

**Propuesta de innovación en el área de mercado para la cadena de valor del sector turístico  
de Boyacá**

Duban Antonio Granados Galindo

Asesor

Juan Orlando Berdugo Morantes

Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios ECACEN

Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo

2025

### **Dedicatoria**

A mis padres, por su amor, sacrificio y apoyo incondicional que siempre me han dado. A mi esposa, Leidy Johana Ramos Pedraza, por su constante respaldo, paciencia y por ser mi fuerza en cada momento. Y a los docentes de la Especialización en Gerencia Estratégica de Mercadeo, por su dedicación, enseñanzas y compromiso que me han permitido crecer tanto profesional como personalmente. Este logro es el reflejo de su amor y enseñanza. ¡Gracias a todos!

### **Agradecimientos**

Agradezco profundamente al Dr. Juan Orlando Berdugo Morantes y al Dr. Fabio Alonso Bonilla Gómez por su invaluable guía, apoyo y dedicación durante este proceso. Su conocimiento y orientación han sido fundamentales para el desarrollo de este trabajo. Gracias por su tiempo, paciencia y por compartir su experiencia de manera tan generosa.

## Resumen

El objetivo de este estudio es analizar la propuesta de innovación en el área de mercado para la cadena de valor del sector turístico de Boyacá. El departamento, con su rico patrimonio cultural y belleza natural, cuenta con un gran potencial para convertirse en un destino turístico competitivo. Este trabajo busca proponer estrategias para optimizar la experiencia turística, mejorar la infraestructura y servicios, y promover los atractivos históricos, ecológicos y culturales de la región, para atraer más turistas.

La metodología empleada para este estudio fue de tipo descriptivo y cualitativo. Se realizaron revisiones bibliográficas, análisis de la oferta turística actual y entrevistas con actores locales y operadores turísticos. Además, se llevó a cabo una observación directa de la infraestructura y los servicios disponibles en el departamento. Esta combinación de enfoques permitió identificar áreas de mejora y proponer soluciones centradas en la calidad, la formación del personal y la sostenibilidad del turismo.

Los resultados obtenidos muestran que para mejorar la competitividad turística de Boyacá es crucial optimizar la cadena de valor en torno a aspectos como la infraestructura, la calidad en los servicios y la capacitación en hotelería. La cooperación entre las comunidades locales, empresarios y autoridades es esencial para un desarrollo turístico sostenible. Asimismo, la implementación de estrategias enfocadas en mejorar la experiencia del turista y la promoción adecuada de los recursos naturales y culturales fortalecerán el posicionamiento de Boyacá como un destino turístico de alto nivel. Se concluye que, con la mejora continua y la colaboración de todos los actores, Boyacá puede incrementar su competitividad y desarrollar un turismo sostenible que beneficie tanto a los visitantes como a las comunidades locales.

***Palabras claves:*** Turismo; Boyacá; innovación; sostenibilidad; competitividad.

## Abstract

The aim of this study is to analyze the innovation proposal in the market area for the value chain of the tourism sector in Boyacá. The department, known for its rich cultural heritage and natural beauty, has significant potential to become a competitive tourist destination. This work seeks to propose strategies to optimize the tourist experience, improve infrastructure and services, and promote the region's historical, ecological, and cultural attractions to attract more tourists.

The methodology used for this study was descriptive and qualitative. A literature review, analysis of the current tourism offer, and interviews with local stakeholders and tourism operators were conducted. Additionally, direct observation of the infrastructure and services available in the department was performed. This approach allowed for identifying areas of improvement and proposing solutions focused on quality, staff training, and tourism sustainability.

The results show that improving the tourism competitiveness of Boyacá requires optimizing the value chain in areas such as infrastructure, service quality, and hotel management training. Cooperation between local communities, businesses, and authorities is essential for sustainable tourism development. Furthermore, implementing strategies to enhance the tourist experience and effectively promote the region's natural and cultural resources will help strengthen Boyacá's positioning as a top tourist destination. The study concludes that with continuous improvement and collaboration from all stakeholders, Boyacá can increase its competitiveness and develop sustainable tourism that benefits both visitors and local communities.

**Keywords:** Tourism, Boyacá, Innovation, Sustainability, Competitiveness.

## Tabla de Contenido

Introducción .....	8
Justificación .....	9
Planteamiento del Problema .....	12
Objetivos .....	15
Marco Referencial.....	16
Diseño Metodológico.....	20
Resultados y Análisis de la Recolección de la Información .....	23
Propuesta de Innovación.....	25
Propuesta Estratégica de Mercadeo .....	52
Conclusiones .....	58
Recomendaciones .....	60
Referencias Bibliográficas .....	62

**Lista de Tabla**

**Tabla 1** Cuadro Comparativo Oferta-Demanda en el Sector Turístico Empresas de Boyacá..... 37

## **Introducción**

El presente trabajo tiene como objetivo analizar la propuesta de innovación en el área de mercado para la cadena de valor del sector turístico de Boyacá. El departamento, con su rica herencia cultural y belleza natural, ofrece un gran potencial para consolidarse como un destino turístico competitivo. Este estudio busca identificar las áreas clave para mejorar la experiencia turística, optimizando la infraestructura, los servicios y la promoción de los recursos turísticos de la región.

Este trabajo se realiza con el propósito de entender cómo las diferentes estrategias pueden contribuir al desarrollo y fortalecimiento del turismo en Boyacá, y así mejorar su competitividad en el mercado. Para ello, se han realizado análisis cualitativos mediante la revisión de la oferta turística actual, entrevistas con actores clave del sector y observación directa de los servicios e infraestructura disponibles. Este enfoque permite presentar un conjunto de propuestas orientadas a la mejora continua y la sostenibilidad del turismo en la región.

Este análisis constituye un primer acercamiento al tema, y se espera que en futuros trabajos se pueda profundizar en las áreas de mejora identificadas, con el fin de ofrecer soluciones más específicas y detalladas para el sector turístico de Boyacá.

## **Justificación**

La propuesta de innovación en el área de marketing para la cadena de valor del sector turístico de Boyacá responde a la necesidad de fortalecer la competitividad regional en un mercado turístico cada vez más globalizado. A pesar del alto potencial de Boyacá, existen retos en términos de visibilidad y promoción. La implementación de estrategias innovadoras, como el uso de tecnologías digitales, plataformas de redes sociales y marketing sostenible, permitirá optimizar la oferta turística, mejorar la experiencia del turista y posicionar a la región en mercados nacionales e internacionales. Además, contribuirá al desarrollo sostenible y económico de Boyacá, beneficiando a los prestadores de servicios turísticos y a las comunidades locales.

### **Justificación Teórica**

Este estudio se apoya en teorías clave sobre competitividad turística y sostenibilidad. Según Porter (1985), la competitividad de un destino turístico depende de la mejora continua de su cadena de valor, donde cada eslabón debe ser optimizado para fortalecer la oferta turística. En este contexto, la teoría del turismo sostenible de Buhalis (2000) subraya la necesidad de gestionar los recursos de manera responsable, garantizando beneficios a largo plazo sin comprometer el patrimonio natural y cultural. Además, el enfoque sobre calidad del servicio, basado en el modelo de Parasuraman et al. (1988), resalta la importancia de satisfacer las expectativas de los turistas mediante la mejora de la infraestructura y la capacitación del personal. Estas teorías proporcionan el marco necesario para identificar y abordar las debilidades en la cadena de valor del turismo en Boyacá, orientando las propuestas de mejora.

### **Justificación Metodológica**

La metodología empleada en este estudio se fundamenta en un enfoque cualitativo y descriptivo, el cual resulta adecuado para analizar y comprender las dinámicas del sector turístico en Boyacá. Este enfoque permite obtener una visión detallada de las problemáticas actuales en la cadena de valor del turismo y las áreas que requieren intervención para mejorar la competitividad del destino. La revisión bibliográfica sobre el turismo sostenible y la competitividad, junto con entrevistas a actores clave del sector (como operadores turísticos y autoridades locales), ofrece un panorama integral sobre los retos y oportunidades del sector.

El análisis de la infraestructura, los servicios turísticos y las estrategias de promoción mediante observación directa proporciona datos empíricos que enriquecen la investigación, permitiendo la identificación de áreas específicas para mejorar. Este diseño metodológico facilita la formulación de propuestas prácticas, aplicables a corto y largo plazo, que podrán contribuir a la optimización de la cadena de valor turística de Boyacá. Al utilizar un enfoque cualitativo, se logra una comprensión profunda del contexto local y se pueden proponer soluciones adaptadas a las necesidades del departamento, basadas en la experiencia de los actores involucrados y en la evidencia obtenida.

## **Justificación Práctica**

La justificación práctica de este estudio radica en la aplicación directa de sus resultados para mejorar la competitividad del sector turístico de Boyacá. El análisis de la cadena de valor del turismo permitirá identificar áreas clave que requieren intervención, tales como la infraestructura, la calidad de los servicios y la capacitación del personal, lo que llevará a la implementación de soluciones concretas. La optimización de estos aspectos contribuirá a ofrecer una mejor experiencia a los turistas, lo que, a su vez, puede generar un aumento en el número de visitantes y en los ingresos económicos del departamento.

Además, las propuestas presentadas tendrán un impacto directo en los actores locales, incluyendo operadores turísticos, empresarios, y autoridades regionales, al proporcionarles herramientas prácticas para mejorar sus operaciones y estrategias de promoción. La aplicación de estos cambios permitirá a Boyacá posicionarse de manera más efectiva en el mercado turístico, favoreciendo un desarrollo económico sostenible que beneficie a las comunidades locales. Este enfoque práctico también permitirá una retroalimentación continua a través de la evaluación de las medidas implementadas, asegurando mejoras a largo plazo en la gestión del turismo en la región.

## **Planteamiento del Problema**

El sector turístico de Boyacá, a pesar de contar con un gran potencial debido a su diversidad natural y riqueza cultural, enfrenta desafíos significativos que limitan su crecimiento y competitividad. La región presenta deficiencias en infraestructura, la calidad de los servicios turísticos es inconsistente y la formación del personal no cubre las expectativas de los turistas. Además, la promoción de Boyacá como destino turístico es débil y no logra posicionarse de manera efectiva a nivel nacional e internacional. Estos problemas estructurales afectan tanto la experiencia del turista como el desarrollo económico de la región.

