municipio, evolución a través del tiempo, estado actual, necesidades, potenciales, percepción de los habitantes; posteriormente extraer insights que permitan evaluar y contextualizar la situación actual del municipio objeto de este estudio, y a su vez utilizar esta fase como herramienta para plantear una fase cuantificable que soporte este estudio.

A partir de los resultados obtenidos en la primera fase, la segunda fase tiene un enfoque exploratorio mediante la recolección de datos, procesamiento, análisis, medición de indicadores y conclusiones que permiten generar la percepción del municipio, ventajas, desventajas, potencial, y amenazas con la construcción de la nueva vía, finalmente es necesario abordar la población de Bogotá como mercado potencial del desarrollo de Guataquí.

5.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN:

5.3.1 OBJETIVO GENERAL:

Conocer y caracterizar el municipio de Guataquí, la calidad de vida de los habitantes del municipio en aspectos económicos, sociales, políticos y culturales, conociendo el mercado potencial para así hallar una estrategia que permita el desarrollo del municipio a mediano y largo plazo.

5.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Determinar las ventajas y desventajas para invertir en el municipio.
2. Conocer los recursos con los que cuenta el municipio que permiten la supervivencia de sus habitantes.
3. conocer el recurso humano con el que cuenta el municipio, la iniciativa de sus dirigentes y población en contribución del desarrollo y nuevas actividades económicas.
4. Evaluar la percepción de los habitantes de Bogotá respecto al municipio

5. Descubrir ideas de negocio según los recursos del municipio.

5.4 INSTRUMENTOS DE MEDICIÓN

Cada fase de la investigación se compone por un instrumento que permite su desarrollo, medición y correspondiente análisis, estos instrumentos se desarrollaron según los objetivos de cada fase:

- Entrevista a profundidad figura del municipio: formato entrevista concejal del municipio. Ver anexo 1
- Entrevista a profundidad figura del municipio: formato entrevista director del puesto de salud. Ver anexo 2
- Entrevista a profundidad figura del municipio: formato entrevista rector del colegio , ver anexo 3
- Entrevista a profundidad figura del municipio: formato entrevista cura de la parroquia.
- Encuesta habitantes municipio Guataquí: formato encuesta a muestra de Guataquí ver anexo 4.
- Encuesta masiva a mercado potencial: formato de encuesta a habitantes de la ciudad de Bogotá ver anexo 5

5.5 POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO

La población objeto de estudio de este proyecto será una muestra de los habitantes del municipio de Guataquí escogidos estratégicamente para cumplir con los requisitos del objetivo y una muestra de la población de la capital del país, así mismo se requiere de las figuras representativas del municipio que intervienen

en las decisiones.

5.6 JUSTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

Esta muestra permite realizar un sondeo con el fin de hallar hipótesis que puedan ser utilizadas en un investigación robusta y verificadas mediante el método cuantitativo que permita darle validez.

Se asignó un perfil para cada encuesta según la información que se deseaba extraer de esta manera se dividió el tipo y tamaño de la muestra. Se realizaron 4 (cuatro) entrevistas a profundidad a los personajes representativos del municipio cuyos roles son influyentes en las decisiones de Guataquí.

5.6.1 PERFILES

- **RECTOR DEL COLEGIO MUNICIPAL:**
Persona encargada de la dirección del colegio municipal con conocimiento en la población más joven del municipio, el nivel de educación, los proyectos y convenios a futuro para capacitar las personas en diversas actividades.
- **DIRECTOR DE SERVICIO DE SALUD:**
Medico encargado del puesto de salud del municipio con conocimiento del estado de salud, enfermedades y situaciones ambientales que afecten la vitalidad de los habitantes.
- **CONCEJALES:**
Personas que conforman el gobierno municipal con conocimiento en los diferentes factores del municipio salud, educación, economía; funcionan como ayuda principal del alcalde y promueven el desarrollo del municipio.

- **PARROCO DE LA IGLESIA:**

Persona encargada de la iglesia y de formar los valores cristianos y humanos en los habitantes del municipio.

Se realizaron 2 (dos) encuestas masivas: una a los habitantes del municipio de Guataquí y la otra a los habitantes de Bogotá la capital de nuestro país.

PERFIL HABITANTES GUATAQUÍ:

Personas adultas (18 a 60 años de edad) que habiten en el municipio de Guataquí zonas urbanas y rurales, pertenezcan a cualquier nivel socio-económico, nivel de educación igual o superior a básica primaria, se encuentren en cualquier ciclo familiar.

PERFIL HABITANTES BOGOTÁ:

Personas adultas (18 a 45 años de edad) que se encuentren radicados en la ciudad de Bogotá, posean ingresos mensuales superiores a \$616.000, un nivel de educación igual o superior a básica primaria, que se encuentren en cualquier ciclo de vida familiar.

Las muestras mencionadas anteriormente no son consideradas significativas en comparación con la población ya que poseen un margen de error alto y un bajo nivel de confianza, sin embargo se considera que el tamaño de las muestras manejadas en la población de Guataquí y Bogotá permite realizar el sondeo como base de un investigación cualitativa que le de validez a los resultados planteados en este proyecto.

5.7 RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación presentamos los resultados de las entrevistas a profundidad y la información extraída a cada personaje representativo del municipio, esta se muestra resaltando los factores más importantes bajo dos extremos positivo y negativo necesarios para generar un diagnostico actual a manera de matriz

DOFA.

5.7.1 RESULTADO ENTREVISTA CONCEJAL GUATAQUÍ

Económico

Positivo:

- Poseen fuentes de empleo dentro del sector de pesca, ganadería y agricultura siendo sus mayores recursos el maíz, plátano, sábila
- Se está empezando a tratar la sábila como recurso aprovechable y característico del municipio
- Existe gran cantidad de terrenos que no son aprovechados como fuente económica

Negativo:

- No hay empresas consolidadas e inversión de entidades que promuevan la economía.
- los terrenos rurales están abandonados.
- Escases de actividades comerciales.
- Poco interés en el emprendimiento y transformación de materias primas en productos terminados.

Político:

Positivo:

- La alcaldía tiene gran acercamiento a las necesidades de la población por ser tan pequeña.
- El plan de desarrollo que comprende el año 2011 a 2015 se enfocara en temas de salud siendo esta un gran problemática.

Negativo:

- No se ve reflejada la administración de los recursos existentes en pro del desarrollo.
- Faltan incentivos y programas del gobierno para fomentar el emprendimiento y el desarrollo de recursos

Social:

- Los habitantes de Guataquí son personas alegres, amables y calmadas que generan un ambiente sereno en el municipio.
- Es un municipio tranquilo donde a pesar de la vulnerabilidad económica, no hay delincuencia, robos, drogadicción y problemáticas sociales que alteren la seguridad
- Los estudiantes tienen el interés de capacitarse, sin embargo sus preferencias se centran en tecnología más no en la agricultura.

Negativo:

- Los habitantes del municipio de Guataquí son personas poco proactivas que viven el día a día como una opción para sobrevivir.
- Existen bajos índices de desplazamiento

Inversión:

Positivo:

- Existe un amplio terreno que no ha sido explotado por falta de inversión.
- Existe mano de obra humana interesada en capacitarse y que requiere de un empleo con garantías.
- El municipio es seguro, no hay robos ni delincuencia.
- Oportunidad en comercio que satisfaga las necesidades básicas.

Negativo:

- En evidente el desconocimiento del territorio en otros lugares del país.

- Los habitantes tienen pocos recursos, por lo tanto bajos índices de consumismo.

Recursos:

Positivo:

- Destacados: ganadería (diversidad de ganado), sábila, pesca (cercanía al río), frutos cítricos, plátano, maíz.
- Abundante agua dulce (río magdalena)

Negativo:

- No todas las tierras son fértiles, y además falta capacitación en procesos de siembra.
- Se desperdician cultivos por falta de conocimiento en distribución y comercialización de productos.
- Carece de variedad de frutos.
- La pesca resulta una actividad económica complicada debido a las condiciones ambientales del río magdalena.

Área metropolitana del sol:

Positivo:

- Con la construcción de la nueva vía el municipio tendrá desarrollo en el mediano plazo.
- La economía se verá beneficiada por el turismo y la construcción de nuevos hoteles y restaurantes.
- Aumentaran las fuentes de empleo existirán otras opciones que han sido anheladas por la población del municipio.

Negativo:

- La sociedad se verá afectada por la migración de nuevas personas que interrumpirán la tranquilidad del municipio

- Puede traer problemáticas sociales como: drogadicción, delincuencia y prostitución.

5.7.2 RECTOR DEL COLEGIO MUNICIPAL

Economía

Positivo:

- A pesar de la situación actual aún Existen recursos con los cuales los habitantes pueden sobrevivir
- Posee una gran fuente de pesca (el río magdalena).
- El Sena brinda apoyo a proyectos de estudiantes enfocados en agroindustria.

Negativo:

- Las personas invierten más en productos terminados distribuidos de otros lugares que en recursos propios del municipio que propicien ingresos

Positivo:

- La gobernación de Cundinamarca interviene en la educación e impulsa programas de proyectos pedagógicos productivos
- Existe un convenio con la universidad piloto de Girardot donde el estudiante paga el 25% del costo incentivando la educación básica y profesional.

Negativo:

- La alcaldía no impulsa las iniciativas propuestas por la gobernación de Cundinamarca ya que hay poco acompañamiento.

Social:

Positivo:

- Las población joven de Guataquí son proactivas el 90% de los jóvenes se encuentran estudiando y son formados con buenos valores, no existe la drogadicción como problemática, y además tienen el deseo de aprender oficios para sobrevivir

Negativo:

- Existe muy poca población joven, la mayoría salen de Guataquí a buscar oportunidades en otros lugares.
- En el nivel educativo los jóvenes tienen mal rendimiento académico.
- Los docentes no están capacitados para incentivar el emprendimiento, se enseña lo básico.

Inversión:

Positivo:

- Se debe invertir en la construcción de condominios ya que hay gran expansión de terreno y son económicos, con una proyección a valorización alta por su ubicación
- La carretera traerá ofertas laborales y de inversión como alternativa para motivar a la población joven e incentivarla a ser emprendedora en temas agrícolas

Negativo:

- La población joven no tiene interés por trabajar en actividades agropecuarias.
- Las vías de acceso no favorecen la inversión dentro del municipio.

Recursos

Positivo:

- Se está explotando la sábila obteniendo sus cristales y capacitando para sacar su mayor provecho
- Se están desarrollando proyectos de explotación de frutas como fuente de empleo y proyección a los jóvenes: papaya, mango, tamarindo.

Negativo:

- La población joven no quiere cultivar, lo que pone en riesgo la producción de materias primas.
- No hay actividades económicas que soporten los gastos del municipio.

Área metropolitana del sol:

Positivo:

- La carretera traerá buen futuro 7 años después de su construcción, dando plazo a la adaptación y construcción de infraestructuras que generen empleos.

Negativo:

- La población joven se verá afectada por problemáticas traídas de los municipios más grandes y desarrollados, la preocupación del rector del colegio se centra en las jóvenes que corren peligro en temas de prostitución.

4.7.3. RESULTADOS ENTREVISTA DIRECTOR DEL PUESTO DE SALUD

Positivo:

- Existe un convenio con las constructoras para generar empleo en los municipios de Nariño y Guataquí en la construcción de Finca Raíz.
- La economía puede avanzar si el municipio se centra en la explotación de un solo recurso.

- La construcción de la carretera atraería más tráfico, turismo y actividades económicas.

Negativo:

- La economía no es creciente es muy estable y al contrario tiende a decrecer.
- En el municipio no hay plaza de mercado, las legumbres y otros alimentos provienen de los municipios aledaños.

Político:

Positivo:

- El municipio desarrolla y ofrece Programas de prevención referentes al nivel 1 en el sistema de salud tales como: medicina general, odontología, programas de promoción y prevención.
- El gobierno ha brindado muchas oportunidades de desarrollo educativo.
- Los entes gubernamentales están pendientes de los adolescentes y niños (previenen los embarazos en la adolescencia).

Negativo:

- Poco desarrollo socio-económico del municipio y la región.

Social:

Social:

Positivo

- Las personas del municipio son honestas
- En el sistema de salud del municipio no atienden urgencias sin embargo los médicos rurales prestan disponibilidad 24 horas.

Negativo

- Los habitantes de Guataquí sufren enfermedades por no comer saludable.
- El Expendio de drogas proviene del municipio de Nariño.
- La población no realiza actividades físicas que mejoren su salud.

Inversión:

Positivo

- Ya se generó presupuesto para infraestructura.
- El Sena hace presencia en el municipio ofertando diferentes cursos.
- El puesto de salud se ha ido actualizando en infraestructura y tecnología.
- La tecnología permite la constante comunicación con Girardot.

Área metropolitana:

Positivo

- La construcción de la carretera atraería más tráfico, turismo y solución económica.
- La comunicación de vías facilitara la atención médica en desplazamiento, comunicación y tecnología.

Negativo

- Aumento de la drogadicción y aumento de la prostitución en el transcurso de la construcción de la vía.

5.7.3 RESULTADOS ENTREVISTA PARROCO DE LA IGLESIA

- Los habitantes de Guataquí aprovecharían cualquier recurso como fuente de empleo.
- El futuro en Guataquí parece prometedor con la esperanza de acelerar la economía en consecuencia de la construcción de la nueva vía.

Negativo:

- La economía no es creciente, no ofrece garantías a la población, ya no cuentan con los mismos recursos (pesca) que generaban ingresos.
- En el municipio no hay plaza de mercado los alimentos no tienen una central de acopio.

Político:

Positivo:

- Existe apoyo a las familias en peores condiciones de pobreza
- El gobierno actual centra su atención en la población joven del municipio para evitar problemáticas con drogadicción
- La administración actual cuenta con programas educativos que mantenga ocupados a los jóvenes.

Negativo:

- No hay avance económico del municipio debido a malas administraciones.

Social

Positivo

- Las personas del municipio son muy católicas

- Las personas del municipio son formadas con valores éticos y morales.

Negativo

- La población adulta de Guataquí son considerados sedentarios.

Inversión:

Positivo

- El gobierno invierte en infraestructura.

