

DESARROLLO DE UN PLAN DE MARKETING TERRITORIAL PARA LA  
INTERNACIONALIZACION DEL MUNICIPIO DE GARAGOA-BOYACA.

JUAN DAVID BOHÓRQUEZ LÓPEZ

Monografía para optar el título de  
Especialista en Negocios Internacionales e Integración Económica

Orientador:  
LUZ ROCIO CORREDOR  
Docente Investigador

FUNDACIÓN UNIVERSIDAD DE AMÉRICA  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESPECIALIZACIÓN EN NEGOCIOS INTERNACIONALES E  
INTEGRACIÓN ECONÓMICA  
BOGOTÁ D.C.

2021

## NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del director de la Especialización**

---

**Firma del calificador**

**Bogotá D.C., febrero de 2021**

## **DIRECTIVAS DE LA UNIVERSIDAD**

**Presidente de la Universidad y Rector del Claustro.**

**Dr. Mario Posada García Peña**

**Consejero Institucional.**

**Dr. Luis Jaime Posada García-Peña**

**Vicerrectora Académica y de Investigación.**

**Dra. María Claudia Aponte González**

**Vicerrector Administrativo y Financiero**

**Dr. Ricardo Alfonso Peñaranda Castro**

**Secretaria General.**

**Dra. Alexandra Mejía Guzmán**

**Decano Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.**

**Dr. Marcel Hofstetter Gascon**

**Directora especialización en Negocios Internacionales e Integración Económica.**

**Dra. Luz Rocío Corredor González**

Las directivas de la Universidad de América, los jurados calificadores y el cuerpo docente no son responsables por los criterios e ideas expuestas en el presente documento. Estos corresponden únicamente a los autores.

## DEDICATORIA

*A mis padres,  
quienes me han  
apoyado con su  
esfuerzo para  
cumplir este logro y  
me acompañaron  
dentro de este  
proceso.*

## AGRADECIMIENTOS

*Agradezco a Dios por darme la disposición y sabiduría de seguir llenándome de conocimiento, y a mis profesores que me guiaron y dieron las bases para cumplir este trabajo.*

## CONTENIDO

	pág.
RESUMEN.....	10
INTRODUCCION.....	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	15
1.1 Antecedentes .....	15
1.1.1 Caso de Bogotá D.C.....	15
1.1.2 Caso de Medellín.....	16
1.2 Pregunta de investigación.....	18
1.3 Justificación e impacto.....	19
1.4 OBJETIVOS .....	19
1.4.1 Objetivo General.....	19
1.4.2 Objetivos Específicos.....	20
2. DISEÑO METODOLÓGICO .....	21
2.1 Tipo de investigación.....	21
2.2 Fuentes de información .....	21
2.3 Actividades detalladas:.....	21
2.4 Diseño temático.....	21
2.4.1 Realización de un inventario de los sectores potenciales del municipio. ....	21
2.4.2 Identificación de la hoja de ruta para los sectores potenciales.....	22
2.4.3 Implementación de las actividades correspondientes en las hojas de rutas. ....	22
3. MARCO TEORICO.....	23
4. DISCUSION Y RESULTADOS.....	26
4.1 Generalidades del municipio.....	26
4.1.1 Descripción Física y Poblacional del municipio.....	26
4.1.2 Generalidades de la economía del municipio de Garagoa.....	27
4.2 Caracterización y análisis de los sectores económicos.....	28
4.2.1 Indicadores Macroeconómicos.....	29

4.2.2	<i>Sector primario de la economía según el municipio de Garagoa</i> .....	30
4.2.3	<i>Sector secundario de la economía según el municipio de Garagoa</i> . ....	32
4.2.4	<i>Sector terciario de la economía según el municipio de Garagoa</i> . ....	33
4.3	Industria turística en el municipio de Garagoa, Boyacá.....	35
4.3.1	<i>Atractivo Natural del municipio de Garagoa, Boyacá</i> .....	36
4.3.2	<i>Prestadores de servicios en el municipio de Garagoa, Boyacá</i> . ....	38
4.3.3	La infraestructura y la institucionalidad del municipio de Garagoa, Boyacá. ....	38
4.4	Plan de marketing del municipio de Garagoa, Boyacá.....	39
4.4.1	Implementación de las acciones pertinentes para volver competitivo el sector turístico del municipio. ....	39
5.	RECOMENDACIONES .....	42
6.	CONCLUSIONES.....	43
	Bibliografía.....	44



## **RESUMEN**

En el presente documento se formulará un plan de marketing territorial para el municipio de Garagoa Boyacá, identificando los sectores productivos de la actividad económica del municipio. Para realizar esto primero se identificará de los tres sectores de la economía cuál de ellos tiene el mayor crecimiento en los últimos años, teniendo en cuenta sus ventajas y desventajas para luego realizar una hoja de ruta que permita volver más competitivo ese sector a nivel regional y departamental.

Finalmente se implementarán las acciones pertinentes para volver competitivos los sectores productivos potenciales identificados en la hoja de ruta determinando su impacto en la economía del municipio.

Palabras claves: Territorio, internacionalización, marketing, municipio, sectores productivos, competitividad.

## INTRODUCCION.

El contexto internacional actual tiene como característica principal, que ha sufrido transformaciones profundas y de gran importancia en el panorama mundial, y que han permitido la aparición de nuevos actores de la economía distintos a los estados nacionales, como lo son los estados subnacionales (Gobernaciones, municipios alcaldías), que buscan oportunidades de incursión a nivel internacional. Por esta razón cada vez más los estados subnacionales apuntan a un desarrollo que tenga como principal característica la interacción con otros estados subnacionales de diferentes países.

Para poder lograr esta interacción con otros estados subnacionales, se deben generar procesos de internacionalización que según Ponce (2009) la define como “el proceso mediante el cual los gobiernos locales participan más allá de sus fronteras nacionales con una perspectiva de afuera hacia adentro, como reflejo de los desafíos que el escenario internacional impone al local o territorial” (Jimenez, 2012). Además, la internacionalización de los estados subnacionales se caracteriza por (Federacion nacional de municipios., 2009):

- Una mayor representación y promoción internacional.
- Por la búsqueda de inversión, turismo y comercio.
- Por la incidencia política del territorio.
- Por la internacionalización de la gestión pública territorial.
- Y por el desarrollo multidimensional del territorio.

Las oportunidades que ofrecen los procesos de internacionalización son:

- La introducción de innovaciones tecnológicas y organizativas,
- La sustentabilidad ambiental,
- La identificación de los recursos endógenos potenciales y el desarrollo de los mismos,
- El fomento económico de los territorios,
- La generación de empleo y el desarrollo económico local.

- La búsqueda de la mayor cohesión social en el ámbito local.

La internacionalización se basa en potencializar el factor productivo de los territorios (Jimenez, 2012). Sin embargo, no se puede dejar de lado factores importantes como el medio ambiente, el factor social y el factor cultural. Además de presentar oportunidades para los territorios también presenta un riesgo para los habitantes del territorio, ya que puede generar una pérdida de identidad cultural debido a las exigencias que se pueden presentar las entidades de cooperación. Existen diferentes modalidades de internacionalización los cuales son la cooperación internacional descentralizada, la promoción o marketing territorial y la inserción en redes.

La Cooperación internacional descentralizada se basa principalmente en que los territorios se alíen con otros territorios fuera del país que tengan características similares, ya sea características sociales, culturales, y económicas para poder estimular las capacidades del territorio. Según la Federación Nacional de municipios, entre los instrumentos más utilizados de esta modalidad se encuentra los hermanamientos entre municipios, los cuales en ellos los municipios inician relaciones entre los municipios, intercambiando experiencias y transfiriendo conocimientos para solucionar los problemas que tiene en común los dos municipios (Federación nacional de municipios., 2009).