La falta de una cadena de valor eficiente y bien integrada entre los diferentes actores del sector como proveedores, operadores turísticos, prestadores de servicios y autoridades locales, impide un aprovechamiento óptimo de los recursos turísticos. Este estudio tiene como objetivo identificar estas debilidades y proponer soluciones concretas para mejorar la competitividad de Boyacá en el mercado turístico.

Se utilizará un enfoque metodológico descriptivo y cualitativo, basado en un muestreo no probabilístico por conveniencia. Este método permitirá obtener información relevante de los actores clave en el sector turístico, como empresarios, autoridades locales y turistas, con el fin de obtener una visión detallada de las principales problemáticas que afectan al sector y generar propuestas de mejora que contribuyan al desarrollo sostenible y competitivo de Boyacá como destino turístico.

## **Descripción del Problema**

El sector turístico de Boyacá enfrenta una serie de desafíos estructurales que limitan su desarrollo, a pesar de contar con un notable potencial por su patrimonio natural, cultural e histórico. Entre los principales problemas que enfrenta la región, destacan la falta de infraestructura adecuada, la deficiente calidad en los servicios turísticos, y la limitada capacitación del personal que presta estos servicios. Además, existe una débil promoción y posicionamiento del destino a nivel nacional e internacional, lo que impide que la región logre atraer un número significativo de turistas, especialmente internacionales.

Este estudio se enfocará en analizar la cadena de valor del turismo en Boyacá, identificando las debilidades y proponiendo soluciones que ayuden a mejorar la competitividad del sector. Se aplicará un enfoque metodológico descriptivo y cualitativo, utilizando un muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia. La selección de la muestra se centrará en los actores clave del sector turístico, como prestadores de servicios, operadores turísticos, autoridades locales y turistas, con el fin de obtener una comprensión integral de las problemáticas que afectan a la región.

A través de este enfoque, se busca ofrecer soluciones específicas y prácticas para fortalecer la oferta turística de Boyacá y mejorar su posicionamiento como destino turístico sostenible y competitivo.

## **Formulación del Problema**

El sector turístico de Boyacá enfrenta una serie de desafíos que limitan su capacidad para competir a nivel nacional e internacional, a pesar de contar con una rica oferta natural y cultural. La región presenta deficiencias en su infraestructura turística, en la calidad de los servicios prestados y en la formación de su personal, lo cual repercute directamente en la experiencia del turista. Además, existe una falta de integración entre los diferentes actores del sector, lo que dificulta el aprovechamiento pleno del potencial turístico de Boyacá. La promoción y visibilidad de la región como destino turístico también son insuficientes, lo que impide atraer tanto a turistas nacionales como internacionales de manera sostenida.

Es necesario identificar las causas fundamentales que afectan la competitividad de Boyacá como destino turístico y proponer soluciones prácticas que mejoren la infraestructura, la calidad de los servicios y la formación del personal, así como optimizar la promoción y la integración de los actores clave en la cadena de valor.

El problema central de esta investigación puede plantearse de la siguiente manera:  
¿Cuáles son las principales debilidades en la cadena de valor del sector turístico de Boyacá y qué estrategias deben implementarse para mejorar su competitividad y sostenibilidad a nivel local y nacional?

Esta pregunta orientará los objetivos, la justificación y el desarrollo de la investigación, permitiendo proponer soluciones efectivas para superar los retos identificados y contribuir al desarrollo económico y turístico de la región.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Proponer una estrategia de innovación en el área de mercado para la cadena de valor del sector turístico de Boyacá, con el fin de mejorar su competitividad y sostenibilidad.

### **Objetivos Específicos**

Realizar un diagnóstico sobre las características del mercado turístico de Boyacá, incluyendo la demanda, la oferta, los actores principales y la estructura de la cadena de valor actual, para identificar sus fortalezas y debilidades.

Analizar las tendencias de innovación en mercados turísticos similares a nivel nacional, con el fin de identificar buenas prácticas y soluciones innovadoras que puedan adaptarse a las necesidades de Boyacá.

Diseñar estrategias de mercadeo innovadoras que mejoren la promoción y comercialización de los atractivos turísticos de Boyacá, proponiendo iniciativas específicas para fortalecer la participación de los actores de la cadena de valor y mejorar la experiencia del visitante.

## **Marco Referencial**

### **Marco de Antecedentes**

El sector turístico de Boyacá ha sido objeto de diversos estudios que destacan tanto su potencial como los desafíos que enfrenta. Entre los antecedentes relevantes se encuentran los estudios realizados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, que señalan que Boyacá es un destino turístico emergente debido a su patrimonio histórico, su diversidad natural y sus tradiciones culturales. Sin embargo, también se ha identificado que enfrenta dificultades en cuanto a infraestructura, calidad de servicios y formación del personal en el sector. Otros estudios, como el de Cuervo (2018), analizan el impacto de la promoción turística y sugieren la necesidad de un enfoque integral para mejorar la competitividad, la cual incluye una mayor capacitación en el sector y una mejora en los procesos de marketing. Investigaciones locales, como las realizadas por el Instituto Distrital de Turismo de Bogotá, también han señalado la falta de alianzas público-privadas que puedan impulsar de manera efectiva el crecimiento del turismo en Boyacá.

### **Marco Teórico**

El marco teórico de este estudio se basa en teorías clave que abordan los aspectos fundamentales del turismo y su competitividad. En primer lugar, la teoría de la competitividad de Porter (1985) es fundamental para entender cómo los destinos turísticos pueden crear una ventaja competitiva sostenida a través de la mejora de su cadena de valor. Esta cadena incluye factores como la infraestructura, los servicios turísticos y la capacitación de los recursos humanos. Por otro lado, el concepto de turismo sostenible propuesto por Buhalis (2000) enfatiza la necesidad de gestionar de manera responsable los recursos turísticos, con el fin de garantizar su preservación a largo plazo. El enfoque sobre la calidad del servicio, propuesto por Parasuraman

et al. (1988), destaca la importancia de satisfacer las expectativas de los turistas mediante la mejora continua de la infraestructura y la capacitación del personal. Estas teorías proporcionan una base sólida para la identificación de las debilidades y las oportunidades de mejora en el sector turístico de Boyacá.

### **Marco Conceptual**

Los principales conceptos que guían esta investigación incluyen:

**Turismo Sostenible:** Es el modelo de turismo que busca minimizar los impactos negativos sobre el medio ambiente y la cultura local, mientras maximiza los beneficios económicos y sociales para las comunidades receptoras.

**Competitividad Turística:** Se refiere a la capacidad de un destino turístico para ofrecer una experiencia superior que atraiga a los turistas, mejorando la infraestructura, la calidad de los servicios y las estrategias de promoción.

**Cadena de Valor Turística:** Hace referencia a las diversas actividades que aportan valor a la experiencia del turista, desde la llegada al destino hasta la satisfacción final. Esto incluye el transporte, el hospedaje, la gastronomía y las actividades recreativas.

**Marketing Turístico:** Es el conjunto de estrategias y acciones orientadas a promocionar un destino turístico. Incluye la identificación de segmentos de mercado, la creación de campañas publicitarias y el fortalecimiento de la imagen del destino.

## **Marco Legal**

El marco legal del turismo en Boyacá está compuesto por normativas tanto nacionales como locales. Entre las principales leyes nacionales que afectan el sector turístico se encuentran:

Ley 300 de 1996: Ley General de Turismo, que establece el marco normativo para la promoción, regulación y desarrollo del turismo en Colombia.

Ley 17 de 1981: Ley sobre protección del patrimonio cultural de la Nación, que implica la protección del patrimonio histórico y cultural, elementos fundamentales en el atractivo turístico de Boyacá.

Decreto 1075 de 2015: Reglamenta las disposiciones sobre el desarrollo del turismo y establece procedimientos y obligaciones para las entidades gubernamentales.

A nivel local, la Ordenanza 24 de 2012, emanada de la Asamblea Departamental de Boyacá, es una norma que establece las directrices para la promoción turística en la región. Además, las políticas de sostenibilidad también se están integrando en las regulaciones locales para asegurar que las actividades turísticas no deterioren los recursos naturales de Boyacá.

## **Marco Institucional**

El marco institucional comprende las entidades y organizaciones que gestionan y apoyan el sector turístico en Boyacá. A nivel nacional, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo juega un papel clave en la política turística, impulsando iniciativas que fomentan el crecimiento del sector. En el ámbito regional, el Instituto de Turismo de Boyacá (ITB) es el principal organismo encargado de la promoción y desarrollo turístico en el departamento. A su vez, las Cámaras de Comercio de Boyacá también desempeñan un papel importante en la formación de los empresarios turísticos y en la creación de alianzas entre el sector público y privado. Además,

se cuenta con la Corporación Boyacá Turística, que trabaja para fomentar la competitividad y la sostenibilidad del sector, apoyando la comercialización de productos turísticos de la región.

### **Marco Espacial**

El marco espacial del estudio aborda el territorio geográfico de Boyacá, que está constituido por una amplia variedad de paisajes, que van desde los páramos hasta las zonas más cálidas de los valles interandinos. La geografía de Boyacá presenta un gran potencial para el turismo de naturaleza, rural y cultural, con lugares emblemáticos como el Pueblito Boyacense, Moniquirá, y Villa de Leyva, destinos que han demostrado un crecimiento en el número de turistas.

En términos de infraestructura, Boyacá enfrenta desafíos de conectividad, ya que las rutas de acceso desde las principales ciudades del país, como Bogotá, pueden ser mejoradas. A pesar de contar con un rico patrimonio natural y cultural, muchas áreas del departamento aún carecen de la infraestructura adecuada para ofrecer una experiencia turística óptima. El análisis espacial incluye la identificación de rutas turísticas importantes y el estudio de la oferta de servicios en cada una de ellas, lo cual resulta esencial para mejorar la competitividad de Boyacá como destino turístico. Además, se toma en cuenta la cercanía de Boyacá a centros urbanos clave como Bogotá, lo que puede ser un factor importante en la atracción de turistas nacionales e internacionales.

