

ROTULO

JULIO CESAR RUEDAD VILLEGAS

MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TURISMO SOSTENIBLE

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO

SOSTENIBLE QUE IMPACTE EN EL DESARROLLO

SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO DEL CERRO

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL

(UCI)

DISEÑO DE UN PRODUCTO TURÍSTICO SOSTENIBLE QUE IMPACTE EN EL
DESARROLLO SOCIAL, AMBIENTAL Y ECONÓMICO DEL CERRO DE CRISTO REY
UBICADO EN LA RESERVA FORESTAL PROTECTORA QUEBRADA HONDA, CAÑOS
PARRADOS Y BUQUE EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO, EN COLOMBIA



JULIO CESAR RUEDA VILLEGAS

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARCIAL PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN GESTIÓN DE TURISMO
SOSTENIBLE

San José, Costa Rica

Agosto del 2025

UNIVERSIDAD PARA LA COOPERACION INTERNACIONAL
(UCI)

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por la Universidad como
Requisito parcial para optar al grado de Máster en Gestión de Turismo Sostenible

Andrés María Cárdenas L.

PROFESOR TUTOR



Julio Ignacio Lozano Ramírez
LECTOR No.1



Jhon Enrique Bermúdez Tobón
LECTOR No.2



Julio Cesar Rueda Villegas
SUSTENTANTE

DEDICATORIA

Este trabajo de grado lo dedico a Dios, mi familia, amigos y la comunidad, que son el motivo de haber estudiado esta maestría y querer superar nuevos retos.

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradezco a Dios y a la vida, por ponerme en un camino, donde a través del turismo he podido ayudar a las comunidades y proteger nuestros entornos naturales.

A mis padres por enseñarme a trabajar fuertemente por mis sueños, brindarme apoyo en mis proyectos y ante todo a tener humildad por cada logro que obtengo.

También a mis docentes, tutora y la UCI, por enseñarme a pensar de una forma más regenerativa, no solo para mi trabajo de grado, sino para mi vida.

Un gran agradecimiento a Cormacarena, la institución que actúa como autoridad ambiental en el departamento del Meta y quienes me abrieron la puerta al mundo del turismo, su planificación y la importancia de la gobernanza con las comunidades del territorio.

Y especialmente a las comunidades y amigos, que me han transmitido sus conocimientos con gran afecto y me motivaron a seguir estudiando para poder trabajar en equipo en pro del desarrollo económico, la buena gobernanza y la conservación de nuestras riquezas naturales.

INDICE

HOJA DE APROBACION	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
INDICE FIGURAS	vii
INDICICE DE ILUSTRACION	viii
INDICE IMAGEN	ix
INDICE DE TABLAS	x
ABREVIACIONES Y ACRÓNIMOS	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xii
1. INTRODUCCION.....	13
1.1. Antecedentes.....	13
1.2. Problemática.....	17
1.3. Justificación del problema.....	23
1.4. Supuestos.....	25
1.5. Restricciones.....	26
1.6. Objetivo general.....	26
1.7. Objetivos específicos.....	26
2. MARCO TEORICO.....	27
2.1. Marco referencial o institucional.....	27
2.2. Antecedentes de la Institución.....	37
2.3. Misión y visión.....	41
2.4. Estructura organizativa.....	42
2.5. Marco Normativo.....	44
2.6. Productos que ofrece.....	47
3. MARCO METODOLOGICO.....	48
3.1. Fuentes de información.....	48
3.2. Técnicas de Investigación.....	50
3.3. Método de Investigación.....	53
3.3.1. Metodología de Investigación para el Desarrollo de un Producto de Turismo Sostenible.....	54
4. DESARROLLO.....	56
4.1. Analizar el componente ambiental del Cerro de Cristo Rey a fin de identificar sus condiciones de atractividad turística.....	56
4.1.1. Elaboración de cartografía del área de estudio.....	56
4.1.2. Inventario de recursos turísticos.....	61
4.1.3. Identificación de actores locales.....	69
4.2. Realizar un estudio de mercado que determine las características de la oferta y demanda turística existente y futura del lugar objeto de estudio.....	72
4.2.1. Diagnóstico de la infraestructura y servicios turísticos.....	72
4.2.2. Evaluación de la demanda turística.....	85
4.3. Definir un producto turístico con enfoque sostenible, competitivo, que integre los actores del área de interés del Cerro de Cristo Rey.....	88
4.3.1. Talleres participativos.....	88

4.3.2.	Diseño de recorrido.....	97
4.3.3.	Elaboración del plan estratégico	101
4.3.1.	Proyección presupuestal para la implementación del producto turístico ..	105
4.3.2.	Validación del producto turístico.....	109
5.	CONCLUSIONES.....	111
6.	RECOMENDACIONES.....	112
7.	BIBLIOGRAFIA.....	114
8.	ANEXOS	118
8.1.	Anexo 1. Área de estudio del producto turístico formato PNG	118
8.2.	Anexo 2: Área de estudio del producto turístico formato shape.....	118
8.3.	Anexo 3: Área Producto turístico inmerso en RFP	118
8.4.	Anexo 4: Área de estudio inmersa en RFP	118
8.5.	Anexo 5. Zonas de atractivos del área de estudios	118
8.6.	Anexo 6. Zonas de atractivos de producto turístico.....	118
8.7.	Anexo 7. Formato Inventario Recursos Turísticos.....	118
8.8.	Anexo 8. Zona 1. Recursos turísticos.....	118
8.9.	Anexo 9. Recursos turísticos	118
8.10.	Anexo 10. Zona 2. Recursos turísticos.....	118
8.11.	Anexo 11. Zona 3. Recursos turísticos.....	118
8.12.	Anexo 12. Zona general de recursos turísticos	118
8.13.	Anexo 13. Matriz Actores Estratégicos.....	118
8.14.	Anexo 14. Matriz Infraestructura Servicios turísticos	118
8.15.	Anexo 15. Matriz Infraestructura Servicios turísticos	118
8.16.	Anexo 16. Matriz Perfil Turista Villavicencio	118
8.17.	Anexo 17. Matriz Diseño Recorrido Turístico Cristo Rey	118
8.18.	Anexo 18. Plan Estratégico Implementación producto turístico	118
8.19.	Anexo 19. Matriz de costo estimado	118

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura. 1. Mapa de Colombia, centralizado el Dpto del Meta y Villavicencio.....	18
Figura. 2. Villavicencio y sus 11 áreas protegidas del SINAP	19
Figura. 3. Área protegida RFP Quebrada Honda, caños Parrado y Buque	20
Figura. 4. Cristo Rey 1949 en Villavicencio	21
Figura. 5. Áreas de impacto poblacional.....	43
Figura. 6 Grupos focales de aplicación de metodología	49
Figura. 7. Metodología del proyecto final de grado	54
Figura. 8 Área de estudio producto turístico	56
Figura. 9 Área del producto turístico inmerso en RFP	57
Figura. 10 zonas focales con mayor potencial de atraktividad turística	60
Figura. 11. Zona 1 inventario de recursos turísticos	66
Figura. 12. Zona 2 inventario de recursos turísticos	67
Figura. 13. Zona 3 inventario de recursos turísticos	68
Figura. 14. Zona general inventario de recursos turísticos	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIÓN

Ilustración 1. Cristo Redentor – Brasil	32
Ilustración 2. Cerro de Monserrate – Bogotá	33
Ilustración 3. Cerro Nutibara y Pueblito Paisa – Medellín	34

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen 1. Casas del barrio la Salle	89
Imagen 2. Calles del barrio la Salle.....	89
Imagen 3. Calles del barrio Colinas	90
Imagen 4. Murales del barrio Colinas.....	90
Imagen 5. Barrios Colinas y Salle desde la distancia.....	91
Imagen 6. Taller con la comunidad	91
Imagen 7. Taller cartografía social.....	92
Imagen 8. Mesa de trabajo en sala de junta Cormacarena.....	93
Imagen 9. Mesa de trabajo instituto de turismo de Villavicencio	94
Imagen 10. Reunión con el representante del Clúster gastronómico del Meta	95
Imagen 11. Mesa de trabajo con empresario del sector turístico	95
Imagen 12. Parque Infantil	96
Imagen 13. Algunos locales gastronómicos del sector Parque Infantil	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Antecedentes históricos del escenario turístico Cerro de Cristo Rey, Villavicencio.	38
Tabla 2. Marco normativo de la tesina	44
Tabla 3. Matriz de inventario turístico.....	62
Tabla 4. Tabla de actores estratégicos	70
Tabla 5. Matriz de infraestructura turística.....	73
Tabla 6. Matriz de servicios turísticos	81
Tabla 7. Perfil del cliente.....	86
Tabla 8. Recorrido del producto turístico	98
Tabla 9. Plan estratégico	102
Tabla 10. Matriz de costo estimado.....	105

ABREVIACIONES Y ACRÓNIMOS

AP: Área Protegida

CORMACARENA: Corporación para el Desarrollo Sostenible del Área de Manejo Especial La Macarena

PNNC: Parque Nacionales Naturales de Colombia

VIAM: Visor Ambiental del Meta

RFP: Reserva Forestal Protectora

ITV: Instituto de turismo de Villavicencio

ITM: Instituto de turismo del Meta

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto tuvo como propósito diseñar un producto turístico sostenible para el Cerro de Cristo Rey, inmerso en la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque, en Villavicencio, Colombia. Se trata de una zona con un enorme potencial por su riqueza natural, histórica y cultural, pero que hoy enfrenta retos importantes derivados del turismo no planificado y del desconocimiento del ordenamiento ambiental que lo protege bajo lo expuesto en el plan de manejo del área protegida. Para abordar esta realidad, se desarrolló una metodología que combinó el análisis del entorno ambiental, un estudio de mercado y espacios de participación con actores locales. Gracias a este proceso, se identificaron tres zonas clave para la propuesta: los barrios vulnerables aledaños, el Cerro de Cristo Rey como atractivo central, y el Parque Infantil, como punto estratégico de conexión comercial y turística. Con base en este diagnóstico, se diseñó un recorrido turístico sostenible con enfoque comunitario, que respetó la zonificación del área protegida e integró acciones de conservación, educación ambiental y fortalecimiento del desarrollo económico local. El producto turístico sostenible que se propuso, tuvo como resultado fortalecer la cadena de valor del turismo en la zona, articulando a las comunidades, las instituciones públicas y el sector privado. Este modelo busca proteger el patrimonio natural y cultural de Villavicencio, dinamizar la economía local y ofrecer a los visitantes experiencias significativas y responsables, posicionando al Cerro de Cristo Rey como un referente de turismo sostenible en el departamento del Meta y en Colombia.