Área metropolitana:

Positivo

- La construcción de la carretera atraerá turistas con la nueva vía La economía se desarrollará generando fuentes de empleo

Negativo

- Aumento de la drogadicción y aumento de la prostitución en el transcurso de la construcción de la vía.
- Los menores de edad corren peligro por personas externas que alteren la tranquilidad del municipio.

5.7.4 CONCLUSIONES GENERALES DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS EN EL MUNICIPIO

- Es una economía impulsada por el sector agrícola, Posee fuentes de empleo dentro de las actividades económicas de pesca, ganadería y siembra.

- Se evidencia la incursión de los agricultores en el desarrollo de cultivos de sábila con proyección a ser el recurso característico del municipio, y que genere gran utilidad.
- Existe gran cantidad de terrenos aptos para la construcción de infraestructura que pueden ser aprovechados ya que no son fértiles.
- El municipio Tiene un convenio con las constructoras para generar empleo en los municipios de Nariño y Guataquí en la construcción de Finca Raíz, esta actividad es la que actualmente genera los ingresos a los habitantes.

Negativo:

- La economía no es creciente, carece de industrias y empresas que generen otro tipo de actividad diferente a la agrícola.
- No hay inversión en emprendimiento.
- Escases de comercio, carecen de locales comerciales que suplan las necesidades básicas las personas realizan sus compras en el municipio de Girardot.
- No existe un centro de acopio de los recursos del municipio que permita la comercialización (plaza de mercado).

Sociales y políticas

Positivo:

- La gobernación de Cundinamarca subsidia la educación
- El plan de desarrollo que comprende el año 211 a 2015 se enfocara en temas de salud siendo esta un gran problemática.
- La caracterización de las personas hace que Guataquí sea un municipio tranquilo donde a pesar de la vulnerabilidad económica, no hay

delincuencia, robos, drogadicción y problemáticas sociales que alteren la seguridad

Negativo:

- Carecen de inversión y programas del gobierno para fomentar el emprendimiento y el desarrollo de recursos.
- Los habitantes del municipio de Guataquí son personas sedentarias que viven el día a día como una opción para sobrevivir.
- Existe bajos índices de desplazamiento
- Existe muy poca población joven, la mayoría emigran de Guataquí a buscar oportunidades en otros lugares.
- Los habitantes mayores del municipio no se preocupan por implementar el tiempo en capacitarse y así poder generar sustento económico para las generaciones futuras.

Inversión

Positivo:

- Existe un amplio terreno que no ha sido explotado gran mano de obra humana por capacitar que requiere de empleo
- Se debe invertir en la construcción de infraestructura como: hoteles, parque recreativo, condominios ya que el municipio cuenta con gran extensión de terreno que además son los más económicos de los municipios aledaños, además se proyecta valorización alta por su ubicación y condiciones geográficas luego de la construcción de la nueva vía
- La carretera traerá el duro trabajo de capacitar a la población joven e incentivarla a ser emprendedora en temas agrícolas y de comercio.

Negativo:

- Carecen de inversión y programas del gobierno para fomentar el emprendimiento y el desarrollo de recursos.
- Existe muy poca población joven, la mayoría migran de Guataquí a buscar oportunidades en otros lugares.

Recursos

- Ganadería (diversidad de ganado), sábila, pesca (cercanía al río), frutos cítricos, plátano, maíz.
- Abundante agua dulce (río Magdalena)
- Se está explotando la sábila obteniendo sus cristales y capacitando para sacar su mayor provecho.
- Se están desarrollando proyectos de explotación de frutas como fuente de empleo y proyección a los jóvenes: papaya, mango, tamarindo.

Negativo:

- los cultivos son desaprovechados por falta de procesos en comercialización y distribución de productos.
- La población joven no quiere cultivar, lo que pone en riesgo la producción de materias primas, pérdida de interés en el desarrollo de la agricultura
- No hay una actividad económica potencial que soporten los gastos del municipio.

Área metropolitana del sol

Positivo:

- El municipio tendrá desarrollo en el mediano plazo.
- La economía se verá beneficiada por el turismo y la construcción de nuevos hoteles y restaurantes.

- Aumentarán las fuentes de empleo y existirán otras opciones
- La percepción de la población es positiva, piensan que trabajando en conjunto existirán mayor explotación de recursos y desarrollo sobre todo en educación dando oportunidades de inversión en proyectos de emprendimiento con productos que suplan las necesidades del municipio

Negativo:

- La sociedad se verá afectada por la migración de nuevas personas que interrumpirán la tranquilidad del municipio, la vía puede traer problemáticas sociales como: drogadicción, delincuencia y prostitución.
- La población joven será las más afectada por problemáticas traídas de los municipios más grandes y desarrollados.
- El municipio no se encuentra preparado para la afluencia de turistas en el momento en que se construya el área metropolitana.

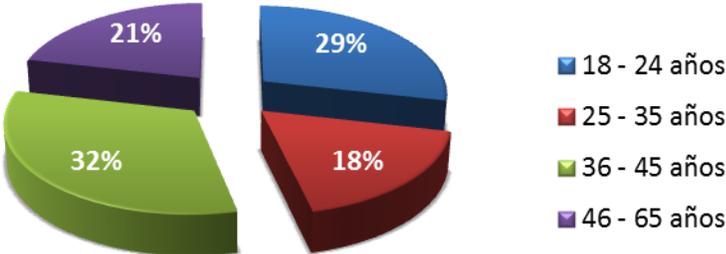
5.8 RESULTADOS ENCUESTA MASIVA POBLACIÓN GUATAQUÍ

En el municipio de Guataquí el día 13 de octubre se realizó una encuesta masiva en las principales calles, tomando como muestra diversas personas que se encontraban en el recorrido realizado por las autoras y con el perfil requerido.

Demografía

Edad	18 - 24 años	29%
	25 - 35 años	18%
	36 - 45 años	32%
	46 - 65 años	21%

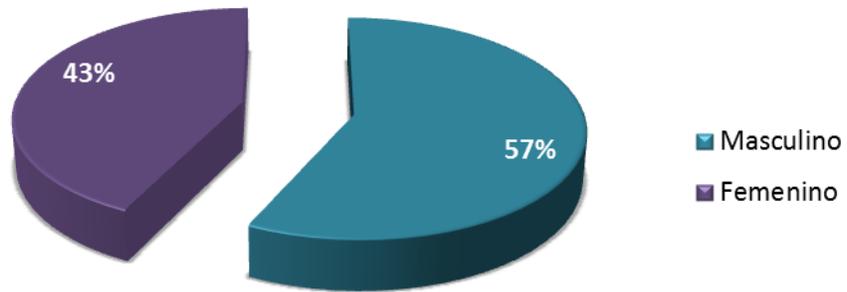
Gráfica 13. Edad de la población de Guataquí



Fuente: Los Autores

Género	Masculino	57%
	Femenino	43%

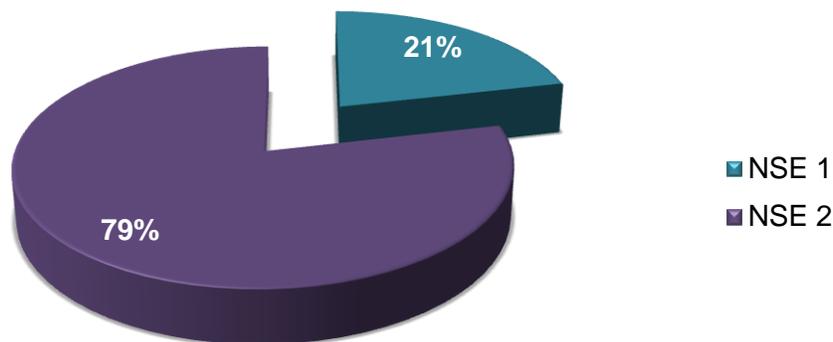
Gráfica 14. Género de la población de Guataquí



Fuente: Los Autores

NSE	1	21%
	2	79%

Gráfica 15. Nivel socio económico de la población de Guataquí



Fuente: Los Autores

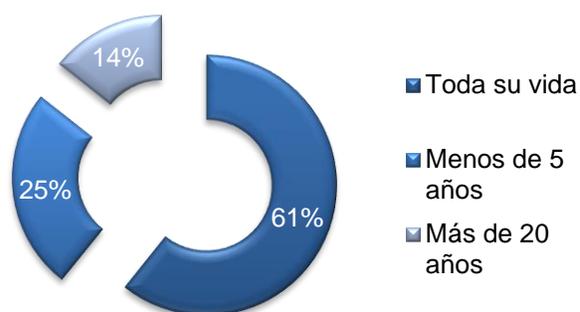
Conclusión:

Los porcentajes de las edades de los entrevistados no tienen diferencias abismales de unos a otros, lo mismo sucede si son categorizados en dos grupos, en donde el primero está compuesto por los jóvenes que para esta investigación comprenderá las edades de 18 a 35 años, y segundo los adultos quienes están en las edades de 36 a 65 años; las diferencias resultantes entre estos dos grupos son poco significativas, ya que los jóvenes conforman el 47% y los adultos el 53%, por lo anterior se afirma que Guataquí es un municipio equitativo en cuanto a la edad de sus pobladores. Por otro lado partimos del hecho que las viviendas que se encuentran en la zona urbana son del nivel socioeconómico 1 y 2, esta investigación logró identificar que estos dos niveles no son equitativos, ya que el 79% de estas viviendas pertenecen al NSE 2 y el 21% restante al NSE 1.

1. Para comenzar dígame por favor, ¿usted hace cuánto tiempo vive en este municipio?

1.	Toda su vida	61%
	Menos de 5 años	25%
	Más de 20 años	14%

Gráfica 16. Tiempo que llevan viviendo en Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

Guataquí es un municipio habitado por las personas nativas de este lugar, la mayor parte de la población han vivido toda su vida allí, es decir que las personas externas no contemplan la posibilidad de habitar el municipio ya que consideran que tiene pocos recursos, generalmente los que no son nativos, son empleados del gobierno como: alcalde, concejales, secretarios, docentes y médicos que son motivados por el trabajo que desempeñan.

2. ¿ Hablando del costo de vida en este municipio, dígame en una escala de 1 a 10 donde 1 es ECONÓMICO y 10 es un COSTOSO

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Económico									Costoso

Conclusión:

Según las respuestas de los habitantes de Guataquí, en una escala de 1 a 10 el costo de vida en promedio es de 2.85, es decir que ellos consideran que vivir en este municipio es económico. Sin embargo económico es un término subjetivo que para cada uno es diferente según la situación, entonces ¿qué es económico para estas personas?

En respuesta al anterior interrogante se indagó y encontró que para los habitantes de Guataquí el término económico hace referencia a tener ingresos de \$800.000 y poder solventar sus gastos con esto, lo hacen distribuyéndolos durante los 30 días del mes en donde cubren sus necesidades básicas como alimentación, vivienda, servicios, transporte y otros gastos. Sin embargo al no tener opciones laborales que les garanticen estos ingresos, los pobladores de este territorio deben conseguir este dinero a diario a base de sus cultivos.

3. Hablando del nivel de calidad vida que usted percibe en este municipio en una escala que va de 1 a 10, donde 1 MUY BAJA CALIDAD y 10 es una MUY ALTA CALIDAD ¿Cómo considera que es el nivel de calidad que se vive en Guataquí?

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Muy baja calidad									Muy alta calidad

Conclusión:

Mediante el mismo método de calificación de 1 a 10 se evidencia que los habitantes de Guataquí califican la calidad de vida con un promedio de 4.82, esto se debe a que este territorio cuenta con un claro bienestar en cuanto a factores como calidez humana, seguridad y medio ambiente; sin embargo perciben deficiencia en los actores más importantes para el municipio, como lo son su economía, desarrollo de infraestructura y sobretodo en la falta de oportunidades laborales, la percepción es que en el municipio las condiciones de vida solo satisfacen las necesidades básicas sin oportunidad de crecimiento y estabilidad por falta de recursos económicos.

4. Hablando de la seguridad que le transmite el municipio en una escala que va de 1 a 10, donde 1 es NADA SEGURO y 10 es una MUY SEGURO. ¿Qué tanta SEGURO se siente en este municipio?

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
NADA									MUY

SEGURO		SEGURO
--------	--	--------

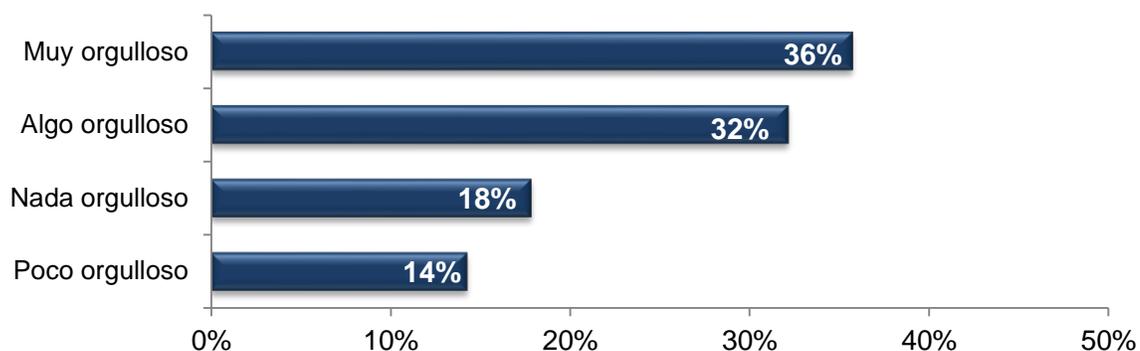
Conclusión:

Con una calificación promedio de 8.28, los habitantes de Guataquí consideran que este es un municipio seguro, ya que es un territorio en el cual no existe conflicto armado, ni narcotráfico.

5. En qué medida se siente usted orgulloso de ser de Guataquí

01.	Poco orgulloso	14%
02.	Nada orgulloso	18%
03.	Algo orgulloso	32%
04.	Muy orgulloso	36%

Gráfica 17. Nivel de orgullo de vivir en Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

1. En cuanto al nivel de orgullo que tienen los habitantes de Guataquí por vivir en este municipio, se observa que “Muy orgulloso” es el ítem que lidera los resultados con un 36%, seguido de “Algo orgulloso” con un 32%, por lo anterior se concluye y generaliza que la mayoría se sienten orgullosos de vivir en este lugar.