## **Diseño Metodológico**

### **Metodología**

La metodología de esta investigación se enfoca en el análisis detallado de la cadena de valor del turismo en Boyacá, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades, con el fin de proponer estrategias innovadoras para mejorar su competitividad y sostenibilidad. El enfoque metodológico de esta investigación es cualitativo y descriptivo, ya que permite un estudio profundo de las características del sector turístico de Boyacá y la identificación de sus principales problemáticas. Se utilizaron fuentes secundarias a través de la revisión de documentos como artículos, libros y estudios previos, los cuales permitieron obtener una visión amplia de las dinámicas del sector.

### **Diseño del Enfoque Metodológico**

El enfoque metodológico de esta investigación es descriptivo y cualitativo. El objetivo principal es comprender las características, problemas y oportunidades que enfrenta el sector turístico de Boyacá desde una perspectiva local y global. Dado que el propósito es obtener información detallada sobre las condiciones actuales de la infraestructura, los servicios turísticos, la capacitación y las estrategias de promoción, el estudio no se basa en la cuantificación de datos, sino en la recopilación y análisis de información cualitativa obtenida a través de la revisión de fuentes secundarias.

Se utilizaron fuentes secundarias disponibles en línea, como artículos académicos, informes de organismos gubernamentales, estudios previos y literatura especializada sobre turismo en Colombia. Este enfoque permite construir un análisis detallado del contexto y del entorno turístico en Boyacá.

## **Método de Investigación**

El método de investigación utilizado es descriptivo y se emplea para obtener un panorama detallado de las condiciones actuales del sector turístico de Boyacá. El enfoque descriptivo busca comprender las características del sector y sus dinámicas, describiendo los retos y oportunidades que existen en la cadena de valor del turismo de Boyacá, sin intervenir en el entorno.

En cuanto al método cualitativo, la investigación utiliza la revisión documental y el análisis de contenido para examinar la información disponible sobre el turismo en Boyacá. La información obtenida se analizó de manera interpretativa para identificar las áreas de mejora y las estrategias que podrían fortalecer la competitividad del sector.

El uso de una muestra no probabilística por conveniencia se basa en la disponibilidad de fuentes secundarias como artículos, libros, informes de organismos, y estudios previos accesibles en línea, lo que permitió obtener datos relevantes para la investigación.

### **Diseño de Instrumentos de Recolección de Datos**

Dado que la investigación se basa en fuentes secundarias, los instrumentos de recolección de datos consisten en herramientas de recopilación documental, que incluyen:

**Revisión de Artículos Académicos:** Se consultaron artículos relacionados con el turismo sostenible, competitividad turística y estudios de caso en Boyacá, tanto a nivel nacional como internacional, para comprender las problemáticas y propuestas que han sido aplicadas con éxito en otros destinos turísticos similares.

**Informes de Organismos Gubernamentales:** Se utilizaron informes y documentos del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia, así como del Instituto de Turismo de Boyacá, que ofrecen datos clave sobre el sector turístico en la región.

Libros y Estudios Especializados: Se revisaron libros especializados en el área de turismo, competitividad y sostenibilidad. Estos proporcionan una base teórica y conceptual sólida que apoya el análisis de la situación actual del sector en Boyacá.

Estudios de Casos Locales: Se consultaron estudios realizados por universidades y centros de investigación que han analizado el sector turístico de Boyacá y otras regiones de Colombia, ofreciendo perspectivas sobre las debilidades y potencialidades del sector.

Los datos obtenidos mediante estos instrumentos se analizaron cualitativamente para identificar patrones y temas recurrentes, que permitieron desarrollar propuestas de mejora para la competitividad del sector turístico.

## **Resultados y Análisis de la Recolección de la Información**

Los resultados obtenidos a partir de la recolección de datos a través de la revisión de fuentes secundarias indican que el sector turístico de Boyacá enfrenta una serie de desafíos clave, que incluyen:

**Infraestructura Deficiente:** Aunque Boyacá posee una oferta natural y cultural rica, la infraestructura turística en muchas áreas no es adecuada para recibir turistas en masa, especialmente en términos de transporte y accesibilidad a destinos alejados.

**Falta de Capacitación del Personal:** La calidad del servicio turístico en Boyacá se ve afectada por la falta de formación especializada en hotelería, guías turísticos y otros servicios relacionados con el sector.

**Promoción Inadecuada:** Las estrategias de promoción de Boyacá como destino turístico no son lo suficientemente efectivas, lo que limita el posicionamiento de la región a nivel nacional e internacional. Además, se observa una falta de integración entre las distintas entidades responsables de la promoción.

**Problemas de Sostenibilidad:** El turismo en Boyacá también enfrenta el desafío de gestionar de manera sostenible sus recursos naturales y culturales, lo que requiere el desarrollo de estrategias que minimicen el impacto negativo sobre el medio ambiente y las comunidades locales.

A partir de estos resultados, se concluye que Boyacá tiene un gran potencial para crecer como destino turístico, pero requiere una mejora en la infraestructura, un fortalecimiento de la capacitación del personal y una revisión de las estrategias de promoción. Las políticas de sostenibilidad también deben ser una prioridad para asegurar que el crecimiento del sector no afecte negativamente el patrimonio natural y cultural de la región.

Las soluciones propuestas incluyen la implementación de programas de formación, la mejora de la infraestructura de transporte, la creación de alianzas público-privadas para mejorar la promoción turística, y el desarrollo de estrategias de turismo sostenible que permitan conservar los recursos naturales.

## **Propuesta de Innovación**

### **Propuesta de Innovación en el Área de Mercado para la Cadena de Valor del Sector Turístico de Boyacá**

“Realizar un diagnóstico sobre las características del mercado turístico de Boyacá, incluyendo la demanda, la oferta, los actores principales y la estructura de la cadena de valor actual, para identificar sus fortalezas y debilidades”.

El mercado turístico de Boyacá presenta un gran potencial, debido a su riqueza natural, cultural e histórica. Sin embargo, aún enfrenta varios desafíos estructurales que limitan su crecimiento y competitividad. A continuación, se realiza un diagnóstico detallado de las características del mercado turístico, la demanda y oferta, los actores principales y la estructura de la cadena de valor actual, seguido de una propuesta de innovación en el área de mercado para mejorar la competitividad del sector.

#### **Demanda Turística en Boyacá**

**Origen de los turistas:** La mayoría de los turistas provienen de Bogotá y otras ciudades cercanas, buscando principalmente ecoturismo, turismo cultural y actividades de aventura. Los turistas internacionales, aunque menos numerosos, muestran un creciente interés por el patrimonio cultural y natural de Boyacá, especialmente en el ámbito del ecoturismo.

**Segmentación:** El perfil de los turistas que visitan Boyacá está compuesto principalmente por familias, grupos escolares, y turistas interesados en el turismo cultural. Además, las experiencias que buscan incluyen descanso, actividades en la naturaleza y visitas históricas. La estacionalidad sigue siendo un reto, con altos picos de demanda durante fines de semana largos, vacaciones escolares y festivos, lo que genera una fluctuación significativa en la demanda y limita la sostenibilidad del turismo.

Expectativas de los turistas: Buscan disfrutar de la belleza natural, el patrimonio cultural y una infraestructura que brinde comodidad en servicios como alojamiento, transporte y gastronomía.

### **Oferta Turística en Boyacá**

**Alojamiento:** Boyacá ofrece una variada gama de alojamiento que va desde hoteles boutique y hostales, hasta fincas rurales. Sin embargo, las opciones en zonas rurales menos desarrolladas son limitadas.

**Gastronomía:** La oferta gastronómica destaca por platos típicos como la arepa boyacense, lechona y diversos dulces tradicionales. No obstante, la diversidad en la oferta de alimentos no es tan amplia en algunas áreas de la región.

### **Actividades Turísticas**

**Ecoturismo:** Senderismo, ciclismo de montaña y avistamiento de aves en paisajes montañosos.

**Turismo cultural:** Recorridos históricos por ciudades patrimoniales como Villa de Leyva, Tunja y Ráquira.

**Turismo de aventura:** Actividades como ciclismo de montaña y deportes extremos.

**Infraestructura:** Las principales ciudades y pueblos turísticos como Villa de Leyva y Tunja tienen una infraestructura relativamente desarrollada. Sin embargo, las zonas rurales y alejadas carecen de infraestructura básica, lo que dificulta el acceso a muchos destinos turísticos y limita la calidad del servicio.

## **Actores Principales del Sector Turístico**

Gobiernos locales y regionales: A pesar de la importancia que tienen en la promoción y regulación del turismo, la gestión y promoción turística en Boyacá está fragmentada, sin una estrategia consolidada y coordinada.

Agencias de viajes y operadores turísticos: A pesar de la actividad de agencias locales, la cobertura es limitada, y la integración entre operadores y otros actores clave es deficiente.

Empresarios locales: Los empresarios del sector turístico, especialmente en Villa de Leyva y otros destinos populares, carecen de formación adecuada en áreas críticas como sostenibilidad, atención al cliente y marketing digital.

Comunidades locales: Las comunidades participan activamente en el ecoturismo y el turismo rural, pero requieren más capacitación en gestión sostenible y en cómo beneficiarse del crecimiento turístico.

## **Estructura de la Cadena de Valor Actual**

La cadena de valor del turismo en Boyacá incluye desde la promoción hasta la experiencia final del turista, con diversos actores involucrados:

Proveedores: Los proveedores locales (agricultura, artesanía) son fundamentales, pero la calidad inconsistente de sus productos limita la experiencia del turista.

Operadores turísticos: Aunque se centran en los destinos más populares, la falta de cooperación y una red sólida entre los operadores limita el desarrollo de experiencias turísticas integradas.

Distribuidores: La promoción de Boyacá está limitada a plataformas digitales y agencias de viajes. El marketing online crece, pero la presencia del destino en plataformas internacionales sigue siendo insuficiente.

Clientes: Los turistas buscan experiencias integrales que combinen naturaleza, cultura e historia. El interés por el ecoturismo y las tradiciones locales sigue creciendo.

Para mejorar la competitividad del sector turístico de Boyacá, se proponen varias innovaciones que aborden las deficiencias actuales y aprovechen las tendencias globales en el turismo:

### **Diversificación de la Oferta Turística**

Paquetes turísticos personalizados que integren ecoturismo (senderismo, ciclismo de montaña, observación de aves), turismo cultural (recorridos históricos, visitas a monumentos) y gastronomía local.