Abstract

This thesis project aimed to design a sustainable tourism product for Cerro de Cristo Rey, located within the Quebrada Honda and Caños Parrado y Buque Protected Forest Reserve in Villavicencio, Colombia. This area holds great potential due to its natural, historical, and cultural richness, but currently faces significant challenges resulting from unplanned tourism and a general lack of awareness regarding the environmental regulations that protect it under the area's management plan. To address this situation, a methodology was developed that combined environmental analysis, market research, and participatory spaces with local stakeholders. Through this process, three key areas were identified for the proposal: nearby vulnerable neighborhoods, Cerro de Cristo Rey as the main attraction, and the Parque Infantil as a strategic point for commercial and tourism connectivity. Based on this diagnosis, a sustainable community-based tourism route was designed, respecting the zoning regulations of the protected area and integrating conservation actions, environmental education, and the strengthening of local economic development. The proposed sustainable tourism product aimed to strengthen the tourism value chain in the area by connecting communities, public institutions, and the private sector. This model seeks to protect Villavicencio's natural and cultural heritage, boost the local economy, and offer visitors meaningful and responsible experiences, positioning Cerro de Cristo Rey as a benchmark for sustainable tourism in the Meta department and in Colombia.

1. INTRODUCCION

1.1. Antecedentes

Según (Crespo Jareño, 2020), en 1972 en la ciudad de Estocolmo en la Declaración de la Conferencia de las Naciones Unidas se inició el debate sobre el Medio Humano, donde se comenzó a priorizar el medio natural sobre el desarrollo, dando origen al PNUMA (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente).

Ya para 1980 en la conferencia mundial de turismo celebrada en Manila (Filipinas), se desarrollan temas enmarcados en la necesidad de utilizar racionalmente los recursos naturales para el desarrollo turístico.

A partir de estos hechos prácticos y conceptuales a nivel mundial, se empieza a construir en 1980 con el informe de Brundtland-Our Common Future, el concepto de desarrollo sostenible que lo definía como: “el que satisface las necesidades del presente sin comprometer la satisfacción de las necesidades de las futuras generaciones” (Naciones Unidas, 1987), llevando a desarrollar la idea del turismo sostenible.

Aunque fue un paso importante para mejorar las prácticas de turismo en aquellos ecosistemas naturales, aún faltaba mucho más por mejorar, es por esto que en 1992 la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CNUMAD) o más conocida como la cumbre de la Tierra, llevada a cabo en Río de Janeiro, se genera la Agenda 21, donde se establecieron los Principios de Rio, con el fin de establecer que el desarrollo sostenible debía basarse en principios y/o acciones que generaran protección al medio ambiente y al mismo tiempo un desarrollo económico y social, dejando atrás un modelo económico insostenible.

A medida que se iba fortaleciendo el concepto de desarrollo sostenible, también se fortalecía el concepto de turismo sostenible, es por esto por lo que en 1995 en la

Conferencia Mundial de Turismo Sostenible celebrada en Lanzarote (España) se establecieron 18 principios adoptados a través de la Carta del Turismo Sostenible. Dicho proceso impulso a buenas prácticas del turismo en los ecosistemas, no obstante, en 1997 en la Conferencia Internacional sobre Biodiversidad y Turismo, donde se aprobó la “Declaración de Berlín sobre la Diversidad Biológica y Turismo Sostenible” con el objetivo de realizar actividades turísticas, en colaboración con las comunidades y el respeto hacia la naturaleza, dicho acto fortaleció los procedimientos de las actividades turísticas en los ecosistemas.

Luego de esto, la OMT (Organización Mundial de Turismo) celebra su asamblea general en Santiago de Chile en 1999, donde proclamó y aprobó los 10 principios del código de ética mundial para el turismo. A raíz de esto en el año 2001, la Unión Europea establece una estrategia de desarrollo sostenible, aprobada por el Consejo Europeo de Gotemburgo, la cual constituyó una visión prolongada de la sostenibilidad en la que el desarrollo económico, la cohesión social y la protección del medioambiente iban de la mano y en busca de un beneficio común. Esto logró que para el año 2002 las Naciones Unidas lo declarara como el año internacional de Ecoturismo, bajo el PNUMA y la OMT y en uno de sus eventos más importantes que tuvo lugar en Quebec (Canadá). En mayo de 2002, se habló sobre el ecoturismo y sobre como sus bases se alinean con los principios de turismo sostenibles, debido a las similitudes en los impactos sociales, ambientales y económicos.

Con el paso de los años se consolida las bases de un turismo sostenible y sus conferencias, es por esto que se resalta un hecho que se llevó a cabo en el 2007, cuando se firmó la Carta Europea de Turismo Sostenible en Espacios Naturales Protegidos, iniciativa que llevo a cabo la Federación EUROPARC (Federation of Nature and National

Parks of Europe) con el objetivo de promover el desarrollo turístico con bases de sostenibilidad en los espacios naturales protegidos de Europa.

Cada área geográfica a nivel internacional iba adaptando todos estos procesos a medidas que su relación con el turismo se dinamizaba en sus territorios, tanto así que la dinámica social de la guerra se vio incursionada en estos procesos de desarrollo, es por esto que en el 2011 en Lusaka (Zambia) en la Declaración sobre Turismo Sostenible, Cambio Climático y Paz, con el apoyo del Instituto Internacional para la Paz a través del Turismo, resalto que la industria turística era de vital importancia para la lucha contra el cambio climático, la pobreza y la Paz. Tal como lo expresó BanKi-moon secretario general de las Naciones Unidas en el 2013 con las siguientes palabras: el turismo es un generador indiscutible de riqueza nacional, ingreso de sociedades y empleo local. Gestionado de manera sostenible, puede beneficiar por igual a las personas y al planeta. Las Naciones Unidas no se quedaron atrás y para el año 2015, relaciona del desarrollo turísticos con varios de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible).

Ahora bien, al centrar los antecedentes en el contexto colombiano, tenemos la ley 300 de 1996 conocida como la ley general de turismo, que luego evoluciona bajo la ley 1558 de 2015 y su posterior actualización por la ley 2068 del 2020 que tiene como objeto

“fomentar la sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, protección y aprovechamiento de los destinos y atractivos turísticos, así como fortalecer la formalización y la competitividad del sector y promover la recuperación de la industria turística, a través de la creación de incentivos, el fortalecimiento de la calidad y la adopción de medidas para impulsar la transformación y las oportunidades del sector”. Según (Ley 2068 del, 2020)

la cual modificó la ley general de turismo, donde rige varias directrices hacia el desarrollo turístico y se definen varios conceptos, entre ellos resalta el ecoturismo, debido al potencial de los ecosistemas estratégicos y de áreas protegidas que alberga Colombia y el uso adecuado que se debe implementar ante el turismo. Este concepto fue tomando mayor aplicabilidad en dos momentos, el primero, se dio luego de la firma del acuerdo de paz en el 2016 entre el gobierno nacional de Colombia y las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), donde las comunidades pudieron empezar a explorar y mostrar sus riquezas naturales y el segundo momento se generó en el año 2020 luego de la pandemia , ya que aumentó el desplazamiento de personas hacia las zonas rurales con el fin objetivo de desconectarse de los entornos urbanos y disfrutar de las riquezas naturales que tiene el departamento del Meta. Lo anterior impulsó a los actores de territorio a crear mejores productos turísticos y una mejor experiencia.

A raíz de lo anterior, la ciudad de Villavicencio se consolidó como punto central de hospedaje y exploración principal para los turistas, antes de incursionar a otros municipios del departamento. Esto propició que los turistas accedieran a servicios de gastronomía, hospedaje, recreación y diversión, entre ellos, se fortaleció las actividades de senderismo en las áreas naturales, especialmente en la vereda del Carmen de la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, caños Parrado y Buque declarada bajo la Resolución 59 de 1945 y adoptado su plan de manejo mediante la resolución 1762 de noviembre 4 de 2014, El crecimiento descontrolado de la actividad turística ocasionó un desarrollo masivo y descontrolado, causando un gran impacto al entorno natural y una alarma a la autoridad ambiental del territorio, Cormacarena. Dicha institución inició procesos de planificación y ordenamiento ambiental, con el fin de adaptar su plan de manejo a las nuevas dinámicas de desarrollo poblacional y económico, por tal motivo para el año 2021 se contrató una

consultoría para la actualización del plan de manejo y al año 2025 está en proceso de adopción ante el Ministerio de Ambiente de Colombia.

Por otro lado, en el año 2024 nace el proyecto de reactivación del Cerro de Cristo Rey, liderado por la alcaldía de Villavicencio, un proyecto ambicioso que ha mostrado resultados en un año y cuya articulación con los procesos de planificación ambiental y turística se proyecta por parte de la autoridad ambiental.

1.2. Problemática.

Para contextualizar la problemática del área de estudio, se menciona que un área protegida según el (Decreto 1076, 2015) es un “Área definida geográficamente que haya sido designada, regulada y administrada a fin de alcanzar objetivos específicos de Conservación” y en Colombia actualmente cuenta con 1.776 áreas protegidas, divididas de la siguiente manera: áreas protegidas locales (privadas) 1.329, áreas protegidas nacionales 123 y áreas protegidas regionales 324, según (RUNAP, Registro Único de las Áreas Protegidas, 2025).

Villavicencio es una ciudad relativamente joven con tan solo 185 años desde su fundación en 1840 y se encuentra ubicada en el departamento del Meta, en Colombia. Cuenta con una población de 451.212 habitantes: 228,627 mujeres y 222,5858 hombres, según (DANE, 2021) y una extensión de tierra de 1.328 km² según (Visor de información ambiental Cormcarena, 2025).

