	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	08-07-2021	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(114)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Whendy Dayana Molina Sandoval		
FACULTAD	De Educación, Artes Y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Cleiver Javier Rojas Ríos		
TÍTULO DE LA TESIS	Diseño de una Estrategia de comunicación digital para el posicionamiento del Departamento del Guainía como sector turístico por medio de la administración “Oportunidad para todos”.		
TITULO EN INGLES	Design of a digital communication strategy for the positioning of the Department of Guainía as a tourism sector through the administration "Opportunity for all".		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>Este proyecto tiene una serie de estrategias comunicativas que busca tener un alcance tanto en propios como en visitantes permitiendo que puedan tener acceso y hacer el respectivo uso de las plataformas digitales como lo es la página web institucional. En el presente proyecto se exponen las actividades ejecutadas durante la realización de la pasantía en la oficina de la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico perteneciente a la Gobernación del Guainía.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>This project has a series of communication strategies that seek to reach both its own and visitors, allowing them to have access and make the respective use of digital platforms such as the institutional website. In this project, the activities carried out during the internship in the office of the Secretary of Agriculture, Environment and Economic Development belonging to the Government of Guainía are exposed.</p>			
PALABRAS CLAVES	Turismo, locales, visitantes, posicionamiento.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Tourism, locals, visitors, positioning.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 114	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:

**Diseño de una Estrategia de comunicación digital para el posicionamiento del
Departamento del Guainía como sector turístico por medio de la administración
“Oportunidad para todos”.**

Whendy Dayana Molina Sandoval

Facultad de Educación, Artes y Humanidades Universidad Francisco de Paula Santander

Ocaña

Comunicación Social

C.S. Cleiver Javier Rojas Ríos

02 de Marzo 2023

Dedicatoria

Es para mí un orgullo muy grande, ofrecer este logro a quien sin tener nada, me lo dio todo, a Nelba Sandoval una mujer que día a día lucha por sacar a sus tres hijos y papas adelante, a quien, a pesar de las piedras en el camino, mi Dios le dio la valentía de sobrellevar cargas mucho más grandes que ella misma, mi madre, un gran ejemplo para seguir, para ella y para aquellos que, en el transcurso del camino, fueron un puente para logran este gran éxito.

Agradecimientos

Ante todo, le agradezco mucho a mi Dios primeramente por concederme el haber llegado hasta este asombroso lugar y ser el inspirador y darme las fuerzas para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

A mi familia y a mi compañero de vida Alexander Miranda por su apoyo moral, por su confianza y por acompañarme en este trayecto a pesar de la distancia, creyendo ciegamente en mí.

Agradezco a los docentes de Comunicación Social y administrativos de mi Alma Mater Francisco de Paula Santander seccional Ocaña, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación como profesional, de ustedes y de este maravilloso parte del país me llevo los mejores recuerdos y un gran aprendizaje.

A quien hizo posible que conociera esta Universidad, el egresado Javier Mayorga quien siempre buscó la manera de animarme, instruirme y mostrarme la manera de superarme para ser algún día una profesional.

A todas aquellas personas que, de una u otra manera, me apoyaron he hicieron que este logro se realizara con éxito, en especial a Adriana Páez y Juan Carlos Iral quienes me abrieron las puertas de su equipo de trabajo “Oportunidad Para Todos”, enseñándome y guiando mi proceso laboral. Y finalmente quiero dedicar este proyecto de grado a mi amiga Ana María, quien me apoyo cuando más lo necesite y extendió su mano en el momento justo, siempre estaré agradecida.

Índice

Capítulo 1	Diseño de una estrategia de comunicación digital para el posicionamiento del Departamento del Guainía como sector turístico por medio de la administración	15
	“Oportunidad para todos”	15
1.1	Descripción breve de la empresa	15
1.1.1	Misión	16
1.1.2	Visión.....	16
1.1.3	Objetivos de la empresa	16
1.1.4	Descripción de la estructura orgánica de la Gobernación de Guainía 2020.....	18
1.1.5	Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.....	20
1.2	Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	22
1.2.1	Planteamiento del problema.....	31
1.3	Objetivos de la pasantía	33
1.3.1	Objetivo General.....	33
1.3.2	Objetivos Específicos.....	33
1.4	Descripción de las actividades a desarrollar en la misma	35
Capítulo 2	Enfoques referenciales.....	37
2.1	Enfoque conceptual.....	37
2.1.1	Definiciones y conceptos	37
2.2	Enfoque legal	39
2.2.1	Constitución Política del 1991	40
2.2.2	Leyes	41
Capítulo 3	Informe del cumplimiento de trabajo	44
3.1	Presentación de resultados	44
3.1.1	Actividad 1. Recolección de información.....	44
3.1.2	Actividad 2. Asesoría de expertos para actividades lúdicas para jóvenes dentro de la revista. 46	
3.1.3	Actividad 1. Entrevistas a Propios y a Visitantes	51
3.1.4	Actividad 2. Elaborar una ficha de caracterización.....	53
3.1.5	Actividad 3. Recolección de información audiovisual de los lugares más representativos.63	
3.1.6	Actividad 4. Redacción del contenido, con información ya recolectada.	64

3.1.7	Actividad 1. Clasificar información recolectada.....	66
3.1.8	Actividad 2: Diversos ejercicios gráficos para el entendimiento de la revista virtual.	67
3.1.9	Actividad 3. Clasificar los temas en orden de importancia, esta importancia la definirá el estudio de cada tema.	68
3.1.10	Actividad 1. Diagramación de la revista	70
3.1.11	Actividad 2. Solicitar los permisos correspondientes de manera oficial, para acceder a las plataformas oficiales de la Gobernación del Guainía.	71
3.1.12	Actividad 4: Publicación en página institucional y en redes sociales de la Gobernación del Guainía.....	74
Capítulo 4	Diagnóstico final.....	95
Capítulo 5	Conclusiones	96
Capítulo 6	Recomendaciones	98
Referencias.....		99
Apéndices.....		104

Lista de Figuras

Figura 1	Organigrama operativo de la Gobernación de Guainía	20
Figura 2	Inventario de los Atractivos turísticos del departamento de Guainía.....	45
Figura3	Formato Entrevista Propios/Locales	52
Figura4	Formato Entrevista Visitantes	53
Figura5	Turistas	54
Figura 6	Nacionalidades de turistas	55
Figura7	Grupo Etario	56
Figura8	Motivo de Viaje.....	57
Figura 9	Motivo de Consulta	58
Figura 10	Duración Estancia.....	59
Figura 11	Tipo de Alojamiento.....	60
Figura12	Fidelidad.....	61
Figura 13	Genero	61
Figura 14	Galería de audiovisual recolectada.....	63
Figura 15	Recopilación de información audiovisual y fotográfica.....	64
Figura 16	Redacción del contenido	65
Figura 17	Clasificar información recolectada.....	66
Figura 18	Ejercicios para el lector “Datos Curiosos”	67
Figura 19	Ejercicios para el lector “Enlaces direccionales a páginas oficiales”	68
Figura 20	Revista digital Didáctica	69

Figura 21 Maquetación de la revista digital inicial en el programa de Adobe illustrator.....	70
Figura 22 Solicitud de Autorización para revisión de la revista digital “Guainía Vive la Aventura”	72
Figura 23 Solicitud de Autorización para publicación de la revista digital “Guainía Vive la Aventura”, en la página web de la Gobernación del Guainía	73
Figura 24 Publicación red social Facebook Gobernación del Guainía.....	74
Figura 25 Publicación Pagina web de la Gobernación del Guainía.....	75
Figura 26 Maquetación de la Revista digital didáctica “Guainía vive la Aventura”	76
Figura 27 Entrevista a Visitantes	106
Figura 28 Entrevista a Locales/Propios	108
Figura 29 Aplicación Encuesta Propios.....	109
Figura 30 Aplicación Encuesta Propios.....	109
Figura 31 Entrevista.....	111
Figura 32 Entrevista.....	111

Lista de Tabla

Tabla 1 Diario de campo.....	24
Tabla 2 Matriz FODA de la oficina de comunicaciones de la Gobernación de Guainía.....	27
Tabla 3 Actividades a desarrollar en la Gobernación de Guainía.....	35
Tabla 4 Ficha técnica de la entrevista realizada a la coordinadora del área de Turismo de la Gobernación del Guainía	46
Tabla 5 Ficha técnica de la entrevista realizada.....	49

Lista de Apéndices

Apéndice A Portada revista digital didáctica “Guainía vive la Aventura”	104
Apéndice B Entrevista realizada a Visitantes	105
Apéndice C Locales del Departamento del Guainía	107
Apéndice D Fotografías Entrevistas a Propios y a Visitantes	109
Apéndice E Recopilación de información	110
Apéndice F Pantallazo Publicación de la revista en la página web de la entidad.....	112
Apéndice G Pantallazo de la publicación de la revista en redes sociales	113

Resumen

El turismo del departamento del Guainía, se podría decir que se ha convertido con el paso del tiempo en uno de las principales figuras del comercio y a su vez representa también una de las principales fuentes de empleo e ingresos numeroso en esta región, creando que, de una u otra manera, haya una competencia entre varios destinos.

La administración departamental tiene una serie de deberes administrativos en la que se encuentran el cumplimiento de los objetivos correspondientes con el Plan de Desarrollo de Oportunidad para Todos, en donde uno de sus ítems corresponde al plan turístico de la región.

Como trabajo de grado modalidad pasantía, se implementó en la Gobernación del Guainía una estrategia de posicionamiento de marca en función con el fin de fortalecer al sector turismo perteneciente a esta administración departamental.

Este proyecto tiene una serie de estrategias comunicativas que busca tener un alcance tanto en propios como en visitantes permitiendo que puedan tener acceso y hacer el respectivo uso de las plataformas digitales como lo es la página web institucional. En el presente proyecto se exponen las actividades ejecutadas durante la realización de la pasantía en la oficina de la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico perteneciente a la Gobernación del Guainía.

Para el desarrollo de esta pasantía y de una forma contribuir a las metas de la entidad se realizaron diferentes actividades definidas por etapas, como lo fueron entrevistas y visitas a

lugares, que permitieron dar un diagnóstico y detectar las diferentes falencias que se está presentando y evitan darle un posicionamiento como sector turístico a la región.

Con forme a las necesidades plasmadas en este proyecto de grado se logra dar el cumplimiento de las actividades y de los objetivos planteados en esta pasantía.

Palabras Claves: Turismo, región, locales, visitantes, posicionamiento, plataformas digitales, posicionamiento turístico.

Introducción

Tal como lo dijo el Secretario General de la OMT, Zurab Pololikashvili en el 2020: "El turismo es un auténtico motor de solidaridad y desarrollo. Aprovechemos plenamente su poder para unir a las personas y las comunidades, respetando el Código Ético Mundial para el Turismo. De este modo, el turismo puede seguir ofreciendo mejores oportunidades y un desarrollo sostenible a millones de personas en todo el mundo."

Es evidente que el turismo, es uno de los sectores de mayor crecimiento y desarrollo, ofreciendo grandes beneficios a las ciudades y sus comunidades. Actualmente, este sector obliga a los territorios a proyectarse hacia la satisfacción del cliente. Ahora bien, la buena planeación turística y el posicionamiento de marca ciudad traen consigo varias características positivas que van desde el desarrollo de actividades económicas como el fortalecimiento del intercambio sociocultural, satisfaciendo a la vez demandas culturales y recreativas en la sociedad.

Ahora bien, el papel protagónico ha sido gracias a la comunicación, pues esta ha incidido en dicho crecimiento por medio de acciones informativas que contribuyen a la promoción y posicionamiento.

Por otro lado, Colombia es un gran atractivo turístico a nivel mundial, por su multiculturalidad, por ser un país multiétnico, por la variedad de actividades que se pueden realizar y obviamente por sus hermosos paisajes. El departamento del Guainía, siendo un departamento rico en cultura y hermosos paisajes, lleva cerca de una década trabajando arduamente en el fortalecimiento de este sector, que permita a las comunidades organizarse y

actuar como protagonistas en el tema turístico, fomentando nuevos nichos de mercado, nuevas oportunidades que permiten a todas las familias que aquí habitan ser auto sostenibles.

Es por esta razón, surge la idea de realizar el diseño de una estrategia de posicionamiento de marca – ciudad en función de fortalecer sector turismo, adscrito a la secretaría de agricultura, medio ambiente y desarrollo económico de la gobernación del departamento del Guainía. Posicionamiento con el cual se busca, no solo llamar la atención de la administración departamental en la necesidad de fortalecer de manera robusta este sector, si no de motivar a propios y foráneos a conocer la magia que tiene el departamento del Guainía, permitiendo por medio de la ejecución de esta estrategia evidenciar toda la oferta turística que tiene el departamento, contribuyendo, además, a facilitar la planeación, llegada y estadía de los turistas en el territorio.

Una idea que surge, tras analizar inicialmente por medio de la observación el funcionar del sector del turismo en el departamento del Guainía, y posteriormente por medio de datos estadísticos que permiten evidenciar que las comunidades creen en el turismo como fuente de ingresos, y que la ardua labor realizada ha entregado resultados positivos tanto estadísticamente como económicamente. El turismo en el departamento del Guainía ha permitido que las comunidades se organicen en torno a él, ofreciendo comunidades organizadas, limpias, autóctonas y culturales que sin duda alguna ofrecen toda una experiencia inolvidable a los turistas.

El producto final de esta estrategia es la entrega de una revista turística, en la cual se describe todo lo concerniente al turismo en el Departamento del Guainía, sirviendo de consulta a

los turistas a la hora de planear su viaje, y a propios de conocer y reconocer todos los atractivos de este departamento. Invitando de manera generar al público a conocer y antojarse por medio de esta revista de viajar hasta allí y conocer la magia que la tierra de muchas aguas tiene.

Capítulo 1 Diseño de una estrategia de comunicación digital para el posicionamiento del Departamento del Guainía como sector turístico por medio de la administración “Oportunidad para todos”

1.1 Descripción breve de la empresa

El acontecer histórico del Departamento del Guainía ha tenido sus raíces en el transcurso del que hacer como territorio y en la dinámica poblacional que ha traído como resultado la diversidad étnica y cultural que hoy ostenta esta región.

El 4 de julio de 1991, la Asamblea Nacional Constituyente, al redactar la nueva Constitución, elevó a la categoría de Departamento, la Comisaría Especial del Guainía junto con otros territorios nacionales que hasta ahora habían conformado 4 intendencias y 5 comisarías.

Actualmente esta entidad territorial de carácter departamental y en función pública, está a cargo del empresario Juan Carlos Iral Gómez, Gobernador durante el periodo 2020-2023. La Gobernación, cuenta con un gabinete de 8 secretarías: Secretaría de Gobierno y Administración Departamental, Secretaría de Planeación e Infraestructura Departamental, Secretaría Jurídica y de Contratación Departamental, Secretaría de Hacienda y Tesorería Departamental, Secretaría de Educación Departamental, Secretaría de Salud Departamental, Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico Departamental y Secretaría de Asuntos indígenas Departamental; además de dos oficinas de control interno, uno de Gestión y otro de Control Disciplinario. A nivel organizacional, cuenta con una misión, una visión, políticas de calidad,

principios organizacionales y principios éticos de la entidad y unos objetivos claramente definidos en su identidad corporativa. (Gobernación del Guainía, 2021).

1.1.1 Misión

Al Departamento del Guainía en su calidad de Entidad Territorial de la división político - administrativa del Estado le corresponde ejecutar las funciones asignadas por la Constitución y la Ley, orientándolas al desarrollo social, político, económico y ambiental de sus habitantes, en los términos del régimen de distribución de competencias entre la nación y las entidades territoriales y de los regímenes de planeación y presupuestal. (Gobernación del Guainía, 2021).

1.1.2 Visión

En armonía con los principios establecidos por el presente decreto, cada dependencia tendrá una naturaleza determinada por el nivel administrativo en que se ubique y de conformidad con la finalidad de sus funciones, lo que justificará su existencia y que se denominará misión. (Gobernación del Guainía, 2021).

1.1.3 Objetivos de la empresa

Plan de Desarrollo Departamental de la Administración “Oportunidad para todos”, fue diseñado como una herramienta de gestión, trabajo conjunto y articulado, priorizando las necesidades de la población guainiana y pensando en realizar acciones prospectivas que trasciendan en la construcción colectiva de la visión de desarrollo de nuestro departamento; con

un compromiso de la gestora social y mi equipo de trabajo, que día a día orientan cada uno de sus pasos a aportar al crecimiento del Guainía. (Gobernación del Guainía, 2021).

1.1.3.1. Enfoque de derechos: Este enfoque orienta las estrategias y acciones del Plan de Desarrollo hacia la garantía, promoción, protección, prevención y restitución de los derechos de la población, desde una perspectiva integral y transversal de desarrollo humano y la inclusión, ligada al conjunto de políticas públicas o departamentales que se despliegan en el territorio.

1.1.3.2. Enfoque poblacional: El enfoque poblacional permite identificar, comprender y responder a las relaciones entre la dinámica demográfica y sociocultural de las poblaciones, y los aspectos ambientales, sociales y económicos que son responsabilidad y competencia del departamento en el marco de los derechos por ciclo de vida y vulnerabilidad.

1.1.3.3. Enfoque diferencial: En el territorio de Guainía predomina la población indígena, este enfoque potencia el reconocimiento de las diferencias étnicas, de género, socioeconómicas, de diversidad funcional, identidad cultural, en la perspectiva de valorar y superar, asimetrías, brechas e inequidades, abordándolas desde una tramitación de las necesidades humanas, en el marco del estímulo de potencialidades, del fortalecimiento de

capacidades y la generación de oportunidades para mejorar las condiciones y la calidad de vida de la población de Guainía.

1.1.3.4. Enfoque sustentabilidad: Este enfoque sugiere una mirada sistémica y de complejidad de la relación ser humano - naturaleza y específicamente por las condiciones de ordenamiento ambiental del territorio, buscando entretener un equilibrio eficiente entre el entorno natural y las prácticas humanas y sociales en el territorio, que implica enmiendas culturales en muy diversos ámbitos de la vida común.

1.1.3.5. Enfoque de integración regional: En el contexto de la Amazonía, las acciones fortalecerán proyectos de alto impacto regional a partir de la RAP Amazonía; La integración de cuatro territorios a través de un gran clúster les permitirá poner en marcha proyectos que van más allá de la explotación de modelos de turismo ecológico para garantizar nuevas fuentes de empleo y desarrollo, sino que de paso permitirán conservar el ecosistema y la riqueza cultural de la región”. (Gobernación del Guainía, 2020 -2023, pág. 44).