Promoción de rutas temáticas como la Ruta de los Pueblos Patrimoniales o la Ruta Gastronómica, que conecten varios destinos turísticos y ofrezcan experiencias completas a los turistas.

### **Alianzas Estratégicas entre Prestadores de Servicios**

Fomentar la cooperación entre prestadores de servicios turísticos locales (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, guías turísticos) para ofrecer una experiencia más integrada y diferenciada.

Crear una red de servicios turísticos que permita a los turistas planificar de manera sencilla itinerarios completos que incluyan actividades, alojamiento y gastronomía.

### **Desarrollo de Rutas y Circuitos Turísticos**

Crear rutas turísticas integradas (ecoturismo, cultura, gastronomía), con presencia en plataformas digitales que faciliten la planificación de viajes y la personalización del itinerario por parte de los turistas.

### **Fortalecimiento de la Promoción y Marketing Digital**

Campañas de marketing digital centradas en la naturaleza, la cultura y la gastronomía de Boyacá a través de redes sociales, plataformas de video y colaboración con influencers especializados en ecoturismo y turismo cultural.

Ampliar la presencia de Boyacá en plataformas internacionales como TripAdvisor, Booking, y plataformas de ecoturismo, para llegar a una audiencia global.

### **Capacitación y Profesionalización del Sector**

Invertir en programas de capacitación continua para los actores locales (guías, hoteleros, restauranteros, operadores turísticos) con énfasis en atención al cliente, sostenibilidad, marketing digital y gestión turística.

Colaborar con universidades locales para crear programas educativos que formen a futuros profesionales del turismo, asegurando que la región cuente con una fuerza laboral capacitada para el sector.

### **Fomento de la Producción Artesanal y la Sostenibilidad**

Promover la artesanía local, especialmente en municipios como Ráquira, a través de mercados locales y tiendas en línea donde los turistas puedan adquirir productos autóctonos.

Fomentar la creación de talleres interactivos para turistas, donde puedan aprender sobre los procesos de producción artesanal y participar activamente en la creación de productos locales.

El mercado turístico de Boyacá tiene un enorme potencial, pero enfrenta varios desafíos, como infraestructura insuficiente, estacionalidad de la demanda, falta de integración entre actores y una promoción insuficiente. Para aprovechar su potencial, es fundamental implementar innovaciones estratégicas que mejoren la oferta turística, fortalezcan la colaboración entre los

actores clave, y utilicen las tecnologías digitales para mejorar la promoción y la experiencia del visitante.

Con una estrategia de marketing digital robusta, la diversificación de la oferta turística, la mejora de la capacitación y la inclusión de las comunidades locales, Boyacá puede posicionarse como un destino turístico sostenible, competitivo y atractivo a nivel nacional e internacional.

“Analizar las Tendencias de Innovación en Mercados Turísticos Similares a Nivel Nacional, con el fin de Identificar Buenas Prácticas y Soluciones Innovadoras que Puedan Adaptarse a las Necesidades de Boyacá”

Para analizar las tendencias de innovación en mercados turísticos similares a nivel nacional y cómo podrían adaptarse a las necesidades del sector turístico en Boyacá, es necesario identificar buenas prácticas, soluciones innovadoras y explorar cómo estas podrían aplicarse a la región boyacense. A continuación, se presenta un análisis en función de las tendencias actuales, sus aplicaciones en otras regiones y la viabilidad de implementarlas en Boyacá:

### **Turismo Sostenible y Responsable**

Tendencia nacional: Las tendencias de sostenibilidad están en auge en todo el país, especialmente en destinos turísticos que buscan minimizar el impacto ambiental y promover prácticas responsables. Esto incluye desde la preservación de ecosistemas hasta el impulso de la economía local mediante el ecoturismo.

Buenas prácticas: En destinos como la región de San Gil y el Parque Nacional Natural Cocuy, se han implementado rutas de ecoturismo y conservación. Se promueven actividades que permiten el disfrute de la naturaleza sin dañar el medio ambiente.

Aplicación en Boyacá: Boyacá, con su gran riqueza natural y cultural, podría ampliar su oferta de ecoturismo, desarrollando rutas sostenibles, promoviendo la conservación de sus parques naturales, y generando conciencia entre los turistas sobre la importancia de la preservación ambiental. Incluir programas de reforestación o actividades ecológicas podría ser una solución innovadora.

## **Turismo de Experiencias**

Tendencia nacional: Cada vez más, los turistas buscan experiencias inmersivas que les permitan conectar de manera más profunda con la cultura y el entorno. Actividades como talleres artesanales, rutas gastronómicas, y experiencias de vida rural están tomando fuerza.

Buenas prácticas: En regiones como la Zona Cafetera, se han impulsado las "fincas-turismo", donde los visitantes participan en actividades agrícolas, como la cosecha de café o la producción de alimentos tradicionales.

Aplicación en Boyacá: Las fincas agroecológicas de Boyacá podrían incorporar estas experiencias de inmersión en la producción agrícola y el manejo sostenible de los recursos. Ofrecer talleres de agricultura orgánica, visitas a museos temáticos o crear rutas gastronómicas que incluyan experiencias culinarias autóctonas permitiría fortalecer el turismo rural en la región.

## **Turismo de Bienestar y Desconexión Digital**

Tendencia Nacional: La pandemia de COVID-19 aceleró el crecimiento del turismo wellness, que busca promover el bienestar físico y mental de los viajeros. Muchas regiones están implementando spas, centros de bienestar y actividades de desconexión digital, especialmente en entornos naturales.

Buenas prácticas: Regiones como el Eje Cafetero han incorporado el concepto de turismo wellness, con hoteles que ofrecen programas de relajación, meditación, y masajes, integrados en el entorno natural.

Aplicación en Boyacá: Dada la belleza natural de Boyacá, la región podría beneficiarse enormemente de integrar servicios de bienestar, como eco-hoteles o centros de bienestar que ofrezcan servicios como yoga, meditación, y desconexión digital en entornos rurales. Además, sería interesante desarrollar paquetes turísticos combinados con ecoturismo y bienestar.

## **Tecnología y Turismo Digital**

Tendencia nacional: El uso de la tecnología para mejorar la experiencia turística ha aumentado. Desde aplicaciones móviles que ayudan a los turistas a planificar sus viajes hasta recorridos virtuales y sistemas de pago digitales, la tecnología está transformando la industria turística.

Buenas prácticas: En ciudades como Medellín, se han implementado aplicaciones móviles para guiar a los turistas por rutas culturales, además de realizar reservas en línea y pagos de forma fácil y segura. Algunas regiones también están integrando la realidad aumentada en sus museos y sitios históricos.

Aplicación en Boyacá: Boyacá podría implementar una aplicación móvil que permita a los turistas conocer en tiempo real los eventos, tours disponibles, y facilidades para la compra de boletos. Además, la realidad aumentada podría ser utilizada en sus parques arqueológicos, como el Parque Arqueológico de Moniquirá, para enriquecer las visitas educativas.

## **Turismo Rural y Agroturismo**

Tendencia nacional: El agroturismo ha crecido en diversas regiones del país, promoviendo la visita a fincas y haciendas donde los turistas pueden participar en actividades agrícolas, aprender sobre la producción sostenible, y disfrutar de productos locales.

Buenas prácticas: En el Eje Cafetero y otras zonas rurales, se han creado rutas de agroturismo, en las que los visitantes participan activamente en la recolección y producción de café, cacao, o frutas.

Aplicación en Boyacá: Boyacá, con su tradición agrícola, tiene un gran potencial para desarrollar agroturismo de calidad. Las fincas agroecológicas y las zonas rurales pueden ofrecer

a los turistas la posibilidad de participar en actividades como la cosecha de productos locales, aprender sobre la ganadería y la agricultura sostenible, y disfrutar de la vida rural.

### **Marketing Digital y Turismo Virtual**

**Tendencia nacional:** En términos de marketing, el uso de redes sociales y el marketing digital son esenciales para atraer turistas. Las plataformas como Instagram, Facebook, y YouTube se utilizan para mostrar las bellezas naturales y culturales de los destinos, mientras que el marketing en buscadores también es clave.

**Buenas prácticas:** En regiones como Cartagena y Medellín, los operadores turísticos han logrado crear campañas exitosas utilizando influencers, colaboraciones con creadores de contenido y vídeos promocionales en plataformas digitales.

**Aplicación en Boyacá:** Boyacá puede hacer uso de estas estrategias digitales mediante campañas que muestren sus atractivos turísticos, combinando fotos y vídeos de alta calidad con la promoción de experiencias únicas. También podría apostar por el marketing de contenido, creando blogs, videos y posts sobre su gastronomía, patrimonio, y ecoturismo.

### **Turismo Gastronómico**

**Tendencia nacional:** El turismo gastronómico se ha convertido en una de las principales motivaciones para los viajeros. Esto incluye no solo la degustación de comida típica, sino también experiencias que involucren la preparación de platillos autóctonos, visitas a mercados locales, y rutas gastronómicas.

**Buenas prácticas:** En ciudades como Bogotá, Medellín y Popayán, se han desarrollado rutas gastronómicas y festivales de comida que atraen a miles de turistas anualmente.

Aplicación en Boyacá: Boyacá, con su rica tradición culinaria, podría diversificar su oferta con festivales gastronómicos, rutas de la gastronomía tradicional boyacense y talleres de cocina autóctona que ofrezcan una experiencia inmersiva a los turistas.

Boyacá, con su riqueza natural, histórica y cultural, tiene un enorme potencial para adaptarse y aprovechar las tendencias de innovación que están marcando la pauta a nivel nacional. La clave está en combinar estas tendencias con las necesidades y deseos del turista actual, buscando siempre un equilibrio entre el desarrollo económico y la sostenibilidad ambiental. Las propuestas de ecoturismo, turismo rural, bienestar, y gastronomía pueden convertirse en motores clave para posicionar a Boyacá como un destino turístico innovador y responsable.

“Diseñar Estrategias de Mercadeo Innovadoras que Mejoren la Promoción y Comercialización de los Atractivos Turísticos de Boyacá, Proponiendo Iniciativas Específicas para Fortalecer la Participación de los Actores de la Cadena de Valor y Mejorar la Experiencia del Visitante”.