Mapa del departamento del Meta



Figura. 1. Mapa de Colombia, centralizado el Dpto del Meta y Villavicencio

Desde el año de su nacimiento a la actualidad, la ciudad ha sido un territorio de conservación, ya que alberga según información del VIAM (Visor de información ambiental Cormcarena, 2025) de Cormacarena (Corporación para el desarrollo sostenible del área de manejo especial La Macarena) del 2025, 11 áreas protegidas las cuales son: Áreas de Recreación Humedal, Zuria, Caracolí, Aguas Claras, Calatrava, Coroncoro, Áreas de recreación Parque Ecológico Charco Oasis, Reserva Forestal Protectora Nacional Cuenca Alta de Caño Vanguardia y Quebrada Vanguardiuno y Cerro Vanguardia, Reserva Forestal Protectora Nacional Quebrada Honda y caños Parrado y Buque, Parque Natural Regional Quebrada Honda y el Distrito de Conservación de Suelos Kirpas Pinilla, La Cuerera.

Mapa de las áreas protegidas de Villavicencio

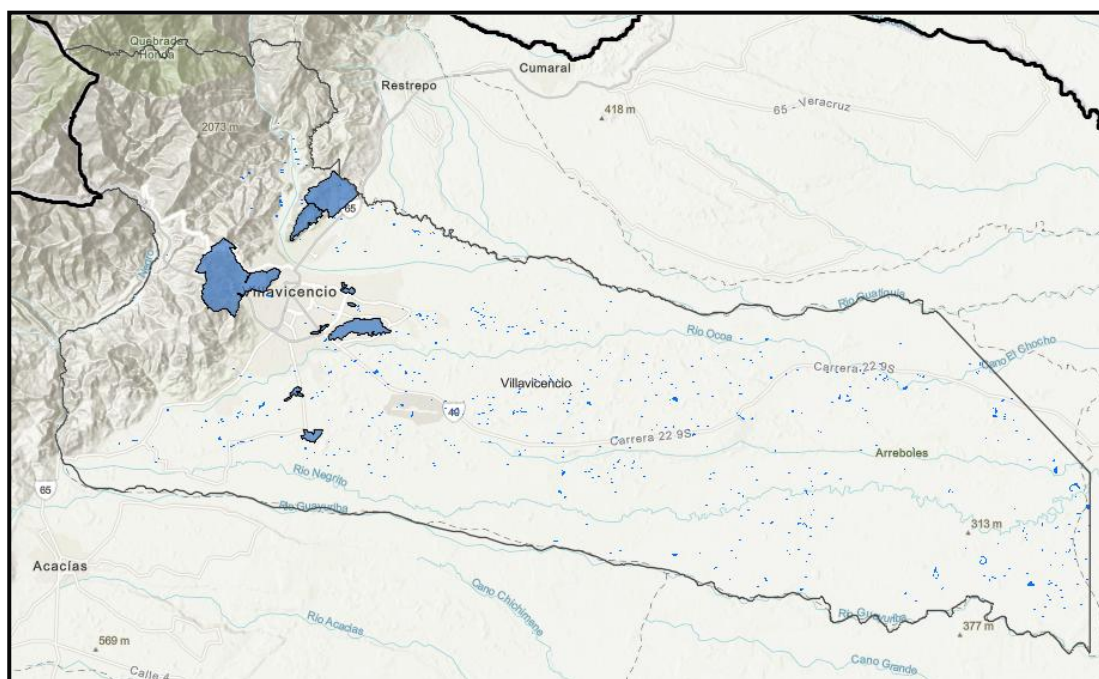


Figura. 2. Villavicencio y sus 11 áreas protegidas del SINAP

Estas áreas protegidas han sido un factor de conservación importante para la ciudad y la fauna que alberga en ellas, reconociéndola como una de las ocho Biodiversidades de Colombia, sin embargo el crecimiento de Villavicencio, ha generado problemas socio ambientales, como las ocupaciones ilegales, los focos de basuras, la caza de fauna silvestre, la deforestación por motivos de expansión urbana, ganadera o aprovechamiento forestal y el turismo no regulado, que ha generado otros impactos negativos a estas áreas de conservación.

Cabe mencionar, que la Reserva Forestal Protectora Nacional Quebrada Honda y caños Parrado y Buque o conocida como Buenavista, zona de interés de la presente tesina, la cual es la segunda con mayor extensión de área de conservación de la ciudad con 1.206,74 hectáreas, declarada bajo la Resolución 59 de 1945 y adoptado su plan de

manejo mediante la resolución 1762 de noviembre 4 de 2014, según información encontrada en el Visor de información ambiental Cormcarena (2025) de Cormacarena, dentro de ella se destacan los accidentes geográficos del cerro El Triunfo, la Cuchilla de Buenavista y el cerro Cristo Rey, el cual se ha constituido a través del tiempo en un sitio de identidad del municipio, desde donde se divisa la ciudad de Villavicencio y una importante extensión de la planicie del Llano” según (Cruz y Gómez, 2020)

Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque

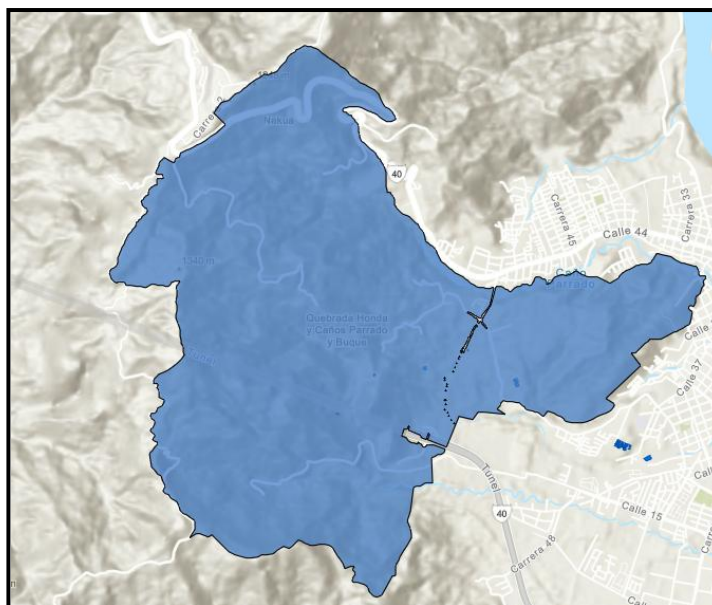


Figura. 3. Área protegida RFP Quebrada Honda, caños Parrado y Buque

Este ecosistema presenta una dinámica de vocación turística alta, debido a la prestación de servicios tales como: restaurantes y hospedaje tipo glamping y cabañas, así mismo en esta reserva realizan actividades turísticas focalizadas como parapente, senderismo, avistamiento de aves, bicimontañismo, eventos culturales, religiosos, entre otros. En su mayoría los diferentes actores inmersos en el área protegida no efectúan sus actividades de manera sostenible y desconocen de que el área protegida tiene instrumentos de

ordenamiento ambientales, por lo que no se tiene en cuenta la zonificación y régimen de usos, lo que sigue causando un deterioro en el ecosistema y una expansión del comercio formal e informal en zonas focalizadas del área protegida.

Conviene destacar que, dentro del área protegida se encuentra uno de los atractivos turísticos conocido como Cerro de Cristo Rey, la construcción de este monumento histórico comenzó en el año 1948 y culminó con su inauguración el 30 de octubre 1949, siendo declarado en el 2000 bajo el decreto 353 como patrimonio cultural inmueble de la ciudad. Para 1987 cerca al monumento, se construye la concha acústica como lugar para celebrar importantes eventos culturales y eventos de la iglesia católica.

Cerro de Cristo Rey - 1949



Figura. 4. Cristo Rey 1949 en Villavicencio

Este lugar era frecuentado por los feligreses en tiempo de semana santa y fines de semana por las familias de locales y foráneas.

Desfavorablemente el 4 de junio de 1996 la delincuencia común cobro la vida de dos estudiantes y para el 2010, dos parejas fueron robadas y atacadas, cobrando la vida de

dos mujeres. Estos hechos despertaron el temor de los locales y foráneos generando la cancelación de los eventos culturales y religiosos y el ingreso al Cerro de Cristo Rey, donde fue dejado en el olvido. Esta situación provocó el deterioro de la infraestructura y generó una percepción de abandono del lugar, según Matabajoy (2023) en su artículo donde entrevistaron al investigador e historiador Oscar Pabón.

La delincuencia común, los consumidores de alucinógenos y las habitantes de la calle que armaron cambuche a la entrada del área, generaron aún más temor en los habitantes. A pesar de todos esto el líder de Cabildo Verde, el profesor Nelson Vivas Mora, ha venido tomando riendas en el asunto y en el 2019, con un grupo de voluntarios iniciaron jornadas de limpieza a la concha acústica y al monumento de Cristo Rey, lo cual atrajo la atención de actores gubernamentales como: Cormacarena, Alcaldía de Villavicencio, Gobernación del Meta, entre otros, a realizar acción en zonas al interior y de influencia de Cerro de Cristo Rey.

En el 2024, la alcaldía de Villavicencio con su alcalde Alexander Baquero, lanza el proyecto de reactivación del Cerro de Cristo Rey, implementando trabajos conjuntos con la policía y el ejército para brindar seguridad, generando acciones recreo deportivas para los locales y foráneos, implementando muralismo en las fachadas de las casas para mejorar las actividades de contemplación y realizando eventos de índole cultural y religioso. Estas acciones han reactivado turísticamente el lugar y ha generado una dinámica poblacional diferente, aún así, esta zona sigue siendo parte de la Reserva forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque, con un plan de manejo que se debe implementar y con una zonificación y régimen de usos que plasma unas actividades permitidas y no permitidas en esta área de desarrollo. Tanto la alcaldía como otros actores, siguen desconociendo estos instrumentos de ordenamiento ambiental, lo

cual ha generado que se realicen actividades turísticas de alto impacto y si no se planifica una visión de turismo sostenible, esta zona puede llegar a generar un desbordamiento por el turismo masivo y malas prácticas de urbanidad en los visitantes.

Por lo anterior, se plantea diseñar un producto turístico sostenible, que impacte en el desarrollo social, ambiental y económico del Cerro de Cristo Rey, respetando la zonificación y el régimen de usos de la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque y que guíe la visión de esta área de estudio para un buen desarrollo turístico entre los actores del sector público y el sector privado.

1.3. Justificación del problema

En 1840, se funda la ciudad de Villavicencio como un territorio joven lleno de oportunidades por tener su conexión con la capital de Colombia, Bogotá y por su importancia ecológica y cultural. Con 185 años de historia, la ciudad alberga 11 áreas protegidas inscritas ante el SINAP (Sistema Nacional de las Áreas protegidas) reconocidas por su valor ambiental y su contribución a la conservación de la biodiversidad. Estas áreas que incluyen la Reserva Forestal Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque (conocida como Buenavista), han sido fuente de equilibrio ecosistémico entre el desarrollo humano, la conservación ecosistémica y la identidad de la ciudad. No obstante, el crecimiento acelerado de Villavicencio ha generado una serie de impactos socioambientales, como las ocupaciones ilegales, la deforestación, caza de fauna silvestre, acumulación de basuras y turismo no regulado, que amenazan la integridad de las áreas protegidas.