Al prestarle atención al resultado de 68%, el cual pertenece a las personas que se sienten orgullosas de su municipio, y se observa el porcentaje de 61% que corresponde a las personas que llevan toda su vida viviendo en Guataquí, nos atrevemos a afirmar que estas dos variables están directamente correlacionadas. Es decir que las personas que llevan toda su vida viviendo en Guataquí son las mismas personas que se sienten orgullosas de su municipio, estos habitantes se sienten identificados con su cultura y desean que este territorio progrese, para así poder ofrecer mejores condiciones de vida a sus pobladores actuales y a sus futuras generaciones.

6. ¿Podría decirme cuál cree que es el potencial que tiene Guataquí para los próximos años y que debería explotar? Le voy a leer algunos objetivos que podrían ser prioridad

Variables	Guataquí debe explotar su ubicación geográfica clave	7%
	Guataquí deberá centrarse en actividades comerciales	14%
	Guataquí deberá desarrollar el turismo	29%
	Guataquí deberá centrarse en la actividad agrícola	50%

Gráfica 18. Potencial de Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

Los habitantes de Guataquí señalan que la mejor opción en donde su municipio puede tener gran potencial es en la actividad agrícola, ya que actualmente comercializan y sobreviven con algún tipo de cultivo, entre los más mencionados se encuentra el maíz, frutos cítricos, plátano, sábila y la pesca; así mismo encuentran esta actividad como la mejor de las opciones debido a que este es un territorio que cuenta con amplios campos que pueden ser ajustados a dicha actividad.

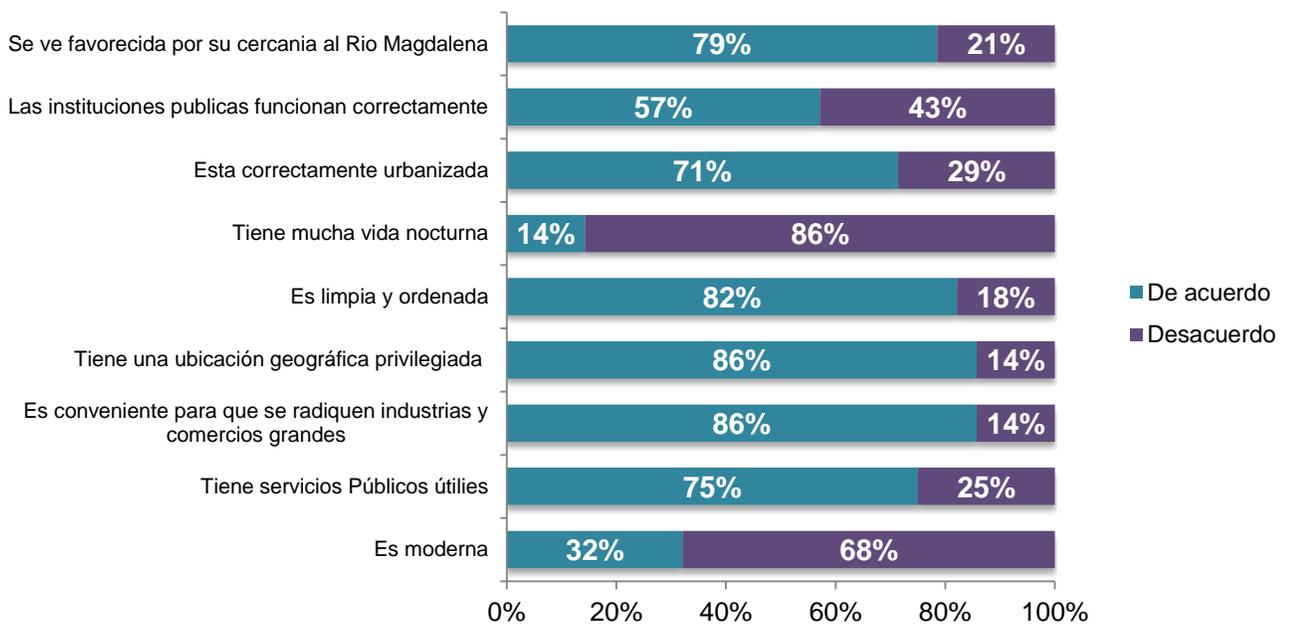
7. Ahora desearía saber su opinión acerca de algunos aspectos del municipio, indicándome si está de acuerdo o no en que el municipio de Guataquí es...

Aspectos:

1. Es moderna
2. Tiene servicios públicos útiles
3. Es conveniente para que se radiquen industrias y comercios grandes
4. Tiene una ubicación geográfica privilegiada
5. Es limpia y ordenada.
6. Tiene vida nocturna activa
7. Esta correctamente urbanizada
8. Las instituciones públicas funcionan correctamente
9. Se ve favorecida por su cercanía al rio magdalena

Variables	De acuerdo	Desacuerdo
Es moderna	32%	68%
Tiene servicios Públicos útiles	75%	25%
Es conveniente para que se radiquen industrias y comercios grandes	86%	14%
Tiene una ubicación geográfica privilegiada	86%	14%
Es limpia y ordenada	82%	18%
Tiene mucha vida nocturna	14%	86%
Esta correctamente urbanizada	71%	29%
Las instituciones públicas funcionan correctamente	57%	43%
Se ve favorecida por su cercanía al Rio Magdalena	79%	21%

Gráfica 19. Opinión de los aspectos de Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

Según los habitantes de Guataquí este es un municipio que es poco moderno, es decir que sus instalaciones, urbanización, transporte, entre otras, carecen de un diseño, servicio o funcionalidad que se encuentre acorde a esta época.

Así mismo se evidencia que es un municipio que carece de lugares y actividades de diversión para sus habitantes, como lo expresa la gráfica entre estas se encuentra la falta de vida nocturna, la cual es importante para que sus habitantes puedan tener un momento de espacio para diversión. Este último ítem resulta ser de mayor importancia para los jóvenes, lo que quiere decir que se ven obligados a acudir a otros lugares al no encontrarlo en su municipio.

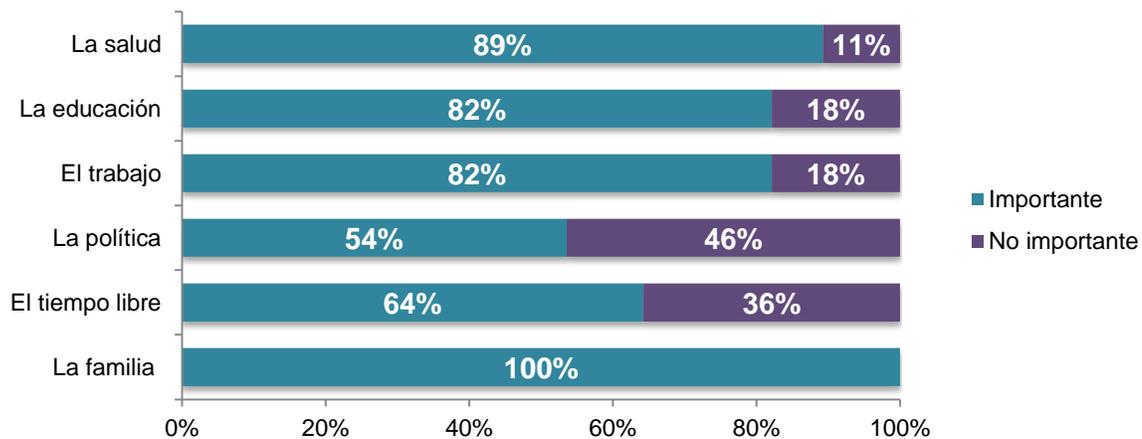
Los habitantes ven a Guataquí con un importante potencial en donde se pueden desarrollar actividades económicas que ayuden al desarrollo de su municipio,

afirman que el municipio es privilegiado por la ubicación geográfica que tiene y esto se debería aprovechar, quieren ver a Guataquí progresar y desarrollarse por eso apoyan la radicación y desarrollo de industrias y comercios que hagan tener mayor oportunidades laborales para ellos mismo y ayuden a que Guataquí se pueda identificar como un municipio económicamente activo.

8. Cuán importante es para usted algunos de los siguientes aspectos

Variable	Importante	No importante
La familia	100%	0%
El tiempo libre	64%	36%
La política	54%	46%
El trabajo	82%	18%
La educación	82%	18%
La salud	89%	11%

Gráfica 20. Importancia de los aspectos de Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

Sin importar el territorio del que se provenga, la familia es el tema de mayor importancia para todas las personas, así mismo lo sienten los habitantes de Guataquí, es por esto que para ellos es necesario que su municipio cuente con un servicio de salud eficiente, de calidad y ágil; economía estable que genera ingresos, y al mismo tiempo anhelan oportunidades educativas y laborales. Lo anterior en pro de asegurar el bienestar de su círculo familiar.

9. Me podría explicar que es lo malo y lo bueno de vivir en Guataquí?

Negativo	Servicios públicos malos	2%
	Mala atención de salud	2%
	No hay jóvenes	4%
	Costo de los productos	4%
	El turismo es bajo	4%
	No hay lugares para divertirse ni pasar el tiempo libre	4%
	Mala Política	7%
	Personas negativas y sin proyectos en la vida	9%
	Poca comunicación con otros municipios por falta de buenas vías y transporte	11%
	Pocas oportunidades de trabajo	16%
	Bajo nivel de Educación	18%
	Falta desarrollo urbanístico, económico y de agricultura	18%

Gráfica 21. Aspectos negativos de vivir en Guataquí



Fuente: Los Autores

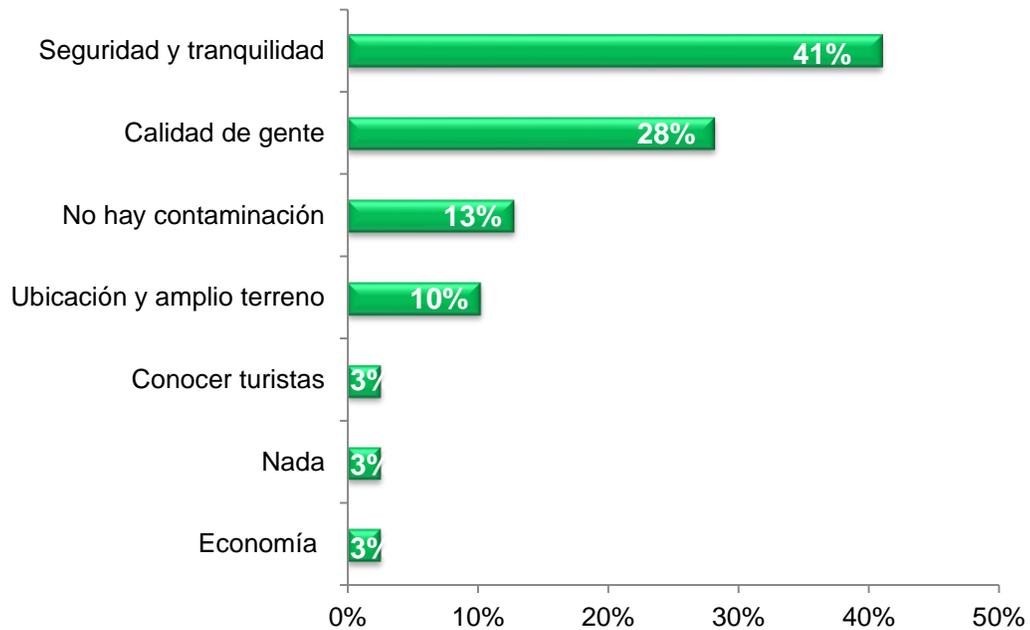
Conclusión:

Las falencias que tiene Guataquí como municipio se centra en la falta de recursos, sus habitantes no cuentan con oportunidades laborales que generen ingresos para solventar sus hogares, por otro lado no cuentan con educación de calidad, por lo tanto el nivel de educación de los pobladores es generalmente título bachiller. Otro finalmente se evidencia como debilidad del municipio, la falta de desarrollo

urbanístico, económico y de agricultura, los habitantes afirman que el territorio tiene las condiciones óptimas para ser productor de materias primas.

Positivo	Economía	3%
	Nada	3%
	Conocer turistas	3%
	Ubicación y amplio terreno	10%
	No hay contaminación	13%
	Calidad de gente	28%
	Seguridad y tranquilidad	41%

Gráfica 22. Aspectos positivos de vivir en Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

Los pobladores del municipio de Guataquí valoran la seguridad y tranquilidad con la que viven a diario, se sienten afortunados de habitar en una zona que está alejada de los conflictos que se ven reflejados en la ciudad respecto a delincuencia común.

10. ¿Qué espera usted sobre el futuro de Guataquí con la construcción de la nueva vía?

Variables	No espera nada	3%
	Malos gobernantes	3%
	Va a ser costoso por la vía Metropolitana	3%
	Nuevos pobladores	3%
	Mejora del servicio de salud	3%
	Crecimiento del turismo	6%
	Desarrollo urbanístico	11%
	Mejorará con la vía Metropolitana	17%
	Mejoras de trabajo y educación	19%
	Progreso por medio de los recursos naturales	33%

Gráfica 23. Expectativa del futuro de Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

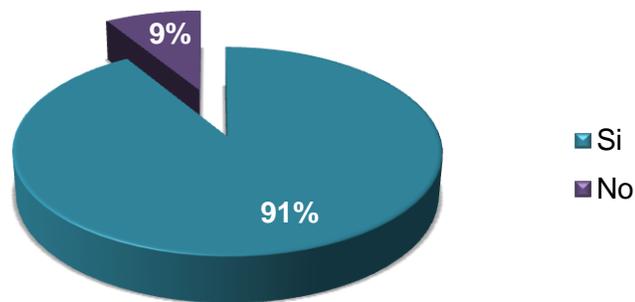
Los habitantes del municipio creen que el futuro de Guataquí y su desarrollo se centra en la explotación de recursos naturales puesto que es la actividad primaria del municipio, donde concentran sus esfuerzos en capacitaciones y enseñanza de procesos agrícolas, todo esto debido a su gran extensión de terreno rural, no contemplan otras opciones que seguir cultivando productos agrícolas sin ningún proceso de transformación.