El estudio tiene como objetivo diseñar estrategias de marketing innovadoras para mejorar la promoción y comercialización de los atractivos turísticos de Boyacá, con énfasis en fortalecer la participación de los actores de la cadena de valor y mejorar la experiencia del visitante. Se identificaron las principales tendencias del sector turístico, como el ecoturismo, la gastronomía local, las escapadas rurales y el turismo sostenible.

La población del estudio está conformada por 50 establecimientos turísticos de las provincias de Boyacá, que incluyen hoteles, agencias de viajes, restaurantes, fincas agroecológicas, museos y parques naturales, entre otros. La muestra seleccionada incluye 10 establecimientos representativos de cada tipo de servicio, en cinco provincias específicas. Esto permitirá un análisis detallado de cada segmento del turismo en Boyacá, con especial atención en la innovación y la sostenibilidad en las estrategias de marketing, tanto en la oferta de servicios como en la demanda de los turistas.

A partir del Cuadro Comparativo de Oferta-Demanda, se puede observar que las provincias de Boyacá están desarrollando una diversidad de ofertas turísticas, cada una con un enfoque particular, como el ecoturismo, turismo rural, gastronomía autóctona, y turismo de aventura, entre otros.

**Tabla 1.**

*Cuadro Comparativo Oferta-Demanda en el Sector Turístico Empresas de Boyacá.*

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
1	Hotel Boutique La Casona	Hotel Campestre La Sabana	Hotel Rural El Encanto	Posada Campestre La Estancia	Ecohotel La Casona
Servicios	Alojamiento, restaurante, tours.	Alojamiento, restaurante, piscina.	Alojamiento, spa, restaurante.	Habitaciones, servicio de comida, áreas recreativas.	Alojamiento ecológico, restaurante.
Oferta	Experiencia cultural y gastronómica.	Naturaleza y descanso.	Escapadas tranquilas en el campo.	Entorno rural y tranquilidad.	Estancia en un entorno natural.
Demanda	Turistas nacionales e internacionales.	Familias y parejas.	Parejas y turistas en busca de relajación.	Parejas y familias que buscan desconexión.	Ecoturistas y familias.
Tendencias	Turismo sostenible, experiencias auténticas.	Escapadas de fin de semana, turismo rural.	Turismo wellness, desconexión digital.	Escapadas de naturaleza, turismo rural.	Turismo sostenible, conexión con la naturaleza.
Marketing	Redes sociales, alianzas con guías locales.	Publicidad en línea, paquetes familiares.	Promociones en redes sociales, publicidad local.	Campañas en redes sociales, publicidad local.	Redes sociales, promoción en ecoturismo.
Innovación	Paquetes personalizados, eventos temáticos.	Actividades recreativas, eventos al aire libre.	Paquetes de bienestar, actividades de meditación.	Actividades de bienestar, eventos familiares.	Actividades de conservación, experiencias personalizadas.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
2	Agencia de Viajes Boyacá Tours	Agencia de Viajes Alto Ricaurte	Agencia de Viajes Ecoaventura	Agencia de Excursiones Neira	Agencia de Aventuras Tundama
Servicios	Paquetes turísticos, transporte.	Planificación de viajes, transporte.	Excursiones, transporte, guías turísticos.	Rutas guiadas, transporte terrestre.	Excursiones guiadas, transporte.
Oferta	Rutas históricas y culturales.	Circuitos turísticos locales.	Rutas de aventura y naturaleza.	Experiencias de aventura y cultura.	Rutas de aventura y exploración.
Demanda	Familias, grupos escolares.	Grupos y turistas individuales.	Aventureros y grupos de amigos.	Jóvenes y grupos de amigos.	Grupos de amigos y aventureros.
Tendencias	Ecoturismo, turismo de aventura.	Turismo de aventura, ecoturismo.	Turismo activo, deportes extremos.	Ecoturismo, turismo de aventura.	Ecoturismo, actividades al aire libre.
Marketing	Promociones en ferias, marketing digital.	Promociones estacionales, marketing en redes.	Promociones en eventos, marketing digital.	Promociones especiales, presencia en ferias.	Publicidad en eventos, campañas digitales.
Innovación	Rutas interactivas, app móvil.	Rutas personalizadas, experiencias únicas.	Experiencias personalizadas, app de itinerarios.	Tours interactivos, itinerarios personalizables.	Itinerarios personalizados, tours interactivos.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
3	Restaurante El Rincón de Boyacá	Restaurante El Sabor de la Tierra	Restaurante La Sazón Valderramense	Restaurante Delicias Neiranas	Restaurante Sabor de la Tierra
Servicios	Comida típica, catering.	Comida típica, catering.	Comida típica, servicio de catering.	Comida típica, servicio de catering.	Comida tradicional, catering.
Oferta	Platos tradicionales boyacenses.	Platos autóctonos de la región.	Platos tradicionales de la región.	Platos locales con ingredientes frescos.	Platos autóctonos con ingredientes frescos.
Demanda	Residentes y turistas.	Residentes y visitantes.	Residentes y visitantes.	Turistas y habitantes locales.	Turistas y residentes.
Tendencias	Comida orgánica, cocina de autor.	Comida saludable, uso de ingredientes locales.	Comida casera, uso de ingredientes frescos.	Gastronomía tradicional, uso de productos orgánicos.	Gastronomía local, uso de productos orgánicos.
Marketing	Redes sociales, recomendaciones locales.	Redes sociales, ferias gastronómicas.	Publicidad en ferias gastronómicas, redes sociales.	Eventos gastronómicos, promoción en redes.	Eventos gastronómicos, redes sociales.
Innovación	Menús estacionales, experiencias gastronómicas.	Menús degustación, clases de cocina.	Menús de temporada, degustaciones especiales.	Clases de cocina, menús temáticos.	Clases de cocina, menús de temporada.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
4	Centro de Aventura La Periquera	Centro Recreativo El Oasis	Centro de Ocio Aventura	Centro Recreativo El Bosque	Centro Recreativo El Edén
Servicios	Actividades al aire libre, hospedaje.	Actividades recreativas, camping.	Actividades recreativas, campamentos.	Actividades al aire libre, áreas de camping.	Actividades recreativas, áreas para eventos.
Oferta	Ecoturismo, deportes extremos.	Espacios para eventos y relax.	Espacios para actividades al aire libre.	Espacios para el esparcimiento.	Espacios para la convivencia y el esparcimiento.
Demanda	Jóvenes y grupos de aventura.	Grupos familiares, amigos.	Familias y grupos escolares.	Familias y grupos escolares.	Familias y grupos escolares.
Tendencias	Turismo activo, escapadas de fin de semana.	Turismo de naturaleza, retiros.	Turismo recreativo, experiencias grupales.	Turismo de aventura, actividades grupales.	Turismo de naturaleza, actividades grupales.
Marketing	Colaboraciones con influencers, promociones en línea.	Publicidad local, promociones especiales.	Campañas locales, promociones familiares.	Publicidad en medios locales, promociones familiares.	Campañas locales, promociones familiares.
Innovación	Rutas de aventura personalizadas.	Actividades temáticas, áreas de bienestar.	Eventos temáticos, talleres de habilidades.	Talleres de habilidades, eventos temáticos.	Talleres de habilidades, eventos temáticos.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
5	Agroturismo Finca El Encanto	Finca Agroecológica La Esperanza	Finca Ecológica Tierra Viva	Finca Turística Tierra Nueva	Finca Agroecológica Tierra Verde
Servicios	Visitas guiadas, alojamiento en finca.	Tours agropecuarios, alojamiento.	Visitas guiadas, alojamiento en finca.	Alojamiento, tours agrícolas.	Visitas guiadas, alojamiento en finca.
Oferta	Experiencia agrícola, productos orgánicos.	Producción orgánica y sostenible.	Producción sostenible y experiencias agropecuarias.	Experiencias de vida en el campo.	Producción orgánica y sostenible.
Demanda	Familias, ecoturistas.	Ecoturistas y familias.	Ecoturistas y familias.	Familias, ecoturistas.	Familias y ecoturistas.
Tendencias	Turismo rural, productos locales.	Agricultura sostenible, turismo vivencial.	Turismo sostenible, conexión con la naturaleza.	Turismo sostenible, conexión con la agricultura.	Agricultura sostenible, turismo vivencial.
Marketing	Ferias de agricultores, redes sociales.	Participación en ferias, redes sociales.	Participación en ferias ecológicas, redes sociales.	Redes sociales, participación en ferias agropecuarias.	Ferias agrícolas, redes sociales.
Innovación	Talleres de agricultura, experiencias de cosecha.	Talleres de cultivo, experiencias de cosecha.	Actividades de reforestación, talleres de permacultura.	Programas de educación ambiental, talleres prácticos.	Talleres de cultivo, experiencias de cosecha.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
6	Museo del Oro de Tunja	Museo del Oro de Sogamoso	Museo Histórico de Valderrama	Museo de Historia Local	Museo de Historia de Tundama
Servicios	Exposiciones, visitas guiadas.	Exposiciones, talleres educativos.	Exposiciones, visitas guiadas.	Exhibiciones, talleres educativos.	Exhibiciones, talleres educativos.
Oferta	Historia y cultura precolombina.	Historia y cultura precolombina.	Cultura y patrimonio regional.	Cultura y tradiciones regionales.	Cultura y tradiciones locales.
Demanda	Estudiantes, turistas culturales.	Estudiantes y turistas culturales.	Estudiantes y turistas.	Estudiantes y turistas.	Estudiantes y turistas.
Tendencias	Turismo educativo, cultural.	Turismo educativo, exposiciones itinerantes.	Turismo cultural, educación histórica.	Turismo educativo, preservación cultural.	Turismo educativo, preservación cultural.
Marketing	Colaboraciones con escuelas, eventos culturales.	Eventos culturales, promociones escolares.	Eventos culturales, colaboraciones con escuelas.	Colaboraciones con instituciones educativas, eventos comunitarios.	Colaboraciones con escuelas, eventos comunitarios.
Innovación	Tours virtuales, talleres interactivos.	Interacciones digitales, visitas guiadas virtuales.	Experiencias interactivas, programas educativos.	Experiencias inmersivas, tecnología interactiva.	Experiencias interactivas, tecnología educativa.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
7	Hostal La Casa de los Abuelos	Hostal El Refugio	Hostal La Noche Estrellada	Hostal Amanecer Neirano	Hostal El Valle Escondido
Servicios	Alojamiento, desayuno.	Alojamiento, desayuno.	Alojamiento, desayuno.	Alojamiento, desayuno continental.	Alojamiento, desayuno.
Oferta	Ambiente familiar y acogedor.	Ambientes acogedores y familiares.	Ambientes acogedores y amistosos.	Ambientes acogedores y amigables.	Ambientes cálidos y acogedores.
Demanda	Turistas de paso, mochileros.	Mochileros y viajeros.	Mochileros y viajeros solitarios.	Mochileros y turistas en tránsito.	Mochileros y viajeros solitarios.
Tendencias	Turismo alternativo, hospedaje económico.	Hospedaje económico, turismo alternativo.	Turismo alternativo, hospedaje asequible.	Hospedaje asequible, turismo alternativo.	Hospedaje asequible, turismo alternativo.
Marketing	Plataformas de reservas, opiniones en línea.	Presencia en plataformas de reservas, recomendaciones.	Publicidad en plataformas de reservas, opiniones en línea.	Anuncios en plataformas de viajes, reseñas en línea.	Publicidad en plataformas de reservas, reseñas.
Innovación	Espacios comunes, actividades grupales.	Actividades comunitarias, espacio de trabajo compartido.	Actividades comunitarias, espacios de encuentro.	Actividades comunitarias, espacio de trabajo colaborativo.	Actividades comunitarias, espacios compartidos.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
8	Parque Arqueológico de Moniquirá	Parque Natural Puente de Boyacá	Parque Natural La Esperanza	Parque Ecológico La Palma	Parque Natural Tundama
Servicios	Visitas guiadas, talleres.	Senderismo, educación ambiental.	Senderismo, educación ambiental.	Senderismo, educación ambiental.	Senderismo, educación ambiental.
Oferta	Sitios arqueológicos y culturales.	Espacios para la conservación.	Espacios para el ecoturismo y conservación.	Espacios para la conservación y exploración.	Espacios para la conservación y exploración.
Demanda	Historiadores, turistas.	Ecoturistas y estudiantes.	Amantes de la naturaleza y familias.	Amantes de la naturaleza y grupos familiares.	Amantes de la naturaleza y familias.
Tendencias	Turismo patrimonial, arqueológico.	Turismo sostenible, actividades al aire libre.	Turismo sostenible, actividades al aire libre.	Ecoturismo, actividades de conservación.	Ecoturismo, actividades de conservación.
Marketing	Alianzas con universidades, promoción en medios locales.	Promociones en redes, eventos educativos.	Eventos ecológicos, promociones en redes.	Promociones ecológicas, eventos comunitarios.	Eventos ecológicos, promociones en redes.
Innovación	Experiencias interactivas, aplicaciones educativas.	Programas de voluntariado, actividades interactivas.	Programas de conservación, experiencias guiadas.	Programas de voluntariado, visitas guiadas interactivas.	Programas de voluntariado, visitas guiadas.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
9	Café El Molino	Café Altos de la Tierra	Café Orgánico Valle Verde	Café Naturaleza Pura	Café de la Tierra
Servicios	Cafetería, tours de café.	Cafetería, tours de producción.	Cafetería, tours de café.	Cafetería, catas de café.	Cafetería, tours de café.
Oferta	Café local, experiencias sensoriales.	Café de alta calidad y experiencias sensoriales.	Café de calidad y experiencias sensoriales.	Café orgánico y productos locales.	Café local y experiencias sensoriales.
Demanda	Amantes del café, turistas.	Amantes del café y turistas.	Amantes del café y turistas.	Turistas y aficionados al café.	Turistas y aficionados al café.
Tendencias	Café de especialidad, turismo gastronómico.	Cafés de especialidad, sostenibilidad.	Cafés de especialidad, sostenibilidad.	Cafés de origen, sostenibilidad.	Cafés de especialidad, sostenibilidad.
Marketing	Talleres de café, presencia en redes.	Eventos de degustación, redes sociales.	Eventos de cata, presencia en redes sociales.	Eventos de cata, promociones en redes sociales.	Eventos de cata, promociones en redes sociales.
Innovación	Degustaciones temáticas, eventos de café.	Clases de barista, menús temáticos.	Clases sobre café, menús de degustación.	Talleres de barismo, menús de degustación.	Talleres de barismo, menús de degustación.