La promoción o Marketing territorial es el estudio, análisis e investigación del territorio con el fin de aumentar el desarrollo local, teniendo como referencia los sectores productivos, así como los sectores que están en crecimiento en el territorio. Además, consiste en crear, desarrollar y poner en marcha un plan dentro del cual se diseñe acciones que vallan encaminadas a promocionar diferentes sectores como la cultura, la economía y la política del territorio para obtener una ventaja comparativa y competitiva frente a otros municipios nacionales e internacionales (Jimenez, 2012). Para que el Marketing territorial sea exitoso es necesario contar con los siguientes supuestos:

- Los servicios y productos que se ofrecen en la región deben ser utilizados por las demás personas ajenas a l territorio.

- Se debe evidenciar que los productos y servicios generen a nivel municipal una ventaja con respecto a los otros municipios (Burbano, 2015).

El marketing territorial es una de las modalidades de internacionalización más importantes ya que promueve la construcción de una visión de territorio a futuro, establece las ventajas competitivas, y comparativas del territorio e involucra en la participación a todos los actores del territorio. Algunas propuestas para llevar a cabo el marketing territorial son:

- La creación de la marca del territorio que asocie las cualidades positivas que lo diferencian de los otros municipios
- El desarrollo de benchmarking para conocer cómo y por qué algunos municipios internacionales han generado planes exitosos de marketing territorial.

En esta modalidad juegan un papel importante las Agencias de Desarrollo Local que están en constante comunicación con organismos internacionales como el programa de las acciones unidas para el desarrollo (PNUD) para desarrollar planes que permitan una mejora en la calidad de vida de los habitantes.

La inserción en redes es otra modalidad de la internacionalización que se basa en buscar e interactuar con dos o más actores subnacionales para generar un trabajo mancomunado para favorecer las economías de escala, la representación en bloque y el trabajo de los territorios sin tener en cuenta la jerarquía de los territorios (Federación nacional de municipios., 2009). Según él la naturaleza y los actores involucrados la inserción se puede clasificar de la siguiente manera (Jimenez, 2012):

- Las redes subnacionales: En este tipo los principales actores agentes que se encuentran en un plano local o regional. Pueden incluir a gobiernos no centrales y actores que mantengan vínculos dentro de este nivel
- Las redes transnacionales: Sus principales actores son entidades no gubernamentales de diferentes países que buscan objetivos comunes, entre los

cuales se encuentran influir en los gobiernos nacionales o en instituciones internacionales para poder generar políticas y planes encaminados a la internacionalización de los municipios.

- Las redes gubernamentales: están integradas por agentes oficiales que influyen en el liderazgo político ofreciendo una orientación en temas como lo es el tema económico, social, etc.

Además, es importante articular los planes de internacionalización con las prioridades del gobierno ya que permiten generar procesos exitosos, para lograr este objetivo es necesario generar el plan de desarrollo municipal en conjunto con la agenda estratégica, que permita visualizar el alcance de la internacionalización, las modalidades que mejor se adapten al territorio. Los principales temas que se pueden desarrollar en los procesos de internacionalización son (Federacion nacional de municipios., 2009):

- Desarrollo Económico Local
- Descentralización y autonomía local
- Promoción del turismo.
- Ciencia, tecnología e innovación.
- Patrimonio Cultural.
- Gobernabilidad.
- Democracia y participación.
- Desarrollo Urbano.
- Medio Ambiente Sostenible.
- Educación.
- Seguridad.
- Derechos Humanos
- Cohesión Social.

## **1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.1 Antecedentes**

Las experiencias que más se han destacado dentro de ámbito de la internacionalización se ha dado en las grandes ciudades como Bogotá y Medellín debido a que han incluido dentro de sus planes de desarrollo temáticas de internacionalización

#### **1.1.1 Caso de Bogotá D.C**

En el Distrito Capital, donde se concentran gran parte de la actividad comercial del país y en la cual se desarrolla una gran cantidad de actividad internacional, se observan algunas iniciativas en pro de la proyección de la urbe hacia fuera. Estas iniciativas han sido:

Durante los años de 2001 al 2003, el plan de desarrollo de la ciudad tocaba el tema de la internacionalización de manera tangencial, creando el slogan “Bogotá, para vivir todos del mismo lado”. Durante esta época la inversión extranjera y la integración regional fueron temas que se incluyeron dentro del plan de desarrollo por primera vez. Además, se creó la Consejería de Región Y competitividad, la cual fue un pilar fundamental para dar el primer paso hacia la internacionalización. ( Jiménez, Ochoa, & Pineda, 2010)

Durante el periodo de gobierno comprendido entre 2004 y el 2007 tuvieron mucha importancia los temas de internacionalización dentro del plan de desarrollo llamado “Bogotá sin indiferencias”. Durante este periodo el gobierno distrital expuso sus intenciones de generar relaciones internacionales. Para lograr este objetivo el gobierno distrital fortaleció la infraestructura física para generar una mayor conectividad entre regiones aledañas a Bogotá. Asimismo, la promoción internacional, la inversión extranjera y la cooperación internacional fueron pilares fundamentales en el plan de desarrollo. A lo largo del 2008 hasta el 2012 el plan de desarrollo nombrado “Bogotá sin indiferencias” tuvo la particularidad de encaminar sus líneas de acción hacia una “Ciudad Global”, encontrando acciones que llevaron a hacer de Bogotá una ciudad atractiva para

los negocios, competitiva y respetuosa por el medio ambiente ( Jiménez, Ochoa, & Pineda, 2010). Durante los últimos años sin embargo no ha sido prioritario el tema de la internacionalización en la agenda del distrito.

### **1.1.2 Caso de Medellín.**

En el caso de Medellín, cabe destacar que es la ciudad colombiana que ha asumido el reto de la internacionalización más organizada y coordinada en todo el territorio nacional. Desde el periodo de gobierno del 2004-2007 hasta el periodo del 2008-2011 los alcaldes han tenido un gran interés en los procesos de internacionalización teniendo como objetivo la generación de desarrollo económico y social dentro de la ciudad.

Durante el plan de desarrollo 2004-2008, nombrado como “Medellín, Compromiso de toda la ciudadanía” se buscó que Medellín fuera una ciudad integrada con la región y con el mundo, viendo los procesos de internacionalización regional como forma de desarrollo económico y social, y teniendo como parte fundamental los negocios internacionales y la cooperación internacional. Un aspecto de gran importancia fue la creación de la Agencia de Cooperación e Inversión de Medellín y el Área Metropolitana durante el 2003, fortaleciendo las iniciativas de internacionalización llevadas a cabo por la alcaldía de Medellín (Cortés, 2017).

En el plan de desarrollo 2008-2012 el exalcalde Alonso Salazar, dio continuidad a los planes de desarrollo propuestos durante el anterior plan por el exalcalde Sergio Fajardo, manteniendo la temática de la internacionalización como forma de desarrollo económico y social, buscando la proyección regional e internacional haciendo énfasis en la integración regional, la inversión, la cooperación internacional y el posicionamiento internacional ( Jiménez, Ochoa, & Pineda, 2010). Estos planes de internacionalización han hecho que Medellín en los últimos años, sea el anfitrión de múltiples eventos internacionales como la asamblea de Gobernadores del BID (2010) Y la sesión de la Asamblea General de la OEA (2009) etc. Este proceso le ha permitido a Medellín obtener

diferentes reconocimientos a nivel internacional, como el de la ciudad más innovadora del mundo, etc (Cortés, 2017).