5.9 RESULTADOS ENCUESTA MASIVA CIUDAD DE BOGOTA.

1. ¿Actualmente es residente de la ciudad de Bogotá?

si	92%
no	8%
total	100%

Gráfica 24. Residentes de Bogotá

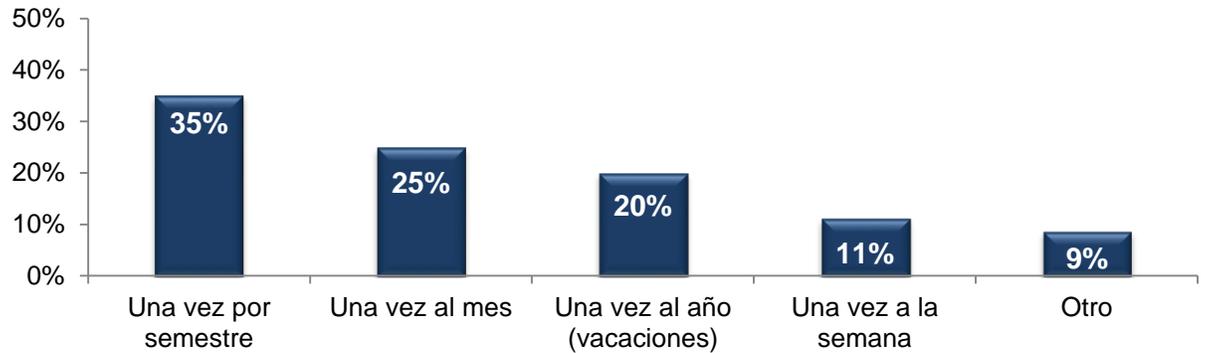


Fuente: Los Autores

2. ¿Con que frecuencia viaja usted fuera de Bogotá?

una vez por semestre	35%
una vez al mes	25%
una vez al año (vacaciones)	20%
una vez a la semana	11%
Otro	9%
Total	100%

Gráfica 25. Frecuencia de viajes fuera de Bogotá



Fuente: Los Autores

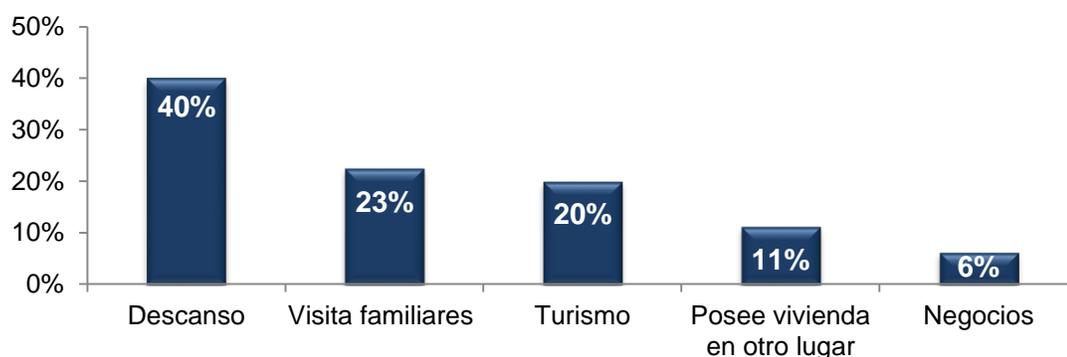
Conclusión:

Según los resultados obtenidos el 35% de los habitantes de Bogotá tienden a viajar una vez por semestre, en su mayor parte las personas que viajan son aquellas que tienen las condiciones económicas ya sea por contar con un empleo o porque poseen alguna fuente de ingreso, se evidencia que la frecuencia con la que realizan los viajes se determina por las condiciones laborales manejadas en Colombia, dado que las personas empleadas pueden tomar un periodo de vacaciones anual que consta de 15 días para su descanso, por lo tanto el principal motivador por el que estas personas realizan dichos viajes es la búsqueda de un espacio de descanso, ya sea por contrarrestar el ambiente que se vive día a día en la ciudad o por salir de la rutina laboral.

3. ¿Porque razones sale usted de Bogotá a viajar?

DESCANSO	40%
VISITA FAMILIARES	23%
TURISMO	20%
POSEE VIVIENDA EN OTRO LUGAR	11%
NEGOCIOS	6%

Gráfica 26. Razón de viaje



Fuente: Los Autores

Conclusión:

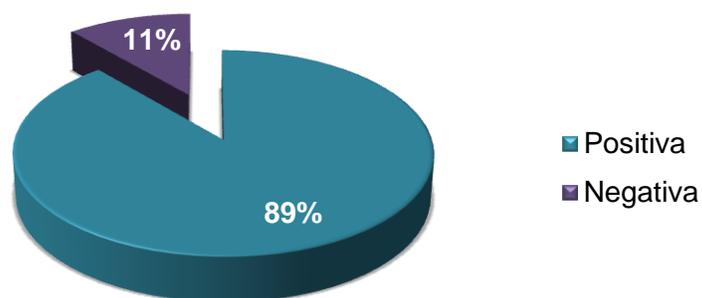
los habitantes de la capital viajan con una frecuencia semestral, la principal razón para realizar la inversión de su viaje en otro destino es la búsqueda de descanso en familia, dado que Bogotá se caracteriza por ser una ciudad que día a día vive una dinámica agitada debido a las problemáticas actuales más relevantes tales como: inseguridad, irrespeto, movilidad y alto nivel de contaminación atmosférica, visual y auditiva; esto como principales causas de generar estrés en las personas, por lo tanto sus habitantes salen de la ciudad con el objetivo de satisfacer sus sentidos en beneficio de su cuerpo, respirando

aire puro, generando contacto con otras culturas, observando paisajes naturales, y desgastando variedad de alimentos.

4. ¿Qué percepción tiene de los municipios que componen Cundinamarca?

POSITIVA	71	89%
NEGATIVA	9	11%
TOTAL	80	

Gráfica 27. Percepción de los municipios de Cundinamarca



Fuente: Los Autores

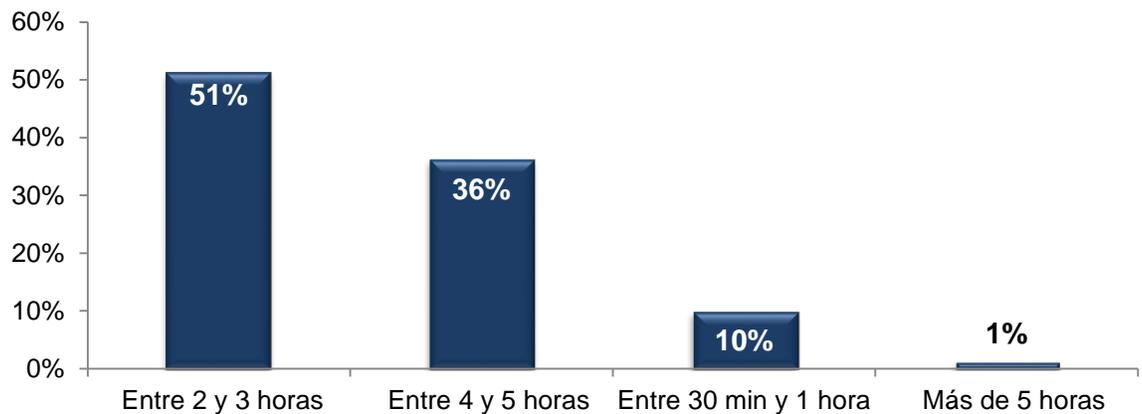
Conclusión:

La percepción de los bogotanos frente a los municipios de Cundinamarca es positiva, son motivadas por la cercanía con la capital, las condiciones climáticas, los paisajes naturales, la cultura de su gente, el potencial turístico y las novedosas vías de acceso. Para la población de la capital Cundinamarca es la primera opción de viajar un fin de semana buscando descanso y tiempos en familia, por otro lado

las inversiones en finca raíz de los bogotanos son altas en el municipio de Cundinamarca por sus condiciones geográficas y climáticas.

5. ¿Cuánto tiempo está dispuesto a viajar para conocer nuevos destinos dentro del departamento de Cundinamarca?

Gráfico 28: Tiempo que está dispuesto a viajar para conocer nuevos destinos



Fuente: Los Autores

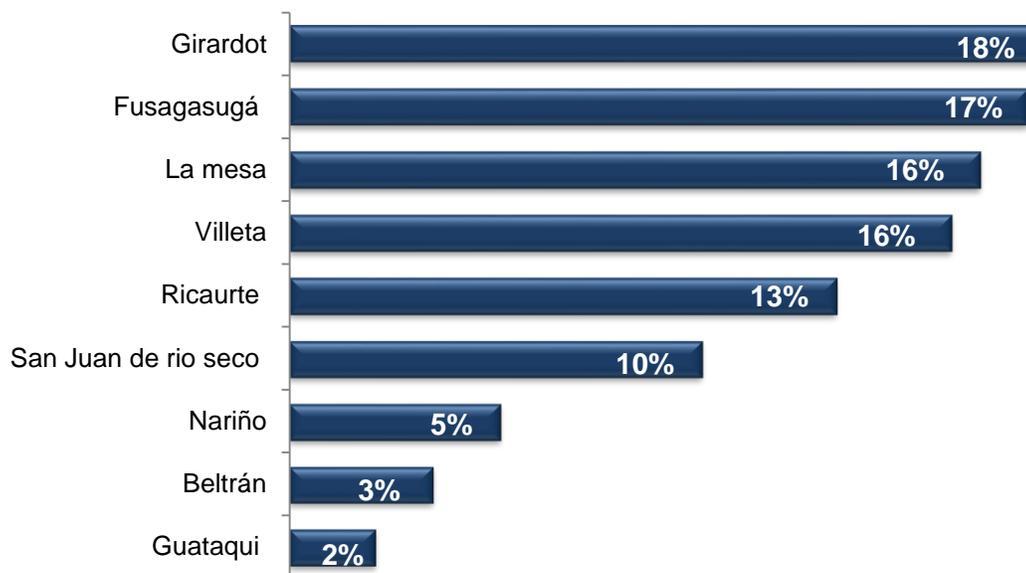
Conclusión:

Los bogotanos consideran adecuado para el desplazamiento a un destino el promedio entre 2 y 3 horas dentro del departamento de Cundinamarca, tienen como punto de referencia los municipios más visitados y turísticos, justifican que ese promedio es el tiempo adecuado de viaje a estos destinos, no agotarían esfuerzos en emplear más horas de trayecto a un municipio que se encuentre en el departamento.

6. Seleccione con una X que municipios de Cundinamarca conoce

Guataquí	9	2%
Beltrán	15	3%
Nariño	22	5%
San Juan de rio seco	43	10%
Ricaurte	57	13%
Villeta	69	16%
La mesa	72	16%
Fusagasugá	77	17%
Girardot	78	18%

Gráfico 29. Municipios de Cundinamarca que conocen



Fuente: Los Autores

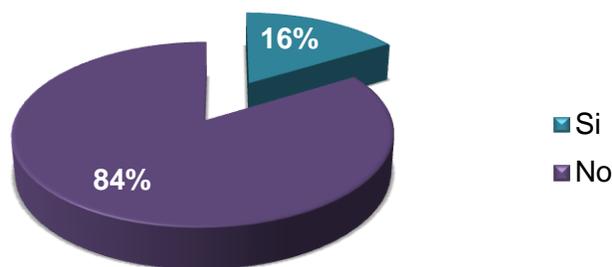
Conclusión:

De los municipios anteriormente presentados, Girardot es el territorio con mayor reconocimiento por los habitantes de la capital, seguido por Fusagasugá, la Mesa

y Villeta los anteriores son municipios que poseen características similares y que además han desarrollado lugares y actividades turísticas que resultan atractivos para los viajeros, tales como: deportes extremos, hoteles, parques recreativos y restaurantes típicos, en efecto son caracterizados por tener un potencial transmitido como beneficio a sus visitantes, por tal motivo en el momento de elegir un destino en Cundinamarca estos territorios están posicionados en la mente de los bogotanos. Por otro lado están los municipios de Nariño, Beltrán y Guataquí con características similares, siendo territorios vulnerables, y que además no han desarrollado un potencial diferenciador para ser reconocidos, no poseen un atractivo turístico que ofrecer a los visitantes.

7. ¿Ha escuchado usted sobre la ruta del sol? ¿Vía alrededor del río Magdalena que comprende los municipios de Flandes, Girardot, Beltrán, Nariño, Guataquí, Cambao, Puerto Bogotá, Puerto Salgar, Honda y la Dorada?

Gráfico 30. Conocimiento de la ruta del sol



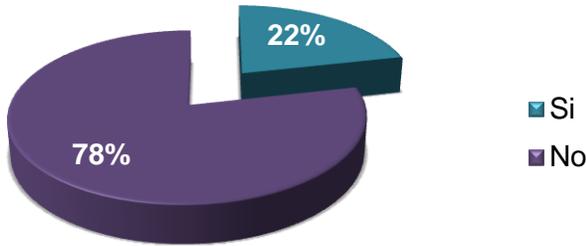
Fuente: Los Autores

Conclusión:

La población de Bogotá tiene conocimiento acerca de la ruta del sol como la construcción de una vía de acceso que conecta los territorios de Cundinamarca y Tolima cercanos al el rio magdalena, abarcando municipios grandes y desarrollados como Girardot, y otros municipios que son vulnerables cuyos nombres no reconocen, opinan que la construcción de esta vía debe contemplarse como una nueva región donde todos los municipios sean desarrollados y beneficiados económicamente y de manera equitativa, los bogotanos esperan un beneficio en cuanto al desarrollo de turismo, y lo más importante incrementar la cantidad de lugares para vacacionar, fomentando destinos con nuevas experiencias, puesto que melgar y Girardot se ven congestionados en temporada alta.

8. ¿ha visitado alguna vez el municipio de Guataquí?