1.1.4 Descripción de la estructura orgánica de la Gobernación de Guainía 2020.

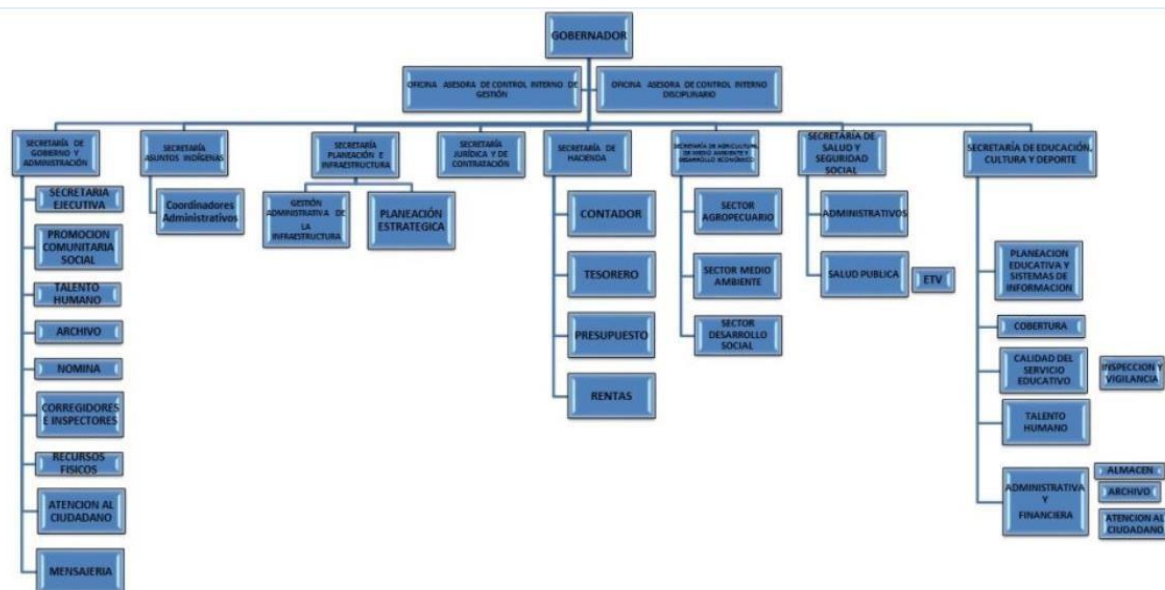
La Gobernación del Guainía , en función de sus políticas de calidad para el mejoramiento continuo en todos sus niveles de atención y para el desarrollo de sus objetivos y de las funciones estipuladas por la Constitución y la ley, haciendo uso de la figura administrativa cuenta en su estructura organizacional con 8 secretarías: Secretaría de Gobierno y Administración Departamental, Secretaría de Planeación e Infraestructura Departamental, Secretaría Jurídica y

de Contratación Departamental, Secretaría de Hacienda y Tesorería Departamental, Secretaría de Educación Departamental, Secretaría de Salud Departamental, Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico Departamental y Secretaría de Asuntos indígenas Departamental. Cada una de ellas cumple con determinadas funciones propias de su naturaleza, logrando así una comunicación efectiva, mayor cumplimiento de los indicadores que miden el eficaz desarrollo de proyectos, programas y principios de la entidad; fomentando elevar el índice de gestión y desempeño.

El organigrama es naturalmente una mesa administrativa, dado que convergen en un mismo sector varias secretarías con actividades y ramas específicas sobre desarrollo departamental, con un carácter formal representando un modelo de funcionamiento planificado, en donde aparece la información de manera general y por su contenido se evidencia que está diseñado de forma integral para mostrar la jerarquización entre dirección, secretarías, dependencias y áreas. Finalmente, su disposición gráfica es vertical porque presenta la ramificación de arriba hacia abajo, es decir, desde el cargo superior hasta los diferentes niveles jerárquicos en forma escalonada.

Figura 1

Organigrama operativo de la Gobernación de Guainía



Fuente: (Gobernación de Guainía, 2020).

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado

En la Gobernación del Guainía, cada secretaría cuenta con un referente que pertenece a la Oficina de Comunicaciones, en este caso puntualmente, la dependencia a la que el pasante fue asignado es la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico; actualmente dirigida por el Zootecnista Profesional Lenin Fernando Riaño Alarcón. Ahora bien, en el caso de la propuesta de pasantía, esta pretende ser diseñada para ser desarrollada desde el Sector Turismo, que pertenece a dicha secretaría.

Es importante acotar, que este sector se convierte en el responsable de garantizar el posicionamiento del Departamento en función del turismo, siendo este un espacio pensado desde

la visibilizarían de la diversidad, la generación de espacios de aventura, de emociones, el fortalecimiento turístico en la región, y la construcción de rutas, servicios, oferta hotelera y demás ítems importantes para ofrecer a los turistas o visitantes al Departamento una experiencia inolvidable.

Si bien, a nivel Departamental la actual administración ha venido agotando esfuerzos para obtener resultados positivos frente al turismo en el Departamento, se torna necesario el diseño de una estrategia de posicionamiento de marca - ciudad en función de fortalecer y fomentar el turismo, es por esa razón que este sector, liderado por la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo económico de la Gobernación del Departamento del Guainía, debe velar por que se permita conocer, reconocer, caracterizar, y definir ampliamente el turismo, y generar para bien algunos productos como una ruta turística para el Departamento, un directorio turístico, entre otros. En pro de permitir que esta estrategia se forme desde una manera asertiva de fomentar una marca – ciudad, para el departamento del Guainía, que contemple que el Departamento sea reconocido a nivel nacional e Internacional desde el Sector Turismo.

Esta estrategia, se piensa desde los conceptos ya relacionados que permitan definir una experiencia lúdica al visitante, que impacte, que saque al turista de la rutina, ofreciendo identidad propia y transmitiendo un mensaje claro de marca que sea la garantía para la visita de los turistas, pensada desde la planeación de la visita, la ejecución de la misma y el post viaje del visitante. Logrando así, definir todos los elementos que se conviertan en esta garantía, esos elementos únicos, originarios del Departamento, elementos genuinos que solo sea encontrado en este territorio.

Además, esta estrategia busca ser estado de arte para futuras investigaciones en el tema, que sirva de sustento y que permita así, generar otros instrumentos o estrategias que fortalezcan este sector.

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

Con la finalidad de poder realizar un análisis que permita conocer detalles de la Administración Departamental, la pasante ha aplicado la técnica de investigación conocida como observación de campo. Según Arribas (s.f.), “la observación de campo es el recurso principal de la observación descriptiva. Se realiza en los lugares donde ocurren los hechos o fenómenos investigados.” (p.6)

Con la aplicación de este método de recolección de información, la pasante ha podido establecer que es importante poder restaurar las oportunidades de desarrollo del Departamento, que el turismo debe ser concebido como un sector con alto potencial en el territorio, y que actualmente es completamente pertinente pensar en el diseño de una marca-ciudad para el Departamento del Guainía, que genere entre otros productos, una ruta desde el posicionamiento de su identidad social, visibilizando el sentido de pertenencia de los guainianos por su entorno, y la manera en como estos lo protegen para ser compartido con los turistas o visitantes. Siendo de alguna manera, un paradigma que estimule el reconocimiento de atractivos que logren persuadir a los posibles visitantes.

Con el objetivo que los visitantes estén satisfechos de estar en la tierra de muchas aguas, basado como ya se dijo en la identidad propia del Departamento, que está regida por el patrimonio cultural, ancestral, de origen y conexión con los antepasados.

En este caso, se utilizará el diario de campo como instrumento de observación; Galán (2017), lo define como un escrito en el cual pueden registrarse todos los eventos o actividades que ocurren en un determinado lugar. Para ello, deben anotarse diariamente las evidencias más importantes que posteriormente servirán como referentes para el investigador. Además, porque se pretende entregar un producto final (Revista digital) que contenga toda la memoria histórica de la estrategia y los productos resultados. (p.2)

Por otro lado, se torna importante aplicar algunas teorías pertinente como la Teoría de la Ventaja Competitiva de Michael Porter: esto, si de alguna manera se concibe el turismo desde un concepto también de mercado, debido a la existencia de competidores se analizan las diferentes estrategias de negocio que se implementan para obtener una ventaja competitiva y crear una posición diferencial dentro de la industria y por consecuencia un mercado, para definir una estrategia acorde a los objetivos trazados se analizan las estrategias de competitividad planteadas por Michael E. Porter (1980) teniendo en cuenta los conceptos de liderazgo, enfoque y diferenciación.

La teoría de las Cinco Fuerzas de Porter, es un modelo que permite llegar a un mejor entendimiento del grado de competencia de las organizaciones y posibilita la formulación de estrategias, bien sea para aprovechar las oportunidades del propio mercado o para defenderse de

las amenazas. Las cinco fuerzas determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria.

1.2.1.1. Diario de campo. Entidad. Gobernación de Guainía Ubicación: Inírida, Guainía Situación observada y contexto: Turismo Observador: Whendy Dayana Molina Sandoval

Tabla 1

Diario de campo.

Fecha	Descripción	Interpretación
Agosto – septiembre	Recolección de información audiovisual (videos, fotografías, documentos), de los lugares más representativos. Si bien, se realizaron consultas web sobre el turismo en el departamento, también se realizaron consultas al archivo de la Gobernación del Guainía, con el fin de conocer datos históricos y estadísticos	El departamento del Guainía, cuenta con agencias de turismo que le apuestan al fortalecimiento de este sector, sin embargo, se percibe cierta presencia de conflictos de intereses que no

	<p>relevantes para ser publicados.</p> <p>Por otro lado, también el investigador realizó visitas al museo de Inírida, encuentros con personajes que hacen parte de la historia del departamento para escuchar y ver directamente de la fuente como ha sido el cambio social, económico y cultural gracias al turismo en el departamento.</p>	<p>permiten que las acciones frente a este tema sean fortalecidas.</p> <p>Sin embargo, al realizar las consultas se evidencia que las comunidades ven con agrado la visita de propios y visitantes en cuanto tengan buenos comportamientos durante la estadía en sus territorios.</p>
Septiembre - Octubre	Se indagó acerca de la manera como los turistas	Se evidenció que si bien, se encuentra mucha información

<p>llegaban al departamento, si lo hacían en familia, cuál era la intención de la visita, si al turista se le hacía fácil encontrar información clara de rutas de viaje, sitios turísticos, restaurantes recomendados, entre otros productos ofrecidos por el departamento.</p>	<p>en la web acerca de qué hacer si se viaja como turista al departamento del Guainía, mucha información no es precisa y detallada. Por tal razón se debe tratar de manejar un discurso que permita al turista si bien planear su visita, conocer de antemano las grandes experiencias que puede vivir., las características del territorio y sus comunidades.</p>	
<hr/> <p>Octubre - Noviembre</p>	<p>Búsqueda de datos estadísticos que permitieran realizar la caracterización de los turistas que ingresan al departamento.</p>	<p>Al tomar la decisión de realizar una revista, se tornó necesario poder definir el discurso que debía manejar la estrategia. Se evidenció que, en su mayoría, los turistas o foráneos que ingresan al departamento tienen características como que su edad oscila entre los 28 y 39</p>

años, de nivel académico profesional, con buenos ingresos económicos, que estos buscan además de descansar, tener aventuras extremas, aventuras sanadoras que les permitieran tener contacto con la naturaleza.

Fuente: Datos Estadísticos entregados por el programa de Turismo de la SAMDE – Gobernación del Guainía.

1.2.1.2. Análisis de la matriz FODA de la oficina de Comunicaciones de la Gobernación de Guainía.

Tabla 2

Matriz FODA de la oficina de comunicaciones de la Gobernación de Guainía.

INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1: Recurso humano con formación profesional	D1: Espacio limitado para la interacción del personal de comunicaciones.
	F2: Creación constante de campañas por parte de los programas la Secretaria de	

EXTERNO	<p>Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico, sector turismo.</p> <p>F3: Canales de comunicación adecuados para divulgación de información interna y externa (cartelera informativa, correo electrónico institucional y el uso de grupo de WhatsApp, memorandos, reuniones grupales o por áreas, charlas individuales).</p> <p>F4: Canales de comunicación adecuados para público externo (material P.O.P, cuentas en redes sociales, pagina Web, notas televisivas y radio).</p>	<p>D2. La oficina no cuenta con los equipos necesarios para la producción de piezas audiovisuales, manejo de redes sociales, entre otros trabajos.</p> <p>D3. Inexistencia de revista y/o información gubernamental que asemeje a los lugares turísticos del departamento.</p> <p>D5. Falta de conocimientos de sitios de internet por parte de los mismo ciudadanos del departamento.</p>
OPORTUNIDADES	FO	DO
O1. Contacto directo con referentes de	F2-O1: Creación de una estrategia sobre uso adecuado de los canales y herramientas de	D5-O4: Aprovechar las festividades del año para la creación y publicación

comunicación del Gobierno Nacional.	comunicación para públicos interno y externo.	de contenido distinto con el que los usuarios no se sientan tan saturados con información institucional o de publicidad.
O2. Alianzas con entidades para recibir capacitaciones en temas relacionados al área.	F2-03: Crear estrategias donde se llegue a los lugares más apartados del departamento por medio de los canales regionales.	D1: Gestionar por medio de la Coordinación de prensa una oficina para el personal de comunicaciones de la gobernación.
O3. Alianzas con medios de comunicación regionales.	F4-O4: Usar las distintas festividades del año para realizar campañas publicitarias con el objetivo de promocionar la gestión administrativa.	D2: Presentar propuesta para la dotación de equipos y elementos que se necesiten para la creación y divulgación de contenido.
O4: Se celebran múltiples festividades en el transcurso del año.	F1-O2: Crear comunidades digitales, donde el personal gubernamental. Tenga afinidad por un tema determinado donde interactúan y comparten contenido con el personal de su área de trabajo.	
AMENAZAS	FA	DA
A1: Poca relación comunicacional con medios nacionales	F1-A3: Contar con personal idónea para capacitar el equipo de trabajo y así estar a la vanguardia	A1: Crear alianzas con asociaciones y/o

<p>que visibilicen la gestión administrativa del departamento.</p>	<p>de las actividades realizadas dentro de este sector turístico.</p>	<p>empresas particulares que ofrezcan sus servicios.</p>
<p>A2: Perfiles de Facebook falsos que denigran la integridad de la administración departamental.</p>	<p>F4-A2: Lograr la verificación y aceptación de la población, generando estrategias o campañas digitales para la promoción de la revista.</p>	<p>D4-A4: Crear puentes de conciliación entre los miembros internos y externos del sector turístico.</p>
<p>A3: Rápido avance de la tecnología y tendencias de marketing digital.</p>	<p>F4-A1: Realizar estudio de redes sociales de la competencia para analizar métricas de engagement, efectividad de sus posts o posibilidades de benchmarking.</p>	<p>D5. Manejar un cronograma semanal que permita tener un orden para la recolección completa de información que contribuya con la elaboración del proyecto.</p>
<p>A4: Diferencias políticas entre la alcaldía municipal de Inírida y otros políticos representantes del Departamento con la administración Departamental.</p>		

Fuente: Autor del proyecto

1.2.1 Planteamiento del problema

La Gobernación del Guainía, es una institución de función pública de orden Departamental. Su administración responde a lineamientos directos del Gobierno Nacional, su gobernante es elegido cada cuatro años por elección popular, es decir por la población que reside dentro del departamento. Para la actual administración, liderada por el señor Juan Carlos Iral, es importante lograr el posicionamiento del Departamento desde el sector turístico a nivel nacional e internacional; razón por la cual busca desarrollar y ejecutar estrategias de comunicación que permitan cumplir con este cometido. Según Newberry, (2019), “las empresas están invirtiendo cada vez más tiempo y dinero creando, comprando, promocionando y publicitando en las redes sociales.” (p.3)

Ahora bien, la Gobernación de Guainía, compuesta por un gabinete de 8 secretarías, una oficina de control interno de gestión y otra de control interno disciplinario, cuenta con 605 funcionarios de planta y cerca de 780 colaboradores contratados por contrato de prestación de servicios, este gran equipo de trabajo lidera la coordinación y seguimiento del cumplimiento de todos los indicadores, metas y productos establecidos en el Plan de desarrollo “Guainía, oportunidad para todos 2020-2023”, avanzando por medio de diferentes instrumentos como las políticas públicas, MIPG, estrategias, programas y demás asuntos propios del Departamento; con el fin de asegurar la marcha eficiente y eficaz de todos los procesos dirigidos por la Administración Departamental. (Gobernación del Guainía,2021)

Por otro lado, la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico Departamental, desde el Sector Turismo, busca que la imagen del Departamento se dé a conocer

de manera positiva a nivel nacional e internacional, garantizando que el posicionamiento turístico de forma implícita se relacione con la actual administración. Así como los sustenta Paredes, (2019) Como recurso, instrumento y herramienta, la imagen política debe ser utilizada de manera estratégica, oportuna y eficiente. La calidad de la misma depende precisamente del poder que pueda generar, es decir, de la influencia, liderazgo, dominio, privilegios, distinciones, oportunidades y seguidores leales que produzca y todos estos conceptos no son bienes que se puedan obtener de manera comercial o publicitaria”. (p.5)

Por otra parte, debido a la importancia de generar buenas estrategias para posicionamiento turístico del Departamento, se deben ampliar una serie de canales de comunicación destinados a la difusión de la gestión por parte de esta Secretaría frente al sector turismo, por medio de las diferentes plataformas digitales propias de la entidad, y otras que permitan la difusión del turismo.

Según Mónica Cobo Rey, coordinadora del sector turismo de la Gobernación Guainía, la actual administración no cuenta con una revista, periódico o artículo actualizado del sector turístico del departamento, un producto que contemple la actualización de rutas, un directorio turístico, la caracterización de la oferta, el conocimiento de la demanda, en general información importante y relevante para lograr que cualquier estrategia para este tema pueda cumplir con su cometido. Ahora bien, es importante resaltar que este sector, es muy importante desde diferentes aspectos: desarrollo económico, fortalecimiento institucional, generador de nuevas oportunidades, reconocimiento y preservación cultural, patrimonial y ambiental, entre otros.

Es por ello, que surge la necesidad de promover la visibilización del sector turístico en el Departamento del Guainía, y así crear una estrategia de comunicación por medio de la creación de una marca – ciudad que garantice el fortalecimiento turístico en la región y que entregue como resultado la creación de una revista digital didáctica, con información clara y actualizada.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 Objetivo General

Diseñar una Estrategia de comunicación digital para el posicionamiento del Departamento del Guainía como sector turístico por medio de la administración “Oportunidad para todos”.

1.3.2 Objetivos Específicos

Recolectar, analizar y clasificar la información necesaria que permita conocer el estado actual del turismo en el departamento.

Realizar un diagnóstico que permita conocer la actual situación del sector turístico en el Departamento.

Definir las tácticas con las cuales se pretende construir la estrategia para la recolección de información pertinente al diseño de la estrategia de marca – ciudad en función del sector turismo en el Departamento.

Diseñar una revista didáctica digital, que contenga toda la memoria historia del diseño de la estrategia, además de otros productos propios de la marca como caracterizaciones de público objetivo, diseño de rutas turísticas y directorio turístico del departamento.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 3

Actividades a desarrollar en la Gobernación de Guainía

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los Obj. Específicos
Diseñar una Estrategia de comunicación digital para el posicionamiento del Departamento del Guainía como sector turístico por medio de la administración “Oportunidad para todos”.	Recolectar, analizar y clasificar la información necesaria que permita conocer el estado actual del turismo en el departamento. Realizar un diagnóstico que permita conocer la actual situación del sector turístico en el Departamento.	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de información. • Asesoría de expertos y promotores turísticos del departamento. <hr/> <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas a propios y a visitantes. • Elaborar una ficha de caracterización • Recolección de información audiovisual de los lugares más representativos • Redacción de la información ya recolectada.

Definir las tácticas con las cuales se pretende construir la estrategia para la recolección de información pertinente al diseño de la estrategia de marca – ciudad en función del sector turismo en el Departamento.

- Clasificación de los temas más importantes que serán plasmados en la estrategia.
 - Diversos ejercicios gráficos para el entendimiento de la revista virtual.
 - Clasificar los temas en orden de importancia, esta importancia la definirá el estudio de cada tema.
-

Diseñar una revista didáctica digital, que contenga toda la memoria historia del diseño de la estrategia, además de otros productos propios de la marca –ciudad como caracterizaciones de público objetivo, diseño de rutas turísticas, directorio turístico del departamento.