## **1.2 Pregunta de investigación.**

En las últimas décadas, la participación de los gobiernos locales ha sido muy importante en el panorama económico mundial, ya que la globalización ha hecho que se abran nuevas oportunidades de conformar alianzas, redes y asociaciones que permiten dar solución a los problemas locales, favoreciendo la participación del territorio a nivel internacional. Por esta razón es necesario que los gobiernos locales definan estrategias planificadas que les permita posicionarse a través de la promoción, la inclusión y el desarrollo de los factores más importantes como los son el turismo, la cultura y la industria, generando una ventaja competitiva frente a los demás municipios.

En Colombia, son muy pocos los gobiernos locales que han participado a nivel internacional, ya que se presentan barreras como la corrupción, la falta de interés de los gobiernos locales, como también la falta de conocimiento sobre el tema. Sin embargo, ciudades como Medellín y Bogotá han generado procesos exitosos de internacionalización. Con respecto al municipio de Garagoa en Boyacá, nunca se ha generado algún proceso de internacionalización, su economía se basa principalmente en el sector agropecuario, teniendo como característica la diversificación de los productos que se pueden obtener en el municipio.

Por lo tanto ¿Cómo internacionalizar el municipio de Garagoa Boyacá a través de un plan de Marketing Territorial?

### **1.3 Justificación e impacto.**

La internacionalización municipal, genera la posibilidad de conocer e intercambiar conocimientos, experiencias de gestión, posibilidades de inversión y de negocios para emprender acciones que permitan solucionar problemas de índole social, cultural y económica. Por esta razón los procesos de internacionalización permiten que los municipios integren dentro de sus planes de desarrollo propuestas que encaminen a hacer frente a los procesos de integración y globalización que los actores internacionales están sufriendo (Federación nacional de municipios., 2009).

Los procesos de internacionalización generan un impacto positivo en el cual los principales beneficiados son los habitantes del territorio ya que (Federación nacional de municipios., 2009):

- Se mejora la calidad de la población.
- Se generan nuevas fuentes de ingreso y empleo.
- Se mejoran los servicios públicos y sociales.
- Se crean empresas competitivas e innovadoras.
- Se consolidan espacios de participación.
- Se crea y se fortalece las alianzas público-privadas.
- Y se reduce la fuga de cerebros.

Por este motivo la internacionalización es un tema de suma importancia ya que permite tener una relación con otros municipios para solucionar problemas comunes.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **1.4.1 Objetivo General.**

Diseñar un plan de internacionalización para el municipio de Garagoa mediante el plan de Marketing Territorial.

### **1.4.2 *Objetivos Específicos***

Realizar un inventario con las potencialidades de la vocación productiva del territorio del municipio de Garagoa.

Identificar la hoja de ruta desde los sectores productivos potenciales para construir la estrategia de internacionalización.

Implementar las acciones pertinentes para volver competitivos los sectores productivos potenciales identificados en la hoja de ruta.

## **2. DISEÑO METODOLÓGICO**

### **2.1 Tipo de investigación.**

El tipo de investigación en la cual se va a basar el proyecto es de tipo cualitativo no experimental.

### **2.2 Fuentes de información**

La búsqueda de la información se realizará a través de las paginas oficiales de la gobernación de Boyacá (<https://www.boyaca.gov.co>), como también en la página del municipio de Garagoa (<http://www.garagoa-boyaca.gov.co>). Además, se utilizarán artículos sobre temas relacionados que se encuentren en los repositorios y en las bases de datos que cuenta la Universidad de América

### **2.3 Actividades detalladas:**

La primera actividad que se va a desarrollar el proyecto es la identificación, de los sectores potenciales en los cuales el municipio de Garagoa Boyacá tiene potencial para ser más competitivos a nivel regional, departamental y nacional, esto con el fin de analizar y comprender como se puede ver beneficiado el municipio si se volvieran estos sectores más competitivos.

Luego de analizar estos sectores productivos, se tomará cada uno y se realizará una hoja de ruta en la cual se determinará los pasos a seguir para desarrollar la competitividad de estos sectores. Por último, se implementarán las acciones pertinentes y en las cuales las hojas de rutas se basaron.

### **2.4 Diseño temático.**

#### ***2.4.1 Realización de un inventario de los sectores potenciales del municipio.***

Se desarrollará un inventario con los sectores potenciales que se pueden desarrollar en el municipio de Garagoa Boyacá, y se realizará su respectivo análisis para terminar la importancia que puede tener este sector en el municipio

#### ***2.4.2 Identificación de la hoja de ruta para los sectores potenciales.***

Se Identificará la hoja de ruta de los sectores potenciales analizados en el punto anterior. En esta hoja de ruta se detallará la forma en la que los sectores potenciales hallados puede volverse más competitivos a nivel regional y nacional.

#### ***2.4.3 Implementación de las actividades correspondientes en las hojas de rutas.***

Se implementarán las actividades correspondientes que se detallaron en las hojas de ruta en el punto anterior teniendo en cuenta las características del municipio, y de los sectores potenciales analizados.

### 3. MARCO TEORICO

Entendiendo la internacionalización como un proceso en donde los gobiernos consientes de las oportunidades y desafíos que se tiene a nivel internacional, se proyectan hacia otros países y atraen recursos mediante acciones sistémicas utilizando diferentes modalidades de internacionalización como por ejemplo la cooperación internacional.

El proceso de internacionalización ha cambiado el entorno en el que se desenvuelven el mundo de los negocios, en especial los países en desarrollo y emergentes, quienes como parte de solución a las crisis de las grandes economías han recibido inversiones que permitieron ampliar sus mercados y obtener materias primas que le permitieran promocionar sus productos y ser partícipes de actividades comerciales de las cuales anteriormente no podían ser parte (Hormazabal & Brauman, 2002).

Según la CEPAL la globalización se define como "la creciente gravitación de los procesos económicos, sociales y culturales de carácter mundial sobre aquellos de carácter nacional o regional". Los procesos de globalización han hecho que la clave de supervivencia sea la competitividad de diferentes sectores, para lo cual se hace necesario tener proyecciones internacionales que le permitan a los diferentes actores explorar todo su potencial, generando mejores empleos y creando y fortaleciendo nuevas empresas para que sean competitivas a nivel internacional (Hormazabal & Brauman, 2002).

La globalización inserta cada vez más nuevas empresas y gobiernos locales en el ámbito internacional, lo cual ofrece nuevos desafíos, amenazas y oportunidades para que dichas empresas o gobiernos incorporen medidas como la participación en redes, la cooperación y el marketing territorial entre otras.

Existen diferentes tipos de teorías que presentan como la globalización se da desde diferentes contextos; una de estas es la teoría macroeconómica que define que la internacionalización se realice por medio de la inversión extranjera directa, lo cual genera una mejora en la productividad, producto de la explotación de ventajas a través de la inversión y la importación de bienes producidos.

La teoría de redes considera la internacionalización cómo un proceso en donde las redes entre las diferentes organizaciones se desarrollan de una manera lógica, esta teoría explica que las oportunidades de ingreso a los mercados exteriores llegan por medio de redes a la empresa local. Es importante hablar de competitividad ya que este es un punto de partida para que el factor productivo tenga un desarrollo territorial hablándose de competitividad hacia afuera el cual habla de las funciones ligadas a la inserción del territorial en el entorno y la competitividad hacia adentro el cual habla de las funciones de factores de crecimiento hacia el mercado interno (Hormazabal & Brauman, 2002).

La relación existente entre la globalización y el desarrollo ha tenido una gran importancia en el cambio tecnológico y de las organizaciones productivas que repercuten sobre el futuro económico de los territorios subnacionales (Boisier, 1998). Sin embargo, el desarrollo que genera la internacionalización de los municipios, no solo se basa en potencializar el factor productivo para generar dicho desarrollo, sino también tener en cuenta los factores medioambientales, la política, y la cultura para conocer la dimensión sociocultural del desarrollo (Hormazabal & Brauman, 2002).