Gráfico 31. Visita al municipio de Guataquí



Fuente: Los Autores

Conclusión:

La mayor parte de la población bogotana desconoce el municipio de Guataquí, no es nombrado en la capital ya que no cumple las expectativas de los habitantes al momento de escoger un destino, manifiestan que no es de sus intereses un municipio, cuyos recursos no han sido potencializados, carece de crecimiento constante, y su infraestructura es deficiente; sin embargo existen lugares representativos que podrían ser un motivador para fomentar la visita como el oasis de agua natural y azufrada, el cerro de las tres cruces ubicado en el río Magdalena; el municipio debe desarrollar estos lugares para hacerlos atractivos y fuente de turismo en beneficio de sus habitantes.

5.10 CONCLUSIONES DE INVESTIGACIÓN.

- Guataquí es un municipio pequeño y tranquilo, de gente amable y con valores, que posee gran extensión territorial desaprovechada, un clima agradable, y una historia importante. Su problemática principal se centra en la falta de recursos económicos que garanticen la calidad de vida de esta pequeña población, La economía del municipio es agrícola y no ha avanzado con el pasar de los años por falta de inversión, emprendimiento y explotación de recursos lo cual ha generado desempleo y pobreza, por lo tanto es necesario recuperar los suelos fértiles, generar más cultivos pero sobretodo capacitar la población en temas de comercialización puesto que una vez que tienen la materia prima no están totalmente capacitados en la ejecución, transformación y estrategias de comercialización para desarrollar una economía sostenible.
- En el ámbito social la problemática se centra en el falta de pro actividad de su población adulta que no se preocupa por el desarrollo del municipio y la contribución a las generaciones futuras en un potencial sostenible que brinde empleo, el gobierno es participe en subsidiar la educación básica sin

embargo se deben generar convenios favorables en técnicos, tecnológicos y demás que estén enfocados en agroindustria para que puedan ser aplicados dentro del municipio por los jóvenes.

- En Guataquí la inversión debe ser en talento humano para capacitar las personas que oferten para acceder a un empleo que les proporcione ingresos dignos, estas capacitaciones se pueden generar en áreas como: construcción, agrícolas y comerciales. Ya que hay un campo extenso y económico con proyección a valorizarse por las condiciones geográficas del municipio.
- La población de Guataquí no está preparada para las consecuencias que traerá la construcción de nuevas vías y la unión a otros municipios de diferentes condiciones y necesidades, sin embargo se deben tomar acciones frente a este cambio pues la economía se verá disparada y así mismo un impacto social que deberá ser manejado, la clave para el bienestar está en educar la población joven e infantil quienes son los más vulnerables a estos cambios, la capacitación permitirá la generación de oferta y oportunidades en el momento de buscar empleo y así mismo el dinamismo de la economía.
- Por otro parte La mayor parte de la población bogotana desconoce el municipio de Guataquí ya que es considerado un municipio vulnerable que carece de desarrollo, sus recursos no han sido potencializados, por tal razón no son nombrados en la capital ya que no cumplen las expectativas de los habitantes al momento de escoger la visita a un destino.

5.11 HALLAZGOS

- Las población de Guataquí no posee un empleo formal que les propicie garantías, sobreviven con un ingreso diario que suple las necesidades básicas del individuo y su familia
- Los jóvenes emigran del municipio entre una edad de 17 a 20 años en búsqueda de oportunidades en otros municipios o en la capital del país.

- No hay una actividad económica potencial que se desarrolle dentro del municipio y que propicie ingresos sostenibles
- La población teme enfrentar problemáticas sociales con la construcción de la nueva vía principalmente con los jóvenes puesto que la tranquilidad del municipio se verá alterada.

5.12 ¿COMO SURGE LA PROPUESTA INTEGRAL QUE HOY EN DÍA SE QUIERE MOSTRAR AL MUNICIPIO DE GUATAQUÍ?

A continuación presentamos las herramientas usadas para lograr a caracterizar el municipio y posterior a esto el proceso para la búsqueda de posibles estrategias que promuevan la economía del municipio.

- Mediante las entrevistas a profundidad, se logró encontrar las características principales del municipio de Guataquí. Adicionalmente se evaluaron los factores tanto positivos como negativos del lugar.
- Durante el trabajo de campo se entablan distintas conversaciones con los habitantes del municipio, acompañada de la encuesta elaborada por los autores, dichas conversaciones dieron paso a determinar el potencial y necesidades del municipio.
- Posterior se realizó un previo análisis de la información adquirida en estas visitas, para concluir los temas más relevantes que posee el municipio.

Los hallazgos encontrados permiten orientar el enfoque de los aspectos que se pueden utilizar en el desarrollo de la propuesta integral de Guataquí. Tales Como:

- La extensión del territorio geográfico permite el desarrollo de actividades agrícolas de siembra de cultivos como: plantas aromáticas, maíz, plátano, sábila. Según la información brindada por los habitantes del municipio de

Guataquí y de documentos proporcionados por entidades públicas, se evidencia la existencia de algunos cultivos de sábila que requieren de procesos más avanzados y tecnificados de los que actualmente se están utilizando, con el fin de promover la producción masiva, transformación, y de cara al futuro la exportación de la misma.

- Teniendo en cuenta que el municipio de Guataquí cuenta con un amplio terreno que no es fértil (Árido) y económicamente asequible, se genera tal inquietud, ¿Cómo sacar provecho del terreno en el cual no se pueden hacer cultivos ?, partiendo de esta pregunta surgen las siguientes ideas de aprovechamiento del terreno:
 - Condominios
 - Hoteles Turísticos.
 - Central de negocios monta llantas.
 - Restaurantes
 - Sucursales de grandes industrias.
 - Parque Recreativo y de turismo.

Con base, en la trascendencia histórica del municipio, decidimos escoger una idea en la cual se supliera la necesidad de generar en los habitantes del municipio una identidad cultural, y a su vez promover el desarrollo socio-económico. Satisfaciendo estos dos factores se plantea la propuesta de construcción de un Parque Temático que incluya la ilustración de uno de los hechos históricos más importantes del país como lo fue el descubrimiento en búsqueda del dorado, esta propuesta generara un fuente de empleo para los habitantes, proporcionando los recursos para el mejoramiento en aspectos económicos, sociales y culturales.

La necesidad de generar en los habitantes del municipio una identidad cultural.

- Con la necesidad de generar reconocimiento y nuevamente tomando provecho del contexto histórico que posee el municipio de Guataquí, se ideó crear una propuesta en la cual se vincularan aspectos culturales, y experiencias deportivas, esto con el fin de potencializar el tráfico turístico que actualmente posee el municipio. Por medio de un recorrido que se puede realizar en diferentes métodos (Caminata, Running, Ciclismo, entre otros).

Tomando como base el concepto de Marketing Territorial y luego de plantar estas tres propuestas, se concluye que las necesidades de Guataquí no se satisfacen con una sola propuesta, lo que indica que es pertinente generar una propuesta de valor integral con más de una estrategia, proyectadas para ejecutar como una línea en el tiempo en los tres siguientes periodos de administración.

6. CAPITULO V PROPUESTA DE VALOR.

6.1 OBJETIVO

Generar estrategias basadas en la conceptualización de marketing territorial que generen condiciones de vida óptimas y dignas, propicien desarrollo y garanticen sostenibilidad en el tiempo mediante la inversión pública y privada en aprovechamiento de la construcción de la nueva vía concesión honda puerto salgar que atraviesa el municipio de Guataquí para generar tráfico de personas que pueden ser posibles visitantes.

¿EN QUÉ CONSISTE LA PROPUESTA?

Es una Propuesta integral fundamentada en el concepto de marketing territorial presentada como una serie de estrategias que lleven a un territorio a tener desarrollo en sus principales factores tales como: económicos, sociales, culturales, de infraestructura; que generen una mejor calidad de vida y sostenibilidad en el tiempo de un municipio que no es reconocido en la población colombiana y con vulnerabilidad económica, todo esto en aprovechamiento del contexto histórico representativo que lo caracteriza, esta Propuesta presentada en un tiempo determinado a corto mediano y largo plazo con una dependencia entre el desarrollo de cada una.

La propuesta de valor para este trabajo de grado en el municipio de Guataquí surge a partir de las investigaciones realizadas contemplando todas las variables que afectan o benefician y definen la calidad de vida de los habitantes del municipio, se basa en la teoría de marketing territorial como fundamento de una serie de conceptos evaluados para determinar herramientas y estrategias que propicien un desarrollo sostenible del territorio en factores: económicos, culturales,

sociales, turísticos y aprovechamiento de recursos, estas propuestas se mostraran a la alcaldía del municipio y se ponen a consideración de las entidades a cargo tales como la gobernación de Cundinamarca.

Se hace entrega formal de las tres propuestas para el municipio como alternativas de desarrollo, dejando a consideración la selección de la propuesta que genere un mayor beneficio. Presentada a corto mediano y largo plazo con una visión futurista y de desarrollo pleno del municipio con recursos e inversión pública y privada siendo lo más importante la conexión entre 3 estrategias que le dan sentido e identidad a un contexto histórico de acontecimientos sucedidos en este territorio y que fueron importantes para nuestro país: ruta «siguiendo las huellas de los conquistadores», explotación de recurso potencial «la sábila» parque temático «los conquistadores»

- Las estrategias tiene un orden lógico dentro de esta línea de tiempo ya que el desarrollo de la primera llevará a la realización de la siguiente.

6.2 PROPUESTA NUMERO UNO (CORTO PLAZO)

“Ruta siguiendo las huellas de los conquistadores”

Fomentar una estrategia mediante la inversión pública fundamentada en la conceptualización de marketing territorial que genere un reconocimiento del municipio en aprovechamiento del contexto histórico importante con el que cuenta y la construcción de la nueva vía concesión honda puerto salgar

6.2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Incrementar la afluencia de visitantes turistas al municipio, mediante un recorrido compuesto por los siguientes deportes: caminata, trote ciclismo, y canotaje; esto bajo un contexto histórico con el fin de

revivir la historia y seguir las huellas de los conquistadores en el descubrimiento de nuevos territorios.

- Crear sentido de pertenencia en los nativos de Guataquí y a su vez fomentar el empleo, desarrollo social, educación y emprendimiento en actividades económicas que se puedan desarrollar con los recursos del municipio.
- Generar memoria histórica y cultural en el municipio resaltando los acontecimientos más importantes de la conquista y el camino para llegar a la capital del país, este con el fin de impactar el segmento de los habitantes de Bogotá.

6.2.2 DESARROLLO PROPUESTA:

- Luego de encontrar la ruta hacia el dorado y fundar Santafé de Bogotá los tres conquistadores regresan al territorio de Guataquí para realizar las embarcaciones y regresar a España llevando la noticia del nuevo reino de granada
- Resalta la Influencia de la ruta desde Bogotá a la fundación Y «Descubrimiento» de Guataquí realizada por los conquistadores siendo Bogotá el mercado potencial.

Desarrollo:

- Diversos medios de transporte estilo Triatlón.
- Ruta dividida en etapas y estaciones que deben atravesar los turistas en diferentes medios de transporte con el fin de seguir los pasos de nuestros conquistadores recobrando memoria histórica y cultural.

6.2.3 PUBLICO OBJETIVO

- Hombres y mujeres jóvenes entre las edades de 18 a 35 años deportistas habitantes del departamento de Cundinamarca «Nivel nacional “con deseo de conocer nuevos destinos y practicar diversos deportes.

6.2.4 RECORRIDO Y MEDIOS DE TRANSPORTE

- Bogotá - Granada = van alusiva a la época
- Granada – Silvania = Caminata
- Silvania- Fusagasugá = caminata
- Fusagasugá - La serena = ciclismo
- La serena - Tolemaida =ciclismo
- Tolemaida - El palmar = Canoa rio Sumpaz
- El palmar – Ricaurte = Canoa rio Sumapaz
- Potrerillo – Girardot = ciclismo
- Nariño – Guataquisito = ciclismo
- Guataquisito – Guataquí= cabalgata

6.3 PROPUESTA DOS “SIEMBRA SABILA”

6.3.1 OBJETIVO PRINCIPAL:

Fomentar la creación de una micro-empresa que produzca y comercialice aloe vera dirigido a productos de cosméticos que se puedan comercializar a nivel nacional.

6.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Potencializar los recursos económicos del municipio a través de la producción y comercialización de la sábila, contribuyendo a la amplia generación de empleo.
- Realizar un análisis de impacto económico, social y ambiental que genera el proyecto en el municipio.

- Realizar un análisis financiero que determine las características económicas del proyecto, identificando las necesidades de inversión, los gastos y costo requeridos, además de la evaluación económica que nos indique la respectiva viabilidad del proyecto.

6.3.3 ¿EN QUE CONSISTE?

- Propuesta de desarrollo económico para el municipio de Guataquí, mediante la producción y comercialización primaria de la sábila - aloe vera, con una adecuada planeación estratégica que asegure competitividad y sostenibilidad del cultivo, mediante la transformación de este recurso en productos terminados.
- Fomentación de microempresas que generen empleo.

6.3.4 GRUPO OBJETIVO

Empresarios dedicados a la transformación de aloe vera en las diferentes líneas de productos tales como:

LINEA DE PRODUCTO	DESCRIPCION
Industria de alimentación	Bebidas refrescantes, linaza, té, malteadas, bebidas energizan tés, agua sabor izada.
Industria farmacéutica	Diversidad de productos a partir de preparaciones en gel para aplicaciones tópicas, capsulas, cremas, Jarabes, etc.
Cosméticos	Jabones sólidos y líquidos, desodorantes, cremas humectantes, Shampoo, enjuagues bucales, limpiadores faciales, geles, entre otros
Extractos	Productos en gotas y colágeno
Materia Prima	1x sin aolina, polvo

Fuente: Los Autores

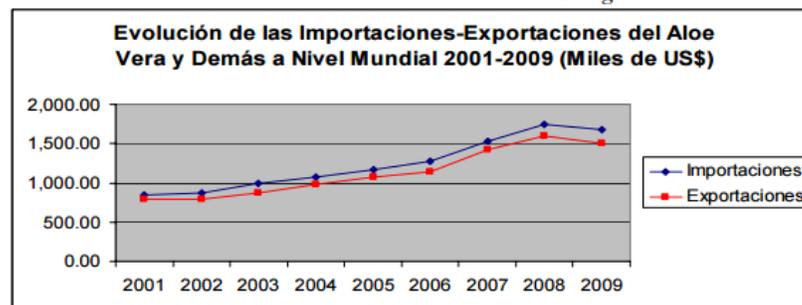
6.3.5 MERCADO INTERNACIONAL

En 2009 los países que conformaron el grupo de los principales productores de Aloe Vera fueron: México, Brasil, República Dominicana, India, Venezuela y Filipinas. Siendo también éstos, exceptuando Brasil e India, los mayores exportadores de dicho producto a nivel mundial. De igual forma, este estudio muestra que tanto México, República Dominicana y Venezuela, llevan liderando el mercado de Aloe Vera durante los últimos años.