Dentro de este ecosistema, el Cerro de Cristo Rey se constituye como un símbolo histórico, cultural y religioso para Villavicencio. Declarado patrimonio cultural inmueble en el año 2000, este sitio ha sido fuente de hechos histórico y significativos para la

comunidad, pero también ha enfrentado desafíos como la inseguridad, el abandono y la falta de planificación turística sostenible. A pesar de los esfuerzos realizados recientemente por reactivar el cerro como un atractivo turístico, las actividades realizadas en la zona no han considerado los instrumentos de ordenamiento ambiental, como el plan de manejo y la zonificación y régimen de usos establecidos en su declaratoria, lo que ha llevado a prácticas turísticas de alto impacto que podrían comprometer la sostenibilidad del área a largo plazo.

La falta de una visión integral y sostenible en el desarrollo turístico del Cerro de Cristo Rey representa una oportunidad perdida para promover el bienestar social, económico y ambiental de la comunidad. Por un lado, la actividad turística no planificada puede generar daños irreversibles en los ecosistemas, afectando la fauna, flora y servicios ecosistémicos de la Reserva. Por otro lado, esta ausencia de una visión clara y coordinada entre actores del sector público y privado restringe el potencial del turismo como una herramienta de conservación y de desarrollo local causando un desaprovechamiento de oportunidades de crecimiento económico y de generación de empleo ante una formación de la cadena de valor turística.

El diseño de un producto turístico sostenible en el área del Cerro de Cristo Rey, se plantea como una necesidad prioritaria, dada la situación actual de territorio. Este producto deberá planificarse con base en la zonificación y el régimen de uso de la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque, integrando además la participación comunitaria, la educación ambiental y la conservación natural y cultural. Asimismo, se proyecta que este modelo sea replicable en otras zonas del ecosistema o áreas protegidas de Villavicencio, fortaleciendo la diversificación de la oferta

turística y posicionando a la ciudad como referente en turismo sostenible a nivel regional y nacional.

Por lo tanto, esta tesina busca, aportar un diseño de un producto turístico que aporte a soluciones concretas a estos desafíos, proponiendo un enfoque integral que equilibre el desarrollo turístico con la conservación ambiental y el bienestar social, logrando que este producto busque apoyar a la construcción de una identidad turística sostenible para Villavicencio.

1.4. Supuestos

Las actividades que se han desarrollado a partir del 2024 con el proyecto de reactivación turística del Cerro de Cristo Rey por parte de la Alcaldía de Villavicencio, no se han alineado con las actividades permitidas bajo el plan de manejo del área protegida Quebrada Honda, caños Parrado y Buque, por lo que podrían estar generando impactos negativos como sobrecarga al ecosistema, contaminación auditiva, perturbación a la fauna y flora, entre otras. La falta de caracterización de actores del área de estudio y la ausencia de un trabajo mancomunado con el sector privado y público, han generado una desarticulación en la cadena de valor turístico para la prestación de servicio.

La ausencia de la fuerza pública en el área de interés ha generado incertidumbre de seguridad, lo que ha ocasionado que los turistas y locales, no vuelvan al Cerro de Cristo Rey y la carencia de una visión de turismo sostenible podría llevar a un turismo masivo. Por lo cual la planificación de un producto turístico sostenible, podría llevar a reducir la presión en el ecosistema, promoverá la conservación de la biota, activará la participación de la comunidad local y del sector público, se generará inversión para el mejoramiento de la infraestructura turística y de servicio en el área de interés, mejorando la experiencia del

turista, lo cual se llevará a tener una mayor aceptación del desarrollo turístico entre visitantes, las comunidades y el sector público.

1.5. Restricciones

Actualmente la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque, está en un proceso de actualización de su plan de manejo ante el Ministerio de Ambiente, lo cual se tendrá que solicitar a Cormacarena, la proyección de la nueva zonificación y régimen de usos, esperando que la información sea brindada, puesto que todavía no sería información oficial y esto se haría con el fin de planificar el producto turístico sostenible. Así mismo, la percepción de inseguridad en la zona ha ocasionado bajas o ninguna dinámica turística, lo cual podría ser complejo la proyección de una cadena de valor turística inmersa en el área de interés y por lo cual es mejor trabajar con actores de las zonas de influencia o en función amortiguadora.

La escasez de información secundaria constituye otro factor limitante, ya que los documentos disponibles se enfocan principalmente en investigaciones generales sobre toda el área protegida, sin abordar de manera específica el sector del Cerro de Cristo Rey.

1.6. Objetivo general

Diseñar un producto turístico sostenible que impacte en el desarrollo social, ambiental y económico del Cerro de Cristo Rey ubicado en la reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrados y Buque en la ciudad de Villavicencio, en Colombia.

1.7. Objetivos específicos

1. Analizar el componente ambiental del Cerro de Cristo Rey mediante su descripción detallada, identificando las condiciones que contribuyen a su atraktividad turística.

2. Realizar un estudio de mercado que determine las características de la oferta y demanda turística existente y futura del lugar objeto de estudio.
3. Definir un producto turístico con enfoque sostenible, competitivo, que integre los actores del área de interés del Cerro de Cristo Rey.

2. MARCO TEORICO

2.1. Marco referencial o institucional

En la presente tesina, es relevante describir los conceptos de turismo sostenible y regenerativo, recurso turístico, atractivo turístico, producto turístico, diseño de producto turístico, estudio de mercado, oferta y demanda turística, impacto ambiental y enfoque sostenible de planificación territorial, área protegida, zonificación y régimen de usos de un área protegida, con el fin de entender el componente social, ambiental, turístico y económico del Cerro de Cristo Rey con respecto al desarrollo turístico en la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque.

Según, Prada & Vargas (2023) concepto de turismo sostenible elaborado por la OMT (Organización Mundial de Turismo) se define como aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. Ahora bien, consecuente a las dinámicas de desarrollo social y económico con el fin de conservar los recursos naturales e impactar en el pensamiento de los visitantes, el concepto de sostenibilidad vincula al desarrollo regenerativo influyendo así en el concepto de turismo regenerativo, según

“es un entendimiento emergente, evolutivo, dinámico, que incluye a la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del hombre

consigo mismo, con el otro y con la tierra; en donde se invita al otro a visitar el lugar ralentizando el ritmo del visitante y creando una experiencia que activa conexiones profundas y positivas entre el visitante, la comunidad local, el lugar y los sistemas que sostienen la vida allí, alineando tanto al local y al visitante a los ritmos propios de la naturaleza” Socatelli (2020)

Así mismo, menciona que el turismo regenerativo,

“no rechaza los principios de la sostenibilidad turística, sino que los abraza y junto a los enunciados del turismo responsable, busca mejorarlos desde el núcleo, desde un cambio total de valores, buscando ir más allá de minimizar los daños y propiciar un uso más eficiente de los recursos, para desacelerar la degradación, a través de crear experiencias vivenciales para el visitante para implicarlo como gestor de cambio” Socatelli (2020)

Tomando en cuenta los dos conceptos ya explicados, tenemos como referencia componentes que ayudan a construir un producto turístico sostenible, en esto se enmarca los recursos turísticos, que según en el artículo de (Carvajal y Lemoine, 2018) la Organización Mundial de turismo menciona que son “todos aquellos bienes y servicios presentes en un determinado ámbito geográfico capaces de atraer por sí mismo visitantes y que hacen posible la actividad turística, satisfacen las necesidades de la demanda, mediante la actividad.” Luego de identificar los recursos turísticos, todo planificador debe comprender el concepto de atractivo turístico, el cual comprende en un

“conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de

desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio” según (Carvajal y Lemoine, 2018)

Luego de caracterizar el atractivo, se debe desarrollar unos aspectos de gestión y organización de información recolectada con el fin de fijarle rumbo a transformarme en un producto turístico.

Aunque los productos turísticos también han evolucionado tras los años, brindando una transformación en el diseño de experiencias y mejorando el manejo de los recursos naturales y turísticos, para ello se resalta el concepto de producto turístico como:

“una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital” (ONU turismo, 2025)

Con base en lo anterior, es relevante mencionar el concepto de diseño de producto turístico, como un norte hacia el cumplimiento del objetivo de este trabajo, dicho concepto se enmarca en:

“una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los

posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital” ONU Turismo (2025)

Basado en el concepto anterior, un planificador y formulador de productos de turismo sostenible, debe conocer que es un estudio de mercado al respecto expresan que el estudio de mercado, “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (Moncayo et al., 2021) y bajo un estudio de mercado se resalta los conceptos de oferta y demanda, respecto a estos concepto menciona que la oferta es,

“conjunto de unidades (Bienes o servicios) disponibles para ser intercambiadas por dinero, el cual se espera cubra el costo de producción del bien o la prestación del servicio. Si la oferta de un bien o servicio es escasa los precios tienden a subir, mientras que si la oferta aumenta mucho cada uno de estos bienes tenderá a perder valor y se convertirá en algo muy fácil de obtener” UTP (2025)

Y se refieren a demanda como,

“Conjunto de unidades de bienes y servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir de acuerdo a el precio para ellos razonable, que atienda sus necesidades en el marco de su capacidad de gasto. Si la demanda de un bien aumenta, los precios tienden a aumentar, mientras que si la demanda disminuye el precio será más bajo” (UTP, 2025)

La elaboración e implementación de un producto turístico en cualquier ecosistemas natural o antrópico, puede generar una serie de impactos ambientales tanto negativos como positivos para el entorno, es por esto que el concepto de impactos ambientales refiera a, “cualquier alteración positiva o negativa, producida por la introducción en el territorio de una determinada actividad, la cual interviene sobre distintos componentes naturales del medio físico” Pinilla (2017)

Dichos conceptos los podemos ejemplificar con atractivos turísticos, tales como:

Cristo Redentor – Río de Janeiro, Brasil: este atractivo destaca por combinar diferentes tipos de turismo, como el religioso, el cultural y el de naturaleza y aventura, especialmente por su fuerte componente paisajístico. Además, el Cristo Redentor se encuentra en el Parque Nacional de la Tijuca, sobre el Morro del Corcovado, lo que brinda a los visitantes una experiencia única de contacto con la naturaleza en medio de un entorno urbano.