Una de las teorías más importantes que describe las relaciones internacionales y los gobiernos subnacionales es la teoría de la interdependencia compleja desarrollada a partir de las propuestas de Robert Keohane y Joseph Nye en la cual las relaciones internacionales no se desarrolla solamente entre los Estados nacionales sino que incorpora otros actores que tiene características distintas a los Estados entre los cuales se encuentra: organismos internacionales, ONG, empresas multinacionales, individuos y por último las ciudades cómo actores que pueden jugar un papel fundamental dentro de las relaciones internacionales, haciendo que el estado entre en una competencia con los otros actores mencionados anteriormente (Piana & Cruz Tisera, 2017). Esto hace que la teoría de la interdependencia sea parte fundamental de los procesos de globalización que se han generado en los últimos años.

Dentro del análisis de la interdependencia cabe señalar que la interdependencia compleja hace que existan canales múltiples, que conectan de diferentes formas a las sociedades

que se encuentran dentro de los procesos de globalización. Esto nos permite generar no solo relaciones entre los estados sino además generar relaciones transnacionales y/o transgubernamentales que permitan generar una mayor importancia de las políticas locales dentro del ámbito global. Las relaciones transnacionales y transgubernamentales generan una diferencia entre lo doméstico y lo internacional (Piana & Cruz Tisera, 2017). Además, la cantidad de actores que pueden llegar a hacer parte de las relaciones internacionales permiten establecer relaciones entre los estados, las ciudades y los actores que no hacen parte del estado.

En la redefinición de espacios por parte de los gobiernos subnacionales, la paradiplomacia se convierte en un instrumento de promoción para la concurrencia regional y la consolidación de la cooperación regional. De esta forma, los gobiernos subnacionales establecen alianzas con otras entidades cercanas geográficamente a través de organizaciones regionales que les permiten enfrentar con éxito los retos de la globalización (Piana & Cruz Tisera, 2017).



## 4. DISCUSION Y RESULTADOS

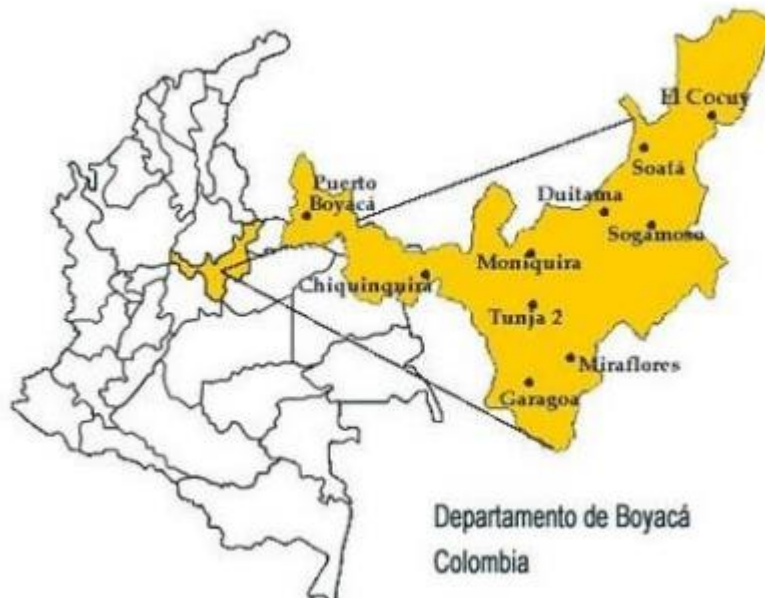
### 4.1 Generalidades del municipio.

#### 4.1.1 Descripción Física y Poblacional del municipio.

El Municipio de Garagoa está ubicado al suroriente del departamento de Boyacá, sobre la cordillera oriental en la provincia de Neira, siendo Garagoa su capital, más conocida como la ciudad sultana del Valle de Tenza por ser la población de mayor jerarquía en la región. Tiene una extensión de 191,75 Km<sup>2</sup>. La altitud de la cabecera municipal es de 1650 m.s.n.m. en promedio según el Instituto Colombiano Agustín Codazzi (HERNANDEZ & ALARCÓN, 2017).

Figura 1.

Ubicación del municipio de Garagoa en el Departamento y en el país.



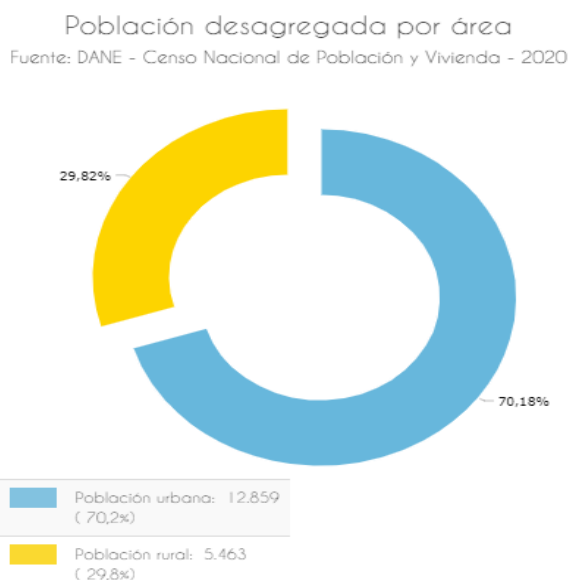
Nota: La figura representa la ubicación del municipio de Garagoa, dentro del departamento de Boyacá. Tomado de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/15299>

En el municipio de Garagoa tomando como referencia el censo poblacional del DANE de 2015, se cuenta con una población aproximada de 18.322 habitantes, de acuerdo con las estadísticas del DNP, la población del municipio de Garagoa ha ido en aumento año tras

año. El Porcentaje de hombres equivale al 47.6%, mientras que el de mujeres es de 52.4%, de los cuales 12.859 viven en el área urbana y 5.463 en el área rural. En el territorio del municipio no tienen presencia formal de manera permanente grupos de poblaciones minoritarias: etnias, negritudes, gitanos, entre otros.

Figura 2

Población desagregada por área.



NOTA: La figura muestra la distribución de la población del municipio de Garagoa dentro de las zonas urbanas y rurales Fuente: DANE- CENSO DE POBLACION Y VIVIENDA-2020. Tomado de <https://territodata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/15299>

#### **4.1.2 Generalidades de la economía del municipio de Garagoa.**

La capital de la Provincia del Valle de Tenza es una Tierra acogedora por su clima, sus paisajes y sus gentes. Sus habitantes se dedican principalmente a la producción agrícola y ganadera, empleando tecnologías limpias y sostenibles en las Treinta Veredas del Municipio (HERNANDEZ & ALARCÓN, 2017).

Con respecto a la agricultura, los productos más cosechados son: Maíz, yuca, papa, arracacha, plátano, arveja, frijón, ahuyama, tomate y hortalizas, teniendo como cultivo predominante el Tomate. En cuanto a los frutales, se produce mango, chirimoya, naranja, aguacate, piña, mandarina, papaya, maracuyá y guayaba; el café se cultiva en pequeñas cantidades para el consumo familiar.

Además de la agricultura la ganadería es significativa y representativa para la economía del Municipio, los principales tipos de ganado que se crían en el municipio son:

- Ganado Vacuno: cebú, criollo, cruces de normando. Abastece al sector Urbano de leche, cuajada, mantequilla y otros derivados.
- Ganado caballar y mular: Muy apreciado en el sector rural como transporte de las personas. También como transporte de la caña de azúcar hacia los trapiches.
- Ganado porcino: Se destaca la cría de cerdos por el aprovechamiento de su carne, manteca, chicharrones, lechonas, rellenas, embutidos entre otros.