- Maquetación de la Revista
 - Diagramación de la revista didáctica, para la promoción de manera turística del departamento del Guainía
 - Solicitar los permisos correspondientes de manera oficial, para acceder a las plataformas oficiales de la Gobernación del Guainía.
 - Publicación en página institucional y en redes sociales de la Gobernación del Guainía.
-

Capítulo 2 Enfoques referenciales

2.1 Enfoque conceptual

2.1.1 Definiciones y conceptos

2.1.1.1. Marketing turístico: según Enrique Ortega y Beatriz Rodríguez, en su artículo “*La comunicación en los destinos turísticos: percepción de los residentes en España*”, el marketing de los destinos turísticos se ha dirigido tradicionalmente hacia los mercados, nacionales o extranjeros, en los que sus acciones pueden resultar más eficaces para atraer flujos de turistas a los mismos. La comunicación juega un papel relevante en la promoción de los destinos turísticos, dándolos a conocer, estimulando el interés de los turistas para que los conozcan y recordándoles su existencia y atractivos para que viajen una vez más a los mismos, sin olvidar tampoco el importante papel de la comunicación en la creación e imagen de los destinos turísticos. (Ortega Martínez & Rodríguez Herráez)

2.1.1.2. Turismo: Debe entenderse el conjunto de actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares ajenos a su entorno habitual por un período de tiempo no superior a un año, por motivos de ocio, negocios y otros menesteres no relacionados con el ejercicio de una actividad profesional remunerada en el lugar visitado. (Mendoza Álvarez & Quispe Huamaní , 2017).

2.1.1.3. City marketing: En su blog digital BTODIGITAL, sostiene que: El marketing de ciudad se refiere a una estrategia donde se promueve una ciudad específica,

con el fin de atraer a un mayor número de viajeros. También puede estar diseñado para atraer inversión empresarial y/o migración a la ciudad. En general, la intención es que los esfuerzos de marketing hagan que una ciudad se destaque frente a otras (Betancur Gálvez)

Por otro lado, En su artículo “El Citymarketing: una Herramienta de Competitividad Turística”, expone que el citymarketing como la evolución del marketing clásico de producto, al marketing territorial, donde la conceptualización del lugar y sus valores intangibles, toman fuerzas incalculables determinando la imperante necesidad de esta herramienta y su continuo crecimiento. (Palma Pérez, pág. 5).

2.1.1.4. Comunicación y turismo: Permite a los turistas descubrir la existencia de lugares y atracciones diversas estimulando su presencia en ellos durante su estancia en los destinos elegidos. La comunicación contribuye también a enriquecer la imagen que los turistas tienen de los destinos turísticos, lo que conduce a una actitud más favorable para regresar a los destinos visitados. Con un mayor conocimiento de la oferta turística local y una elevada satisfacción personal, los turistas pueden trasladar a sus allegados los conocimientos y experiencias vividas, ejerciendo así una gran influencia sobre estas personas en la elección de los destinos turísticos. (Ortega Martínez & Rodríguez Herráez)

2.1.1.5. Turismo y Cultura: Las actividades realizadas por la OMT en el campo de la cultura y el turismo se derivan de la propia definición de turismo cultural, que se define como: “Un tipo de actividad turística en la que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir lo tangible e intangible.

atractivos/productos culturales en un destino turístico. Estas atracciones/productos se relacionan con un conjunto de características materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivas de una sociedad que abarca las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio culinario, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus estilos de vida, valor sistemas, creencias y tradiciones”. (ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, s.f.)

2.2 Enfoque legal

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en su portal web cuenta con un Normograma SIG, que al ser consultado evidencia que su última fecha de actualización es el 6 de julio del 2022. En él, se encuentran 4 categorías. Para el actual enfoque legal el autor se basa en la primera categoría denominada Procesos Misionales, que en sí misma, está dividida en 4 subcategorías.

Ahora bien, y teniendo en cuenta la naturaleza del presente proyecto en torno al turismo, se encontró en la subcategoría Fortalecimiento de la Competitividad y Promoción del Turismo los lineamientos legales para avanzar de manera satisfactoria en el desarrollo de la estrategia de Posicionamiento de Marca – Ciudad en Función de Fortalecer Sector Turismo, Adscrito a la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico de la Gobernación del Departamento del Guainía. Pues, como lo describe el mismo Ministerio en este espacio web, esta subcategoría dividida en Constitución Política, leyes, decretos, resoluciones, circular, sentencias, decisiones de la comunidad Andina de las Naciones, Documentos Conpes, Concepto Jurídico, Manuales; contribuye a,

Elaborar y ejecutar las políticas turísticas, con el fin de mejorar la competitividad, sostenibilidad y la promoción de los destinos turísticos; a través de la formulación, implementación, seguimiento y evaluación de los mecanismos necesarios para promover, fortalecer y desarrollar el turismo. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022).

2.2.1 Constitución Política del 1991

Artículo 208. Los ministros y los directores de departamentos administrativos son los jefes de la administración en su respectiva dependencia. Bajo la dirección del Presidente de la República, les corresponde formular las políticas atinentes a su despacho, dirigir la actividad administrativa y ejecutar la ley. Los ministros, en relación con el Congreso, son voceros del Gobierno, presentan a las cámaras proyectos de ley, atienden las citaciones que aquellas les hagan y toman parte en los debates directamente o por conducto de los viceministros. Los ministros y los directores de departamentos administrativos presentarán al Congreso, dentro de los primeros quince días de cada legislatura, informe sobre el estado de los negocios adscritos a su ministerio o departamento administrativo, y sobre las reformas que consideren convenientes. Las cámaras pueden requerir la asistencia de los ministros. Las comisiones permanentes, además, la de los viceministros, los directores de departamentos administrativos, el Gerente del Banco de la República, los presidentes, directores o gerentes de las entidades descentralizadas del orden nacional y la de otros funcionarios de la rama ejecutiva del poder público. (Asamblea Nacional Constituyente, Constitución política de Colombia, 1991, Art. 208)

2.2.2 Leyes

Ley 48 de 1993: Por la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el gobierno nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano. (Congreso de la República de Colombia, Ley 48, 1993)

Ley 63 de 1989: Por la cual se expiden normas generales a las cuales debe sujetarse el gobierno nacional para regular aspectos del comercio exterior colombiano. (Congreso de la República de Colombia, Ley 63, 1989)

Ley 32 de 1990: Por medio de la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión del agente de viajes. (Congreso de la República de Colombia, Ley 32, 1990)

Ley 07 de 1991: Por la cual se dictan normas generales a las cuales debe sujetarse el Gobierno Nacional para regular el comercio exterior del país, se crea el Ministerio de Comercio Exterior, se determina la composición y funciones del Consejo Superior de Comercio Exterior, se crean el Banco de Comercio Exterior y el Fondo de Modernización Económica, se confieren unas autorizaciones y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, Ley 7, 1991)

Ley 300 de 1996: Por la cual se expide la Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, Ley 300, 1996)

Ley 590 de 2000: Por el cual se dictan otras disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. (Congreso de la República de Colombia, Ley 590, 2000)

Ley 677 de 2001: Por medio de la cual se expiden normas sobre tratamientos excepcionales para regímenes territoriales. (Congreso de la República de Colombia, Ley 677 , 2001)

Ley 679 de 2001: Por medio de la cual se expide un estatuto para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores, en el desarrollo del artículo 44 de la Constitución. (Congreso de la República de Colombia, Ley 679, 2001)

Ley 872 de 2003: Por la cual se crea el sistema de gestión de la calidad en la Rama Ejecutiva del Poder Público y en otras entidades prestadoras de servicios. (Congreso de la República de Colombia, Ley 872, 2003)

Ley 905 de 2004: Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, Ley 905, 2004)

Ley 963 de 2005: Por la cual se instaura una ley de estabilidad jurídica para los inversionistas. (Congreso de la República de Colombia, Ley 963, 2004)

Ley 1004 de 2005: Por la cual se modifican un regimen especial para estimular la inversión y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, Ley 1004, 2005)

Ley 1101 de 2006: Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, Ley 1101, 2006)

Ley 1110 de 2006: Declarada EXEQUIBLE por la Corte Constitucional mediante Sentencia C076 de 2012 Por medio de la cual se dictan normas tributarias de control y para la competitividad. (Congreso de la República de Colombia, Ley 1110, 2006)

Ley 1558 de 2012: Por la cual se modifica la ley 300 de 1996 - ley general de turismo, la ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones. (Congreso de la República de Colombia, Ley 1558, 2012)

Capítulo 3 Informe del cumplimiento de trabajo

Para el desarrollo del diseño de una estrategia de comunicación para el posicionamiento digital para fortalecer el sector turismo durante la pasantía, fue necesaria realizar entrevistas e investigaciones sobre el turismo actual del departamento de Guainía; que condujo a la realización de una revista digital didáctica, esto con el fin de dar a conocer los lugares turísticos, artesanías, gastronomías y demás concepto que caracterizan al departamento en cuestión.

3.1 Presentación de resultados

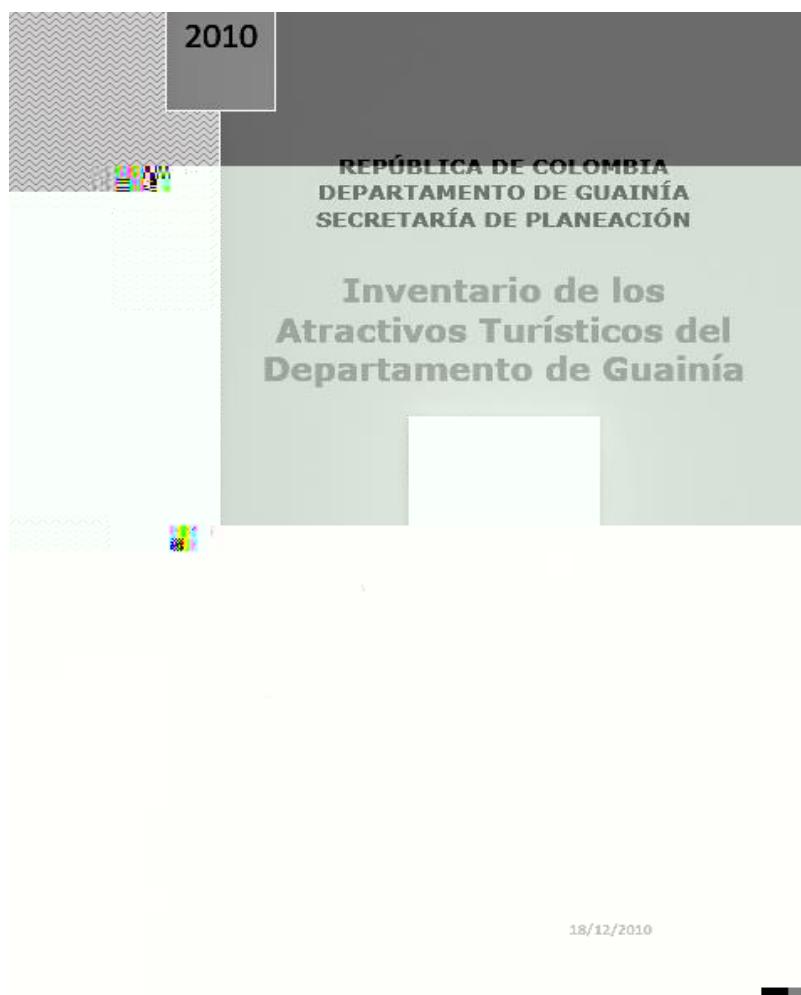
Objetivo 1. Recolectar, analizar y clasificar la información necesaria que permita conocer el estado actual del turismo en el departamento.

3.1.1 Actividad 1. Recolección de información

Para el desarrollo de la estrategia, se vio la necesidad de ir a la base de datos que procede de los archivos y la base de datos de la entidad, esto con el fin de tener una base a cerca del devenir histórico del departamento del Guainía, a su vez ser un instrumento para dar cumplimiento al plan de desarrollo turístico que esta entidad actualmente requiere efectuar. Se indago en archivos como: Plan de Desarrollo Turístico – Departamento del Guainía del año 2012, Inventario de atractivos turísticos de Guainía (Información adscrita a la secretaría de Planeación) año 2010. Este ejercicio fue una herramienta primordial para tener una recolección de datos necesarios para dar inicio y de una forma complementar información que será necesaria para plasmar en la estrategia que se dejará en los archivos de la entidad.

Figura 2

Inventario de los Atractivos turísticos del departamento de Guainía.



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2022)

3.1.2 Actividad 2. Asesoría de expertos para actividades lúdicas para jóvenes dentro de la revista.

Con el fin de tener una asesoría más completa sobre el turismo en el departamento del Guainía se desarrollaron entrevistas con quienes en la actualidad desarrollan o promuevan desde la administración departamental o fuera de él el turismo en nuestro departamento.

Tabla 4

Ficha técnica de la entrevista realizada a la coordinadora del área de Turismo de la Gobernación del Guainía

Ficha técnica de la entrevista realizada	
Fecha	20 de octubre de 2022
Hora	10:00 a.m.
Lugar	Oficina de la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico Departamental. (Sector Turismo).
Objetivo de Investigación:	El instrumento que se presenta a continuación tiene como objetivo dar respuesta a los interrogantes que nos permita analizar la necesidad que tiene el departamento de tener una revista turística actualizada del departamento del Guainía.
Metodología	El entrevistador lee las preguntas y anota las respuestas que obtiene. Una vez recolectada la información se procederá al análisis que abarcará las etapas de transcripción de datos, procesamiento de resultados y presentación en tablas de respuestas con su respectivo análisis, para una mayor comprensión que permita realizar el estudio pertinente de la realidad de la Gobernación del Guainía.

Entrevistador

Whendy Dayana Molina Sandoval, Pasante de Comunicación Social de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.

Entrevistado

Mónica Fabiola Cobo Rey – Coordinadora del área de Turismo de la administración departamental.

Análisis de respuestas (entrevista) **Resultados de la entrevista a la Coordinadora de Turismo de la administración departamental.**

Pregunta	Respuesta Mónica Fabiola Cobo Rey/ Coordinadora de Turismo
¿En la actualidad qué relación tiene usted con el turismo del departamento del Guainía?	Actualmente soy la delegada del área de turismo desde el inicio de la administración “Oportunidad para Todos”, y se podría decir que soy la encargada de crear estrategias o vínculos que promuevan el turismo aquí en el departamento del Guainía.
<p>Análisis: Partiendo de la respuesta otorgada por la coordinadora, se evidencia que la administración departamental, cuenta con una base turística de la región.</p>	
<p>Resultados de la entrevista a la Coordinadora de Turismo de la administración departamental.</p>	
Pregunta	Respuesta Mónica Fabiola Cobo Rey/ Coordinadora de Turismo
¿Cuál es la importancia actual del turismo en el departamento del Guainía?	El turismo del Guainía ha aumentado en gran manera haciendo que, hasta nuestros indígenas desde sus saberes ancestrales, se unieran a realizar un turismo muy natural, ancestral y basándose en sus conocimientos o en su cotidianidad y es lo que al turista e incluso al local que no practica este tipo de actividades, llame la atención. Esto ha hecho que el turismo sea de importancia tanto para el que realiza el

turismo como el que viene de lejos conocer el turismo que aquí se promociona.

Análisis: La entidad manifiesta que el turismo a medida que va pasando el tiempo y con el aumento de turistas, ha posicionado este tema como necesaria para que el departamento se pueda destacar como región turística a nivel nacional ya que se ve la necesidad de que esto contribuya con el desarrollo económico de esta región.

Resultados de la entrevista a la Coordinadora de Turismo de la administración departamental.

Pregunta	Respuesta Mónica Fabiola Cobo Rey/ Coordinadora de Turismo
¿Cómo cree usted que se le puede dar un mayor impulso al turismo?	Por el momento el departamento no cuenta con una información actualizada de manera digital o que los viajeros tengan como un acceso a una información accesible que les garantice al turista una información básica como por ejemplo: que lugares visitar, a donde ir y lo más importante que la información de los lugares para hospedaje, estén debidamente actualizados; porque muchas veces el turista busca en internet las opciones para un buen hospedaje y se estrella con que no están actualizados o están fuera de servicio o incluso con otro dueño.

Análisis: La administración departamental, actualmente no cuenta con información actualizada del turismo que se maneja en el departamento del Guainía.

Fuente: Autor del proyecto

Tabla 5*Ficha técnica de la entrevista realizada*

Ficha técnica de la entrevista realizada	
Fecha	28 de octubre de 2022
Hora	02:00 p.m.
Lugar	Oficina de la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico Departamental.
Objetivo de Investigación:	El instrumento que se presenta a continuación tiene como objetivo dar respuesta a los interrogantes que nos permita analizar la necesidad que tiene el departamento de tener una revista turística actualizada del departamento del Guainía.
Metodología	El entrevistador lee las preguntas y anota las respuestas que obtiene. Una vez recolectada la información se procederá al análisis que abarcará las etapas de transcripción de datos, procesamiento de resultados y presentación en tablas de respuestas con su respectivo análisis, para una mayor comprensión que permita realizar el estudio pertinente de la realidad de la Gobernación del Guainía.
Entrevistador	Whendy Dayana Molina Sandoval, Pasante de Comunicación Social de la Facultad de Artes y Humanidades de la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
Entrevistado	Javier Adolfo Quiñonez Silva – Promotor Turístico
Análisis de respuestas (entrevista) Resultados de la entrevista a la Coordinadora de Turismo de la administración departamental.	
Pregunta	Respuesta Javier Adolfo Quiñonez Silva / Promotor Turístico

¿En la actualidad qué relación tiene usted con el turismo del departamento del Guainía?

Bueno, yo actualmente practico soy uno de los que promueve el turismo en el departamento del Guainía, aunque no tengo el certificado que me acredita como promotor, creería que estos años en este ámbito me han ayudado a contribuir con la promoción.

Análisis: Partiendo de la respuesta otorgada por el promotor, se evidencia que aunque el departamento sea uno de uno de los lugares turísticos de Colombia, hay personal capacitado e interesado en contribuir con la promoción y difusión del sector turístico del departamento del Guainía

Resultados de la entrevista a la Coordinadora de Turismo de la administración departamental.

Pregunta

Respuesta Mónica Fabiola Cobo Rey/
Coordinadora de Turismo

¿Cuál es la importancia actual del turismo en el departamento del Guainía?

Creería que el departamento a medida que ha pasado el tiempo, se ha ido expandiendo en el turismo, es decir hasta comunidades se han vinculado a contribuir por medio de sus ámbitos culturales indígenas su participación turística y creo que esto es un plus muy importante para el departamento ya que contribuye con el desarrollo económico de la región, consumiendo lo nuestro sin la alteración del ecosistema o medio ambiente.

Análisis: En esta entrevista se evidencia que actualmente nuestros indígenas cuentan con la capacidad para brindar un turismo ruralmente sostenible, en donde sin alterar su sistema ancestral, se han ido adaptando a que extranjeros y visitantes se integren y puedan convivir con una etnia indígena; contribución con el aporte económica tanto para la comunidad que ofrece sus servicios como para el departamento.

Resultados de la entrevista a la Coordinadora de Turismo de la administración departamental.

Pregunta

Respuesta Javier Adolfo Quiñonez Silva/Promotor
Turístico

¿Cómo cree usted que se le puede dar un mayor impulso al turismo?

Creería que como dije anteriormente, están adaptando los locales una serie de lugares turísticos, en donde sería muy bueno que aquellos extranjeros que vienen a visitarnos, puedan explorarlo y para lograr eso, debo decir que es necesario que aprovechando que hoy en día el avance de las comunicaciones han evolucionado, sería bastante bueno crear una herramienta virtual para que tanto extranjeros como los locales sepan a cerca del turismo que nuestro departamento promociona, porque muchos piensas que nos caracteriza es los cerros del Mavicure, y no es así. Por lo tanto, opino que una herramienta digital como un periódico digital, una revista, una con información actual de esta promoción turística.

Se puede determinar en la entrevista, la necesidad que la administración realice la creación de manera digital de una revista con la actualidad turística que el departamento del Guainía tiene para promocionar, contribuyendo a que la sociedad que ella habita como los que estar fuera de ella, tenga una información precisa y accesible de esta parte del país amazónico.

Fuente: Autor del proyecto

Objetivo 2. Realizar un diagnóstico que permita conocer la actual situación del sector turístico en el Departamento.