El estatus del Cristo Redentor como una de las Siete Maravillas del Mundo Moderno no es casual. Su éxito se fundamenta en una combinación de factores clave:

Como la combinación paisaje y monumento, la estatua habla por sí sola, ya que es imponente y se encuentra fusionada con una panorámica de 360° de Río de Janeiro, donde se puede observar el Pan de Azúcar, la bahía de Guanabara y la playa de Copacabana e Ipanema. Lección de caso para el Cerro de Cristo Rey, el producto turístico debe tener la capacidad de dialogar con el paisaje, que potencie la vista del piedemonte, los Llanos Orientales y el paisaje urbano de Villavicencio, convirtiendo el entorno en co-protagonista.

La accesibilidad estructurada y controlada, es un factor de resaltar y que el acceso a la cima está altamente gestionado. El histórico Tren del Corcovado no es solo un medio de transporte, sino una parte integral y pintoresca de la experiencia. Adicionalmente, un sistema de vans oficiales y acreditadas canaliza el flujo desde puntos específicos de la ciudad y el acceso de vehículos privados está prohibido. Bajo lo mencionado, se aporta algunas lecciones para implementar en el Cerro de Cristo Rey, la planificación y reglamentación en que los visitantes acceden al atractivo es tan importante como el destino. Un sistema de transporte controlado como buses eléctricos o yipaos llaneros

adaptados no solo minimiza el impacto ambiental por una sobrecarga turística, sino que mejora la experiencia del visitante.

Cristo Corcovado - Brasil



Ilustración 1. Monumento al Cristo Redentor – Brasil

Y por último el aspecto de branding y visibilidad global, la silueta del Cristo se ha convertido en un monumento reconocido por todo el mundo y un poderoso activo de marca para la ciudad y el país. Convirtiéndose en parada obligatoria para los turistas. Lo mencionado anteriormente son posibles acciones para implementar en el Cerro de Cristo Rey, desde el diseño del producto turístico se debe planificar en resaltar el monumento de Cristo Rey y el mirador a la ciudad, como elementos fotografiables, para que se cree una identidad visual del atractivo y se capture la imagen de la experiencia.

El objetivo de este análisis no es aspirar a replicar su escala, sino deconstruir su fórmula de éxito y sus desafíos de gestión para extraer lecciones estratégicas. Al entender cómo el Cristo Redentor se convirtió en un imán de visitantes y cómo gestiona (con aciertos y

desaciertos) su sostenibilidad, podemos dotar al proyecto de Cerro de Cristo Rey una visión informada, evitando errores comunes y potenciando sus fortalezas únicas desde su concepción.

Cerro de Monserrate en Bogotá



Ilustración 2. Atractivo turístico Cerro de Monserrate – Bogotá

El Cerro de Monserrate en Bogotá como caso de estudio. No solo es el sitio turístico más visitado de Bogotá, sino que su historia refleja los retos y conflictos que surgen cuando un lugar con gran valor natural, espiritual y social se convierte en un destino de turismo masivo.

Este análisis no busca copiar el modelo de Monserrate, sino más bien entenderlo a fondo para aprender de él. Al revisar lo que ha funcionado bien, como su capacidad para atraer visitantes, y también lo que ha fallado, especialmente en temas de sostenibilidad, podemos recoger ideas valiosas. Estas servirán para diseñar en Villavicencio un producto turístico que sea innovador, responsable y fiel a la cultura llanera, evitando desde el inicio los problemas que hoy enfrenta Monserrate.

De allí se rescata los tipos de turismo como el religioso y el ecológico, así mismo se identifica uno de sus recursos turísticos más valiosos el cual se desarrolló en el siglo XVII,

el santo Cristo caído a los azotes y clavado en la cruz o el Señor Caído de Monserrate y su mayor motivo de viaje son las prácticas religiosas como: las procesiones, novenas, penitencias, promesas y el tradicional vía crucis de Semana Santa.

Los aspectos claves que conforman el Cerro de Monserrate son: su acceso por teleférico, funicular y sendero peatonal, la combinación de fe, gastronomía, senderismo y vistas panorámicas y la participación privada y pública para mantenimiento y promoción.

Lo mencionado anteriormente son acciones de caso para la construcción del producto turístico sostenible del Cerro de Cristo Rey, tener en cuenta un buen desarrollo de accesibilidad y aprovechar al máximo los eventos religiosos y culturales que realice la ciudad de Villavicencio.

Cerro Nutibara y Pueblito Paisa – Medellín

Este atractivo turístico ha desarrollado tipos de turismo, como el cultural, ecológico y urbano, ha formado aspectos claves como: la creación de un parque natural urbano, presentándose una reactivación con enfoque cultural (Pueblito Paisa), senderismo y eventos artísticos, así mismo se integró con el sistema de parques de Medellín gracias a la gestión conjunta entre Alcaldía y entes culturales.

Pueblito paisa – Medellín



Ilustración 3. Cerro Nutibara y Pueblito Paisa – Medellín

El éxito del pueblito paisa combina elementos como:

Encapsulación Cultural y Nostalgia, este atractivo rescata todo lo que es la identidad paisa, como la plaza, la iglesia, la alcaldía, la barbería y la escuela, son infraestructuras que generan nostalgia a los locales de un pasado rural de la región antioqueña y a los turistas, una forma rápida de consumir y vivir una experiencia inmersiva de la cultura paisa. Lo mencionada anteriormente se expresó como un caso de estudio para el Cerro de Cristo Rey, la posibilidad de construir una narrativa y un espacio que muestre la riqueza de la cultura llanera como puerta al llano, con experiencias que generen fuerza y cohesión al territorio y a lo que pueden encontrar allí.

La ubicación estratégica y accesibilidad de este atractivo se encuentra ubicado en el cerro de Nutibara, un parque ecológico en el corazón de Medellín, el cual ofrece una de las mejores vistas panorámicas de la ciudad. Su acceso es gratuito y tanto locales y foráneos disfrutan de este espacio. Lo mencionado anteriormente es un dato de estudio para el área de estudio para el Cerro de Cristo Rey, la sinergia entre un atractivo cultural y un espacio natural de acceso público puede potenciar enormemente su atractivo y su integración en la vida de la ciudad.

Oferta Comercial Integrada, este espacio alberga tiendas de artesanías, puestos de comida típica y restaurantes, asegurando que la experiencia cultural se traduzca directamente en oportunidades de consumo. Lección para el Cerro de Cristo Rey, el ordenamiento turístico del entorno dentro del atractivo inmerso en una reserva forestal protectora, debe efectuarse para generar una oferta gastronómica, de artesanías, narrativas, entre otras, de manera organizada que no afecta la experiencia de los turistas. Vale la pena mencionar que, el concepto de producto turístico se relaciona con la proyección de desarrollo de turismo sostenible en la zona de Cristo Rey, dicha zona se

encuentra en un área protegida y es por esto la importancia de conocer su concepto y de cómo aprovechar sus recursos, según la normatividad colombiana, en el (Decreto 1076, 2015) área protegida se define como: Área definida geográficamente que haya sido designada, regulada y administrada a fin de alcanzar objetivos específicos de conservación. Conviene destacar que cada área protegida tiene una zonificación que se define bajo la categoría de manejo y según el decreto en mención las áreas protegidas del Sinap deberán zonificarse con fines de manejo, a fin de garantizar el cumplimiento de sus objetivos de conservación y podrán ser las siguientes: zona de preservación, zona de restauración, zona de uso sostenible y zona general de uso público. Así mismo cada zona tiene usos y actividades permitidas, las cuales bajo el decreto en mención se definen de la siguiente manera:

- **Usos de preservación:** Comprenden todas aquellas actividades de protección, regulación, ordenamiento y control y vigilancia, dirigidas al mantenimiento de los atributos, composición, estructura y función de la biodiversidad, evitando al máximo la intervención humana y sus efectos.
- **Usos de restauración:** Comprenden todas las actividades de recuperación y rehabilitación de ecosistemas; manejo, repoblación, reintroducción o trasplante de especies y enriquecimiento y manejo de hábitats, dirigidas a recuperar los atributos de la biodiversidad.
- **Usos de Conocimiento:** Comprenden todas las actividades de investigación, monitoreo o educación ambiental que aumentan la información, el conocimiento, el intercambio de saberes, la sensibilidad y conciencia frente a temas ambientales y la comprensión de los valores y funciones naturales, sociales y culturales de la biodiversidad.

- **Uso sostenible:** Comprenden todas las actividades de producción, extracción, construcción, adecuación o mantenimiento de infraestructura, relacionadas con el aprovechamiento sostenible de la biodiversidad, así como las actividades agrícolas, ganaderas, mineras, forestales, industriales y los proyectos de desarrollo y habitacionales no nucleadas con restricciones en la densidad de ocupación y construcción siempre y cuando no alteren los atributos de la biodiversidad previstos para cada categoría.
- **Usos de disfrute:** Comprenden todas las actividades de recreación y ecoturismo, incluyendo la construcción, adecuación o mantenimiento de la infraestructura necesaria para su desarrollo, que no alteran los atributos de la biodiversidad previstos para cada categoría.

Con respecto a la mencionado anteriormente es importante resaltar el enfoque sostenible de planificación territorial como “un enfoque integral que busca conciliar el desarrollo humano con la conservación del medio ambiente” Arenas (2023) dicho concepto y los referidos previamente articulan adecuadamente con el visión para planificar y desarrollar un producto de turismo sostenible en tres zonas de la ciudad de Villavicencio, teniendo una de estas la zonificación y régimen de usos del área protegida Quebrada Honda Caños Parrado y Buque (Buenavista) y las bases de un turismo sostenible

2.2. Antecedentes de la Institución

El escenario turístico Cerro de Cristo Rey ubicado en la reserva forestal protectora Quebrada Honda Caños Parrado y Buque (Buenavista) en jurisdicción del municipio de Villavicencio, cuenta con importantes antecedentes ambientales, sociales y religiosos que

han posibilitado el desarrollo del turismo, los cuales se describen cronológicamente en la siguiente tabla:

Tabla 1. Antecedentes históricos del escenario turístico Cerro de Cristo Rey, Villavicencio.