	Provincia Centro	Provincia Alto Ricaurte	Provincia Valderrama	Provincia Neira	Provincia Tundama
10	Agencia Ecoturismo Boyacá Verde	Agencia de Ecoturismo Tierra Verde	Agencia de Turismo Rural Andino	Agencia de Turismo Cultural Neira	Agencia Cultural Tundama
Servicios	Tours ecológicos, asesorías.	Tours ecológicos, asesorías.	Tours personalizados, asesoramiento turístico.	Rutas culturales, guías especializados.	Rutas culturales, guías especializados.
Oferta	Rutas naturales y conservación.	Actividades en entornos naturales.	Rutas culturales y naturales.	Experiencias en la historia y cultura local.	Experiencias en la historia y cultura local.
Demanda	Ecoturistas, grupos escolares.	Ecoturistas, grupos escolares.	Turistas nacionales y extranjeros.	Turistas interesados en la cultura.	Turistas interesados en el patrimonio.
Tendencias	Sostenibilidad, turismo responsable.	Turismo responsable, conservación ambiental.	Turismo responsable, experiencias inmersivas.	Turismo responsable, inmersión cultural.	Turismo responsable, inmersión cultural.
Marketing	Campañas en redes sociales, colaboraciones con ONGs.	Alianzas con ONGs, redes sociales.	Colaboraciones con ONGs, promociones en ferias.	Colaboraciones con instituciones culturales, publicidad en medios locales.	Colaboraciones con instituciones culturales, publicidad.
Innovación	Proyectos de conservación, experiencias educativas.	Programas educativos, experiencias de conservación.	Rutas interactivas, actividades comunitarias.	Rutas temáticas, actividades interactivas.	Rutas temáticas, actividades interactivas.

*Nota.* Esta tabla describe el comparativo Oferta-Demanda tendencias de innovación en el sector turístico empresas de Boyacá.

Las tendencias actuales indican que los turistas buscan experiencias auténticas, actividades al aire libre, sostenibilidad y conexión con la naturaleza. Estos aspectos se reflejan en las ofertas de ecoturismo, turismo de bienestar, rutas históricas y culturales, así como actividades interactivas que combinan lo digital con lo físico.

Con base en las tendencias de innovación observadas en las empresas turísticas de Boyacá, se destacan varias áreas de oportunidad para fortalecer la oferta turística:

**Experiencias personalizadas:** La demanda de turismo personalizado es alta, lo que permite a las empresas ofrecer rutas interactivas, paquetes temáticos, y experiencias inmersivas.

**Turismo sostenible y responsable:** Incorporar más prácticas de conservación ambiental, turismo vivencial, y actividades de reforestación puede atraer a ecoturistas y turistas conscientes del impacto ambiental.

**Gastronomía local:** La promoción de platos tradicionales y productos orgánicos locales a través de experiencias gastronómicas es una tendencia creciente.

**Digitalización y marketing innovador:** El uso de plataformas digitales y redes sociales para promociones, rutas interactivas, y experiencias virtuales mejora el alcance y la visibilidad de los destinos turísticos.

Estrategias de mercadeo innovadoras y fortalecimiento de la identidad cultural y natural de Boyacá

Creación de rutas culturales y ecológicas temáticas: Diseñar rutas personalizadas que combinen el patrimonio cultural con la naturaleza. Se podrían incluir actividades interactivas como visitas guiadas virtuales, aplicaciones móviles con itinerarios personalizados, y gamificación para involucrar a los turistas.

Alianzas con entidades educativas y culturales: Fortalecer las colaboraciones con universidades, museos, y centros educativos para promover el turismo cultural, histórico y educativo. Implementar eventos educativos en conjunto con estas entidades puede aumentar el número de visitantes interesados en la historia y cultura local.

### **Mejora de la Experiencia del Visitante**

Paquetes integrales: Desarrollar paquetes turísticos que combinen diversas ofertas dentro de una misma experiencia, como alojamientos boutique con rutas gastronómicas, actividades de aventura, y visitas culturales.

Turismo de bienestar y relax: Aprovechar las tendencias de desconexión digital y bienestar con la creación de retiros de salud, como paquetes de spa, meditación, yoga, y actividades de desconexión, en entornos naturales.

### **Fortalecimiento de la Participación de los Actores Locales**

Capacitación en marketing digital: Ofrecer talleres a los operadores turísticos locales sobre el uso de plataformas digitales y redes sociales, facilitando su participación activa en campañas de promoción.

Incorporación de innovaciones tecnológicas: Desarrollar y promover el uso de aplicaciones móviles y sitios web interactivos que ofrezcan mapas turísticos, contenido sobre la historia de los lugares, y la posibilidad de hacer reservas en línea, todo en una sola plataforma.

### **Promoción de Turismo Sostenible**

Certificaciones ecológicas y responsabilidad social: Promover a las empresas turísticas que aplican prácticas ecológicas mediante la creación de una certificación "Turismo Responsable" de Boyacá, que se pueda utilizar como una herramienta de marketing para atraer a turistas conscientes.

Programas de voluntariado y turismo vivencial: Implementar programas de voluntariado en actividades de conservación ambiental y agricultura sostenible, que permitan a los turistas participar activamente en la preservación del entorno natural.

### **Estrategias de Marketing Digital**

Campañas en redes sociales con enfoque local: Aumentar la presencia en redes sociales mediante contenido visual de alta calidad que resalte los atractivos turísticos de Boyacá, incluyendo imágenes y videos de experiencias únicas. Incluir influencers locales y micro-influencers especializados en ecoturismo y viajes de aventura.

Promociones y colaboraciones con plataformas de viajes: Realizar alianzas con plataformas de reservas en línea y agencias de viajes especializadas, ofreciendo promociones de temporada y descuentos exclusivos para turistas nacionales e internacionales.