PRODUCTORES	IMPORTADORES	EXPORTADORES
Honduras	Estados Unidos	México
México	Canadá	Rep. Dominicana
Brasil	Comunidad Europea	Filipinas
República Dominicana	Japón	Venezuela
India	Singapur	
Venezuela	Hong Kong	
Filipinas		

Fuente: Perfil económico Aloe Vera o Sábila 2011

Una manera de justificar el crecimiento del Aloe Vera y sus derivados es la tendencia ascendente de sus importaciones y exportaciones a nivel mundial. Ésta tendencia ha venido creciendo debido a que el reconocimiento de las propiedades del Aloe Vera.



Fuente: Perfil económico Aloe Vera o Sábila 2011

6.3.6 SÁBILA EN COLOMBIA

La cadena de la Sábila en Colombia está compuesta por actores oferentes y/o demandantes de materias primas y/o insumos y/o productos terminados para consumo, de Aloe Vera, partiendo desde la Penca de Sábila y sus subproductos, pasado por Geles de Aloe Vera en distintas concentraciones y presentaciones, y dirigidos a distintos mercados o consumidores dentro y fuera del país.

En Colombia existe un excelente potencial para producir grandes volúmenes de Aloe vera con el fin de cubrir el déficit en la oferta de acíbar, pasta de aloe, gel fresco, gel liofilizado en el mercado nacional e internacional, retribuyéndose en beneficios laborales, económicos, tecnológicos y comerciales para todos los actores que intervienen en esta cadena productiva.

Las regiones del país donde se ha venido impulsando el desarrollo de la cadena son: Región Caribe: Guajira, Cesar, Magdalena, Atlántico, Bolívar, Córdoba y Sucre. Región Centro: Cundinamarca, Tolima, Antioquia. Región Oriental: Santanderes. Región Occidental: Valle del Cauca.

“El desarrollo industrial de la sábila en Colombia ha estado estancado en un punto muerto hace varios años, la gente ha sembrado y sus cultivos no llegan a tener actividad comercial alguna, se considera que las causas de esto son:

1. No existe experiencia ni local, ni internacional en el mercado de la sábila: en este punto hay que considerar alianzas con otros industriales de otras partes del mundo que si han venido explorando este comercio para sus países.
2. No existe experiencia en la transformación de la sábila, ni entre los químicos, que desconocen los procesos de estabilización de gel, ni entre

los ingenieros mecánicos o industriales en la fabricación de máquinas que apliquen en este proceso.

3. Expertos en Planeación estratégica y/o prospectiva, los hay en la Universidad del Valle, Eafit, Icesi, UNal, UdeA, etc, sin embargo están ocupados en otras áreas y no han elaborado de ninguna manera los temas referentes a la sábila, hasta el día de hoy no conocemos ningún estudio en este campo.

4. Expertos en economía agrícola, agronomía, y ciencias afines, los hay en el país, pero en el tema de sábila aun no hacen manifestación alguna pública, es más sobrevaloran sus propios conceptos y no los dan a conocer, sus razones tendrán, la mayor parte de ellos considera que sus conceptos valen, por lo que prefieren guardarlos para sí, es por esto que no se encuentra en la literatura ningún artículo relacionado con la sábila en la producción intelectual de los colombianos.

5. Expertos en exportación: ha de haber, de hecho manifiestan interés en ofertar productos de sábila, pero en el gran vacío de la producción y transformación deben acabar cediendo, dando respuesta negativa a la posibilidad de exportar.

6. Expertos en los temas técnicos legales los hay, pero no manifiestan logros de aceptación por parte del Invima en productos elaborados con sábila. Se ha convocado un acercamiento sin respuesta.

7. Expertos en el tema Social Organizacional, los hay, sin embargo el tema de sábila no ha sido hasta hoy de su interés más allá de lo referente al cultivo en sí, despreciando incursionar en su transformación la cual les representa un muro insalvable, conduciendo los proyectos de siembra, al fracaso hasta el día de hoy

8. Expertos en Finanzas - Banca de inversión consideran este cultivo como no apto para ser apoyado en sus iniciativas.

9. Las cámaras del comercio del país tienen expertos financieros y de proyectos, que aún no consideran la sábila una opción.”²¹

6.3.7 SÁBILA EN GUATAQUÍ

Diagnóstico

- El complemento para su economía es la zona montañosa que se erige paralela al río, donde el maíz es el producto líder e histórico desde hace 1000 años por lo menos. Ganadería extensiva desde la desembocadura del Río Seco hasta los límites con el municipio de Beltrán, río abajo; pesca artesanal yuca, plátano, cachaco, ahuyama, limón, papaya, sábila (atendiendo una expectativa que aún no desaparece), aves domésticas, ovejitos «chivos ganado caprino» y cerdos, completan la oferta agropecuaria y piscícola.
- De la oferta productiva agropecuaria quizás los que tendrían mayor opción a futuro sería la sábila, en pequeña escala. Con los tratados de libre comercio, la economía campesina se encuentra amenazada por los subsidios en países de origen.
-

6.3.8 VIABILIDAD DEL PROCESO:

- Colombia es gran potencial para la producción de aloe vera debido a las óptimas condiciones climáticas, donde este cultivo se desarrolla eficazmente.
- La producción por hectárea se recolecta cada 3 meses, 1500 gramos por planta, 15 toneladas por penca, correspondiente a 60 toneladas por año.

²¹ RESTREPO MEJIA JAIME LEON, Sábila en Colombia, [En Línea]
<<http://www.agro20.com/group/sabilaencolombia>> [Tomado el 22 de Junio de 2015]

- Actualmente existen asociaciones de productores y un significativo número de productores independientes, quienes se dedican al cultivo de la sábila como opción económica. Nivel nacional
- Existe un gran mercado en Colombia que utiliza como materia prima el aloe vera.
- Actualmente las empresas transformadoras de este producto utilizan materia prima importada, ya que la producción nacional no satisface la demanda total.
- Colombia posee una alta demanda internacionalmente de este producto, debido a las favorables condiciones climáticas que permiten que la producción sea constante y de óptima calidad, contribuyendo a la exportación de aloe vera.

6.3.9 PROCESO

- El Aloe crece libremente en la naturaleza en regiones semidesérticas de clima cálido. Le gustan los suelos secos, arenosos y cálcicos” (Schneider, 1995, p.31), preferiblemente sin heladas, pues se ha comprobado que las bajas temperaturas producen cambios de color en la planta y generan algún grado de disminución en la producción final del gel. “Esta planta prolifera mejor en clima seco, con precipitación de 400 a 2500 mm/año, humedad relativa de 65 a 85%, temperaturas 7 de 18 a 40° C” (Ávila & Díaz, 2002, p.6), y se debe cultivar en terrenos con buen drenaje y alturas entre 20 y 2500 msnm. Para cultivar la planta de Aloe Vera por primera vez, es necesario hacer uso de herramientas como tractores, arados y rastrillos; que permiten preparar de forma adecuada el terreno, y le da paso al proceso de delimitación de distancias entre plantas e hileras. Indica que para este fin se utilizan implementos como hoyadoras, dragas, azadones y barretones; los cuales logran penetrar la tierra a la profundidad deseada dan lugar a un surco central y dos camellones laterales.

6.3.10 HISTORIA DE LA SÁBILA

España

Como hemos comentado y según reza la historia, fue el pueblo árabe el que implantó la planta en España y fueron los jesuitas los que contribuyeron a su difusión y expansión por todo el continente americano ya que no se puede decir con seguridad que fueran los que la introdujeron en América pero sí los que se encargaron a difundir sus maravillosos beneficios.

- Los españoles llevaron el Aloe al continente Americano durante su conquista. En España, a lo largo de la ribera del Mediterráneo, el Aloe era el elemento esencial de la medicina popular, hasta que su uso generalizado en la farmacia moderna.

Centroamérica

Los criollos de Haití y practicantes de vudú, denominaban el aloe “planta de la eternidad” y la utilizaban para rituales de sanación del alma, el cuerpo y la mente. En México también es considerada una planta sagrada y se ha utilizado desde tiempo inmemoriales hasta la actualidad, de hecho es uno de los lugares más importantes de explotación del Aloe en el continente americano.

6.3.11 USOS DEL ALOE VERA

- Esta planta milenaria, tiene una multiplicidad de aplicaciones que abarca desde la medicina, hasta la cosmetología, debido a sus propiedades farmacológicas.

ENTRE SUS USOS SE DESTACAN:

Aplicaciones del gel puro o en crema, actúa como agente humectante, para aliviar las inflamaciones y promover la cicatrización de la piel sometida a quemaduras, ya sean éstas por insolación o por efecto de daños a la piel.

Las cápsulas o pastillas que contengan el gel deshidratado mediante un proceso de liofilización, (evaporación del agua a baja temperatura y alto vacío), con lo cual se mantienen intactos los compuestos naturales activos, se utilizan como analgésicos y complemento vitamínico ya que se ha encontrado efectos positivos sobre las enfermedades cancerígenas.

El gel, en forma de bebida refrescante, se utiliza para el control de los desórdenes digestivos, así como para revitalizar y desintoxicar el cuerpo. En el mercado se encuentran diferentes tipos de bebidas, ya sean naturales o endulzadas con jugo de frutas.

De la pasta del Aloe Vera, se extrae la aloína, que es un componente con propiedades antioxidantes y por ello, interviene como ingrediente en la elaboración de cremas faciales, protectores solares, complejos vitamínicos, etc.

6.4 PROPUESTA TRES: “PARQUE TEMÁTICO LOS CONQUISTADORES”

6.4.1 OBJETIVO GENERAL

Fomentar una estrategia mediante la inversión de entidades privadas fundamentada en la conceptualización de marketing territorial que genere un lugar turístico dentro del municipio en aprovechamiento del contexto histórico importante con el que cuenta y la construcción de la nueva vía concesión honda puerto salgar

6.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Generar sentido de pertenencia en la población que habita Guataquí y a su vez fomentar el empleo, desarrollo social, y emprendimiento en

actividades económicas que se puedan desarrollar con los recursos del municipio.

- Incrementar la afluencia de visitantes turistas al municipio, integrando la diversión y el conocimiento sobre la historia de nuestros conquistadores, según las necesidades identificadas en este mercado.
- Construir un parque que propicie un ambiente natural y divertido incrementando las fuentes de empleo y acelerando la economía sostenible del municipio.

6.4.3 DESARROLLO DE LA PROPUESTA:

Para Guataquí presentamos la propuesta de desarrollar como actividad económica el turismo es por esto que se propone la construcción de un parque temático, este tendrá como tema el descubrimiento de Guataquí, es decir tendrá sus instalaciones decoradas según la época y representará las actividades más importantes que realizaron los 3 conquistadores Jiménez de Quesada, Nicolás de Federmann y Sebastián de Bel alcázar durante su estadía en este territorio.

6.4.4 ¿POR QUÉ UN PARQUE TEMÁTICO EN GUATAQUÍ?

- La propuesta de un parque temático en Guataquí es apropiada porque tiene una historia la cual contar, al mismo tiempo cuenta con una amplia extensión de terreno que puede ser utilizada en dicho parque, esta extensión es tan amplia que aun construyendo el parque temático quedaría bastante terreno sin darle uso, esta es una condición que hace ver esta propuesta con desarrollo constante ya que con el paso del tiempo y con el acogimiento de los visitantes este parque podrá ampliarse cada vez más.

Un último punto a favor por el cual construir este parque en Guataquí es su factor geográfico y ambiental, en la parte geográfica este es un municipio que queda en Cundinamarca, a 3 horas de Bogotá con fácil acceso por la vía Girardot – Honda e Girardot; en su parte ambiental este municipio tiene temperaturas de 28 a 33°C, lo que hace que sea un lugar propicio en donde las personas quieran ir a relajarse, darse un baño en piscina, divertirse y demás actividades que los haga salir de la rutina.

6.4.5 ¿PORQUÉ ESTE PARQUE SE LLAMARA LOS CONQUISTADORES?

- Guataquí cuenta con un contexto histórico relevante, con un contenido el cual puede ser provechoso para llamar la atención del público objetivo, ya que la historia de Guataquí nos lleva a resaltar el descubrimiento del dorado.
- Guataquí debe empezar a adquirir una identidad frente a los demás territorios y la mejor manera es que empiece a caracterizarse como un territorio en el ocurrieron hechos importantes. El acontecimiento con mayor importancia es que de allí partieron los 3 conquistadores hacia España, este hecho lo resaltaremos dándole al parque temático el nombre de “Los Conquistadores”

6.4.6 PUBLICO OBJETIVO

- Familias Colombianas con hijos que se encuentren afiliadas a la caja de compensación con la que se vaya a generar dicho convenio.

- Estos padres de familia deben tener deseo de fomentar en sus hijos la unión familiar e incentivar la cultura general en su familia el conocimiento en general

6.4.7 ¿QUE VA A TENER ESTE PARQUE?

Atracciones:

- **Paseo en barcaza antigua:** “navegando en la historia de Guataquí”
- **Aqua parque:** piscinas interactivas, parque infantil valor agregado: piscina natural a base de agua mineral y azufrada.
- **Cabalgata:** paseo en caballo familiar alrededor del parque y en pistas adecuadas en zonas rurales.
- **Parapente:** Las montañas de Guataquí y la vista al rio Magdalena son el mejor escenario turístico para vivir la emoción y la adrenalina desde un parapente, a más de 1000 mts de altura.
- **Cultivo interactivo de sábila:**

Objetivo: Crear una atracción dentro del parque temático resaltando el potencial de Guataquí en la siembra de sábila con el fin que los turistas conozcan esta planta, su proceso, los beneficios, el interés de los turistas en los productos a base de sábila hará despertar el interés de los habitantes por explotar este recurso y comercializarlo; además de conocer este proceso los turistas podrán disfrutar de dos producto transformados a su elección:

- Bebida a base de sábila elaborada por un guía y los turistas que limpia el organismo y contribuye a mejorar la digestión del cuerpo humano,
- mascarilla de fácil aplicación a base de sábila y miel guiada y preparada por el guía y los turistas con el fin de hidratar la piel seca, lograr luminosidad, y disminuir manchas.