3.1.3 Actividad 1. Entrevistas a Propios y a Visitantes

Para esta actividad se le realizó una serie de preguntas a la población entre las que se encuentra jóvenes y adultos, quienes hacen uso de plataformas digitales, esto con el fin de

conocer desde su punto de vista, la necesidad que tiene el departamento del Guainía en tener una revista con la actualidad turística de la región.

Figura3

Formato Entrevista Propios/Locales

Formato Entrevista Propios/Locales

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar: _____

Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
Pasante

Entrevistado (a)

Nombre:

Edad:

Género:

Introducción

El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

1. ¿Usted es consumidor del turismo local, es decir hace uso de los diferentes planes o lugares turísticos que ofrece el departamento del Guainía?
2. ¿Cuál es el plan turístico que más consume?
3. ¿Tiene un plan turístico definido o solo busca que hacer?
4. ¿Consume el turismo solo, en familia o con su grupo de amigos?
5. ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, será de uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

Fuente: Autor del proyecto

Figura4

Formato Entrevista Visitantes

Formato Entrevista Visitantes

Fecha: _____ Hora: _____

Lugar de la entrevista _____

Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval

Pasante

Entrevistado (a)

Nombre:

Edad:

Género:

De donde proviene:

Introducción

El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

1. ¿Por qué decidieron venir al departamento del Guainía?
2. ¿Qué expectativa tiene con el departamento del Guainía?
3. ¿Tiene algún plan turístico para realizar en la región o solo busca que hacer?
4. ¿Con cuantas personas suele viajar?
5. Basado en su experiencia, ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

Fuente: Autor del proyecto

3.1.4 Actividad 2. Elaborar una ficha de caracterización

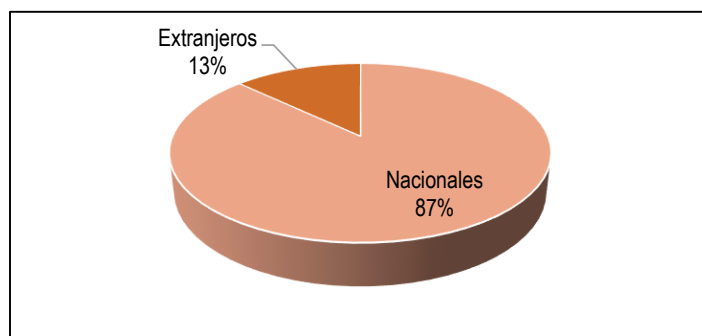
Se elaboró una ficha de caracterización que permitió conocer algunas características del turismo y los turistas en el departamento, la ficha de caracterización fue entregada al punto de información turística, ubicado en el mirador turístico “DENSIKOIRA”, para que fuera aplicada a

los turistas que se acercaran hasta dicho punto. La información recolectada arrojó el siguiente análisis:

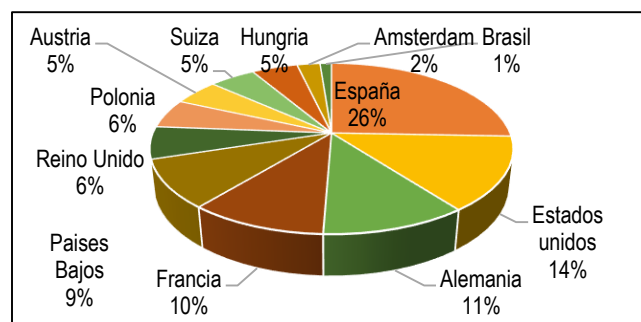
3.1.4.1. Extranjeros: En el tercer Trimestre del año 2022 se registró el ingreso total de 1268 turistas al departamento del Guainía siendo el aeropuerto Cesar Gaviria Trujillo el sitio receptor de los mismos. Entre ellos 1104 son nacionales y 164 fueron extranjeros, provenientes de diferentes naciones.

Figura5

Turistas



Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

Figura 6*Nacionalidades de turistas*

Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

Lo que evidencia que el 13% de los visitantes fueron extranjeros y el 87% de ellos nos visitaron de diferentes partes de Colombia, durante el tercer trimestre del año. Los visitantes extranjeros que más recibió el departamento fueron provenientes de Países como; España en un 26%, seguido de Estados Unidos con un 14%, continuando con Alemania con un 11%.

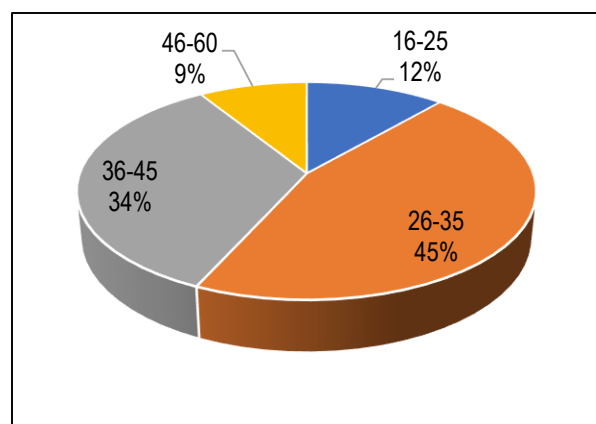
De la gráfica que antecede, se puede evidenciar que, el departamento recibió en los meses de julio, agosto y septiembre, extranjeros de 12 países de todo el mundo entre ellos encontramos seis países diferentes como (Ámsterdam, Hungría, Austria, Reino Unido, Países Bajos y Polonia).

3.1.4.2. Grupo Etario: El departamento recibió para este tercer trimestre, turistas que se encuentran en el rango de edad entre los 26 y 35 años, con 575 personas para un total de 45%, y le sigue el rango entre 36 y 45 con 435 personas con 34%, siendo personas con edades cargadas de energía, de madurez y estabilidad económica. Los

rangos de edad que menos visitaron el departamento son los niños y adolescentes y los adultos longevos.

Figura7

Grupo Etario



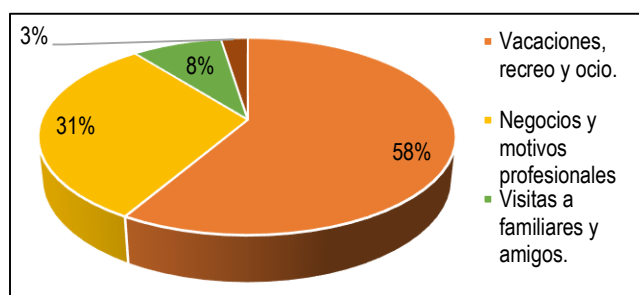
Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

3.1.4.3. Motivo de Viaje: Ahora bien, a través de las encuestas estructuradas que se aplican, se puede conocer cuál es la razón que motiva a cada viajero a tener presente y en el radar el departamento de Guainía. El 58% de los visitantes lo hacen por vacacionar, por ocio y recreo; viene siendo un dato importante que motiva a los operadores turísticos de la región, a capacitarse en atención al cliente, a interesarse por el sector y a aprender a darle forma a un turismo sostenible y de naturaleza que ofrece el departamento, teniendo en cuenta que lo que ahora los turistas buscan es un entorno natural y preferiblemente despojado la rutina de la ciudad y la contaminación, sobre todo, por la alerta que hubo y se encuentra acerca del Covid-19. La siguiente razón por la que generalmente ingresan al

departamento es por negocios y motivos profesionales con un 31% este trimestre (julio, agosto y septiembre). El tercer motivo tiene que ver con visitas a familiares y amigos con el 8%. Como lo podremos evidenciar a continuación.

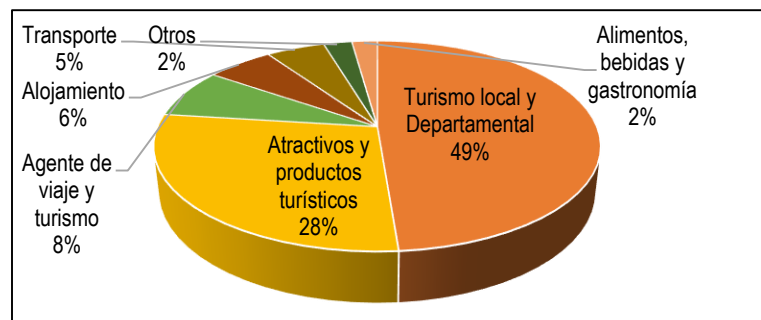
Figura8

Motivo de Viaje



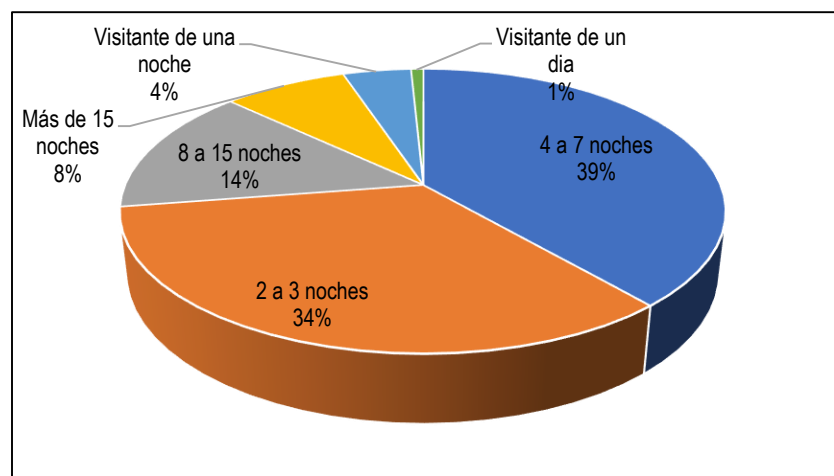
Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

3.1.4.4. Motivo de Consulta: Los siguientes datos, demuestran que los motivos que generan a que los viajeros visiten el departamento, es por el turismo local y departamental con el 49% (618 personas) y por los atractivos y productos turísticos con el 28% (358 personas), para este trimestre los viajeros también han visitado nuestro punto de información para solicitar información de los transportes, hoteles, restaurantes y agencias turísticas que se encuentran disponibles a ofrecer su servicio en el Departamento del Guainía.

Figura 9*Motivo de Consulta*

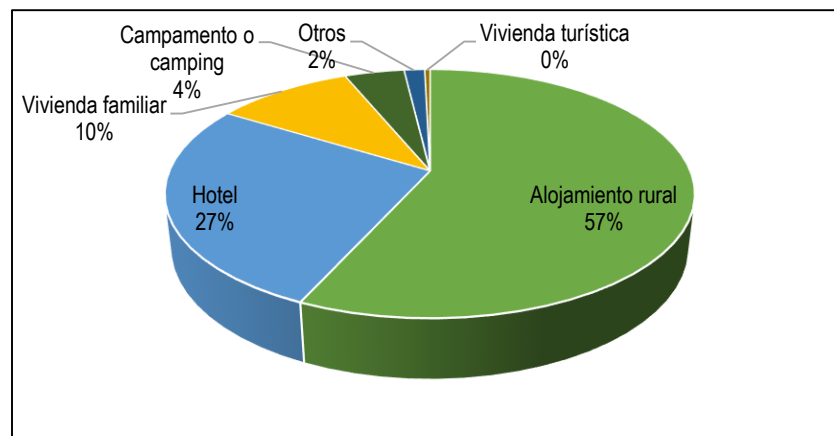
Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

3.1.4.5. Duración Estancia: La siguiente gráfica, evidencia que, de los visitantes, el 39% de ellos están hospedándose en Guainía entre 4 a 7 noches, así mismo, al igual otro 34% de los visitantes que permanece en el departamento frecuentan entre 2 a 3 noches. Además, en este trimestre tuvimos más recurrencia de turistas que se hospedan por más de 15 noches lo cual nos arroja a un 14%, el otro 4% de ellos se hospedan en el departamento por una sola noche. Lo anterior significa una oportunidad para atraer y atrapar a los turistas, y que ellos puedan replicar la información y las experiencias que viven en el departamento y de esta manera incrementen las visitas al departamento.

Figura 10*Duración Estancia*

Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

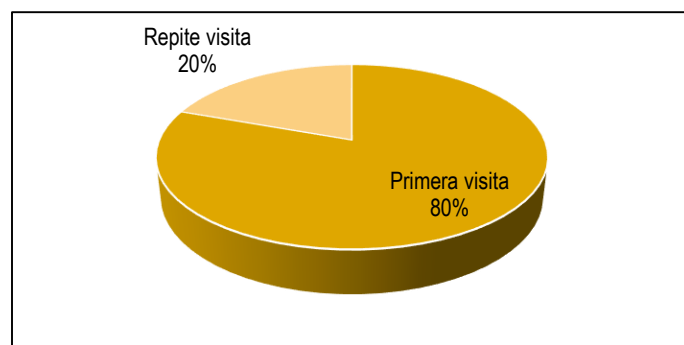
3.1.4.6. Tipo de Alojamiento: De la siguiente grafica se puede sustraer y dar la razón en cuanto a que, los visitantes están buscando un turismo de naturaleza y sostenible, además de uno más rural; convirtiéndose así el departamento un punto estratégico para satisfacer esta demanda, que post-pandemia ha aumentado y despertado en el turista una atracción por el turismo rural. Guainía posee el potencial; es mediante las acciones institucionales y del sector privado a través de una gobernanza colaborativa, estas estadísticas pueden tornarse aún más positivas.

Figura 11*Tipo de Alojamiento*

Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

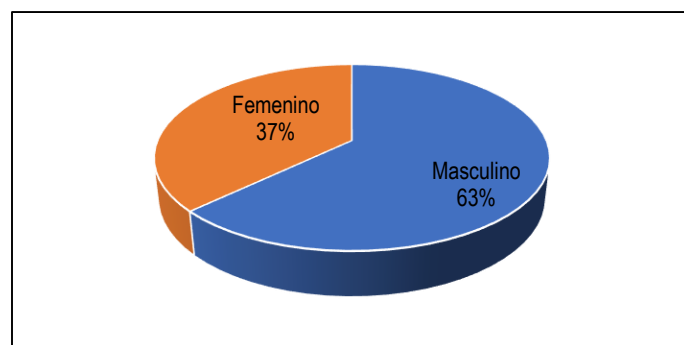
A través del siguiente gráfico se puede evidenciar que el 57% de los turistas que ingresaron al departamento prefirieron un alojamiento tipo rural, y el segundo hospedaje más frecuentado es el hotel con el 27% y el 10% reside durante su visita en casa familiar.

3.1.4.7. Fidelidad: El siguiente, es un dato importante, el departamento está recibiendo personas que ingresan al mismo por primera vez en un 80% pero además de ello, la fidelidad con el departamento es del 20%. En la mayoría de los casos, la fidelidad está sujeta a las visitas familiares, como bien se señalaba en una sección anterior.

Figura12*Fidelidad*

Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

3.1.4.8. Género: En este como en el tercer trimestre, evidenciamos que el género más recurrido en el Departamento es el masculino con 63%.

Figura 13*Genero*

Fuente: Secretaria de Agricultura Medio Ambiente y Desarrollo Económico.

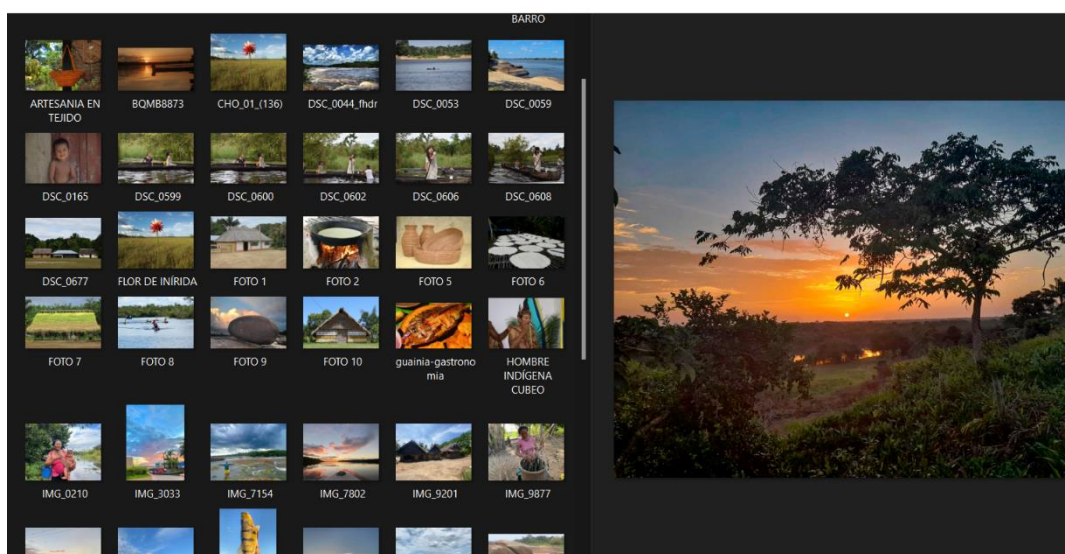
Conclusión: En la información anteriormente mencionada y de los datos presentados se puede inferir que, el perfil de la persona que frecuenta el departamento de Guainía es una persona joven adulta en un rango de edad de entre los 26 y 35 años, edad en la cual generalmente el hombre cuenta con una estabilidad laboral y económica estable, lo cual genera más aprovechamiento de sus espacios libres. El departamento de Guainía, es un departamento de difícil acceso razón por la cual hace que el motivo de viaje más recurrente sea para vacacionar y por ocio, así mismo aprovechar y disfrutar de la majestuosidad de sus atardeceres, cerros de Mavicure y potentes aguas, entre otras, por ser el tipo de hospedaje rural el preferido y más amplio que escogen nuestros visitantes. Ahora bien, para este tercer trimestre el 31% con un total de (392 personas) que nos visitan son por motivos de negocios y motivos profesionales, lo cual se convierte para nosotros en una oportunidad de generar, despertar interés y abrir nuestra oferta turística, para que ellos también tengan la oportunidad de conocer nuestro departamento en un ámbito fuera de lo laboral.

3.1.5 Actividad 3. Recolección de información audiovisual de los lugares más representativos.

Para lograr este objetivo, se consideró recorrer ciertos lugares que representan el turismo en el departamento del Guainía, para tener una recopilación de imágenes con el fin de que sean proyectadas digitalmente en la revista.

Figura 14

Galería de audiovisual recolectada



Fuente: Autor del proyecto

Figura 15

Recopilación de información audiovisual y fotográfica



Fuente: Autor del proyecto.

3.1.6 Actividad 4. Redacción del contenido, con información ya recolectada.

Basándose en la información ya recolectada por parte de los archivos de la entidad y la asesoría por parte de expertos en el turismo del departamento del Guainía, se redactó toda la información que se desea plasmar en la revista digital “Guainía Vive la Aventura”, junto a una serie de conceptos que se implementarían en la misma.

Figura 16

Redacción del contenido

5. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Desde el 2008 y sino antes el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ha venido trabajando para construir una metodología que oriente de manera práctica el levantamiento de información primaria y secundaria de los atractivos turísticos de las regiones de la patria. Sobre esta base el presente informe pretende dar una mirada integral e interdisciplinaria a los puntos geográficos que sobresalen en la región por cumplir con algunas de las características que recomienda la metodología.

Este informe recoge y tiene como base la información recopilada a finales de 2009 en los inventarios de la época. La reingeniería que se le hace se soporta en precisar y detallar los atractivos en construcción de producto mediante el establecimiento de información que acurie puntalmente su valor en el contexto de la región por alguna característica en especial. Por ejemplo, el Resguardo indígena de Almidón comunidad de la Ceiba se proyecta como una comunidad que establece procesos productivos amigables con el ambiente y para lo cual construye varios **Meliponarios** para la producción de Miel de Oro o de los Indígenas. Como atractivo con este producto establece la ruta de la miel, que de igual forma puede trabajar subproductos conexos como tratamientos para la piel, de medicina tradicional y senderos en los que se reconoce las abejas sin aguijón como polinizadores que ayudan a la biodiversidad y por ende la conservación del bosque.

El trabajo se centra entonces en hacer un barrido por la región buscando en el inventario elementos que orienten el valor agregado del atractivo que ha sido reconocido en el inventario 2009.