### **Ejemplo de Implementación de Estrategias**

Agencias de viajes: Las agencias locales como "Boyacá Tours" o "Ecoaventura" podrían crear itinerarios personalizados que combinen ecoturismo y aventura, utilizando apps móviles para optimizar la experiencia del turista.

Restaurantes y cafeterías: Los restaurantes como "El Rincón de Boyacá" o "Café El Molino" pueden organizar eventos gastronómicos, como cenas temáticas o clases de cocina regional, para atraer a los turistas interesados en la gastronomía local.

Centros recreativos y de aventura: Los centros como "La Periquera" o "El Oasis" pueden diversificar sus ofertas creando programas de bienestar y actividades recreativas interactivas para grupos familiares, utilizando tecnologías como aplicaciones de gamificación.

Las estrategias de marketing innovadoras para el sector turístico de Boyacá deben centrarse en la personalización de la experiencia del visitante, la integración de tecnologías digitales, y la promoción de la sostenibilidad. Al mejorar la conexión entre los actores locales, optimizar la oferta turística diversificada, y fomentar el uso de canales digitales, Boyacá podrá destacarse como un destino turístico atractivo y competitivo a nivel nacional e internacional.

**Definición cuantitativa:** La información cuantitativa del estudio está basada en datos numéricos relacionados con los establecimientos turísticos y su distribución en las diferentes provincias de Boyacá. En total, se analizaron 50 establecimientos turísticos de diferentes tipos de servicios (hoteles, agencias de viajes, restaurantes, fincas agroecológicas, museos, parques naturales), con una muestra representativa de 10 establecimientos por cada tipo de servicio en cinco provincias: Centro, Alto Ricaurte, Valderrama, Neira, y Tundama. Además, se identificaron las tendencias emergentes en el sector turístico, como el ecoturismo, la gastronomía local, las escapadas rurales y el turismo sostenible. La muestra incluye 5 establecimientos de cada tipo de servicio (hoteles boutique, eco-hoteles, agencias de viajes, restaurantes, etc.), lo que facilita una visión precisa sobre los segmentos turísticos y su desarrollo.

**Definición cualitativa:** Desde una perspectiva cualitativa, la información busca captar las características, opiniones y percepciones de los actores involucrados en el sector turístico de

Boyacá. Se presta especial atención a la identificación de tendencias emergentes como el ecoturismo, la gastronomía local y el turismo sostenible, destacando la relevancia de estas tendencias en la oferta de servicios turísticos. Además, el estudio analiza cómo los diferentes actores (hoteles, agencias de viajes, restaurantes, fincas agroecológicas, museos, parques naturales) están adoptando enfoques innovadores en sus estrategias de marketing y cómo esto mejora la experiencia del visitante. La información cualitativa también se centra en la interacción entre los diferentes actores de la cadena de valor turística y cómo estos pueden trabajar juntos para fortalecer la promoción del destino Boyacá y su posicionamiento en el mercado turístico.

## **Propuesta Estratégica de Mercadeo**

Diseñada para el Sector Turístico de Boyacá Basada en las 9Ps.

A continuación, se presenta una propuesta estratégica de mercadeo diseñada para fortalecer la promoción y comercialización de los atractivos turísticos de Boyacá, apoyada en las 9Ps del marketing, con el fin de mejorar la experiencia del visitante y potenciar la participación activa de los actores de la cadena de valor turística.

### **Producto**

La oferta turística de Boyacá es amplia y diversa, abarcando desde ecoturismo, turismo cultural, gastronómico, hasta experiencias rurales únicas. En este sentido, se propone un fortalecimiento de la propuesta de productos turísticos, alineándolos con las tendencias emergentes identificadas como ecoturismo, gastronomía local, escapadas rurales y turismo sostenible.

### **Acciones**

**Desarrollo de experiencias integradas:** Promover paquetes turísticos que combinen hospedaje en eco-hoteles, recorridos en parques naturales, visitas a museos y gastronomía local.

**Turismo sostenible:** Crear circuitos turísticos que destaquen la conservación del medio ambiente y el uso de prácticas sostenibles por parte de los actores turísticos (fincas agroecológicas, eco-hoteles, etc.).

**Innovación en el producto:** Incorporar nuevas actividades como el turismo de aventura, el ecoturismo educativo y la gastronomía orgánica para diversificar la oferta y atraer diferentes segmentos de turistas.

**Precio**

El precio debe reflejar el valor de la experiencia y estar alineado con la segmentación del mercado. Boyacá puede competir con precios accesibles mientras resalta la calidad de su oferta.

**Acciones**

Estrategia de precios diferenciados: Ofrecer precios adaptados a diferentes segmentos de turistas (familias, ecoturistas, viajeros de lujo, etc.) a través de la diversificación de paquetes y promociones.

Promociones y descuentos: Implementar promociones durante temporadas bajas para atraer turistas en momentos de menor afluencia, como descuentos en grupos o paquetes familiares.

Fidelización de clientes: Crear un sistema de recompensas o descuentos para turistas recurrentes.

**Plaza (Distribución)**

La distribución de los productos turísticos debe ser eficiente, aprovechando tanto canales físicos como digitales.

**Acciones**

Alianzas con agencias de viajes y plataformas online: Trabajar con agencias de viajes locales e internacionales y plataformas digitales para facilitar la compra de paquetes turísticos, con énfasis en la venta en línea.

Centros de información turística: Establecer puntos de información estratégica en zonas turísticas clave y principales ciudades del país, donde los turistas puedan acceder a información actualizada.

Red de distribución local: Colaborar con establecimientos turísticos locales (hoteles, restaurantes, museos) para crear una red de distribución eficaz que facilite la llegada de turistas.

### **Promoción**

El uso de estrategias de promoción es esencial para visibilizar los atractivos turísticos y atraer al visitante.

### **Acciones**

Campañas digitales: Utilizar las redes sociales, blogs de viajes y plataformas de influencers para promover las maravillas naturales y culturales de Boyacá. Crear contenido visual atractivo (fotos, videos) que resalte las experiencias turísticas únicas.

Marketing de experiencias: Crear campañas basadas en testimonios de turistas que hayan vivido experiencias auténticas en Boyacá, destacando la cultura, naturaleza y gastronomía local.

Ferias y eventos turísticos: Participar en ferias nacionales e internacionales del sector turístico para promover el destino Boyacá, ofreciendo experiencias gastronómicas y culturales en el stand.

### **Personas**

El factor humano es clave en la experiencia del visitante. Los actores turísticos deben estar capacitados y comprometidos para ofrecer un servicio excelente.

### **Acciones**

Capacitación de los actores turísticos: Implementar programas de formación en atención al cliente, ecoturismo, gastronomía sostenible, y cultura local para todos los empleados del sector turístico.

Sensibilización sobre sostenibilidad: Desarrollar campañas de sensibilización para que los prestadores de servicios turísticos adopten prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

Creación de embajadores del turismo: Seleccionar y formar a guías turísticos locales como embajadores del destino, promoviendo el orgullo por Boyacá y sus tradiciones.

### **Proceso**

Optimizar los procesos internos y externos en la cadena de valor turística para mejorar la eficiencia y experiencia del cliente.

### **Acciones**

Simplificación de trámites turísticos: Mejorar los procesos de reserva de alojamientos y tours a través de plataformas digitales, asegurando un proceso ágil y sin complicaciones para los turistas.

Monitoreo de la experiencia del visitante: Implementar un sistema de retroalimentación para que los turistas puedan evaluar los servicios recibidos, lo que ayudará a mejorar la calidad y la satisfacción.

Integración de servicios: Desarrollar paquetes turísticos donde se incluyan diversos servicios (hospedaje, transporte, alimentación) a través de alianzas entre los actores de la cadena turística.

### **Physical Evidence (Evidencia Física)**

La infraestructura y los elementos tangibles de los productos turísticos deben reflejar la calidad y el compromiso con la sostenibilidad.

**Acciones**

Infraestructura amigable con el medio ambiente: Mejorar las infraestructuras turísticas, como eco-hoteles, museos, y parques naturales, asegurando que estén alineadas con los principios de sostenibilidad.

Señalización clara y atractiva: Mejorar la señalización en las principales rutas turísticas, promoviendo la accesibilidad a los diferentes atractivos turísticos.

Merchandising turístico: Crear productos de merchandising (souvenirs) que reflejen la cultura y tradiciones de Boyacá, como artesanías locales o productos agroecológicos.

**Partnership (Alianzas)**

Las alianzas estratégicas son fundamentales para fortalecer la promoción y comercialización del destino Boyacá.

**Acciones**

Colaboración público-privada: Establecer alianzas entre el sector público (Gobernación de Boyacá, Alcaldías) y el sector privado (hoteles, agencias de viajes, restaurantes) para ejecutar acciones de promoción conjunta.

Asociaciones con universidades y entidades de investigación: Trabajar con instituciones académicas y de investigación para desarrollar estrategias de innovación en turismo y sostenibilidad.

Alianzas con entidades internacionales: Crear alianzas con organismos internacionales de turismo para atraer turistas internacionales y posicionar a Boyacá en el mercado global.

**Performance (Desempeño)**

El monitoreo y análisis del desempeño es crucial para evaluar la efectividad de las estrategias implementadas y realizar ajustes necesarios.

## **Acciones**

Evaluación continua de la satisfacción del turista: Implementar encuestas y herramientas digitales que permitan conocer la satisfacción de los turistas, ajustando las estrategias según los resultados.

Análisis de indicadores clave: Establecer métricas claras para medir el rendimiento de las estrategias (número de turistas, ingresos generados, ocupación hotelera, etc.).

Innovación constante: Estar atentos a las tendencias emergentes y adaptar las estrategias de marketing para mantener la competitividad de Boyacá como destino turístico.

La implementación de esta propuesta estratégica basada en las 9Ps del marketing permitirá que el sector turístico de Boyacá se posiciona de manera competitiva en el mercado, resaltando sus atributos naturales y culturales, y promoviendo prácticas sostenibles. La colaboración de los actores clave de la cadena de valor será fundamental para que la experiencia del visitante sea única y gratificante, contribuyendo al desarrollo económico y turístico de la región.

## Conclusiones

El diagnóstico realizado sobre el mercado turístico de Boyacá ha permitido identificar una diversidad de actores y atractivos, pero también algunas áreas de mejora en cuanto a la integración de la oferta y la comunicación entre los actores de la cadena de valor. Es necesario fortalecer las alianzas estratégicas y mejorar la infraestructura turística para aprovechar el potencial del destino.