- **Museo arqueológico:**

Piedras antiguas ya existentes en el municipio y esculturas alusivas a la travesía del dorado.

- **Spa de descanso sábila:**

Lugar de relajación para la familia con productos a base de sábila destacando este recurso como el potencial agrícola del municipio.

6.4.8 HOTEL COLONIAL LOS CONQUISTADORES

- Construcción de hotel colonial dentro del parque temático que permita que los turistas visiten el parque y se hospeden ya que el tiempo en recorrer el parque supera un día, este con el fin de generar turismo y explotar el comercio impulsando la economía.

6.4.9 BENEFICIOS PARA GUATAQUI

- **Reconocimiento a nivel Nacional:**

La propuesta integral para el desarrollo de Guataquí le dará al municipio un valor histórico y cultural, siendo este el potencial para ser reconocido en todo el territorio colombiano, nuestra cultura en Colombia ha sido recordar y revivir la historia y sus acontecimientos más importantes, por tal razón el deporte, la diversión y el descanso será el mejor escenario para que el nuevo destino a elegir en Colombia sea la histórica Guataquí

- **Generación de tráfico en el municipio:**

La propuesta integral para el desarrollo de Guataquí generará reconocimiento y comunicación voz a voz atrayendo más personas a realizar las actividades que les ofrece Guataquí y por supuesto a visitar el municipio, este tráfico de turistas beneficia al municipio en el desarrollo de diversas actividades económicas que suplan las necesidades de estos visitantes: hoteles, restaurantes, sitios turísticos y

a su vez la comercialización de productos transformados derivados de la sábila como otro factor característico del municipio.

- **Generación de empleo:**

A raíz de las diversas actividades que traerá consigo esta propuesta integral, se desarrollaran diversos sitios de paso, diversión y estadía que generaran empleo y la ocupación de los habitantes del municipio en diferentes actividades económicas, para evitar la migración de estos habitantes hacia otros territorios que les proporcionen una mejor calidad de vida.

- **Desarrollo sostenible:**

El turismo mejorara la condición económica del territorio, favoreciendo el bienestar de sus habitantes en aspectos tales como la salud, nivel educativo, social y cultural. Estos recursos serán benéficos para el desarrollo de infraestructura en general del municipio. Así mismo las entidades gubernamentales tendrán mayor participación contribuyendo al desarrollo social del municipio.

- Incrementar la rentabilidad económica de Guataquí por medio de la producción, comercialización y transformación de la Sábila – Aloe vera.
- Fomentar el beneficio general de los habitantes de Guataquí por medio de programas de capacitación al agricultor, seguridad social, programas de financiación económica, óptimas condiciones de trabajo.
- Creación de clúster impulsando la tecnificación, capacitación del campesino y agricultor con el fin de remediar el bache que presenta el sector agrícola.
- Posicionar el municipio de Guataquí, como potencial productor, comercializador, transformador y exportador de este producto.

CONCLUSIONES

Guataquí es un territorio que brinda a sus habitantes condiciones de vida apenas aceptables supliendo las necesidades básicas, causa de esto es el escaso y preocupante desarrollo que han tenido sus aspectos de mayor importancia.

Sin embargo hoy por hoy es un municipio que se caracteriza por brindar a sus habitantes bienestar en cuanto a seguridad y tranquilidad, ya que es un territorio sin tráfico de estupefacientes ni conflicto armado, no obstante para que una población cuente con excelentes condiciones de vida se necesita mucho más que eso, se requiere que las entidades del territorio velen por los intereses comunes e individuales, por el desarrollo personal y profesional, por el estado de salud físico y mental de sus habitantes.

Para empezar evaluando sus factores más importantes, en las administraciones municipales existe una inestabilidad notable, esto se debe a que hasta el momento no se ha ejecutado un plan territorial sostenible y duradero, puesto que 4 años no son suficientes para cumplir a cabalidad las metas propuestas por un gobierno, y al momento en que se le da paso a la nueva administración está no le da continuidad al proyecto ya iniciado por la anterior dirección, consecuencias de lo anterior es la creación de una grieta que obstruye el desarrollo del municipio en general, ya que los demás factores de desarrollo de un territorio se encuentran bajo el régimen de las entidades gubernamentales.

Para continuar, dentro del factor económico actualmente en Guataquí no se evidencia ningún tipo de recurso como generador de ingresos, es decir, no existe alguna actividad a la cual se le haya dado el protagonismo como fuente principal del sustento del municipio, por las consideraciones anteriores es que la fuente de ingresos de los habitantes de Guataquí son empleos informales o en municipios aledaños, con los cuales con mucha dificultad logran conseguir lo necesario para vivir el día a día.

Por otro lado e igual de preocupante se destaca la difícil situación de la educación en Guataquí, esta es una realidad para las personas jóvenes que habitan este municipio, pues es concluyente que este es un lugar que no les brinda la oportunidad de acceder a una educación de calidad. Estos jóvenes se encuentran obligados a desplazarse hasta las entidades educativas que se encuentran en los municipios vecinos y no solo se tendrán que desplazar a otros territorios para adquirir conocimientos, sino que al momento de ejercer sus estudios, nuevamente deberán trasladarse a otros lugares puesto que Guataquí es un territorio que carece de oportunidades laborales dignas.

Dadas las condiciones que anteceden, los habitantes de este municipio perciben que Guataquí no les garantiza la calidad de vida que ellos requieren, en efecto son impulsados a migrar del municipio hacia otros territorios en búsqueda de mejores oportunidades.

De igual forma es importante resaltar que Guataquí es un municipio que cuenta con características importantes que hasta el momento no se les ha dado la suficiente importancia como para potencializarlas, y lograr que estas se conviertan en ventajas comparativas frente a los territorios aledaños. Lo que quiere decir que si se le prestase la atención requerida a dichas características se podría garantizar el desarrollo de Guataquí. Entre los factores encontrados que benefician a Guataquí como territorio se encuentran:

- Poseer un contexto histórico importante para el país que contribuye a generar memoria histórica y cultural; usando esto como ventaja se lograría atraer visitantes al municipio mediante propuestas basada en cultura general.
- Es un municipio tranquilo que garantiza seguridad, descanso, contacto con la naturaleza, exóticos paisajes, gente amable, diversificación forestal y aire fresco.

- Cuenta con gran extensión de terrenos abandonados y a su vez terrenos privados, estos últimos son los más económicos que se logran encontrar entre los territorios aledaños y son aptos para proyectos de construcción.
- El clima es cálido, lo que favorece a este territorio para desarrollar proyectos de lugares de descanso, diversión y espacios en familia.
- La población joven aspira estudiar y capacitarse en temas como la agricultura y el comercio, los cuales contribuirían al desarrollo de actividades económicas del municipio.
- El municipio cuenta con óptimas condiciones climáticas y ambientales, las cuales lo pueden llevar a convertirse en un territorio productor y exportador de sábila.
- A mediano plazo contará con una de las vías de transporte que mayor importancia tendrá para el país. Esta comunicará todo el río Magdalena y en efecto atravesará el municipio de Guataquí, lo que generará gran tráfico de personas que serán posibles visitantes de este territorio.

Se evidencia entonces que las características detalladas anteriormente pueden ser utilizadas a favor de Guataquí y en beneficio de sus pobladores, ya que estas son el punto de partida para poder generar una estrategia integral que estimule el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, potencialice cada uno de sus factores y lo más importante, conciba una identidad cultural entre los mismos pobladores. Cabe agregar que la creación de esta identidad cultural generará una percepción positiva de los pobladores hacia su municipio, significa entonces que descartarán de sus aspiraciones la migración hacia otros territorios en busca de un mejor lugar para vivir.

Hechas las consideraciones anteriores proponemos una estrategia integral que se exhibe en un periodo de tiempo, es decir, que cuenta con un desarrollo a corto, mediano y largo plazo. La estrategia a corto plazo se basa en el aprovechamiento del contexto histórico del municipio, con el fin de crear reconocimiento, fomentar sentido de pertenencia en sus pobladores y enseñar la forma en la que se accede

al municipio; a mediano plazo fomentará la explotación de un recurso natural que identifique a Guataquí como principal productor, este recurso podrá ser extraído y su utilización será como materia prima para la transformación y comercialización de productos finales con fines de exportación. Por último, a largo plazo se utilizarán los terrenos aptos para la construcción con los que cuenta Guataquí, este proyecto consiste en la creación de un lugar que a través de sus características sea capaz de llamar la atención de personas que estén en búsqueda de aprendizaje, diversión y descanso.

Para finalizar se advierte la necesidad que tiene Guataquí por desarrollar una serie de ventajas que lo conviertan en un territorio competitivo, puesto que de no ser así se expone a su desaparición o unificación con otro territorio.

RECOMENDACIONES.

1. El desarrollo de la propuesta integral se debe llevar a cabo en un periodo de tiempo de 3 administraciones siempre y cuando exista continuidad en el proyecto.
2. Se recomienda al gobierno actual y próximo de Guataquí iniciar la gestión en entidades públicas como la gobernación de Cundinamarca para el desarrollo de la primera parte de la propuesta y su respectiva adecuación de vías y terrenos, así mismo futuros gobiernos deberán continuar con el plan de acción hasta su ejecución de esta primera parte en el periodo establecido.
3. Generar un estudio de factibilidad de suelos identificando los que son aptos para la siembra de sábila y los que son aptos para la construcción de proyectos urbanísticos, residenciales y comerciales, evitando usos indebidos.
4. Se recomienda instaurar la estructura mínima necesaria que debe tener el municipio de Guataquí para el desarrollo de la propuesta Integral.
 - Propuesta Uno:
 - Regulación por parte de las entidades públicas y privadas en el establecimiento de las rutas para realizar las diferentes actividades propuestas.
 - Durante el recorrido que se realizaran en estas actividades deben existir estaciones en donde los participantes puedan cumplir sus necesidades básicas (Alimentación, Hidratación, entre otras)
 - Crear un plan de seguridad en el cual se especifiquen las condiciones de seguridad, sanitarias y salubridad que deben tener en cuenta todos los participantes de la competencia.
 - Deben existir toda la normatividad legal vigente para el

desarrollo de estas actividades.

- Propuesta Dos:
 - verificación y ubicación de la extensión territorial adecuada para el desarrollo de los cultivos de sábila.
 - Capacitar los residentes del municipio de Guataqui en el aprovechamiento de suelos para optimizar el cultivo de Sábila.
 - Gestionar con las entidades gubernamentales para crear planes de desarrollo agroindustrial, que permitan el buen desarrollo de la cadena productiva de la sábila.
 - Implementación de acuerdos educativos con el colegio municipal en el cual se incluyan cátedras fomentando el desarrollo del cultivo, producción, transformación y comercialización de Aloe vera – Sábila.
 - Implementación de acuerdos con entidades educativas como el SENA para la generación de capacitaciones en las áreas de producción, transformación y comercialización de Aloe vera – Sábila.
- Propuesta Tres:
 - Establecer la infraestructura mínima y básica que solicita el municipio para recibir a los turistas atraídos por la ruta de los conquistadores.
 - Adecuación y ampliación del hotel municipal o construir un hotel adicional que supla las necesidades básicas de los turistas.
 - Inauguración de un Restaurante el cual tenga variedad en su oferta de comidas.
 - Restauración de los diferentes lugares o sitios turísticos que posee el municipio.
 - Restauración de las piscinas que posee el municipio.

- Capacitación a los habitantes de Guataquí en Atención y servicio al cliente.
 - Recomendamos que el gobierno cree un plan de empalme con las entidades públicas y privadas que realizaran la inversión en el municipio, promoviendo la responsabilidad social que se debe tener con los residentes de Guataquí.
5. Fomentar y promover desde ya la memoria histórica y cultural en los habitantes de Guataquí para que sean los principales actores y contribuyan a la construcción de un plan estratégico basado en el contexto histórico que da valor al municipio.
 6. Diseñar una matriz DOFA (debilidades oportunidades fortalezas y amenazas) que contribuya a la generación de estrategias y tácticas a corto plazo que a partir de este estado del arte se identifiquen variables internas y externas validando la viabilidad de toda la propuesta.
 7. Entender el municipio de Guataquí como la construcción de una nueva marca con un producto para ofertar en el mercado, que tiene competencia y que debe destacarse con ventajas competitivas que generen un valor diferencial frente a los demás territorios.

BIBLIOGRAFIA.