Conceptos Básicos

Inventario Turístico: Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región.

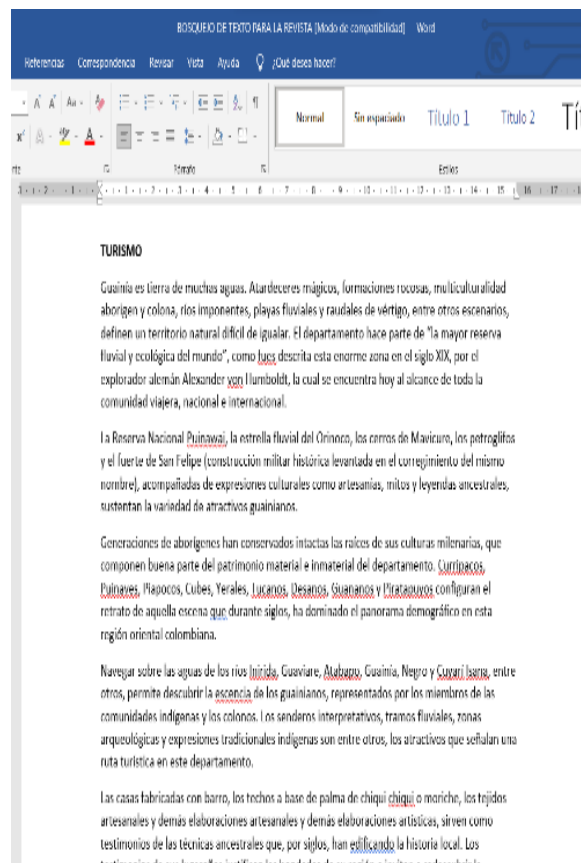
Recursos: Factores físicos y culturales potencialmente explotables por el turismo.

Atractivos: Factores físicos (ecosistémicos, paisajísticos y biológicos) y culturales que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos.



Clasificación de los recursos y atractivos:

Los principales recursos y atractivos del departamento podrán ser **observados**, en los cuadros de resumen previamente diseñados para ello y con los debidos anexos adjuntos al final del documento.



Fuente: Autor del proyecto

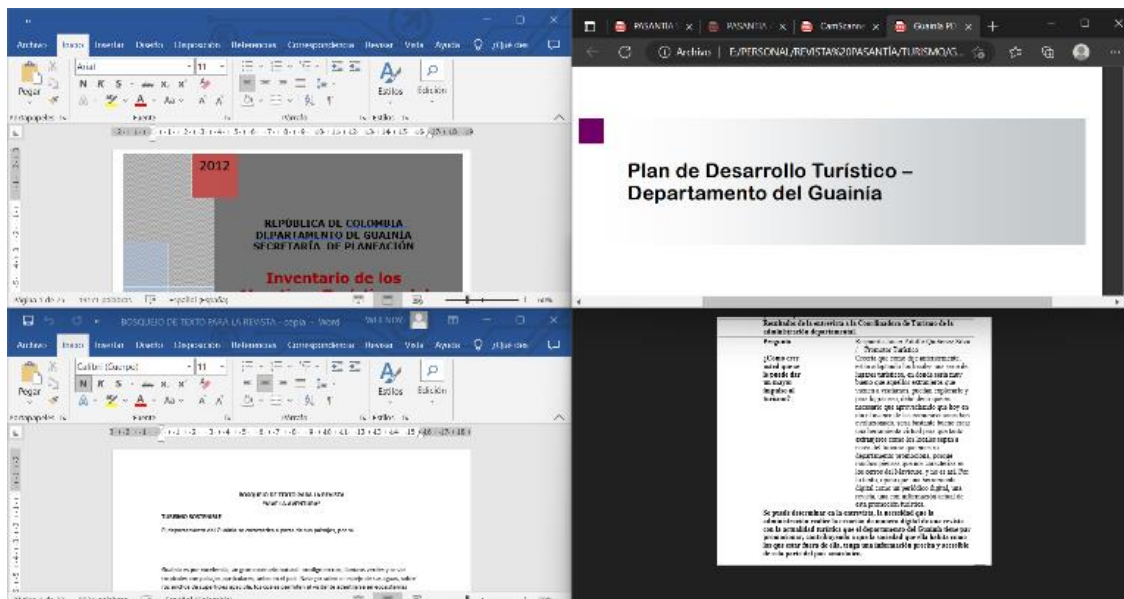
Objetivo 3. Definir las tácticas con las cuales se pretende construir la estrategia para la recolección de información pertinente al diseño de la estrategia de marca – ciudad en función del sector turismo en el Departamento.

3.1.7 Actividad 1. Clasificar información recolectada

Para la clasificación de la información ya obtenida a base de investigación y asesorías, se hizo necesario verificar toda la información recolectada y redactada y dar inicio a su clasificación.

Figura 17

Clasificar información recolectada.



Fuente: Autor del proyecto.

3.1.8 Actividad 2: Diversos ejercicios gráficos para el entendimiento de la revista virtual.

Para dar cumplimiento a este objetivo, se realizó el diseño y la edición de diferentes ejercicios gráficos digitales, como lo fueron los denominados “Datos Curiosos”, en donde se crearon diseños en forma de notas y enlaces que direccionan al lector a las páginas oficiales coordinadas por la entidad.

Figura 18

Ejercicios para el lector “Datos Curiosos”



Fuente: Autor del proyecto

Figura 19

Ejercicios para el lector “Enlaces direccionales a páginas oficiales”



Fuente: Autor del proyecto

3.1.9 Actividad 3. Clasificar los temas en orden de importancia, esta importancia la definirá el estudio de cada tema.

Luego de redactada toda la información, se organiza y clasifica desde el orden de importancia la información indispensable para la redacción de la revista, en donde se organizan con imágenes, fotografías y demás complementos para darle una mejor visualización de la revista.

Figura 20*Revista digital Didáctica*

PRODUCTO	CONTENIDO	AGENTE	DESCRIPCIÓN	SECCIÓN
Revista digital didáctica “ Guainía Vive la Aventura”	Te damos la bienvenida	Pasante	Bienvenida a descubrir la aventura en el departamento del Guainía	Capítulo 1
	Turismo Sostenible	Pasante	Promoción Turística desde este tipo de turismo	Capítulo 2
	Turismo de Aventura	Pasante	Promoción Turística desde este tipo de turismo	Capítulo 3
	Turismo Rural	Pasante	Promoción Turística desde este tipo de turismo	Capítulo 4
	Lugares Emblemáticos Ruta Turística	Pasante	Promoción Turística desde este tipo de turismo	Capítulo 5

Fuente: Autor del proyecto

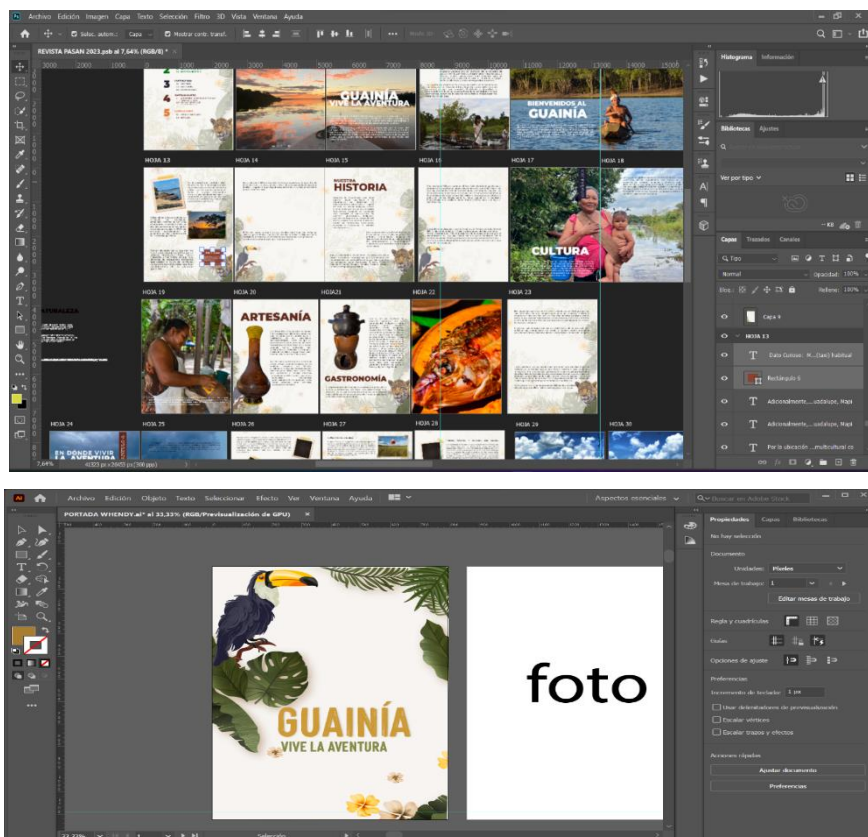
Objetivo 4. Diseñar una revista didáctica digital, que contenga toda la memoria historia del diseño de la estrategia, además de otros productos propios de la marca como caracterizaciones de público objetivo, diseño de rutas turísticas del departamento.

Luego de redactar y caracterizar toda la información, se dio inicio a la maquetación del todo el contenido y las ilustraciones, dándole una mejor apariencia a la revista.

3.1.10 Actividad 1. Diagramación de la revista

Figura 21

Maquetación de la revista digital inicial en el programa de Adobe Illustrator



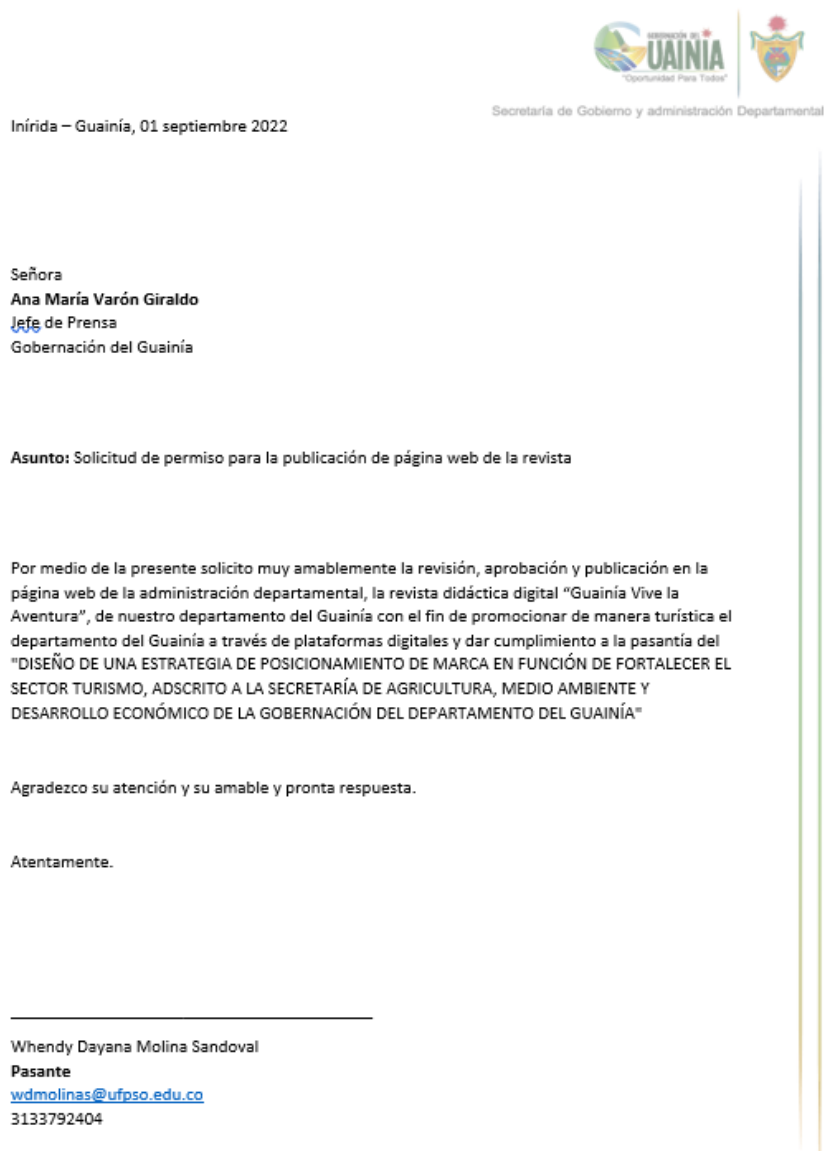
Fuente: Autor del proyecto

3.1.11 Actividad 2. Solicitar los permisos correspondientes de manera oficial, para acceder a las plataformas oficiales de la Gobernación del Guainía.

Para poder garantizar el cumplimiento de las actividades, se solicitó de manera formal y oficial los permisos ante la jefa de Prensa con el fin de darnos la aprobación del diseño y contenido de la revista y a La Secretaría de Gobierno y Administración Departamental el correspondiente permiso para el acceso a las diferentes plataformas oficiales de la gobernación del Guainía como página web y redes sociales.

Figura 22

Solicitud de Autorización para revisión de la revista digital “Guainía Vive la Aventura”



Fuente: Autor del proyecto

Figura 23

Solicitud de Autorización para publicación de la revista digital “Guainía Vive la Aventura”, en la página web de la Gobernación del Guainía



Inírida – Guainía, 07 septiembre 2022

Señora
LIZETH CAROLINA GUERRERO CHAPARRO
 Secretaría de Gobierno y Administración Departamental

Asunto: Solicitud de permiso del cargue de datos de la revista digital a la página web de la administración departamental.

Por medio de la presente solicito muy amablemente la autorización para la publicación en la página web de la administración departamental, la revista didáctica digital “Guainía Vive la Aventura”, de nuestro departamento del Guainía con el fin de promocionar de manera turística el departamento del Guainía a través de plataformas digitales y dar cumplimiento a la pasantía del “DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO DE MARCA EN FUNCIÓN DE FORTALECER EL SECTOR TURISMO, ADSCRITO A LA SECRETARÍA DE AGRICULTURA, MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO ECONÓMICO DE LA GOBERNACIÓN DEL DEPARTAMENTO DEL GUAINÍA”

Agradezco su atención y su amable y pronta respuesta.

Atentamente.

Whendy Dayana Molina Sandoval
 Pasante
wdmolinas@ufpso.edu.co
 3133792404

Fuente: Autor del proyecto

3.1.12 Actividad 4: Publicación en página institucional y en redes sociales de la Gobernación del Guainía

Para finalizar este proyecto modalidad pasantía, creando el diseño de una revista digital didáctica “Guainía Vive la Aventura” como estrategia de marca – ciudad en función de fortalecer el sector turismo, adscrito a la secretaria de agricultura, medio ambiente y desarrollo económico; después de estar diseñada la misma fue publicada en la página oficial de la administración departamental (Gobernación del Guainía, 2023)

Luego se procede a que este link sea usado para ser publicado en la página de la red social de Facebook de la Gobernación del Guainía y así poder lograr darle visualización de propios y visitantes.

Figura 24

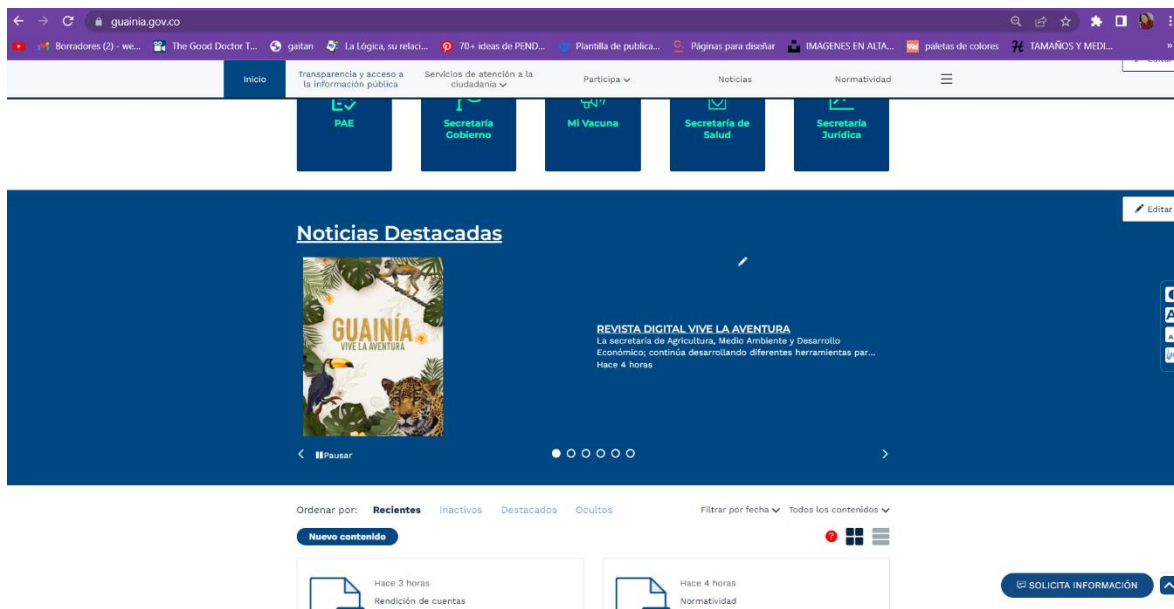
Publicación red social Facebook Gobernación del Guainía



Fuente: (Gobernación del Guainía, 2023)

Figura 25

Publicación Pagina web de la Gobernación del Guainía



Fuente: (Gobernación del Guainía, 2023)

Figura 26

Maquetación de la Revista digital didáctica “Guainía vive la Aventura”



GUAINÍA

VIVE LA AVENTURA

Estrategia comunicativa para la visibilización
del sector turístico del departamento del Guainía

CREACIÓN:
Whendy Dayana Molina Sandoval

RESPONSABLES:
Whendy Dayana Molina Sandoval
Plan de Estudios de Comunicación Social
Universidad Francisco de Paula Santander - Ocaña
Gobernación del Guainía

DISEÑO E ILUSTRACIONES:
Whendy Dayana Molina Sandoval

APOYA:

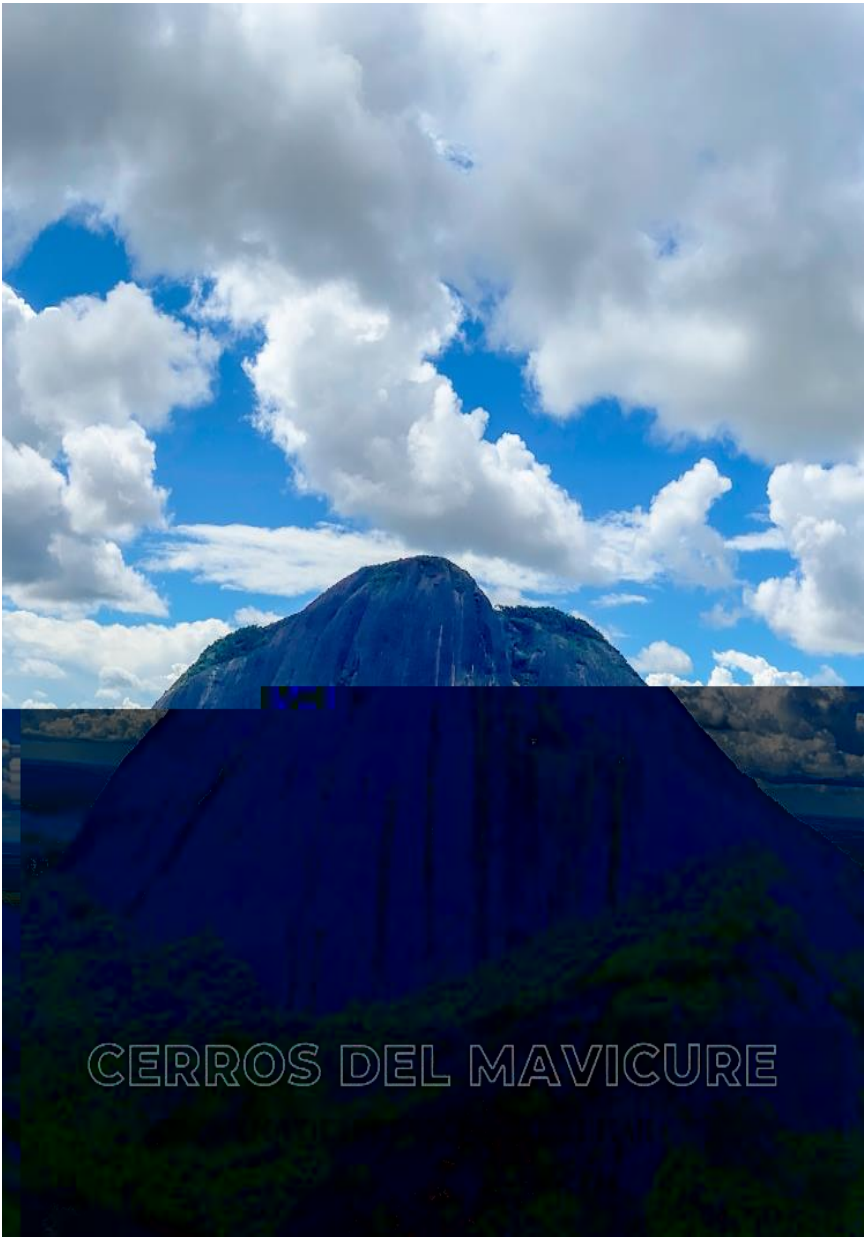
Universidad Francisco de Paula Santander
Ocaña - Colombia
Institución de Alta Educación