Año – Periodo	Acontecimiento
4 abril 1945	Bajo el decreto 449 de 1944, el presidente Alfonso López Pumarejo y el ministro de la economía nacional, declara la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque, bajo el artículo 10 de la ley 200 de 1936, donde faculta al gobierno nacional para señalar zonas dentro de las cuales deben conservarse y repoblarse los bosques, ya sea en terrenos baldíos o de propiedad privada con el fin de conservar o aumentar el caudal de las aguas. (Resolución 59, 1945)
30 de octubre 1948	Se culmina e inaugura Cerro del redentor más conocido como Cerro de Cristo Rey, donde su construcción inicio en 1948 y termina su construcción en la fecha citada. Esta obra fue levantada como un símbolo de paz frente a los años de violencia vividos tras el asesinato de Jorge Eliécer Gaitán, por idea del sacerdote Pedro Eliseo Achury Garavito, quien para hacerla realidad contó con el escultor Dídimio Beltrán, el arquitecto José Rama Kans y la comunidad villavicencense, que cargó hasta el cerro los materiales para erigir este monumento, narra Matabajoy (2023) en la entrevista realizada al historiados Oscar Pabón.
Año 1987	Cerca al monumento, se construyó por parte de la Gobernación del Meta la Concha Acústica Arnulfo Briceño, donde se realizaban

	eucaristías, presentaciones artísticas de orquestas nacionales e internacionales y festivales llaneros. Matabajoy, (2023)
31 de diciembre de 1991	Bajo el contrato 111, la gobernación del Meta, arrendó a Fabio Prieto Silva el kiosco que se conoció como el restaurante La Cachivera. Matabajoy (2023)
4 de junio de 1996	La delincuencia común realizó dos homicidios donde fueron encontrados los cuerpos sin vida de los estudiantes Carlos Sánchez y Sandra Palma, un hecho lamentable que enlutó a la ciudad, tocando profundamente el corazón de las familias que visitaban continuamente el cerro. Matabajoy (2023)
Febrero de 1997	la Fundación Ambiente Sano que tenía como presidenta a Emma Cenaida Aldana había denunciado ante la presidencia de la república que, “a pesar de haber sido declarado reserva forestal el 04 de abril de 1945 según resolución número 59 del Ministerio de la Economía Nacional, está siendo violada, ya que la Gobernación del Meta, la Alcaldía de Villavicencio y la Diócesis han realizado construcciones, sin tener -agregan- los requisitos legales como son el estudio de impacto ambiental y la licencia ambiental (Zapata, 2024)
27 de mayo de 1997	Se presentó un deslizamiento de tierra causó la muerte de cuatro personas y dejó sin vivienda a 15 familias en lo que había pasado a ser el barrio El Espejo, ubicado en ese entonces en la parte baja del cerro. (Zapata, 2024)
16 de abril del 2010	Dos parejas fueron atacadas con armas cortopunzantes por individuos que hurtaron sus pertenencias y que cobraron la vida de dos mujeres. Matabajoy (2023)
4 de noviembre del 2014	El ministerio de ambiente y desarrollo sostenible de la república de

	<p>Colombia adopta bajo la resolución 1762 del 2014 el plan de Manejo de la Reserva Forestal Protectora Honda y Caños Parrado y Buque. Esto se realiza bajo las facultades conferidas en el numeral 18 del artículo 5 de la ley 99 de 1993, el Parágrafo 2 del Artículo 4 7 del Decreto 2372 de 2010, y las determinadas en el artículo 16 del Decreto 3570 de 2011, (Resolución 1762, 2014)</p>
Diciembre 2000	<p>Decreto 353 del 2000, por medio del cual se adopta el Plan de Ordenamiento Territorial del Municipio de Villavicencio y en su artículo 56, Declaratoria del Patrimonio Cultural Inmueble, se le otorga este distintivo al Cerro de Cristo Rey. Esto lo realiza la alcaldía de Villavicencio en uso de sus atribuciones, en especial de las consagradas en el artículo 315-10 de la Constitución y de los artículos 4, 26 y concordantes de la Ley 388 de 1997. (Decreto 353, 2000)</p>
Año 2019	<p>Se empieza a consolidar el trabajo de Cabildo Verde, liderado por Nelson Vivas por la recuperación del cerro. Cambiaron la alta vegetación que estaba en la Concha Acústica por maní forrajero que impide que crezca rastrojo de gran tamaño. Se acogieron al Plan de Manejo Ambiental de Cormacarena y el año pasado pintaron el monumento junto a trabajadores del municipio.</p>
Año 2023	<p>Se consolidó el proyecto de Zonas de Conocimiento Ambiental Integral -Zocai-, que de la mano de Cormacarena ha adelantado tres líneas de trabajo. La primera tiene el componente agroecológico con huerta comunitaria en la Concha Acústica.</p> <p>La segunda estrategia de trabajo tiene que ver con la gestión de residuos orgánicos realizada en donde se encontraba La Cachivera por medio del cultivo de lombrices, apostándole a la permacultura. El tercer</p>

	<p>frente de trabajo es denominado Zona de Avistamiento Científico y Comunitario de Flora y Fauna: Ruta Guayupe. Por medio de esto reivindicar y hacen memoria de los senderos ancestrales que habitó y transitó la etnia precolombina del Piedemonte Llanero.</p> <p>Se pretende fortalecer este componente y consolidarlo como rutas ecoturísticas por el cerro que fomenten la conservación de la naturaleza, (Zapata, 2024)</p>
Año 2024 - 2025	<p>La Alcaldía de Villavicencio bajo la administración del alcalde Alexander Baquero, inicia el proyecto de reactivación económica del Cerro de Cristo Rey, bajo actividades lúdicas como cuentearía, aeróbicos, senderismo, avistamiento de aves y eventos religiosos y la vinculación del sector comercial formal e informal, con el fin de generar una activación del sector.</p>

Fuente: Elaboración propia construida por varios autores

2.3. Misión y visión

Misión

Diseñar un producto turístico sostenible que promueva la conservación ambiental del escenario turístico del Cerro de Cristo Rey inmerso en la reserva forestal protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque (Buenavista) que dinamice la economía local a través del fortalecimiento de la cadena de valor vinculados al turismo, y fomente el desarrollo social mediante la participación activa de la comunidad interna y aledaña en Villavicencio, Colombia.

Visión

Ser un referente municipal y departamental en turismo de naturaleza sostenible, integrando la protección del patrimonio natural con el bienestar de las comunidades

locales, consolidando al Cerro de Cristo Rey como un destino turístico que armoniza experiencias responsables, educación ambiental y crecimiento económico inclusivo para el año 2030.

2.4. Estructura organizativa

Villavicencio es una ciudad con una estructura poblacional mixta, debido a las migraciones internas del país por motivos de violencia y la existencia de comunidades indígenas Guayupes en el territorio. Según (Bolaños, 2018), las personas que mayor migración presentaron fueron de los departamentos de: Boyacá, Huila y Tolima, de ciudades del Eje Cafetero como son: Medellín, Manizales y Pereira, y de la Capital de Colombia, Bogotá.

Por consiguiente, Villavicencio como zona territorial, ha dado lugar a una expansión de lo urbano sobre el “suelo rural” menciona (Bolaños, 2018), lo que ha ocasionado un desarrollo de construcciones tipo campestre para el disfrute del territorio, esto ha generado una difícil diferencia entre lo urbano y lo rural. Así mismo los procesos de ordenamiento ambiental han brindado la conservación de áreas protegidas dentro de la ciudad generando consigo grandes zonas verdes, llevando a la ciudad a una planificación territorial rural-urbano.

Por otro lado, el escenario Cristo Rey se encuentra a 500 metros lineales de la gobernación del Meta y el parque central los libertadores y a 280 metros de la alcaldía de Villavicencio, lo que se define que este escenario se encuentra dentro del casco urbano de la ciudad de Villavicencio y de la reserva forestal protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque la cual tiene un total de 1208.57 hectáreas y el escenario turístico ocupa un área de estudio 17,8 hectáreas aproximadamente.

Debido a esta área de estudio, se busca impactar positivamente a diversos núcleos poblacionales. Como se indica en el siguiente mapa, los objetivos principales incluyen comunidades rurales y urbanas que se beneficiarán de las iniciativas propuestas. Estas acciones están diseñadas para mejorar la calidad de vida mediante el desarrollo de infraestructuras sostenibles, las buenas prácticas turísticas, y la promoción de la economía local. Además, se prioriza la inclusión social y la participación comunitaria para asegurar que las soluciones implementadas sean efectivas y adaptadas a las necesidades específicas de cada zona.

Área de estudio con sus núcleos poblacionales



Figura. 5 Áreas de impacto poblacional referente al área total de estudio

Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Señalando la imagen, el proyecto de tesis abarcará tres grupos poblacionales:

1. Colegio hermanos de la Salle, serán claves para vincularlos a actividades del ecoturismo, como el avistamiento de aves, investigación entre otros.
2. Habitantes en la zona de Cristo Rey, se podrán vincular como actores claves en la cadena de valor turístico, para la prestación de algún servicio turístico.
3. Zona comercial del Parque Infantil, allí es la zona más confluída de un eje comercial donde dichos actores serán claves para fortalecer la cadena de valor turística ante la prestación de diferentes servicios complementarios, tales como almuerzos, meriendas, cenas, bebidas, postres, zonas de descanso, entre otras.

2.5. Marco Normativo

En siguiente marco normativo y jurídico, tiene implicaciones directas en el desarrollo de la presente tesina, por tener su connotación de ser un escenario inmerso en un área protegida bajo la figura de Reserva Forestal Protectora declara ante el ministerio de ambiente sostenible y administrada por Cormacarena.