- ALCALDIA DE GUATAQUI – CUNIDAMARCA, Nuestro Municipio información general, [En línea] <http://www.guataqui-cundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml> [Tomado el 12 de Enero de 2015]
- FUNDACION CABILDO VERDE DE CAJICA, Recuperación memoria histórica municipio de Guataquí (Cundinamarca), [Tomado el 3 de Febrero de 2015]
- ESPÍNOLA LÓPEZ ANTONIO, Marketing Territorial, Edición 2003 [Tomada el 10 de Noviembre de 2014]
- MORENO ORTIZ CAROLINA, FIGUEROA SANDRA XIMENA, El marketing Territorial Fomenta el progreso y el desarrollo de las regiones [En línea] <http://bibliotecadigital.usbcali.edu.co/jspui/bitstream/10819/695/1/Marketing_Territorial_Regiones_Moreno_2010.pdf> [Tomado el 23 de Octubre de 2014]
- VARIOS, Turismo en Colombia [En línea] <http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Colombia> [Tomado el 22 de Mayo de 2015]
- MOJICA PATIÑO JOSE ALBERTO, El mejor capítulo del turismo en Colombia [En línea] <<http://www.eltiempo.com/economia/sectores/llegada-de-extranjeros-a-colombia/14600022>> [Tomado el 22 de Mayo de 2015]
- NULVALUE, Perfil del Turista Colombiana, [En línea], <<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-629799>> [Tomado el 27 de noviembre de 2015]
- Uso de la Sábila en el pasado y presente [En línea] <http://www.clubplaneta.com.mx/usos_de_la_sabila_en_el_pasado_y_presente.htm> [Tomado el 15 de Abril de 2015]
- BARRIENTOS MONROY MIRELLA, Historia de la Sábila, [En línea] <http://mirellamoon.blogspot.com/2014_03_01_archive.html> [Tomada el 15 de Abril 2015]
- LA HISTORIA DEL ALOE VERA [En línea] <<http://aloevaro.blogspot.com/2012/07/la-historia-del-aloe-vera.html>> [Tomado en Abril de 2015]
- LA HISTORIA DEL ALOE VERA [En línea] <<http://www.mialoevera.com/historia.php>> [Tomado en Abril de 2015]

ANEXOS

ANEXO 1: ENTEVISTA PROFUNDIDAD CONCEJAL MUNICIPAL



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

INGENIERIA DE MERCADOS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días/tardes soy estudiante de ingeniería de mercados de la universidad piloto de Colombia, actualmente estamos realizando un proyecto sobre el Rio Magdalena y algunos municipios aledaños incluidos este , por lo cual queremos indagar y conocer sus opiniones que serán importantes para nosotros.

1. ¿Qué es lo que más le gusta de vivir en este municipio?
 2. ¿Qué hechos importantes han transcurrido desde que habita en este municipio?
 3. ¿Piensa, que este municipio ha tenido transformaciones notorias a nivel económico social o cultural?
 4. ¿Por qué eligió postularse a las elecciones como concejal de este municipio?
- ¿Cuál es su principal función como concejal dentro del municipio?
5. ¿Qué motivaciones le han guiado en su tarea municipal?
 6. ¿El municipio se ha sentido apoyado por entes gubernamentales como la gobernación?

7. ¿Cuál cree que es la fortaleza que tiene este municipio frente a otros de la región?
8. ¿Cuál es la principal falencia que encuentra en el municipio?
9. Explíquenos un poco acerca de los planes del gobierno que se han venido desarrollando en el municipio en la parte de:
 - Educación
 - Economía
 - Infraestructura
 - Turismo
 - salud
10. ¿Qué hay por mejorar?
11. ¿Cuál es la prioridad inmediata del municipio para mejorar el futuro?

ANEXO 2: ENTREVISTA A PROFUNDIDAD DIRECTOR PUESTO DE SALUD.



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

INGENIERIA DE MERCADOS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días/tardes soy estudiante de ingeniería de mercados de la universidad piloto de Colombia, actualmente estamos realizando un proyecto sobre el Rio Magdalena y algunos municipios aledaños incluidos este , por lo cual queremos indagar y conocer sus opiniones que serán importantes para nosotros.

OBJETIVO:

Conocer el funcionamiento y los procesos que se desarrollan en el puesto de salud dentro del municipio.

- 1 ¿Cómo funciona el servicio de salud del municipio, quien los regula?
- 2 ¿Qué áreas componen el puesto de salud?
- 3 ¿Cómo ha sido a nivel general el servicio de atención en salud a los habitantes del municipio?
- 4 ¿Qué nivel de educación tienen y en qué lugar ha sido el proceso de formación de los integrantes del puesto de salud?
- 5 ¿Cuántos pacientes atienden en promedio al día y porque motivos?
- 6 ¿cuáles son las principales causas por las que los habitantes acuden al servicio de salud?
- 7 ¿Cómo atienden una emergencia en el municipio (que recursos tienen)?

- 8 ¿Qué enfermedades han sido representativas en el municipio como las han atendido?
- 9 ¿Qué ayuda reciben del gobierno los puestos de salud?
- 10 ¿Qué planes de promoción y prevención utilizan para el desarrollo del municipio

ANEXO 3 ENTREVISTA PROFUNDIDAD RECTOR COLEGIO MUNICIPAL



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

INGENIERIA DE MERCADOS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Buenos días/tardes soy estudiante de ingeniería de mercados de la universidad piloto de Colombia, actualmente estamos realizando un proyecto sobre el Rio Magdalena y algunos municipios aledaños incluidos este , por lo cual queremos indagar y conocer sus opiniones que serán importantes para nosotros.

OBEJTIVO: Conocer como está conformado el sistema de educación del municipio y como contribuye a su crecimiento.

- 1 ¿Qué porcentaje de la población se encuentra actualmente estudiando?
- 2 ¿Qué porcentaje de estudiantes ingresan a la educación primaria y cuántos de ellos terminan como bachilleres (nivel de deserción, causas)?
- 3 ¿Qué plan de estudios (materias básicas e interdisciplinarias) tienen ya implementados y cuales están en desarrollo para la mejora del nivel académico?
- 4 ¿Qué nivel de educación tienen y en qué lugar ha sido el proceso de formación de los docentes?
- 5 ¿Cómo es el método para evaluar el nivel académico de las escuelas y colegios del municipio?
- 6 ¿A qué se dedican los estudiantes que salen graduados?

- 7 ¿Qué plan de formación existe en temas de emprendimiento para los estudiantes?
- 8 ¿Cómo contribuye la educación al desarrollo del municipio?
- 9 ¿Qué ayudas existen por parte del gobierno para promover la educación del municipio?
- 10 Visualice el municipio 10 años atrás, ¿Cómo ha evolucionado la educación a través de los años, en que contribuye la tecnología?
- 11 ¿Qué oportunidades laborales tienen los estudiantes bachilleres dentro del municipio?

ANEXO 4 ENTREVISTA PROFUNDIDAD COMANDANTE DE POLICIA



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

INGENIERIA DE MERCADOS

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

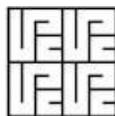
Buenos días/tardes soy estudiante de ingeniería de mercados de la universidad piloto de Colombia, actualmente estamos realizando un proyecto sobre el Rio Magdalena y algunos municipios aledaños incluidos este , por lo cual queremos indagar y conocer sus opiniones que serán importantes para nosotros.

1. ¿Qué situaciones de orden público ha tenido que presenciar en el municipio?
2. ¿Cómo puede definir a las personas que viven en el municipio en cuanto al comportamiento?
3. ¿Cómo funciona el sistema de seguridad en el municipio, quien lo lidera?
4. ¿Qué fortalezas y fallas encuentra en este municipio?
5. ¿En qué aspectos cree que pueda crecer el municipio infraestructura, social economía?
6. ¿Se quedaría a vivir en el municipio por razones más fuertes que el empleo?
7. ¿Que mejoraría para hacer al municipio el lugar ideal para vivir?
8. ¿Cómo cree usted que aporta al crecimiento del municipio el sistema de seguridad?
9. ¿Cómo está conformado el sistema de seguridad del municipio?

10. ¿Existen o existió alguna vez guerrillas dentro del municipio?

11. ¿Cuál es el potencial que tiene el municipio?

ANEXO 5 ENCUESTA MASIVA HABITANTES DE GUATAQUI



**Universidad
Piloto de Colombia**

UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

PROYECTO TESIS 2014 Cuestionario:

--	--	--	--

NOVIEMBRE 2014

Hora Inicio: Hora Terminación: Fecha encuesta:

DD	MM	AA

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre: _____ Tel: _____

Dirección: _____

Email: _____

CIUDAD		EDAD		GENERO		NSE	
GUATA	0	Entre 18 a	0	Hombre	0	Estrat	0
QUII	1	24 años	1	Mujer	1	o 2	1
		Entre 25 a	0		0	Estrat	0
		35 años	2		2	o 3	2
		Entre 36 a	0			Estrat	0
		45 años	3			o 4	3
		Entre 46 a	0			Estrat	0
		65 años	4			o 5	4
						Estrat	0
						o 6	5

Buenos días/ tardes/ noches, mi nombre es **(ENC: MENCIONE SU NOMBRE)** y estudio en la UPC, me encuentro realizando un proyecto de tesis para conocer las opiniones, preferencias y necesidades de las personas del municipio de Guataquí y así reunir información que aporte a esta investigación y al municipio datos relevantes a través de diferentes encuestas. Ninguno de sus datos serán revelados, todos serán confidenciales y usados para fines estadísticos/académicos, por lo cual me gustaría que me dedicara unos minutos de su tiempo, **(ENC: MENCIONE NOMBRE DE ENCUESTADO)**

En esta encuesta hablaremos un poco de su opinión acerca de la percepción y la imagen que tiene sobre el municipio de Guataquí.

1. ¿Para comenzar dígame por favor, usted hace cuánto tiempo vive en este municipio?

Toda su vida	0 1
Más de 20 años	0 2
Menos de 5 años	0 3

2. Hablando del costo de vida en este municipio, dígame en una escala de 1 a 10 donde 1 es ECONÓMICO y 10 es un COSTOSO

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Económico									Costoso

3. Hablando del nivel de calidad vida que usted percibe en este municipio en una escala que va de 1 a 10, donde 1 MUY BAJA CALIDAD y 10 es una MUY ALTA CALIDAD ¿Cómo considera que es el nivel de calidad que se vive en Guataquí?

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
Muy baja calidad									Muy alta calidad

4. Hablando de la seguridad que le transmite el municipio en una escala que va de 1 a 10, donde 1 es NADA SEGURO y 10 es una MUY SEGURO. ¿Qué tanta SEGURO se siente en este municipio?

01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
NADA SEGURO									MUY SEGURO

5. En qué medida se siente usted orgulloso de ser de Guataquí?

01	Muy orgulloso
02	Algo orgulloso
03	poco orgulloso
04	Nada orgulloso

6. ¿Podría decirme cuál cree que es el potencial que tiene Guataquí para los próximos años y que debería explotar? Le voy a leer algunos objetivos que podrían ser prioridad

01	Guataquí deberá centrarse en la actividad agrícola
02	Guataquí deberá centrarse en actividades comerciales
03	Guataquí deberá desarrollar el turismo
04	Guataquí debe explotar su ubicación geográfica clave

7. Ahora desearía saber su opinión acerca de algunos aspectos del municipio, indicándome si está de acuerdo o no en que el municipio de Guataquí es...

	ASPECTOS	TOTALMENTE DE ACUERDO 1	PARCIALMENTE DE ACUERDO 2	PARCIALMENTE EN DESACUERDO 3	TOTALMENTE EN DESACUERDO 4
01	Es moderna				
02	Tiene servicios públicos útiles.				
03	Es conveniente para que se radiquen industrias y comercios grandes.				
04	Tiene una ubicación geográfica privilegiada				
05	es limpia y ordenada				
06	Tiene mucha vida nocturna				
07	Esta correctamente urbanizada				

08	Las instituciones publican funcionan correctamente				
09	Se ve favorecida por su cercanía al Rio Magdalena				

8. Cuán importante es para usted algunos de los siguientes aspectos

	ASPECTOS	MUY IMPORTANTE 1	IMPORTANTE 2	POCO IMPORTANTE 3	NADA IMPORTANTE 4
01	La familia				
02	El tiempo libre				
03	La política				
04	El trabajo				
05	La educación				
06	La salud				

9. Me podría explicar que es lo malo y lo bueno de vivir en Guataquí?

Razones malo 01	Razones bueno 02
--------------------	---------------------

10. ¿Para finalizar Me podría dar su opinión acerca del futuro del municipio?

ANEXO 6 ENCUESTA MASIVA HABITANTES DE BOGOTÁ



UNIVERSIDAD PILOTO DE COLOMBIA

PROYECTO TESIS 2014

NOVIEMBRE 2014

Hora

Inicio:

Hora Terminación:

Fecha encuesta:

DATOS DEL ENTREVISTADO

Nombre: _____ Tel: _____

Email:

9. ¿ACTUALMENTE ES RESIDENTE DE LA CIUDAD DE BOGOTA?

- a. Si
- b. No

10. ¿CON QUE FRECUENCIA VIAJA USTED FUERA DE BOGOTA?

- a. Una vez a la semana
- b. Una vez al mes
- c. Una vez por semestre
- d. Una vez al año (periodo vacaciones)
- e. Otro_____

11. ¿PORQUE RAZONES SALE USTED DE BOGOTÁ A VIAJAR?

- a. Visita familiares
- b. Tiene casa en otro lugar
- c. Descanso
- d. Negocios
- e. Por turismo

12. ¿QUE PERCEPCIÓN TIENE DE LOS MUNICIPIOS QUE COMPONEN CUNDINAMARCA?

- a. Positiva
 - b. Negativa
- Comentarios_____

13. ¿CUANTO TIEMPO ESTÁ DISPUESTO A VIAJAR PARA CONOCER NUEVOS DESTINOS DENTRO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA?

- a. Entre 30 min y 1 hora
- b. Entre 2 y 3 horas
- c. Entre 4 y 5 horas
- d. Más de 5 horas

14. SELECCIONE CON UNA X QUE MUNICIPIOS DE CUNDINAMARCA
CONOCE

Girardot ____

Melgar ____

Ricaurte ____

San Juan de rio seco ____

Nariño ____

Guataquí ____

Villeta ____

La mesa ____

Fusagasugá ____

15. ¿HA ESCUCHADO USTED SOBRE LA RUTA DEL SOL? VÍA
ALREDEDOR DEL RIO MAGDALENA QUE COMPRENDE LOS
MUNICIPIOS DE FLANDES, GIRARDOT, BELTRAN, NARIÑO,
GUATAQUI, CAMBAO, PUERTO BOGOTA, PUERTO SALGAR, HONDA Y
LA DORADA.

a. si

b. no

16. ¿HA VISITADO ALGUNA VEZ EL MUNICIPIO DE GUATAQUÍ?

a. si

b. no

10. ¿QUÉ LE LLAMO LA ATENCIÓN DEL MUNICIPIO?

11. ¿QUÉ SITIO TURÍSTICO LO MOTIVARÍA A CONOCER EL MUNICIPIO DE GUATAQUI?

- a. templo colonial municipal
- b. cerro de las tres cruces (mirador del rio magdalena
- c. museo paleontológico
- d. oasis de agua natural Y AZUFRADA
- e. ninguno

Otro