GOBERNACIÓN DEL
GUAINÍA
"Oportunidad Para Todos"

OPORTUNIDAD
Para Todos



Puerto principal - Municipio de Inírida



CERROS DEL MAVICURE



1 GUAINÍA

VIVE LA AVENTURA

2

CAPÍTULO DOS

- 2.1 BIENVENIDOS AL GUAINÍA
- 2.2 NUESTRA HISTORIA

3

CAPÍTULO TRES

- 3.1 CULTURA
- 3.2 ARTESANÍA
- 3.3 GASTRONOMÍA

4

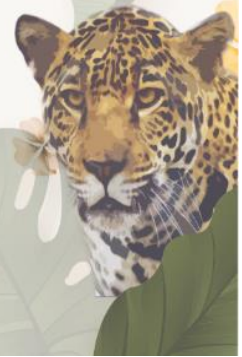
CAPÍTULO CUATRO

- 4.1 ¿EN DONDE VIVIR LA AVENTURA?
(Atractivos turísticos)
- 4.2 RUTAS TURÍSTICAS
Cerros del Mavicure

5

CAPÍTULO CINCO

- 5.1 MEDIOS DIGITALES



En esta revista encontraras la diferente promoción turística que nuestro departamento del Guainía puede llegar a darte, así que ¡adelante! vive la aventura en nuestro paraiso terrenal

Atardecer - Río Inírida

CAPÍTULO 1

GUAINÍA VIVE LA AVENTURA

Hermoso lugar mágico donde los cielos se confunden en el esplendor de sus atardeceres, raudales, culturas aborígenes, espectaculares playas y ríos son la puerta ante este maravilloso y mundo Amazónico que ofrece el departamento de Guainía.

Nuestra multiculturalidad étnica ha prevalecido con el pasar del tiempo; Curripacos, Puinaves, Piapocos, Piaroas, Cubeos, y Yerales son algunas de las etnias que en la actualidad se pueden encontrar al navegar los ríos Inírida, Guaviare, Atabapo, Orinoco, Guainía, Negro Casiquiare, y Cuyarí Isana, quienes conforman la red fluvial del Departamento.

En esta gran aventura podremos recorrer maravillas, encontramos senderos por sabanas y bosques y petroglifos; lo mismo que posibles conversatorios de medicina tradicional acompañados por guías y educadores nativos conocedores de su riqueza natural y cultural.

Con el pasar del tiempo, nuestros indígenas mantienen su arquitectura realizando sus casas a base de barro y techo de palma de chiqui chiqui o moriche, siendo estos tejidos una tradición y una historia contada desde sus ancestros, de igual manera nuestros viajeros podrán disfrutar de la variedad de gastronomía que nuestra región guainiana les podrá ofrecer; platos preparados con pescado que se mezclan con la torta de casabe, el mañoco, ají, jugos de fruta silvestre y entre otros productos netos.

La riqueza de atractivos turísticos se centra en la belleza de sus paisajes, sus ríos, sus mitos y leyendas, pero ante todo un remanso de paz que permite el disfrute y descubrir la inmensidad de la selva, acompañada de la amabilidad de sus habitantes, hacen de la estadía del turista el mejor lugar de esta región del país.

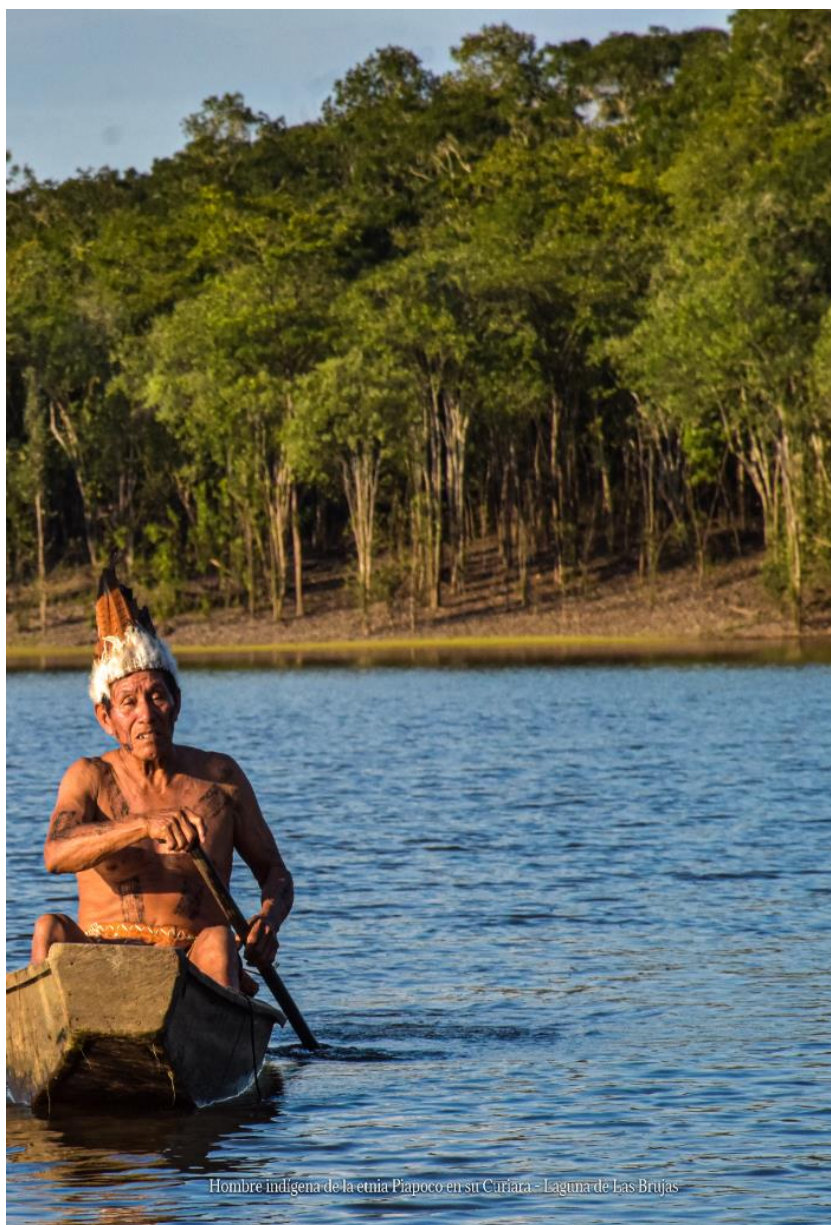


Niños indígenas en bongo- Río Inírida

CAPÍTULO 2

BIENVENIDOS AL GUAINÍA

Al recorrer este territorio guainiano, te ofrecemos la oportunidad de conocer muy de cerca nuestras culturas indígenas, que prevalecen en cotidianidad guainiana; sirve para encontrarse con esas leyendas y tradiciones primigenias. Que con el pasar del tiempo ha servido para la construcción de la actual riqueza multicultural de este departamento.



Hombre indígena de la etnia Piapoco en su Caniara - Laguna de Las Brujas



Por la ubicación del territorio, dicha riqueza multicultural cobija también las poblaciones vecinas de Venezuela y Brasil, con las que se mantiene un fluido y diverso intercambio. Atravesar sus senderos ecológicos o emprender una aventura por sus ríos, acceso a sus tradiciones y costumbres y sobre todo a su historia.

Adicionalmente, los corregimientos Cacahual, La Guadalupe, Mapiripana, Morichal Nuevo, Pana Pana, Puerto Colombia y San Felipe al igual que decenas de resguardos indígenas que cobijan el 900% del territorio, complementen el panorama político administrativo de la vastedad guainiana.



Adicionalmente, los corregimientos Cacahual, La Guadalupe, Mapiripana, Morichal Nuevo, Pana Pana, Puerto Colombia y San Felipe al igual que decenas de resguardos indígenas que cobijan el 900% del territorio, complementen el panorama político administrativo de la vastedad guainiana.

Dato Curioso:

Motocarra: Medio de transporte (taxi) habitual usado por los indígenas en la zona tabana y rural de la capital del departamento del Guainía.

Se calcula que el 65% de la población está compuesta por integrantes de diferentes etnias nativas, quienes viven de una economía de sustento familiar. La agricultura, por la pobreza y acidez de los suelos, es incipiente para el consumo local.

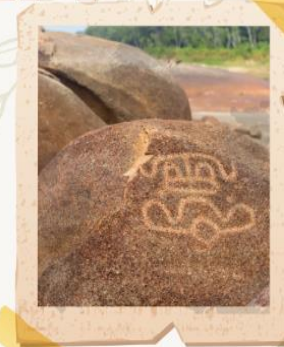


El Guainía como territorio de paz, biodiversidad, tradición indígena, colona y gastronómica. Les da la bienvenida a todos los viajeros con la cordialidad, el respeto y la amabilidad que representa a un guainiano. ¡Te estamos esperando para que vivas la aventura!



NUESTRA HISTORIA

Sabemos la importancia que tiene nuestra región guainiana y la importancia de posicionar un departamento y sobre todo, el legado de todo un pueblo indígena, siendo ellos el origen por el que hoy se realiza esta revista; haciendo un homenaje muy especial al pensamiento de nuestros antepasados indígenas, quienes sin importar su descendencia étnica, dejaron a su paso su huella por medio de tradiciones, costumbres, leyendas y tradiciones. A ustedes muchas gracias.



Para la época del año 6000 a.C (basado en historiadores y en artículos anteriores) las primeras comunidades indígenas en asentarse en el territorio guainiano, fueron los proto-arawacos y proto-maipures, quienes son provenientes de la Amazonia colombiana.

Tras el intercambio multicultural de estas dos etnias, nacen las nuevas generaciones que actualmente son moradores de gran parte del territorio guainiano y quienes hoy conocemos como Curripacos, Puinaves, Piapocos, Manaos, Palikures, Sikuanis, Verales, Tucanos, Desanos, Cubeos, Piratapuyas y Guananos.



Para el año de 1963, exactamente el 18 de Julio el territorio guainiano es apartado del Vaupés para luego convertirse en la Comisaría Especial de Guainía, separandola definitivamente de la Comisaría del Vaupés. Dos años después el 12 de mayo de 1965 se convirtió en corregimiento a las localidades de Barrancominas y San Felipe, al igual que se constituyó a la población de Las Brujas como la nueva capital de la comisaría, bautizándola más adelante como Puerto Inírida; todo esto bajo el Decreto 1204.



Diecisiete años después y bajo la Constitución Política de Colombia de 1991, se dio nombramiento al Guainía a la categoría de departamento. El 1 de diciembre de 2019, el presidente de la época confirma que el departamento del Guainía, cuenta con un nuevo municipio con el nombre de Barrancominas, pasando de ser corregimiento a municipio. En la actualidad, el departamento del Guainía cuenta con dos municipios, siendo Inírida la capital.



Dato Curioso:

Raudales o Chorros: Es a lo que se le conoce a nivel nacional como los famosos "rapidos".

Raudal de Payara: El nombre de este lugar fue dado por los indígenas que en su época vivían en este lugar del río Inírida y que fue tramo reconocido por la pesca de payara.

Payara: Se trata de un pez de agua dulce del grupo de los bagres, animales que viven en aguas del Amazonas y otras cuencas al norte de Sudamérica.





ARTESANÍA



Las diferentes comunidades indígenas, han trabajado con diferentes materiales que la naturaleza les provee para la realización de sus actividades socioeconómicas. Entre las que se encuentra el budare, las ollas en barro y las estufas a carbón. Para las viviendas algunas etnias indígenas han construido sus viviendas en bareque, haciendo de ella un lugar fresco para habitar incluso en época de verano.

Por otro lado, contamos con la fibra de chiqui chiqui, material trabajado por las mujeres indígenas de Guainía. Usualmente trabajaban las escobas y los canastos, pero desde hace varios años que ingresaron al trabajo artesanal propiamente dicho, es decir, con miras comerciales, enfocándose principalmente hacia productos tales como carpetas, porta cazuelas, portavasos y canastos.



Con el fin de mantener la tradición ancestral en las comunidades indígenas, tanto hombres como mujeres, aprenden desde pequeñas habilidades culturales. En donde los hombres aprenden a trabajar la tirtira para hacer el sebucán, para exprimir el veneno de la yuca brava, los cernidores para cernir la masa de yuca, la madera para construir embarcaciones y hacer las estructuras de las casas, los bejucos y otros materiales para hacer trampas de pesca, flechas y dardos, entre otros. Así mismo, las mujeres trabajan el barro para elaborar budare, tinajas, ollas y estufas; también trabajan fibras y hojas para hacer canastos y catumares (morrales) para cargar frutos y objetos en general.

GASTRONOMÍA

El departamento del Guainía se caracteriza a parte de su cultura y tradiciones, por tener una gastronomía muy particular en la cual se distingue por el uso de productos netos de la región como el pescado, frutos amazónicos, animales silvestres, entre otros.





Esta pequeña región de la Amazonía colombiana se distingue por su succulenta típica cultura indígena, pero para que nuestros viajeros o visitantes de deleiten aún más de este mar de selva tropical y vivir la aventura que esperan experimentar, deben tomarse el tiempo y sentarse a disfrutar de los siguientes platos preparados ancestralmente por manos de nuestras indígenas.

El ajicero, caracterizado por ser un plato de caldo de pescado con suficiente ají, acompañado con casabe y maíz, ambos productos provenientes de la yuca brava, siendo la base de la alimentación indígena.

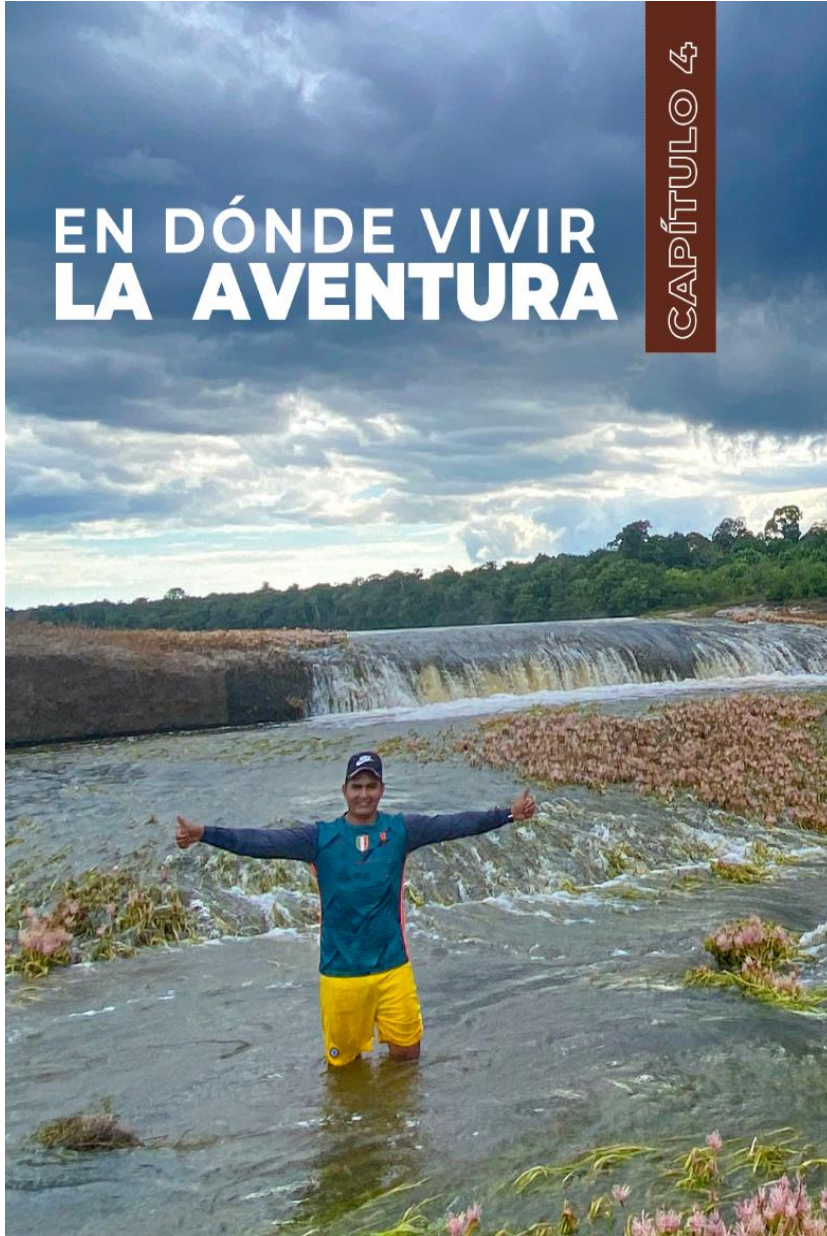


Cómo bebida el viajero puede optar por tener una variedad según su preferencia: El mingao que es una bebida caliente a base de agua y maíz (similar a un colada), La Yucuta fría que al igual que la anterior tiene los mismos ingredientes, la yucuta ya sea de manaca o ceje, que son productos amazónicos de la región provenientes de palmas silvestres y con un alto contenido nutritivo. De estas palmas también se extraen los aceites que son utilizados para tratamientos medicinales. Como postre, los visitantes se pueden deleitar de una deliciosa piña dulce, una patilla e incluso hasta una uva caimaron.