La agroindustria, la minería y el comercio también priman en esta población; el Turismo y el Transporte Organizado son dos renglones económicos que se destacan en el desarrollo de esta localidad. Se destaca entre otras fábricas de calzado, talleres de ornamentación, fábricas de ladrillos, fábricas de cera, talleres de reparación de vehículos, talleres de Ebanistería (HERNANDEZ & ALARCÓN, 2017).

A nivel regional, Garagoa es importante centro comercial en el aprovisionamiento de víveres en general, elementos de construcción, herramientas, prendas de vestir, drogas, productos Agrícolas y veterinarios.

#### **4.2 Caracterización y análisis de los sectores económicos.**

Para poder realizar la caracterización y el análisis de los sectores económicos, se realizara primero la descripción de algunas características del municipio, entre los cuales se encuentran los indicadores Macroeconómicos, aportes al Producto interno bruto por sectores, y la variación del PIB en los últimos años, teniendo en cuenta que el objetivo de este capítulo es el de identificar las relaciones entre los actores sociales y económicos

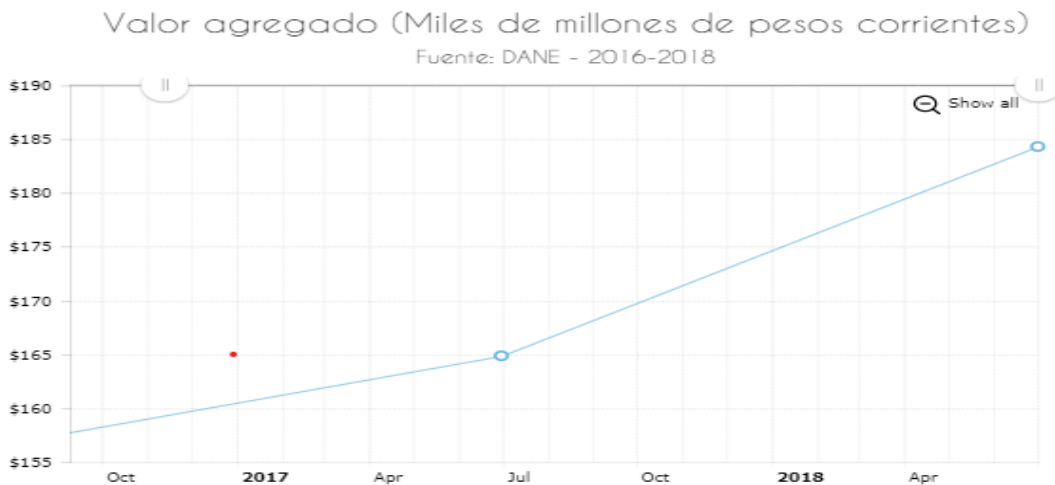
con el territorio para establecer los sectores potenciales de la vocación productiva del municipio y así poder generar una hoja de ruta para aumentar la competitividad del municipio.

#### 4.2.1 Indicadores Macroeconómicos.

Para poder determinar la importancia que tiene el municipio de Garagoa en la economía del departamento es necesario recurrir al valor agregado, el cual determina el grado de importancia económica municipal. En el caso del municipio de Garagoa y según el DANE, el valor agregado para el 2018 fue de \$184 mil millones de pesos, que equivalen a un aporte del 0.7% al PIB departamental.

Figura 3

Valor agregado del municipio de Garagoa, Boyacá-



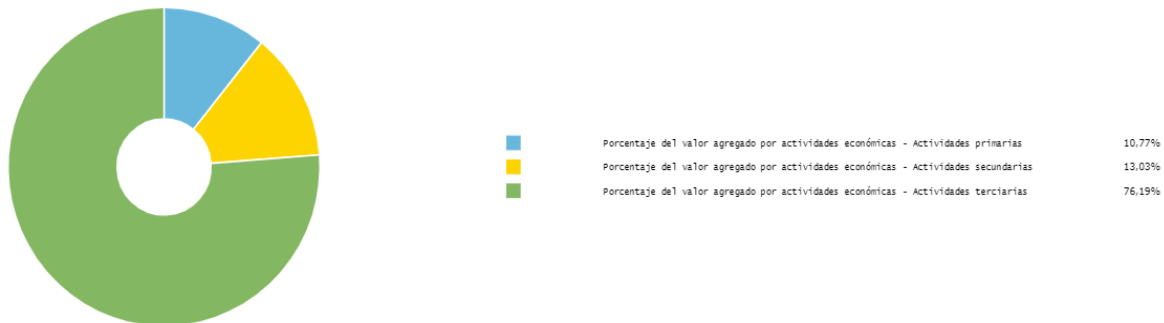
Nota: Esta figura representa el valor en miles de millones de pesos del valor agregado del municipio de Garagoa. Tomado de <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/15299>.

Con respecto al valor agregado por actividades económicas se puede evidenciar que el sector que más crecimiento ha tenido en los últimos años es el sector terciario (Sector de servicios) ya que aporta un 76.19% del valor agregado total del municipio, Luego el sector secundario con un 13.03%, y por último el sector primario con un 10.77%. Dentro del

sector terciario de la economía se puede destacar el comercio y el turismo como fuentes de ingresos de suma importancia en los últimos años.

Figura 4

Porcentaje del valor agregado por actividades económicas.



Nota: Esta Figura muestra el porcentaje del valor agregado por actividades económicas del municipio de Garagoa, En verde se encuentra las actividades terciarias, en amarillo las actividades secundarias y en azul las actividades primarias. Fuente: DNP con información del DANE – 2018 Tomado de: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/15299>

#### **4.2.2 Sector primario de la economía según el municipio de Garagoa.**

El sector primario de la economía, se denomina aquel sector que comprende actividades productivas de la extracción y obtención de materias primas. En el municipio de Garagoa, la agricultura y la ganadería juegan un papel importante dentro de este sector ya que son las fuentes principales de ingresos, y de empleos dentro del municipio.

Con respecto al municipio de Garagoa, Boyacá, y según el último censo agropecuario realizado por el DANE, se estableció que hay 1874 hectáreas dedicadas a la siembra y 1746 dedicadas a la cosecha de diferentes productos.

El municipio de Garagoa Boyacá tiene fortaleza en los cultivos semestrales y anuales, aunque en los últimos años se presentó una disminución cercana al 10% según datos del

ministerio de Agricultura. Esto se debió al agotamiento del agua por consecuencia de las grandes sequias que azotaron a la región en los últimos años, situación que ha aumentado el volumen de producción, aunque el área sembrada ha disminuido (Planeacion, Departamento Nacional de, 2020). Con respecto a la producción pecuaria, el 95% del territorio se encuentra dedicado a la explotación extensiva de ganadería bovina.

Con relación a la tecnificación del sector agrícola y pecuario de la región, con excepción del cultivo de tomate en invernadero, que se encuentra medianamente tecnificado, el sector presenta una explotación tradicional en la cual el campesino utiliza una cantidad indiscriminada de productos agroquímicos. Además, se evidencia que en el territorio hay escasez de mano de obra, y baja rotación de cultivos, lo cual hace que el suelo se valla volviendo infértil.

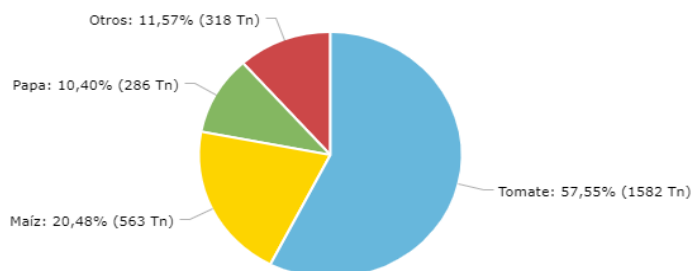
Los principales cultivos transitorios según el área sembrada fueron el tomate siendo el producto que más se cosecha con un porcentaje del 57.55% (1582 Tn) seguido del maíz con 20,48% (563 Tn) y la papa con un 10.40% (286 Tn) (Planeacion, Departamento Nacional de, 2020) .