Tabla 2. Marco normativo de la tesina

Norma	Descripción
Constitución Política 1991	<p>Art. 8. Es obligación del Estado y de las personas proteger las riquezas naturales y culturales del país.</p> <p>Art. 79. Es deber del Estado, proteger a biodiversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para lograr estos fines.</p> <p>Art. 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, prevenir y controlar los factores</p>

	de deterioro ambiental, imponer sanciones y exigir la reparación de los daños causados.
Ley 99 de 1993	<p>Se crea el Ministerio de Medio Ambiente y organiza el Sistema Nacional Ambiental (SINA) para asegurar la adopción y ejecución de las políticas y de los planes, programas y proyectos respectivos, en orden de garantizar el cumplimiento de los deberes y derechos del Estado y de los particulares en relación con el medio ambiente y con el patrimonio natural de la Nación.</p> <p>De las funciones de las Corporaciones Autónomas Regionales relacionadas con el uso de la Biodiversidad (Art 31.): Ejercer la función de máxima autoridad ambiental en el área de su jurisdicción, de acuerdo con las normas de carácter superior y conformes a los criterios y directrices trazadas por el ministerio de ambiente y desarrollo sostenible (Numeral 2) (Congreso de la República de Colombia, 1993).</p>
Ley 165 de 1994	<p>Se reconocen las Áreas Protegidas como instrumentos importantes para cumplir las metas de reducción significativa de la tasa perdida de la diversidad biológica, adhiere a los principios y compromisos adquiridos en el marco del Convenio de Diversidad Biológica, definidos en los “Lineamientos Internacionales de Turismo Sostenible y Biodiversidad” (Congreso Nacional de la República de Colombia, 1994).</p>
Decreto 1076 de 2015	<p>Este documento compila la normatividad ambiental vigente hasta la fecha de su expedición por lo que se constituye una</p>

	de las principales herramientas de consulta en materia ambiental.
Política para el desarrollo del Ecoturismo. 2003	Elaborada conjuntamente por los Ministerios de Comercio, Industria y Turismo y Ambiente, como una “propuesta interinstitucional para darle impulso definitivo al ecoturismo de tal manera que las regiones del país puedan ofrecer productos competitivos, sostenibles ambiental, social, económica y culturalmente, que deriven beneficios para la comunidad receptora y la integren de manera productiva en su prestación”.
CONPES 3296 de 2004	Establece los lineamientos de participación del sector privado en la prestación de servicios ecoturísticos y para el sector ecoturístico comunitario. Además, genera herramientas de manejo de la actividad.
Política de Turismo Sostenible (2020)	La política de turismo sostenible “Unidos por la Naturaleza” tiene como objetivo posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local. La política de turismo sostenible “Unidos por la Naturaleza” tiene como objetivo posicionar la sostenibilidad como pilar fundamental para el desarrollo del turismo en el país, como factor de competitividad de los negocios turísticos y de desarrollo social y cultural local.
Ley 2068 de 2020	La nueva Ley de Turismo consagra medidas de largo, mediano y corto plazo que permitirán: Fomentar la

	sostenibilidad e implementar mecanismos para la conservación, la protección y el aprovechamiento de los destinos y de los atractivos turísticos. Fortalecer la calidad turística y la competitividad del sector.
Plan sectorial de Turismo 2022 - 2026	Turismo en armonía con la vida” incluye los siguientes 4 ejes estratégicos; democratización del turismo como fuerza transformadora para una cultura de paz., territorios turísticos para la equidad y el bienestar, turismo: alternativa para la transición económica y protección de la naturaleza y el turismo: dinamizador de la economía para la vida y la justicia social.

Fuente: Elaboración propia por diferentes ejes normativos

2.6. Productos que ofrece

El desarrollo de la tesis tiene como objetivo general: Diseñar un producto turístico sostenible que impacte en el desarrollo social, ambiental y económico del Cerro de Cristo Rey ubicado en la reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrados y Buque en la ciudad de Villavicencio, en Colombia, donde tiene como finalidad realizar un diagnóstico bajo el componente ambiental con el fin de identificar los recursos turísticos y el ordenamiento ambiental que presenta el área de estudio.

Así mismo se desarrolla un estudio de oferta y demanda con el fin de identificar la dinámica de mercado tanto dentro y fuera de la zona objeto de estudio.

Y por último se definirá un producto turístico con base en los principios de sostenibilidad, competitividad y vinculación de actores directos bajo el área de estudio.

También se entregarán salidas gráficas (mapas) y caracterización de actores y locales comerciales vinculantes al área de estudio.

3. MARCO METODOLOGICO

3.1. Fuentes de información

La metodología desarrollada se basó en un enfoque integral, fundamentado en conocimientos adquiridos y respaldado por fuentes teóricas especializadas y el libro “Metodología de la investigación” de (Hernandez et al, 2010) con el fin de desarrollar el siguiente objetivo: Diseñar un producto turístico sostenible que impacte en el desarrollo social, ambiental y económico del Cerro de Cristo Rey ubicado en la reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrados y Buque en la ciudad de Villavicencio, en Colombia.

Así mismo, se utilizó información de herramientas aplicadas, como Matriz DOFA, Proyecto 5x5 redes temáticas integradas de turismo rural de (Moutinho, 2013), plataforma geoespacial Google Earth y la cartilla N° 2, Diagnóstico del destino para la planificación turística de (Ministerio de industria comercio y turismo, 2024)

Por consiguiente, para seleccionar la población muestra, se optó por el método de muestreo no probabilístico que según (Estadísticas Canada, 2025), es un método de selección de unidades de una población mediante un método subjetivo (es decir, no aleatorio). Dado que el muestreo no probabilístico no requiere un marco de encuesta completo, fue una forma rápida, sencilla y económica de obtener datos. Y el tipo de muestreo no probalístico que se desarrolló fue el de muestreo por conveniencia, ya que fueron poblaciones disponibles o accesibles con mayor facilidad como investigador. Cabe señalar que, estas herramientas se desarrollaron en tres zonas focales, como se muestra en la siguiente imagen.

Zonas focales del área de estudio



*Figura. 6 Grupos focales de aplicación de metodología
Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth*

- **Zonas Focales del Proyecto de Turismo Sostenible en Villavicencio**

La **primera zona focal** fue en el barrio La Salle, donde se llevó a cabo un taller con habitantes de un sector vulnerable, caracterizado por la presencia de diversas problemáticas sociales. Sin embargo, madres cabeza de hogar y jóvenes del sector manifestaron constantemente su interés en desarrollar una experiencia de turismo urbano y en conservar la zona alta del bosque contiguo a su comunidad.

La segunda zona focal se trabajó con las instituciones responsables de la administración ambiental y territorial del atractivo turístico Cerro de Cristo Rey, tales como Cormacarena, la Alcaldía de Villavicencio y el Instituto de Turismo de Villavicencio. Esta articulación institucional permitió conocer los lineamientos y criterios para el ordenamiento del territorio con enfoque turístico y ambiental.

La tercera zona focal se desarrolló con empresarios del sector ubicado alrededor del Parque Infantil, quienes aportaron una visión centrada en el turismo gastronómico, zonas de descanso y servicios complementarios para los visitantes.

El desarrollo de estas zonas focales tuvo como objetivo recopilar las perspectivas de tres actores clave:

1. **Comunidades en contextos vulnerables**, para conocer su visión sobre el turismo como estrategia de transformación social y económica.
2. **Instituciones públicas**, para identificar el marco de planificación ambiental y territorial del turismo en Villavicencio.
3. **Sector empresarial**, para integrar su visión a la cadena de valor del producto turístico planteado.

Esta estrategia buscó articular las tres zonas, conectando los esfuerzos comunitarios, institucionales y privados en torno a un producto turístico sostenible con epicentro en el Cerro de Cristo Rey inmerso en la Reserva forestal Protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque, fortaleciendo la oferta turística de la ciudad a través del aprovechamiento integral del Parque Infantil y la vinculación activa del barrio La Salle.

3.2. Técnicas de Investigación

Basado en la metodología de la investigación de (Hernandez et al, 2010), el presente proyecto de grado se desarrolló bajo un enfoque cualitativo con elementos participativos y de campo, lo que permitió recopilar información que ayudó a entender el área de estudio y diseñar de forma integral, un producto turístico sostenible contextualizado a la oferta local. Esta investigación se apoyó en el paradigma aplicado, de corriente positivista (Miranda Beltrán y Ortiz Bernal, 2020), utilizando un enfoque descriptivo y propositivo, cuyo objetivo fue caracterizar los atributos del área de estudio y formular una propuesta de producto

turístico sostenible, orientado a la integración territorial, la conservación del ecosistema y la participación comunitaria.

En esta investigación aplicada, buscó desde su planteamiento y pertinencia del conocimiento generado, asegurar que sus resultados tuvieran un impacto directo en la resolución de problemáticas específicas. Su enfoque se orientó hacia la implementación de soluciones concretas, permitiendo que los hallazgos obtenidos incidieran de manera efectiva en la toma de decisiones y el diseño de estrategias que favorecieran el desarrollo sostenible.

En el ámbito de la gestión del turismo sostenible, la aplicación del paradigma aplicado resultó especialmente relevante, ya que proporcionó herramientas metodológicas para abordar de manera integral las problemáticas ambientales, socioculturales y económicas asociadas a la planificación de destinos turísticos. Al adoptar este enfoque, fue posible articular modelos de gestión que integran criterios de conservación del patrimonio, participación comunitaria y eficiencia económica, promoviendo un desarrollo turístico equilibrado y responsable.

Principales Características del Paradigma positivista aplicado en esta Investigación

1. Enfoque práctico: La investigación se orientó hacia la aplicación directa del conocimiento, permitiendo la generación de herramientas útiles para la planificación y gestión turística propuesta.
2. Interdisciplinariedad: fueron integrados métodos y enfoques de diversas disciplinas como la sociología, economía, geografía y ciencias ambientales, con el propósito de abordar la complejidad del turismo sostenible en la localidad objeto de estudio.

3. Uso de datos empíricos: Se basó en la observación, experimentación y análisis de información obtenida en campo, garantizando que los resultados fueran representativos y aplicables.
4. Impacto en la toma de decisiones: Los hallazgos generados por este tipo de investigación fueron utilizados para mejorar procesos, diseñar políticas públicas y desarrollar productos y servicios turísticos alineados con la sostenibilidad.
5. Flexibilidad metodológica: Se emplearon enfoques cuantitativos y cualitativos, permitiendo una evaluación integral de los fenómenos turísticos y sus impactos para la comunidad y el entorno.

La aplicación del paradigma fue desarrollada en la gestión del turismo sostenible, este patrón de investigación fue especialmente útil en el diseño de estrategias de conservación patrimonial, desarrollo comunitario y mitigación de impactos ambientales dentro del turismo sostenible.

Para ello, se implementó un diseño metodológico basado en procedimientos de observación in situ, mediante la identificación sistemática de los recursos turísticos culturales y naturales del lugar. Asimismo, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de fuentes documentales, complementada con un taller participativo, en el que se analizaron las dinámicas del comercio local y las percepciones de la población circundante. Además, se aplicaron entrevistas semiestructuradas como técnica de recolección de datos cualitativos, permitiendo la triangulación de información con los registros obtenidos en campo.