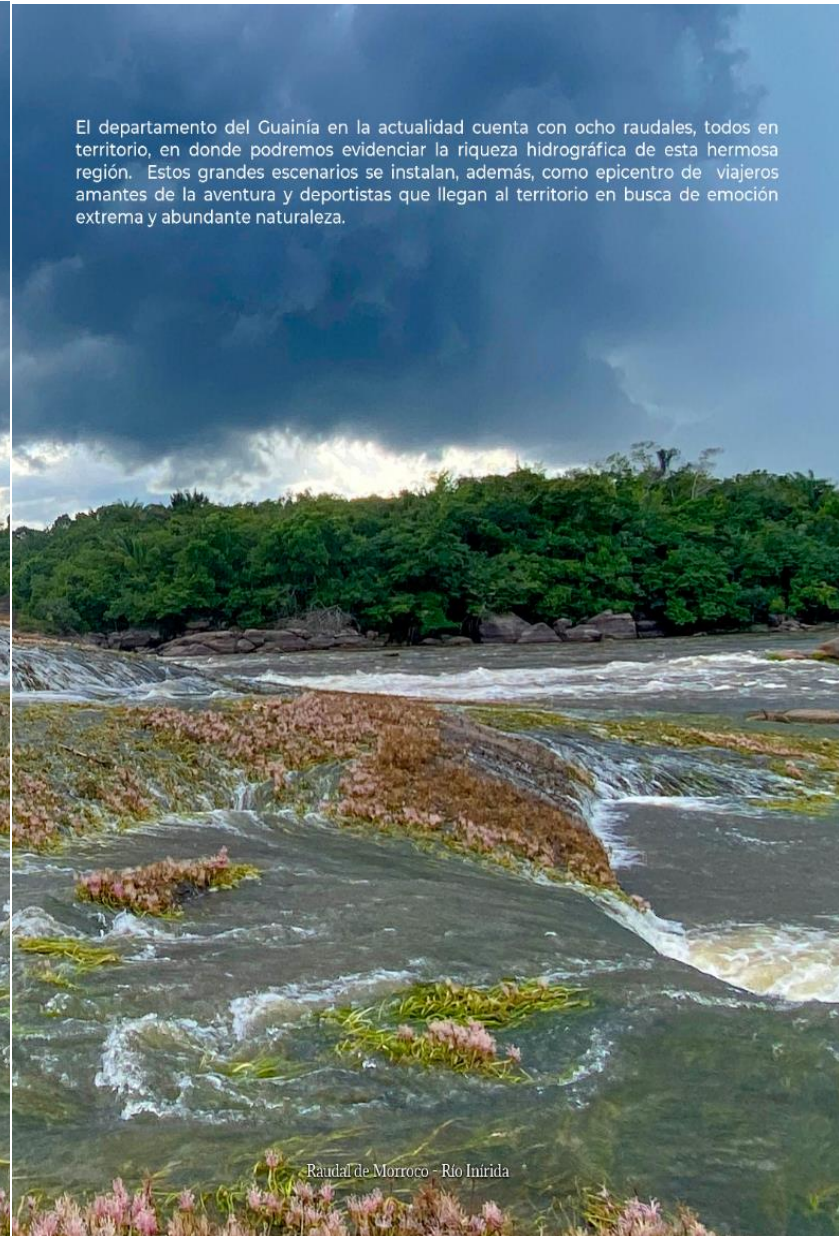


EN DÓNDE VIVIR LA AVENTURA

CAPÍTULO 4



El departamento del Guainía en la actualidad cuenta con ocho raudales, todos en territorio, en donde podremos evidenciar la riqueza hidrográfica de esta hermosa región. Estos grandes escenarios se instalan, además, como epicentro de viajeros amantes de la aventura y deportistas que llegan al territorio en busca de emoción extrema y abundante naturaleza.



Raudal de Morroco - Río Inirida

Navegar sobre las aguas de los ríos Inirida, Guaviare, Atabapo, Guainía, Negro y Cuyarí Isana, entre otros, permite descubrir la esencia de los guainianos, representados por los miembros de las comunidades indígenas y los colonos. Los senderos interpretativos, tramos fluviales, zonas arqueológicas y expresiones tradicionales indígenas son entre otros, los atractivos que señalan una ruta turística en este departamento.



Las casas fabricadas con barro, los techos a base de palma de chiqui chiqui o moriche, los tejidos artesanales y demás elaboraciones artesanales y demás elaboraciones artísticas, sirven como testimonios de las técnicas ancestrales que, por siglos, han edificando la historia local.

Comunidad indígena y artesanos de Coco Viejo. Petroglifos de Coco Viejo.

Dicho asentamiento, a 20 minutos del centro urbano, se instala además como un referente histórico de la región. Allí, miembros de la comunidad indígena de los curripacos custodian agrupaciones de roca petrográfica, que, según arqueólogos e historiadores, son de origen arawak. Símbolos, figuras antropomorfas, rasgos animales y otras inscripciones milenarias se distinguen en este atractivo capitalino, catalogado por antropólogos como el sustento de la escena primitiva colombiana.



Comunidad indígena de las Etnias Yeral y Curripaco de Sabanitas.

Un complejo de siete malocas, en plana selva del Guainía, se rige como uno de los atractivos culturales e históricos mas importantes del departamento. Tejidos de palma, a base de chiqui-chiqui, cumare, moriche, temiche y guayacona; expresiones de la arquitectura indígena, representada en construcciones de los grupos Curripaco, Puinave, Guahibo, Piapoco, Piaroa, Yeral y Guananos; senderos terrestres y acuáticos; las lagunas rojizas y, en contrate, las playas blancas de Caño Coco; y ejemplares típicos de la fauna amazónica entre ellos micos chorucos, osos perezosos y lapas, respaldan la diversidad natural y turística que caracteriza a este escenario de la capital guainiana.



La Flor de Inirida en la sabana

Guainía ofrece uno de los espectáculos naturales más apreciados por la comunidad de geólogos a escala nacional. Las sabanas o "catingas", como también son conocidos por los lugareños, exponen un escenario de arenas blancas y posibilitan, además, de apreciar amaneceres y atardeceres "diferentes al resto", según los lugareños. A través de las extensiones sabaneras se aprecia uno de los tesoros silvestres más representativos de la comunidad guainiana: la flor de Inirida.



La Princesa Inirida

Es un monumento de 3 metros de altura ubicado en la zona indígena del municipio de Inirida, esculpido en honor a una vieja leyenda en donde su protagonista era una mujer indígena quien dicho hombre atraído por su belleza deseaba poseerla a como diera lugar. Quien haciendo uso de la llamada "puzana", llevo a la mujer a un estado de locura haciendo que escalara el mas alto de los cerros. Desde aquel día jamás supieron de ella.



La Laguna de las Brujas

Cuenta la leyenda que en este escenario conocido también como la "Laguna de los saberes", se congregaban los líderes espirituales para discutir con los delfines rosados del Amazonas sobre el futuro de sus comunidades. Allí, los visitantes podrán disfrutar de un baño en compañía de las toninas o delfines de agua dulce. Este atractivo, se ubica a 45 minutos de la capital, vía terrestre (caminando). En invierno se puede acceder a la laguna a través de un sendero acuático, cuyo recorrido, en canoa, tarda aproximadamente 20 minutos.

Los Cerros del Mavicure

Tres elevaciones, representadas por los cerros de Mavicure, Pajarito y Mono; la abundancia de la selva amazónica; la presencia de la comunidad del Remanso, perteneciente a los indígenas Puinaves. El espectáculo natural que exhibe estas formaciones precámbricas, constituidas el Escudo de la Guayana, guiarán el recorrido a través de un escenario enmarcado por la vida silvestre y los relatos milenarios. Este hermoso paisaje lo encontrarás en el río Inirida a dos horas de la capital guainiana.





Parque Natural y Cultural del Guainía

¡Viajero! a este plan solo debes llevar tu cámara, binoculares, bloqueador, repelente y lo más importante toda la actitud y disposición para tomar un motocarro y dirigirse hacia este mágico lugar conocido por los locales como "Parque Kenke" a 15 minutos del casco urbano de la capital del Guainía, en donde vivirás la experiencia de ver las maravillas y las diferentes aves que veras en su entorno natural y al aire libre; todo esto bajo la coordinación de nuestro amigo Jota y su hermosa madre Pancha, indígenas de la etnia de Curripaco.

Comunidad indígena de Concordia

Este maravilloso lugar a tan solo 20 minutos (caminando) desde la zona urbana de la capital del Guainía, le ofrece a sus viajeros la gran experiencia de la degustación de sus platos típicos que de generación en generación, nuestros indígenas de la etnia Cubeo han mantenido; seguido de actividades turísticas como pasadías, senderismo, danzas tradicionales, turismo de aventura e investigación; la comunidad de Concordia por medio del turismo desea que conozcas la bonita experiencia del ser indígena y el de convivir con quienes han mantenido nuestra historia ancestral hasta

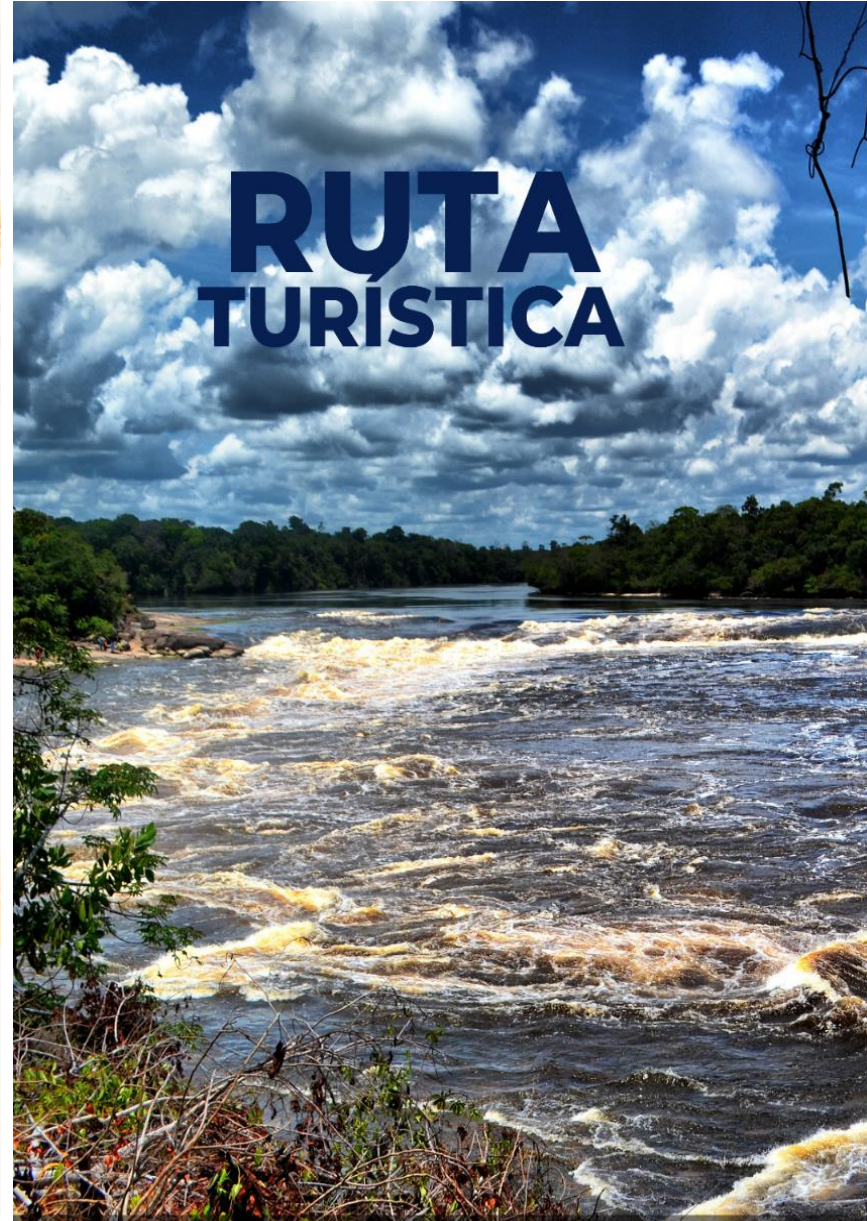


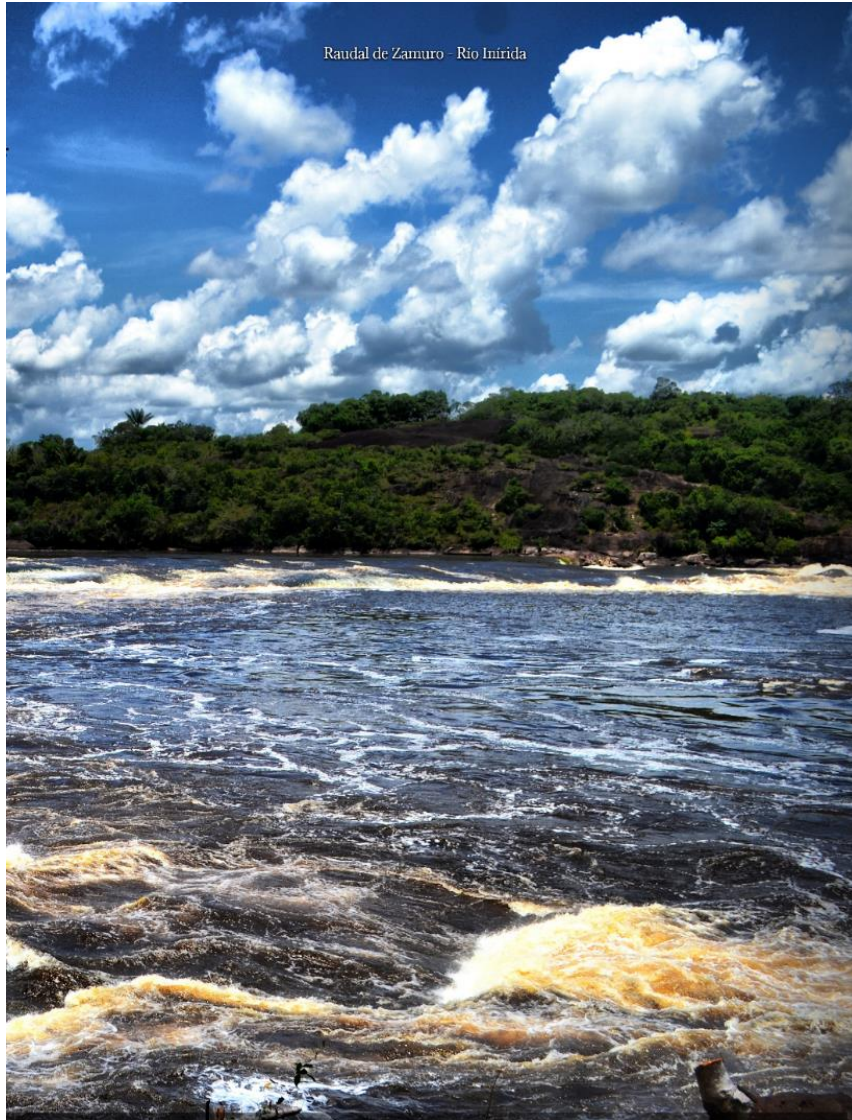
Estrella Fluvial del Oriente

El encuentro de los ríos de Guaviare, Atabapo y Orinoco, en la actualidad aún representa el límite natural entre las regiones de la Orinoquía y Amazonía. Este mágico lugar en donde como espectáculo tenemos la diferencia de sus ríos que, aunque estén unidos nunca se mezclan; el lugar es al igual conocido como uno de los atractivos naturales más emblemáticos del departamento.

Comunidad Indígena La Ceiba

Atendido por su comunidad indígena de la etnia Puinave, aquí los viajeros encontraran diferentes actividades para poder realizar, desde acampar en medio de la naturaleza a la orilla del río, senderismo, avistamiento de aves, saber un poco acerca de la medicina tradicional, nombre de las plantas y sobre todo y lo que más caracteriza a esta hermosa comunidad indígena es la producción de miel de abejas sin aguijón de manera artesanal y 100% natural. Esta zona está ubicada a una hora de la capital a través del río Inírida.





RUTA TURÍSTICA CERROS DEL MAVICURE

Los Cerros de Mavicure, en el territorio guainiano, se constituyen por ser uno de los escenarios turísticos más representativos de la región. Desde la capital Inirida se da inicio a una ruta enmarcada por la naturaleza, la aventura, los relatos ancestrales y las expresiones tradicionales de los grupos aborígenes. Para dar inicio a esta ruta, partimos del puerto principal del municipio de Inirida, si es posible antes del amanecer para en el viaje deslumbrarse con un bello nacimiento del sol, consejo que dan los locales tener un buen inicio de experiencias.

La salida del sol y los primeros destellos sobre el agua complementan los atractivos de una aventura que apenas comienza. La travesía le embarca sobre el río Inirida, en un viaje de 1 hora y 45 minutos, aproximadamente. El trayecto es recomendable en volador por su velocidad, ya que para empezar a disfrutar del destino, es mejor llegar mucho antes de las 10:00 am, ya que el inclemente sol del día no da espera. El recorrido llega hasta los cerros de Mavicure, una formación rocosa natural que ha sido considerada, además, epicentro de leyendas mitológicas y creencias nativas. Tres elevaciones: Mavicure, Pajarito y Mono, configuran el atractivo. Desde allí se evidencia la magnitud de un escenario atravesado por el río Inirida, que separa las formaciones de Pajarito, Mono y Mavicure, para dejar, al otro lado, el cerro y raudal de Mavicure.

La estadía en las playas de los cerros del Mavicure es administrada por nuestros indígenas de la etnia Puinave, quienes le ofrecen a los viajeros un sin número de actividades en las que se encuentran instalarse en las zonas de camping en la playa del río, disfrutar de la gastronomía aborígen, escuchar los relatos sobre generaciones y seres primitivos, compartir una noche de fuego y estrellas, y en general, reencontrarse con el legado cultural que aún conservan los pobladores del Guainía.

Luego de una experiencia a los alrededores de este mágico lugar y disfrutar de una buena noche, los rayos de un esplendoroso amanecer inician con una nueva aventura; el ascenso hasta el cerro Pajarito (cerro que actualmente es el único que se puede escalar), una caminata de no menos de dos horas por los senderos naturales y los espacios sagrados que describen los guías aborígenes a lo largo del recorrido, hacen parte de esta experiencia ecológica y cultural. De vuelta a la base de los cerros y desde allí, hasta el centro de Inirida, finaliza esta aventura enigmática, de misterios sagrados y abundancia natural.



CAPÍTULO 5

MEDIOS DIGITALES

Las redes sociales en la actualidad, se han caracterizado por ser una ventana al mundo y viajar a través de ella sin estar allí de manera presencial; es por ello que el departamento del Guainía a pesar de sus falencias de conectividad, busca la manera de que sus viajeros estén al tanto de que encontraran en esta bella región de la Amazonía, mucho antes de adentrarse en ella.

Es por eso amigo viajero y futuro conocedor de nuestra historia, tradiciones, culturas y paisajes; te invitamos a que nos encuentres en las diferentes plataformas digitales para que te animes a vivir una gran aventura guainiana.



Página Web
Gobernación del Guainía

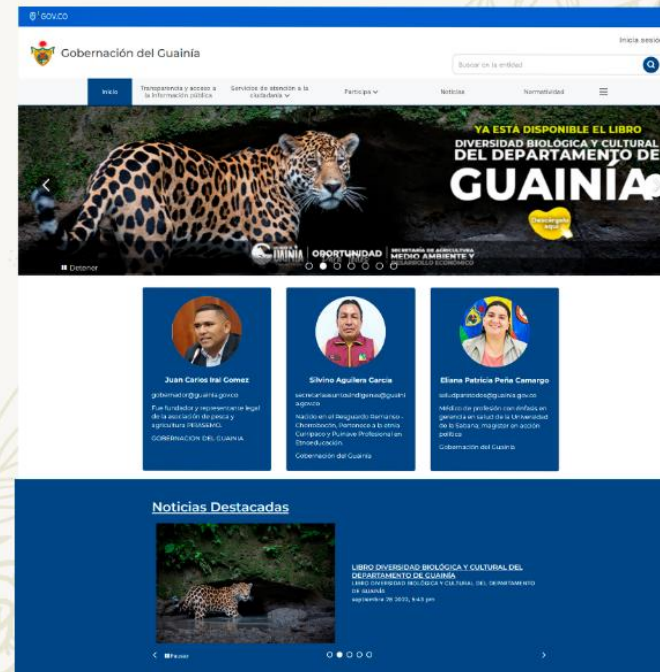


Facebook
Gobernación del Guainía





Instagram
@gobguainia

PÁGINA WEB



Te invitamos a que visites nuestra página web ingresando desde tu dispositivo móvil en el siguiente enlace

<https://www.guainia.gov.co/>






Nuestros indígenas son sinónimo de perrenque y berraquera al darle vida a estas maravillosas obras de arte.