**Figura 5**

Principales cultivos transitorios.

Principales cultivos transitorios según producción (Toneladas - Tn)

Fuente: Evaluación Agropecuaria Municipal, MinAgricultura - 2016



Nota: Esta Figura muestra los principales cultivos transitorios del municipio de Garagoa Boyacá.  
Fuente: DNP con información la evaluación agropecuaria municipal Min Agricultura–2016 Tomado de: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/15299>.

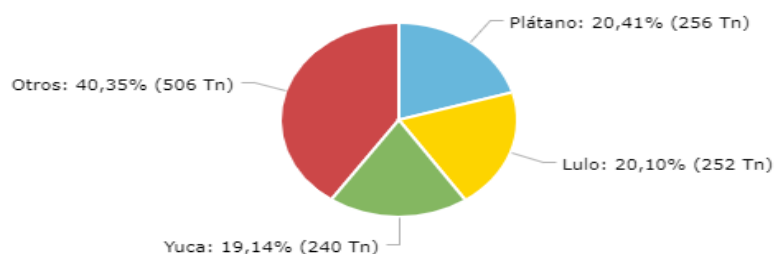
En el municipio de Garagoa, Boyacá los principales cultivos permanentes durante el año son: el Plátano, el lulo y la yuca con un 20,41%, 20,10% y 19,14 % respectivamente. En términos de producción los cultivos de plátano se mantienen el primer lugar con 256 toneladas producidas al año siendo uno de los productos más cosechados en el municipio, mientras que el lulo se producen 252 toneladas al año Hay que tener en cuenta que durante los últimos años se ha visto un incremento en las áreas sembradas en cultivos como el lulo, llegando a compararse con el cultivo de plátano tanto en áreas sembradas como en áreas cosechadas.

**Figura 6**

Principales cultivos permanentes.

Principales cultivos permanentes según producción  
(Toneladas - Tn)

Fuente: Evaluación Agropecuaria Municipal, MinAgricultura - 2016



Nota: Esta Figura muestra los principales cultivos permanentes del municipio de Garagoa Boyacá.  
Fuente: DNP con información la evaluación agropecuaria municipal Min Agricultura–2016 Tomado de: <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/15299>.

#### **4.2.3 Sector secundario de la economía según el municipio de Garagoa.**

El sector secundario de la economía se refiere a todos los sectores que transforman la materia prima en productos terminados. En el caso del municipio de Garagoa Boyacá, EL

sector agroindustrial es rudimentario, y se basa principalmente en el procesamiento de derivados lácteos y derivados del maíz. Se comercializan quesos, arepas, y miel de caña. En general la producción es de tipo familiar, con baja tecnificación y uso de recursos como leña para cocina, haciendo parte de las tradiciones culturales de las personas de la región.

Este sector de la economía es uno de los sectores que menos incremento ha tenido en los últimos años en el municipio, ya que hay una baja tecnificación e inversión extranjera dentro del municipio que haga que la agroindustria juegue un papel fundamental dentro de la economía regional. Sin embargo, es uno de los sectores que mayor proyección a futuro tiene ya que debido a la gran cantidad de productos agropecuarios que la región produce, puede llegar a ser un sector esencial en el desarrollo económico a nivel regional, departamental y nacional.

Para poder llegar a lograr ese objetivo es necesario generar inversión extranjera, para poder tecnificar el sector agropecuario y poder generar un crecimiento de la agroindustria. Además, es indispensable establecer cadenas productivas que le agreguen valor a los productos para poder ser más competitivos a nivel regional. Para poder desarrollar con éxito estas cadenas productivas se necesita el apoyo y la participación de actores como lo son los productores, las instituciones públicas y privadas como también las autoridades regionales, departamentales y nacionales.

#### ***4.2.4 Sector terciario de la economía según el municipio de Garagoa.***

Este sector de la economía se basa principalmente en la prestación de servicios, que engloba las actividades que no generen ninguna transformación de los bienes materiales. Con respecto al municipio de Garagoa Boyacá, presenta un gran potencial para el turismo de naturaleza, agroturismo, y turismo religioso, cultural e histórico (HERNANDEZ, Caracterización Socioeconómica y Cultural de la cuenca y Caracterización aspectos económicos, 2017), que permitiría generar alternativas de desarrollo local sostenible,



permitiendo que las comunidades rurales se beneficien económicamente del turismo, aprovechando el compromiso para la protección y conservación de las áreas protegidas.

Según Colombia productiva el turismo es uno de los sectores de clase mundial, que, si se llega a realizar un buen aprovechamiento del potencial turístico del municipio, permitiría que este sector sirva como renglón de generador de ingresos y desarrollo de las comunidades, además de servir como forma de concientización para proteger y conservar el medio ambiente y los recursos naturales que son de gran importancia en la región. Actualmente la oferta ambiental del municipio de Garagoa es reconocida, aunque falta fortalecer en gran medida el sector turístico del territorio para ser más competitivo a nivel regional, departamental y nacional. Para ser esto posible es necesario contar con guías turísticas actualizadas, que permitan dar a conocer el atractivo turístico de la región. También es necesario que entidades como Procolombia o el Ministerio de industria y comercio, se interesen por mostrar las posibilidades turísticas que existen dentro del territorio, promocionando el agroturismo y el ecoturismo como grandes formas de fomentar el turismo dentro del municipio de Garagoa. En cuanto al recurso humano, que es indispensable a la hora de prestar un buen servicio turístico, se requiere avanzar en la formación, y empoderamiento de personas campesinas, y microempresas para que a partir de la autogestión, organización y asociatividad puedan hacer del turismo un reglón importante para la economía del municipio.

El municipio de Garagoa es reconocido por su potencial ecoturístico, gracias a que cuenta con una biodiversidad muy importante dentro de la región, así como con características biofísicas, de paisajes naturales y sitios de tradición Colonial e histórica para atraer a nacionales y extranjeros, por lo cual desde la alcaldía y desde la gobernación de Boyacá se tienen alternativas para hacer del turismo una fuente importante de ingresos para los campesinos y demás actores de la economía. Al mismo tiempo, el municipio de Garagoa conserva las tradiciones culturales, que ha permitido proyectarse turísticamente, para dar a conocer sus tradiciones, gastronomía y demás aspectos culturales de gran importancia dentro del municipio.

Un atractivo turístico que destacar para el municipio de Garagoa, son los espacios naturales, los páramos y las áreas protegidas, para los cuales es necesario generar conciencia de la protección y conservación de estos espacios, asimismo es necesario contar con planes de manejo y estudios de viabilidad para la utilización de estos espacios. El municipio cuenta con producción de artesanías, cultivos frutícolas, gastronomía y practicas ancestrales que pueden contribuir a consolidar un atractivo turístico único en la región (HERNANDEZ, 2017).

#### **4.3 Industria turística en el municipio de Garagoa, Boyacá.**

En los últimos años el municipio de Garagoa, Boyacá, ha fortalecido una industria turística a partir de las características geográficas y topográficas del territorio. El municipio posee alturas que van hasta los 3500 m.s.n.m y una riqueza hidrográfica importante dentro de la región, las cuales son elementos significativos que atraen a los turistas nacionales y extranjeros. (HERNANDEZ, 2017) Dentro del territorio se aprecian cultivos de papa, plátano, yuca, maíz, tomate y hortalizas y delicias gastronómicas, entre ellas quesos de hoja, bizcochos de vino, colaciones y carne ahumada, que hacen del territorio un lugar gastronómico, dando un agregado importante al turismo dentro de la región. De su economía también hacen parte los trapiches, las áreas de explotación esmeraldera, los sembrados frutales y los campos ganaderos, dedicados a la crianza de especies caballares y porcinas, dando como resultado una diversificación de la oferta turística a partir de los esquemas de producción locales. Atractivos naturales, como páramos, mesetas y senderos, la oferta gastronómica, y la oferta cultural y religiosa se combinan para hacer de la localidad un destino turístico imperdible (HERNANDEZ, 2017).