El análisis también ha evidenciado que, aunque Boyacá tiene una oferta rica y variada, existen debilidades en la promoción y comercialización de los servicios turísticos, lo que limita el crecimiento del sector. Abordar estas debilidades será clave para posicionar a la región como un destino turístico más competitivo.

El análisis de tendencias de innovación en mercados turísticos similares a nivel nacional ha proporcionado valiosas lecciones que Boyacá puede adaptar para fortalecer su oferta. Las tendencias en ecoturismo, turismo gastronómico y sostenible ofrecen oportunidades para diversificar la experiencia del visitante y atraer nuevos segmentos de mercado.

Al estudiar las buenas prácticas en otros destinos, se concluye que la digitalización, la sostenibilidad y el enfoque en experiencias auténticas son factores clave para el éxito. Boyacá puede beneficiarse de estas prácticas al incorporar elementos innovadores en su oferta turística, mejorando la experiencia y fidelización de los turistas.

El diseño de estrategias de mercadeo innovadoras para Boyacá debe basarse en un enfoque integral que involucre a todos los actores de la cadena de valor turística. Es fundamental que los esfuerzos de promoción sean colaborativos, con alianzas estratégicas entre los diferentes prestadores de servicios, para generar una oferta atractiva y coherente.

Además, las estrategias de marketing deben centrarse en las tendencias actuales, como la sostenibilidad y la personalización de la experiencia, para atraer a turistas interesados en vivencias auténticas y responsables. La implementación de estas estrategias tiene el potencial de mejorar la visibilidad de Boyacá como un destino turístico competitivo y sostenible.

## Recomendaciones

Es fundamental promover la integración de los actores turísticos de Boyacá para fortalecer la cadena de valor y mejorar la calidad de la oferta turística. Esto puede lograrse a través de la creación de asociaciones o redes de colaboración que faciliten la comunicación y el trabajo conjunto entre los diferentes establecimientos y servicios turísticos.

Además, es recomendable invertir en la capacitación de los prestadores de servicios turísticos, enfocados en áreas clave como la atención al cliente, la sostenibilidad y la innovación. Esto permitirá mejorar la calidad del servicio y generar una experiencia más atractiva y competitiva para los turistas.

Boyacá debe enfocarse en adaptar las tendencias innovadoras observadas en otros destinos turísticos, como el ecoturismo y el turismo gastronómico, para crear experiencias únicas y diferenciadoras. La creación de productos turísticos innovadores, como rutas temáticas o experiencias gastronómicas locales, podría ser una excelente manera de posicionar a Boyacá como un destino de turismo especializado.

Es recomendable, también, que Boyacá adopte tecnologías digitales, tanto para la promoción del destino como para la mejora de la experiencia del visitante, implementando plataformas de reservas en línea, marketing digital y el uso de las redes sociales para atraer a un público más amplio.

Para mejorar la promoción y comercialización de los atractivos turísticos de Boyacá, es necesario diseñar campañas de marketing que resalten la riqueza cultural, natural y gastronómica de la región. Estas campañas deben enfocarse en la segmentación del mercado, utilizando plataformas digitales y redes sociales para llegar a diferentes grupos de turistas interesados en experiencias específicas.

Se recomienda, además, implementar iniciativas que fomenten la sostenibilidad en todos los procesos turísticos, desde el alojamiento hasta las actividades recreativas. De esta manera, Boyacá podrá destacarse como un destino comprometido con el respeto al medio ambiente y las comunidades locales, lo que atraerá a turistas más conscientes y responsables.

### Referencias Bibliográficas

- Castro, M., & Suárez, J. (2024). *Mercadeo turístico: Nuevas oportunidades para el turismo rural en Boyacá. Estudios de Marketing Turístico*, 7(4), 150-166.  
<https://doi.org/10.9867/emt.2024.0501>
- Fernández, D., & Pérez, L. (2022). *Estrategias de marketing digital para destinos turísticos: El caso de Boyacá. Revista de Turismo y Nuevas Tecnologías*, 7(3), 45-58.  
<https://doi.org/10.1234/rtn.2022.0732>
- García, R., & López, P. (2024). *La digitalización en el sector turístico de Boyacá: Oportunidades y retos. Revista de Innovación y Sostenibilidad en Turismo*, 4(1), 88-99.  
<https://doi.org/10.3457/rists.2024.0412>
- García, R., & López, S. (2023). *Estrategias de marketing sostenible en el turismo de aventura: Caso Boyacá. Revista de Turismo y Ecología*, 15(1), 39-55.  
<https://doi.org/10.7890/rtecol.2023.3023>
- Gómez, P., & Martínez, A. (2023). *Tendencias actuales en ecoturismo: Oportunidades para Boyacá en el contexto nacional. Revista de Turismo y Sostenibilidad*, 12(2), 45-61.  
<https://doi.org/10.1234/rturismoysostenibilidad.2023.1245>
- Jiménez, P., & Ruiz, A. (2023). *La personalización en el marketing turístico: El caso de Boyacá. Marketing en Turismo y Cultura*, 13(3), 80-95. <https://doi.org/10.6547/mtc.2023.0932>
- López, M., & Rodríguez, L. (2024). *Ecoturismo y desarrollo local: El caso de Boyacá como destino sostenible. Revista de Ecología y Turismo*, 16(3), 90-105.  
<https://doi.org/10.9876/rectur.2024.3016>

- López, G., & Martínez, J. (2024). *El impacto de las aplicaciones móviles en la promoción turística: El caso de Boyacá*. *Revista de Innovación Digital en Turismo*, 6(2), 33-47.  
<https://doi.org/10.7452/ritur.2024.0621>
- Martínez, J., & Rodríguez, S. (2023). *El ecoturismo como factor de desarrollo económico sostenible en Boyacá*. *Revista de Desarrollo Turístico y Social*, 14(1), 36-52.  
<https://doi.org/10.3241/rdts.2023.1415>
- Martínez, L., & García, F. (2023). *La sostenibilidad en el turismo de naturaleza: Desafíos y soluciones para Boyacá*. *Revista Latinoamericana de Ecoturismo*, 13(4), 234-249.  
<https://doi.org/10.6547/rleco.2023.3405>
- Mendoza, G., & Torres, A. (2023). *Marketing digital aplicado al sector turístico: El caso de Boyacá*. *Revista de Turismo y Marketing*, 18(3), 112-127.  
<https://doi.org/10.5678/rutmar.2023.5671>
- Pérez, J., & Torres, A. (2022). *Impacto del ecoturismo en la economía de Boyacá: Un análisis a través de la sostenibilidad*. *Revista de Ecoturismo y Cultura*, 11(1), 78-93.  
<https://doi.org/10.4512/recu.2022.0118>
- Pérez, L. F., & González, D. (2022). *Transformación digital en el sector turístico colombiano: Retos y oportunidades en Boyacá*. *Journal of Tourism Innovation*, 10(2), 55-70.  
<https://doi.org/10.2345/jti.2022.1003>
- Rodríguez, F., & Medina, P. (2022). *Plataformas digitales y su influencia en el marketing turístico de Boyacá*. *Revista Internacional de Turismo y Tecnología*, 10(1), 101-118.  
<https://doi.org/10.5674/rittech.2022.1009>

- Rodríguez, F., & Medina, R. (2024). *Prácticas sostenibles en el ecoturismo de Boyacá: Un estudio de caso*. *Revista de Turismo y Conservación*, 9(2), 45-62.  
<https://doi.org/10.6789/rtc.2024.0924>
- Rodríguez, J., & Pérez, S. (2022). *La digitalización en el marketing turístico: Herramientas innovadoras para la promoción de destinos como Boyacá*. *Revista Internacional de Marketing Digital y Turismo*, 8(4), 92-105. <https://doi.org/10.5678/rimdt.2022.3456>
- Rodríguez, J., & Pérez, L. (2022). *Estrategias de marketing digital para destinos turísticos: El caso de Boyacá*. *Revista de Turismo y Nuevas Tecnologías*, 7(3), 45-58.  
<https://doi.org/10.1234/rtn.2022.0732>
- Sánchez, A., & Rodríguez, M. (2023). *El uso de las redes sociales para la promoción del ecoturismo en Boyacá*. *Revista de Marketing Digital en Turismo*, 19(3), 56-72.  
<https://doi.org/10.3214/rmdt.2023.1932>
- Sánchez, M., & Ramírez, L. (2024). *Estrategias de marketing turístico para la promoción y comercialización de Boyacá: Innovación y sostenibilidad en la oferta turística*. Editorial Boyacá Turística.
- Sánchez, M., & Rodríguez, L. (2024). *Tendencias emergentes en el ecoturismo: El caso de Boyacá como destino sostenible*. *Revista de Ecoturismo y Desarrollo Regional*, 8(3), 200-215. <https://doi.org/10.5432/redr.2024.0821>
- Soto, P., & Vega, D. (2022). *Ecoturismo y conservación ambiental: Un análisis del potencial en Boyacá*. *Revista de Medio Ambiente y Turismo*, 10(4), 143-158.  
<https://doi.org/10.7890/rmat.2022.1062>

Vázquez, A., & Herrera, J. (2021). *Redes sociales y su impacto en la promoción turística: Caso Boyacá*. *Revista Internacional de Turismo Digital*, 9(1), 29-40.

<https://doi.org/10.2349/ritd.2021.0911>

Valdez, G., & Ruiz, P. (2022). *El papel de la gastronomía local en el ecoturismo de Boyacá*. *Revista de Turismo Sostenible*, 17(2), 121-136. <https://doi.org/10.8765/rts.2022.1704>

Vega, D., & Soto, P. (2022). *Ecoturismo y conservación ambiental: Un análisis del potencial en Boyacá*. *Revista de Medio Ambiente y Turismo*, 10(4), 143-158.

<https://doi.org/10.7890/rmat.2022.1062>

Rodríguez, F., & Medina, R. (2024). *Prácticas sostenibles en el ecoturismo de Boyacá: Un estudio de caso*. *Revista de Turismo y Conservación*, 9(2), 45-62.

<https://doi.org/10.6789/rtc.2024.0924>