21 7 comentarios 15 veces compartidas

Me gusta Comentar Compartir

Nos podras encontrar en esta red social como:
Gobernación del Guainía
<https://www.facebook.com/GobernacionGuainia>



Los petroglifos y los paisajes naturales que solo ofrece el Guainía, Páramo y Vuelo la Aventura!

Nos podras encontrar en esta red social como:
Gobernación del Guainía
<https://www.instagram.com/gobguainia/>



Fuente: Autor del Proyecto

Capítulo 4 Diagnóstico final

Evidentemente el turismo es para cualquier territorio un sector que merece ser fortalecido. En el caso puntual del departamento del Guainía, el turismo debe ser considerado como un sector fuerte, que permite a sus comunidades generar ingresos, permitirse ordenar y tener mejores oportunidades que van de la mano con la garantía de los derechos, la mejora de la calidad de vida, entre muchos otros beneficios.

Ahora bien, el trabajo arduo que ha realizado la institucionalidad en el fortalecimiento de este sector en el departamento no ha sido en vano, a lo largo de los años las comunidades han mostrado interés de ser parte de las guías turísticas, se han inaugurado nuevos hoteles, y mejorado muchos aspectos socioeconómicos en pro de lograr un día ser potencias en el turismo.

Si bien, los avances han sido significativos aún hay mucho por gestionar, fortalecer y crear entorno a este sector, propiamente en el departamento del Guainía. Pues, este es un departamento relativamente nuevo, con tan solo dos municipios, situación que evidencia que aún existen muchas acciones pertinentes en el tema que aún no se han realizado.

Se torna importante, lograr convenios, crear o fortalecer asociaciones, capacitar a las comunidades y sobre todo, gestionar con el gobierno central recursos que permitan proyectos significativos de inversión que arrojen resultados positivos en esta búsqueda ardua de vender al Guainía, como un territorio ancestral, multicultural y pluriétnico.

Capítulo 5 Conclusiones

Teniendo en cuenta que, con esta pasantía, se logró darle entender al sector de la Secretaría de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Económico perteneciente a la Gobernación del Guainía, sobre la importancia de que en el departamento tenga una estrategia ya sea de manera virtual o física sobre el turismo actual de la región, siendo este un pilar importante para que esta parte del país tenga un mayor posicionamiento en el ámbito turístico a nivel nacional.

El fundamento por el cual se creó esta estrategia de Diseño de una Estrategia de Posicionamiento de Marca en Función de Fortalecer Sector Turismo, permitieron identificar en el primer objetivo una serie de desaciertos a la hora de su desarrollo en donde se evidencio la falta de información actual del turismo regional para poder dar paso al desarrollo de la pasantía.

Ya para el quinto objetivo, nos permitió generar las tácticas para construir la estrategia, creando una ruta de comunicación en donde se determinó el interés para el contenido del proyecto cuyo resultado se vio reflejado en la creación de una revista digital didáctica, cuyo nombre se denomina “Guainía Vive la Aventura”

De igual manera para impulsar al departamento del Guainía por medio de esta revista digital didáctica “Guainía vive la aventura”, se le apuntó a que tanto locales como visitantes conocieran primero que todo la actualidad del turismo en el departamento del Guainía, orientando a la comunidad en general sobre la importancia que es el conocimiento y el buen uso de este tema en la región y fuera de ella.

Al terminar esta pasantía se puede dar la conclusión que se realizaron las actividades plateadas y se planteó la necesidad de seguir promocionando al departamento del Guainía como lugar turístico, ya sea por medio de plataformas digitales siendo este el mejor acceso y con la mejor facilidad de obtener información, logrando por medio de la misma el posicionamiento de la región como promotor turístico.

Capítulo 6 Recomendaciones

Se recomienda realizar constante actualización de la información plasmada en la revista, con el fin de brindar información pertinente a los turistas.

- Crear o fortalecer asociaciones turísticas en el departamento.
- Gestionar proyectos de inversión que permitan a las comunidades tecnificar su idea de vender una experiencia.
- Capacitar a los líderes turísticos de la región.
- Invertir presupuesto en una campaña ardua de city marketing que incluya estrategias de divulgación a gran escala.
- Hacer uso de las tecnologías para llegar a más personas en todo el mundo, mostrando las maravillas que el Guainía tiene para ofrecer.
- Fomentar el sentido de pertenencias por parte tanto de las comunidades indígenas como de los colonos, para garantizar así el consumo local de todos los productos que tienen que ver con el turismo.

Referencias

Asamblea Nacional Constituyente, Constitución política de Colombia. (1991). *Asamblea Nacional Constituyente*. Obtenido de Constitución política de Colombia: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig/procesos-misionales/facilitacion-del-comercio-y-defensa-comercial/constitucion-politica/constitucion-politica-de-colombia-5.aspx

Betancur Gálvez, C. (s.f.). *BTODigital*. Obtenido de <https://btodigital.com/city-marketing/>

Congreso de la República de Colombia, Ley 1004. (30 de Diciembre de 2005). *Congreso de la República de Colombia*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1004_2005.html

Congreso de la República de Colombia, Ley 1101. (22 de Noviembre de 2006). *Congreso de la República de Colombia*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.camarabaq.org.co/wp-content/uploads/2019/08/ley1101de2006.pdf

Congreso de la República de Colombia, Ley 1110. (17 de Diciembre de 2006). *Congreso de la República de Colombia*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.mincit.gov.co/getattachment/59f78f9f-8709-47ca-9a7c-8cc05d275c2f/Ley-1110-de-2006-Por-la-cual-se-decreta-el-Presupu.aspx#:~:text=(diciembre%2027)-,Por%20la%20cual%20se%20decreta%20el%20Presup

Congreso de la República de Colombia, Ley 1558. (10 de Julio de 2012). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48321#:~:text=La%20presente%20ley%20tiene%20por,atractivos%20tur%C3%ADsticos%20nacionales%2C%20resguardando%20el>

Congreso de la República de Colombia, Ley 300. (26 de Julio de 1996). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8634>

Congreso de la República de Colombia, Ley 32. (8 de Marzo de 1990). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66143>

Congreso de la República de Colombia, Ley 48. (1993). *Congreso de la República de Colombia*.

Obtenido de Ley 48:

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=8633>

Congreso de la República de Colombia, Ley 590. (10 de Julio de 2000). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=12672>

Congreso de la República de Colombia, Ley 63. (1989). *Congreso de la República de Colombia*.

Obtenido de

https://www.redjurista.com/Documents/ley_63_de_1989_congreso_de_la_republica.aspx#/

Congreso de la República de Colombia, Ley 677 . (3 de Agosto de 2001). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=69733#:~:text=PAR%C3%81GRAFO.->

,El%20Gobierno%20Nacional%20podr%C3%A1%20extender%20los%20beneficios%20de%20las%20Zonas,a%20cuatro%20municipios%20fronterizos%20establecidos.

Congreso de la República de Colombia, Ley 679. (3 de Agosto de 2001). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de chrome-

extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclclefindmkaj/http://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_col_ley_679_2001.pdf

Congreso de la República de Colombia, Ley 7. (16 de Enero de 1991). *Congreso de la República*

de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=67199#:~:text=El%20Gobierno%20Nacional%20regular%C3%A1%20el,las%20compa%C3%B1%C3%ADas%20nacionales%20de%20transporte.>

Congreso de la República de Colombia, Ley 872. (30 de Diciembre de 2003). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=11232>

Congreso de la República de Colombia, Ley 905. (2 de Agosto de 2004). *Congreso de la*

República de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=14501>

Congreso de la República de Colombia, Ley 963. (8 de Julio de 2004). *Congreso de la República*

de Colombia. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=17028#:~:text=Se%20establecen%20los%20contratos%20de,existentes%20en%20el%20territorio%20nacional.>

Gobernación del Guainía. (16 de 02 de 2023). *REVISTA DIGITAL VIVE LA AVENTURA*.

Obtenido de <https://www.guainia.gov.co/secretaria-de-agricultura/revista-digital-vive-la-aventura-883191>

Mendoza Álvarez , S. F., & Quispe Huamaní , J. R. (31 de 10 de 2017). *Estrategias para*

identificar el perfil del turista. Obtenido de repositorioacademico.upc.edu.pe:

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/622923/Quispe_hj.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (12 de 09 de 2022). *GOV.CO*. Obtenido de

<https://www.mincit.gov.co/ministerio/normograma-sig>

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO. (s.f.). *UNWTO*. Obtenido de

<https://www.unwto.org/es/tourism-and-culture>

Ortega Martínez, E., & Rodríguez Herráez, B. (s.f.). LA COMUNICACION EN LOS
DESTINOS TURISTICOS: PERCEPCION DE LOS RESIDENTES EN ESPAÑA.

Palma Pérez, M. (s.f.). *Universidad de la Rioja*. Obtenido de
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7400578.pdf>

Apéndices

Apéndice A Portada revista digital didáctica “Guainía vive la Aventura”



Fuente: Autor del Proyecto

Apéndice B Entrevista realizada a Visitantes

ENTREVISTA A VISITANTES

Fecha: 10/NOV/22 Hora: 11:30 AM
 Lugar de la entrevista: AEROPUERTO DE INTIRIDA - GUAINIA
 Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
 Entrevistado (a): SULLY VAREGAS
 Nombre: SULLY VAREGAS
 Edad: 20 años
 Género: FEMENINO
 De donde proviene: BOGOTÁ

Introducción
 El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Por qué decidieron venir al departamento del Guainía?
POR SUS PAISAJES, LA VERDAD UNOS AMIGOS NOS ENVIARON UNAS FOTOS Y A MI MAMÁ Y A MI NOS GUSTA MUCHO EL TEMA DE NATURALEZA Y NOS ANIMAMOS EN VENIR A CONOCER JUNTAS.
- ¿Qué expectativa tiene con el departamento del Guainía?
CONEXIÓN PLENA CON LA NATURALEZA, ES ALGO QUE NO VOY A ENCONTRAR EN BOGOTÁ
- ¿Tiene algún plan turístico para realizar en la región o solo busca que hacer?
VENIMOS A AVENTURARNOS, NO TENEMOS UN PLAN, SOLO UNAS RECOMENDACIONES POR PARTE DE UN AMIGO CERCANO QUE HA VENIDO.
- ¿Con cuántas personas suele viajar?
VIAJO CON MI MAMÁ, SIEMPRE VIAJAMOS JUNTAS
- Basado en su experiencia, ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?
QUE HAGAN USO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y ELABOREN YA SEA CARTILLAS O INCLUSO UNA REVISTA O VIDEOS QUE COMPLEMENTEN CON INFORMACION ACTUAL DE LO QUE LA REGIÓN PROMOCIONA. INCLUSO ESO AYUDA A PROMOCIONAR EL TURISMO DE ESTE DPTO.

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, esta entrevista será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

ENTREVISTA A VISITANTES

Fecha: 10/NOV/22 Hora: 11:30 AM
 Lugar de la entrevista: AEROPUERTO DE INTIRIDA - GUAINIA
 Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
 Entrevistado (a): ANA ANGELICA ORTIZ
 Nombre: ANA ANGELICA ORTIZ
 Edad: 30 años
 Género: FEMENINO
 De donde proviene: BARRANQUILLA

Introducción
 El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Por qué decidieron venir al departamento del Guainía?
¡Llegué con mi familia a ver algunos familiares que no veíamos desde hace años y de paso a conocer
- ¿Qué expectativa tiene con el departamento del Guainía?
Conocer el por que mi familia están tan maravillados aquí, me habla de sus paisajes, su cultura su gente, yo espero aprender el conocer
- ¿Tiene algún plan turístico para realizar en la región o solo busca que hacer?
No tengo algo que me diga hacia donde ir o que conocer
- ¿Con cuántas personas suele viajar?
¡ Viaje con mi familia
- Basado en su experiencia, ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?
Aquí hace mucha falta para nosotros los visitantes una herramienta llamada video, revista o página web que nos informe más a cerca de la parte turística de acá, incluso yo veo lugares aquí que en internet no se encuentra.

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, esta entrevista será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

Figura 27

Entrevista a Visitantes

ENTREVISTA A VISITANTES

Fecha: 10 de Noviembre/22 Hora: 10:00 am

Lugar de la entrevista: Ininda- Guainía

Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
Pasante

Entrevistado (a)
Nombre: Diana Alvarado
Edad: 35 años
Género: Femenino
De donde proviene: Cauca

Introducción
El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Por qué decidieron venir al departamento del Guainía?
Vine al departamento del Guainía a visitar un lugar que me recomendaron mucho y a pesar de que Villavo es algo similar no se compara con la naturaleza que me dicen que voy a encontrar.
- ¿Qué expectativa tiene con el departamento del Guainía?
Tranquilidad paz y conocer nuevas experiencias.
- ¿Tiene algún plan turístico para realizar en la región o solo busca que hacer?
NO, solo me recomendaron un lugar que son los cerros del Mavicare Pero no tengo una ruta establecida.
- ¿Con cuantas personas suele viajar?
Siempre suelo viajar sola
- Basado en su experiencia, ¿Que cree usted que le hace falta al de

Fuente: Autor del Proyecto

Apéndice C Locales del Departamento del Guainía

ENTREVISTA A LOCALES/PROPIOS

Fecha: _____ Hora: _____
 Lugar: _____
 Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
 Pasante

Entrevistado (a)
 Nombre: Natalia Varón
 Edad: 29 años
 Género: Femenino

Introducción
 El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Usted es consumidor del turismo local, es decir hace uso de los diferentes planes o lugares turísticos que ofrece el departamento del Guainía?
 Es lo que más me gusta de este dpto los lugares que uno puede encontrar aquí es por eso que me gusta cada fin de semana pasear en estos sitios.
- ¿Cuál es el plan turístico que más consume?
 Ir a lugares como los cerros del maviacure, ir a los caños y consumir la gastronomía que aquí elaboran
- ¿Tiene un plan turístico definido o solo busca que hacer?
 No, yo sola realizo como o para donde programarme
- ¿Consumo el turismo solo, en familia o con su grupo de amigos?
 Me voy siempre con mi familia creo que es mejor.
- ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?
 Aquí hay una falencia grande y es que el turista que llega no sabe que a parte de los cerros también hay más lugares turísticos y bonitos por eso es necesario que el dpto cree una estrategia virtual que también contribuya con el medio ambiente pero que este actualizado.

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, esta entrevista será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

ENTREVISTA A LOCALES/PROPIOS

Fecha: 10/11/22 Hora: 10:40 am
 Lugar: _____
 Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
 Pasante

Entrevistado (a)
 Nombre: Julio Cesar Parra
 Edad: 29 años
 Género: Masculino

Introducción
 El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Usted es consumidor del turismo local, es decir hace uso de los diferentes planes o lugares turísticos que ofrece el departamento del Guainía?
 Si, usualmente me gusta contribuir a consumir lo nuestro lo que el dpto del Guainía nos ofrece los ríos los caños o consumir nuestra gastronomía es muy bueno y muy recomendable
- ¿Cuál es el plan turístico que más consume?
 los cerros Maviacure ir a ver la flora de la zona
 la estrella fluvia/
 los caños
- ¿Tiene un plan turístico definido o solo busca que hacer?
 Conozco el plan turístico que promocionan los que practican eso feroz, ellos suelen decir la ruta.
- ¿Consumo el turismo solo, en familia o con su grupo de amigos?
 Suele ir en familia
- ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?
 Le hace falta que usen uso de la tecnología para que los turistas puedan conocer más nuestro departamento que implementen el uso de las plataformas digitales para que elaboren una estrategia ya sea una revista, folleto, video, etc de los lugares que digno se promocionan

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, esta entrevista será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

Figura 28

Entrevista a Locales/Propios

ENTREVISTA A LOCALES/PROPIOS

Fecha: 10 de Nov 22 Hora: 11:35 am
 Lugar: Departamento del Guainía
 Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
 Entrevistado(a): Cesar Augusto Perez
 Nombre: Cesar Augusto Perez
 Edad: 45
 Género: Masculino

Introducción
 El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Usted es consumidor del turismo local, es decir hace uso de los diferentes planes o lugares turísticos que ofrece el departamento del Guainía?
La verdad no conozco mucho acerca de los planes que hay aquí, de pronto los carros y algunas canchales.
- ¿Cuál es el plan turístico que más consume?
Lo gastronómico, tomar manaca y Ceje o ir al Pajují a tomar caldo de pescado.
- ¿Tiene un plan turístico definido o solo busca que hacer?
Ninguno
- ¿Consumo el turismo solo, en familia o con su grupo de amigos?
A veces solo o en familia cuando salimos a caminar o tomarnos un caje que es lo que más venden aquí.
- ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?
Mayor información, uno aquí no tiene información que le hace falta de los que promocionan el turismo, solo noticias media sabemos. Hace falta que ven o le den uso a esas pantallas, revistas que se ven para uno estar informado aquí hay mucho lugar bonito.

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, esta entrevista será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

ENTREVISTA A LOCALES/PROPIOS

Fecha: 12-11-22 Hora: 2 Pm
 Lugar: Comunidad MOO Nuevo
 Entrevistadora: Whendy Dayana Molina Sandoval
 Entrevistado(a): Wilman A. Miravida
 Nombre: Wilman A. Miravida
 Edad: 28
 Género: Masculino

Introducción
 El propósito de esta entrevista es fortalecer el turismo en el departamento del Guainía, por medio de una estrategia que arroje una herramienta el cual permita persuadir al turista o locales de manera positiva, evidenciando todas las posibles acciones que puede llegar a realizar en el Departamento.

Preguntas:

- ¿Usted es consumidor del turismo local, es decir hace uso de los diferentes planes o lugares turísticos que ofrece el departamento del Guainía?
Si
- ¿Cuál es el plan turístico que más consume?
Valearios y gastronomía
- ¿Tiene un plan turístico definido o solo busca que hacer?
En el departamento del Guainía siempre habra nuevas cosas por descubrir.
- ¿Consumo el turismo solo, en familia o con su grupo de amigos?
Familia y amigos
- ¿Que cree usted que le hace falta al departamento del Guainía para que le permita una información clara y precisa a los locales y turistas?
Crear una estrategia digital con información actualizada donde le brinden al turista y a nosotros como locales opción para disfrutar de este bello departamento.

Observaciones: Agradezco el tiempo para realizar esta entrevista, recuerde que lo dicho de manera verbal, esta entrevista será uso exclusivo para la elaboración de un proyecto de grado con fines turísticos y sus datos no serán expuestos a otras personas.

Fuente: Autor del Proyecto

Apéndice D Fotografías Entrevistas a Propios y a Visitantes

Figura 29

Aplicación Encuesta Propios



Fuente: Autor del proyecto

Figura 30 *Aplicación Encuesta Propios*

Fuente: Autor del proyecto



Fuente: Autor del proyecto

Apéndice E Recopilación de información



Fuente: Autor del Proyecto

Figura 31*Entrevista*

Fuente: Autor del proyecto

Figura 32*Entrevista*

Fuente: Autor del proyecto

Apéndice F Pantallazo Publicación de la revista en la página web de la entidad

The screenshot shows the website <https://www.guainia.gov.co/>. The main navigation bar includes: Inicio, Transparencia y acceso a la información pública, Servicios de atención a la ciudadanía, Participa, Noticias, and Normatividad. The featured article is titled "REVISITA DIGITAL VIVE LA AVENTURA" and is dated "Hace 4 horas". It is published by the "Secretaría de Agricultura" and describes the development of digital tools to promote tourism. To the right, there are two other news items: "FORTALECEMOS LA EDUCACIÓN DEL GUAINÍA MEDIANTE NUEVOS DOCENTES" (dated "Hace 2 días") and "Rendición de cuentas Informe de Gestión vigencia 2022" (dated "Hace 2 días") with a "PARTICIPA" button and a "6 Mb" file size. A "SOLICITA INFORMACIÓN" button is located at the bottom right.

<https://www.guainia.gov.co/>

Fuente: Autor del Proyecto

Apéndice G Pantallazo de la publicación de la revista en redes sociales



Fuente: Autor del Proyecto