Según, para que el turismo sea más competitivo es necesario tener en cuenta los siguientes cuatro factores (Amaya, 2015):

- Atractivo Natural.
- Prestadores de servicios turísticos.
- Infraestructura.

- Institucionalidad.

#### **4.3.1 Atractivo Natural del municipio de Garagoa, Boyacá.**

Con respecto al atractivo natural, cuenta con un Patrimonio Natural formado principalmente por Parques Naturales, Reservas privadas, 14 especies endémicas de aves y la cascada la tunjita. Los principales atractivos turísticos son:

- **Reserva Natural privada El Secreto:** Dentro de este atractivo turístico, se encuentran ecosistemas como lo son los páramos y los bosques andinos, en donde se pueden visualizar especies de flora nativa y animales representativos como los osos de anteojos, tigrillos, cusumbos y cóndores. Además, cuenta con senderos ecológicos, que guían al turista a través de una aventura ecológica.
- **Mirador del Alto de Santa Barbara:** Este mirador se encuentra ubicado a 1.800 m.s.n.m y actualmente es un referente turístico local. Desde este mirador se puede observar todo el valle de Tenza y en la cima se encuentra un monumento en honor a la virgen de tránsito, el cual es un referente religioso y cultural de la región. El alto de santa bárbara fue nombrado así, debido a que se encuentra en territorio correspondiente al resguardo del mismo nombre.
- **Embalse La Esmeralda:** Este atractivo, compartido por las poblaciones de Chivor y Garagoa, constituye un referente ecoturístico importante en la región. En ella se pueden observar frailejones y especies endémicas de la región. Además, se pueden realizar paseos en lancha, deportes náuticos y zonas para acampar, en este espacio no solo dedicado a la ecología y a la biodiversidad, sino también a la diversión.

- **Páramo de Mamapacha:** Este ecosistema de Páramo ofrece sus características para que las personas puedan ver las maravillas de los páramos colombianos. Su extensión de 27.000 hectáreas, se encuentran entre los 2.400 y los 3.400 m.s.n.m, hacen de este atractivo un lugar para ver ecosistemas como los Páramos, los bosques andinos, flora nativa, y diversos animales como venados, oso de anteojos, entre otros.

**Nota:** Esta Figura muestra el Páramo de Mamapacha del municipio de Garagoa Boyacá.

**Figura 7.**

Páramo de Mamapacha



Fuente: Guía turística Boyacá CITUR Tomado de: [http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/35.Guias\\_departamentales\\_Boyaca.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/35.Guias_departamentales_Boyaca.pdf).

Para poder hacer que el atractivo natural juegue un papel fundamental dentro del turismo de la región es necesario generar una cultura de conservación, preservación y promoción del patrimonio natural con la comunidad rural, municipal y con los turistas, en la cual se generen estrategias de sensibilización que se originen a partir del conocimiento y de la información de los atractivos naturales y de las especies endémicas pertenecientes de esta región para así poder incentivar a las personas a visitarlas (Amaya, 2015).

Además, es necesario tener en cuenta la capacidad de carga e impacto socioambiental que se puede llegar a generar a partir del turismo en estos atractivos naturales. Para poder realizar dicho análisis es indispensable contar con el apoyo de entidades departamentales como las corporaciones autónomas regionales. Asimismo, es necesario continuar con el monitoreo y la labor de identificación adecuación y puesta en marcha de los senderos interpretativos presentes dentro de la región para poder así generar un

servicio turístico de calidad para los visitantes tanto nacionales como extranjeros (Amaya, 2015).

#### **4.3.2 Prestadores de servicios en el municipio de Garagoa, Boyacá.**

Con respecto a los prestadores de servicios turísticos, actualmente el municipio cuenta con alrededor de 33 empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos (hotelería, animación y gastronomía), de los cuales solo 3 empresas se encuentran legalmente constituidas ante la cámara de comercio del municipio. Con respecto al alojamiento, el municipio dispone de alrededor de 363 camas, siendo 324 aptas para la llegada masiva de turistas, 25 camas de alto perfil, y 14 camas que se encuentran en hoteles dentro de los atractivos naturales anteriormente mencionados (Amaya, 2015).

#### **4.3.3 La infraestructura y la institucionalidad del municipio de Garagoa, Boyacá.**

Actualmente la infraestructura terrestre del municipio es débil, aunque las condiciones de la vía han ido mejorando en los últimos años por consiguiente ha hecho que la conectividad del municipio con el resto del País mejore, lo que ha resultado en que el turismo en los últimos años tenga un crecimiento considerable dentro de la economía del municipio. Para llegar al municipio de Garagoa hay dos vías principales, la vía Jenesano - Garagoa y la vía El sisga-Guateque- Las juntas.

La vía Jenesano Garagoa esta el 40% pavimentada y el 60% restante sin pavimentar, haciendo que el tiempo total del trayecto desde Tunja sea de 3 horas aproximadamente. Con respecto a la vía El sisga – Guateque- Las juntas, esta el 80% pavimentada y el 20% sin pavimentar haciendo que, haciendo que el tiempo total del trayecto desde Bogotá sea aproximado de 4 horas (Amaya, 2015).

Con respecto a la institucionalidad, el municipio no cuenta con agremiaciones de servicios turísticos, ya que ninguna de las empresas prestadoras de servicios turísticos no está asociados a ningún gremio. Con respecto a la salud el municipio cuenta con un

hospital de 2do nivel, en el cual se ofrecen servicios como lo son: consulta externa, hospitalización, laboratorio clínico, consulta externa especializada, radiología y farmacia.

#### **4.4 Plan de marketing del municipio de Garagoa, Boyacá.**

##### **4.4.1 Implementación de las acciones pertinentes para volver competitivo el sector turístico del municipio.**

Para poder ser más competitivos a nivel turístico dentro de la región es necesario mejorar los aspectos anteriormente mencionados (atractivos turísticos, prestadores de servicios turísticos, infraestructura, institucionalidad). Para mejorar los atractivos turísticos es primordial crear la marca territorial “Garagoa turismo para todos” en el cual se resalten los atractivos naturales, las especies endémicas de la región, los atractivos gastronómicos y demás características que permita aumentar la competitividad del turismo dentro de la región, utilizando las redes sociales para promocionar la marca territorial y así aumentar la llegada de turistas a la región.

Asimismo, es preciso crear guías turísticas del municipio, en donde no solo se muestren los atractivos turísticos, sino además las especies endémicas que se pueden llegar a observar dentro de dichos atractivos, también es necesario dar a conocer guías de buenas prácticas para poder minimizar el impacto que el turismo genere en los ecosistemas.

A partir de la marca territorial y de las guías turísticas del municipio se puede empezar a sensibilizar a los actores involucrados (empresas turísticas, comunidad rural y la alcaldía) sobre la importancia de internacionalizar el sector turístico del municipio, dando a conocer las ventajas que tiene dicho proceso para el desarrollo económico social sostenible, dando como resultado la vinculación de dichos actores en los procesos turísticos del municipio.

Según la teoría de la interdependencia que formula la importancia de los actores no estatales dentro de las relaciones internacionales, es importante generar cooperación

entre los municipios vecinos de Garagoa Boyacá los cuales son, el municipio de Chivor y el municipio de Macanal, que tienen características turísticas similares para así poder reunir recursos económicos que permita desarrollar el plan de marketing y así volver más competitivos a los municipios que participen de dicha cooperación.

Para poder mejorar a los prestadores de servicios turísticos y volverlos más competitivos, es necesario atraer inversión extranjera directa, para poder incrementar la cantidad de prestadores de servicios turísticos que se encuentran en la región. Para atraer esta inversión extranjera directa es necesario contar con el apoyo de instituciones como los son Procolombia, el ministerio de comercio, industria y turismo y la gobernación de Boyacá, como de otras agremiaciones como lo son la federación nacional de municipios, que nos permitan dar a conocer a nivel nacional e internacional, mostrando el potencial turístico de la región para atraer la inversión extranjera necesaria para prestar un servicio turístico de calidad. Por esta razón es indispensable contar con una marca territorial establecida que permita sustentar el potencial turístico de la región, y así hacer que dichas instituciones presten su atención en fomentar el turismo dentro del municipio, como de la región, para poder conseguir una mayor demanda de los servicios turísticos durante todo el año (Amaya, 2015).

Sin embargo, para poder aumentar la cantidad de prestadores de servicios dentro de la región, es indispensable generar asesorías con la Cámara de comercio, para poder captar a los prestadores de servicios turísticos existentes y hacer el registro correspondiente para obtener el registro nacional de turismo, que aseguren la calidad en la prestación de los servicios turísticos. Además, es necesario formalizar y poner en marcha la legalización de las diferentes empresas que se encuentran prestando servicios de manera no legal en el municipio fomentando las capacitaciones y charlas en las cuales se den a conocer los beneficios que se tiene al ser empresas legalmente constituidas, implementando políticas de desarrollo organizacional que se basen principalmente en el reconocimiento de la marca territorial “Garagoa turismo para todos”.

Con respecto a la infraestructura vial es necesario contar con el apoyo de la gobernación de Boyacá para el tema del mejoramiento de la infraestructura vial para obtener recursos y poder mejorar la vía para que el trayecto desde las principales ciudades de Colombia hacia el municipio se disminuya considerablemente. con respecto a las agremiaciones es fundamental crear y posicionar la marca territorial para que más empresas turísticas nacionales y extranjeras vean al municipio como una fuente de oportunidades, para luego con esas empresas formar agremiaciones que fomenten el ecoturismo en la región y en el departamento. Estas agremiaciones deberán estar legalmente constituidas para hacer que se preste un turismo de alta calidad en materia de los prestadores de servicios turísticos, de la oferta de los atractivos turísticos y de la infraestructura



## 5. RECOMENDACIONES

Es fundamental impulsar a la comunidad rural para que conozca el patrimonio turístico y natural de la región, por medio de las capacitaciones que genere la alcaldía y de las guías turísticas del municipio donde se evidencien las especies endémicas de la región, para generar en la comunidad rural un sentido de pertenencia que permita el cuidado y la utilización de estos espacios para generar un ecoturismo responsable, haciendo que la comunidad rural se involucre en las decisiones y los proyectos turísticos que en un futuro se pueden realizar para el mejoramiento del turismo.

Además, es importante generar inversión extranjera para así poder crear más empresas que presten servicios turísticos dentro de la región para luego formar una agremiación en donde se agrupen dichas empresas y se puedan mejorar la prestación de servicios turísticos para volverlos de alta calidad y así mejorar la competitividad del turismo dentro de la región.

Además, se debe dar a conocer a los empresarios el beneficio que pueden llegar a tener si se conforma una agremiación lo cual permitirá el enriquecimiento del turismo dentro del municipio.

## **6. CONCLUSIONES**

El municipio de Garagoa Boyacá cuenta con un gran potencial Ecoturístico importante dentro de la región. El ecoturismo puede llegar hacer parte fundamental de la economía del municipio siempre y cuando se trabaje en conjunto desde el sector publico, el sector privado y la comunidad rural para prestar un servicio turístico de alta calidad para hacer más competitivo este sector a nivel regional, departamental y nacional.

También la cooperación según la interdependencia es de suma importancia para que el municipio pueda incursionar en las relaciones internacionales y pueda hacer del turismo parte fundamental de la economía del municipio. Para poder realizar esto es primordial realizar una cooperación entre los municipios aledaños al municipio de Garagoa para poder implementar adecuadamente las políticas de internacionalización.

Además, la falta de agremiaciones turísticas del municipio hace que el servicio turístico no sea de una alta calidad afectando la competitividad del turismo dentro de la región. Por esta razón es importante generar capacitaciones para que las empresas vean el beneficio de pertenecer a alguna agremiación.

## Bibliografía

- Amaya, J. A. (2015). *EL VALLE DE TENZA COMO DESTINO DE TURISMO DE NATURALEZA EN BOYACÁ, VALIDACION DESDE LA METODOLOGIA DE PROCOLOMBIA*. <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/2024/1/TGT-677.pdf>
- Anguiano Aldama, R., & Pancorbo Sandoval, C. (2008). *EL MARKETING URBANO COMO HERRAMIENTA DE APOYO A LA GESTIÓN DEL TURISMO DE CIUDAD, ESTUDIO DE UN CASO; EL PATRIMONIO INDUSTRIAL*. doi:10.5821/ace.v2i6.2429
- Aviles, E. Z. (2016). Bogotá, Cali y Medellín en el escenario internacional (2001-2012). Doi: [dx.doi.org/10.12804/desafios28.1.2016.06](https://doi.org/10.12804/desafios28.1.2016.06), 247-293.
- Boisier, S. (1998). *En Busca del Esquivo Desarrollo Regional: Entre la Caja Negra y el Proyecto Político*. Santiago de Chile: ILPES.
- Burbano, E. L. (2015). Marketing territorial, una alternativa para la competitividad y el posicionamiento regional: caso de estudio La Unión, Zarzal y Cartago. *Gestión & Desarrollo*, pp. 131-151.
- Cortés, O. L. (2017). *Valorización e internacionalización de Medellín, 2008-2015*. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/derecho/article/view/7685>
- Departamento Nacional de Planeacion. (2020). *Terridata*. <https://terridata.dnp.gov.co/>
- Echeverri, L. M. (2015). *marca ciudad como estrategia de marketing en new york y bogota*. <http://www.paismarca.com/2013/05/16/marca-ciudad-como-estrategia-de-marketing-en-new-york-y-bogota/>
- Federacion nacional de municipios. (2009). *Guia Practica para la internacionalizacion municipal. ¡De cara al mundo! Gestion internacional de gobiernos locales y asociaciones municipales*.
- Giraldo, O. B. (2017). *Guías departamentales Boyaca*. [http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/35.Guías\\_departamentales\\_Boyaca.pdf](http://www.citur.gov.co/upload/publications/documentos/35.Guías_departamentales_Boyaca.pdf)
- HERNANDEZ, B. (13 de Diciembre de 2017). *Caracterización Socioeconómica y Cultural de la cuenca y Caracterización aspectos económicos*. <http://www.corpochivor.gov.co/entidad-2/planes-y-proyectos/pomca-rio-garagoa/>

Hormazabal, C., & Brauman, Z. (2002). La globalización. Consecuencias humanas. México D.F.: Fondo de Cultura Económica,. *Athenea Digital. Revista De Pensamiento E Investigación Social*,.

Jimenez, W. G. (2012). Territorios, internacionalizacion y desarrollo. Aproximacion teorica a una realidad evidente. *Revista cientifica Guillermo de Ockham*, 10, 27  
doi:<https://doi.org/10.21500/22563202.585>.

Jiménez, W. G., Ochoa, A. M., & Pineda, É. J. (2010). Internacionalización Territorial Posibilidades y dificultades para los gobiernos subnacionales. *Administracion Y Desarrollo* 38, 113-130.

Piana, R. S., & Cruz Tisera, J. (2017). Globalización, interdependencia compleja y mundialización: la dialéctica entre lo global y lo local. *Razón Crítica*.(3).  
doi:10.21789/25007807.1240