La unidad estuvo conformada por los actores del sistema turístico y productivo que operan en las proximidades del parque infantil, la comunidad residente en el área de influencia y

los representantes institucionales con injerencia en la planificación y regulación del desarrollo turístico del territorio.

Este ajuste incorporó una terminología más técnica y precisa, alineada con el rigor académico requerido en una tesis de maestría en gestión del turismo sostenible.

3.3. Método de Investigación.

El paradigma aplicado, el positivista en investigación se definió como un enfoque metodológico que buscó generar conocimiento con una orientación práctica y utilitaria. A diferencia de los paradigmas puramente teóricos, este enfoque, el positivista, se centró en la resolución de problemas concretos y en la implementación de soluciones dentro de un contexto específico, el Cerro de Cristo Rey, inmerso en la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque.

El modelo aplicado se caracterizó por varios rasgos distintivos: tuvo un enfoque práctico, pues se orientó hacia la aplicación directa del conocimiento en situaciones reales.

Además, demostró ser interdisciplinario al integrar métodos de diversas disciplinas para abordar problemas complejos. Se basó fundamentalmente en el uso de datos empíricos, obtenidos a través de la observación y la experimentación en campo. Como resultado, sus conclusiones fueron utilizadas para impactar en la toma de decisiones, ya fuera para mejorar procesos, diseñar políticas o desarrollar productos. Finalmente, mostró una gran flexibilidad metodológica, al combinar enfoques cuantitativos y cualitativos según las necesidades del estudio.

La incorporación de esta perspectiva resultó esencial en los procesos de planificación y gestión turística, al ofrecer instrumentos estratégicos que fortalecieron la conservación del patrimonio y favorecieron un desarrollo económico sostenible en los destinos

3.3.1. Metodología de Investigación para el Desarrollo de un Producto de Turismo Sostenible

La presente investigación tuvo como objetivo diseñar un producto turístico sostenible, fundamentado en un análisis integral del Cerro de Cristo Rey, considerando aspectos ambientales, económicos y socioculturales. Para ello, se definieron una serie de acciones metodológicas alineadas con los objetivos específicos, estructuradas en tres fases clave.



Figura. 7. Metodología del proyecto final de grado

Etapa de evaluación del Componente Ambiental

Para determinar el potencial de atraktividad turística del Cerro de Cristo Rey, se llevó a cabo un análisis ambiental mediante las siguientes acciones:

- **Elaboración de cartografía del área de estudio**, utilizando herramientas SIG, como Google Earth para definir su delimitación y características físicas.
- **Inventario de recursos turísticos**, identificando elementos naturales y culturales de valor patrimonial.

- **Identificación de actores locales**, con el objetivo de comprender su papel en la gestión territorial y turística.

Etapa de estudio de Mercado Turístico

Con el fin de establecer la viabilidad del producto turístico, se realizó un análisis de la oferta y la demanda, contemplando:

- **Diagnóstico de la infraestructura y servicios turísticos** existentes en el área de estudio como oferta turística.
- **Evaluación de la demanda turística**, construcción del perfil de visitantes y sus preferencias.

Etapa de diseño del Producto Turístico Sostenible

La formulación del producto turístico se estructuró bajo principios de competitividad y sostenibilidad, integrando a los actores locales en su desarrollo. Las actividades clave fueron:

- **Talleres participativos** con actores locales e instituciones, para validar la propuesta.
- **Diseño de recorrido** con base en los criterios de accesibilidad, interpretación ambiental y valoración patrimonial
 - Elaboración de propuesta del producto turístico acorde a las tendencias de mercado y criterios recolectados en las diferentes zonas
- **Elaboración del plan estratégico** con el fin de implementar del producto turístico
- **Proyección presupuestal para la ejecución del plan estratégico**
- **Validación** por parte de los actores estratégicos

4. DESARROLLO

El presente trabajo de grado se llevó a cabo con el objetivo principal de diseñar un producto turístico sostenible que contribuya al desarrollo social, ambiental y económico del Cerro de Cristo Rey, ubicado en la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrados y Buque, en la ciudad de Villavicencio, Colombia. Para ello, se aplicó la metodología previamente expuesta, abarcando las fases del proyecto conforme a los objetivos específicos, como se detalla a continuación:

4.1. Analizar el componente ambiental del Cerro de Cristo Rey a fin de identificar sus condiciones de atractividad turística

4.1.1. Elaboración de cartografía del área de estudio

Se identificó el área de estudio la cual abarcó un total de 17,8 hectáreas, dicha zona se encuentra en la comuna 2 de la ciudad de Villavicencio y traslapa con la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda, Caños Parrado y Buque, como se muestra a continuación:

Área total de estudio



Figura. 8 Área de estudio total del producto turístico
Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza anexo 1 y 2, en formato tipo shape y PNG del área de estudio.

No obstante, el área de estudio que se encuentra en la Reserva Forestal Protectora tiene un total de 9,87 hectáreas, la cual al momento de realizar la propuesta del producto turístico se tuvo en cuenta la zonificación y régimen de usos del área protegida, puesto que allí se identificó zona de preservación y restauración en el área boscosa y en las áreas como el mirador, la concha acústica, la vía de acceso y el monumento de Cristo Rey se encontraron en zona de uso público como se muestra a continuación:

Área de estudio inmersa en la RFP Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque



Figura. 9 Área de estudio del producto turístico inmerso en RFP como análisis ambiental del entorno

Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza anexo 3 y 4, en formato tipo shape y PNG del área del producto turístico inmerso en la reserva.

Según la resolución 1762 del 2014 emitida por Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia, la cual adopta el plan de manejo de la RFP Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque como principal instrumento de planificación que orientará la gestión de la Corporación para el Desarrollo Sostenible del Área de Manejo Especial la Macarena "CORMACARENA" para la conservación de dicha área del SINAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas), dicho plan establece la zonificación del área, junto con los usos y actividades permitidos en cada zona. En este marco, se analiza el desarrollo turístico de acuerdo con los siguientes lineamientos:

Zona de preservación: Se permiten realizar los usos de preservación y conocimiento de conformidad con las definiciones dadas en el artículo 35 del Decreto 2372 de 2010.

En esta zona se podrán adelantar las siguientes actividades:

- Investigación científica y demás actividades orientadas a la preservación de los ecosistemas y la biodiversidad.
- Monitoreo de la biodiversidad.
- Desarrollo de estrategias y programas de conectividad.
- Protección, control y demás actividades para la preservación del medio natural.
- Educación e interpretación ambiental.

Zona de Restauración: Se permiten realizar los usos de restauración y conocimiento de conformidad con las definiciones dadas en el artículo 35 del Decreto 2372 de 2010.

En esta zona se podrán adelantar las siguientes actividades:

- Implementación de actividades de restauración activa o pasiva.
- Investigación básica y aplicada.
- Monitoreo de la biodiversidad.

- Desarrollo de estrategias y programas de conectividad entre áreas de preservación.
- Adecuación o mantenimiento de senderos ecológicos y de interpretación que no alteren los atributos de los ecosistemas o atraviesen espacios de especial fragilidad.
- Obras para la rehabilitación de zonas con procesos erosivos.
- Rehabilitación geomorfológica de zonas antes destinadas a la explotación minera.
- Educación, sensibilización en buenas prácticas ambientales e interpretación ambiental.
- Control y vigilancia.

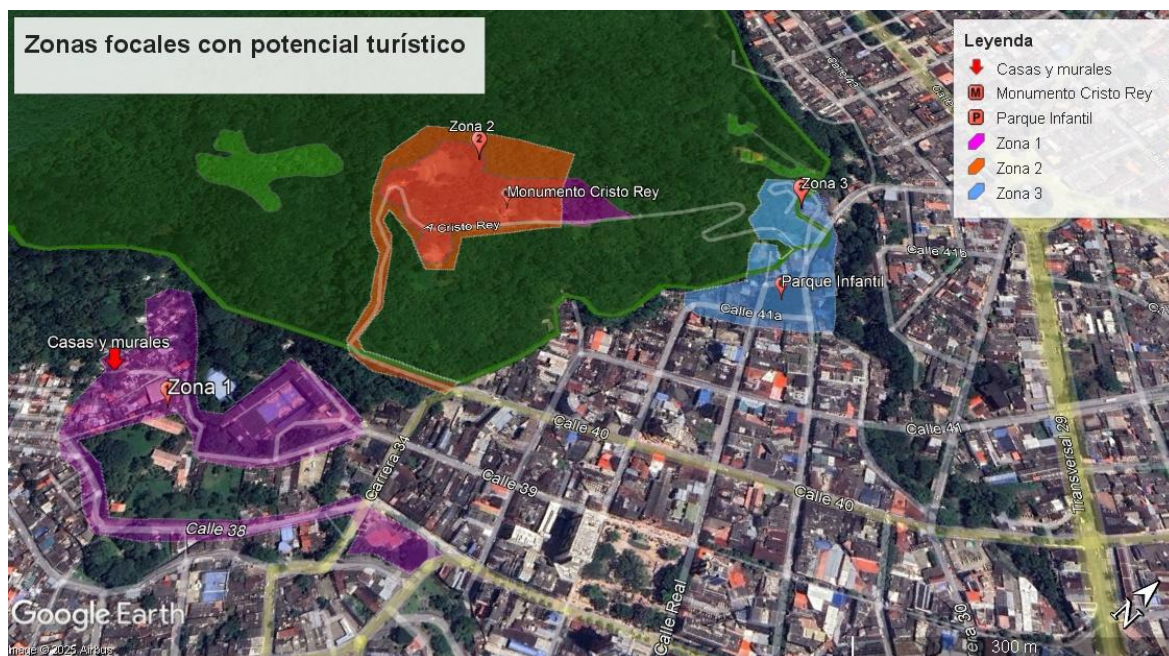
Zona de Uso Público: Se permiten realizar los usos de conocimiento y de disfrute de conformidad con las definiciones dadas en el artículo 35 del Decreto 2372 de 2010.

En esta zona se podrán adelantar las siguientes actividades:

- Investigación científica y educación ambiental.
- Recreación pasiva y ecoturismo a partir de estudios de capacidad de carga y plan de uso público.
- Monitoreo de la biodiversidad.
- Adecuación de senderos que no alteren los atributos de los ecosistemas.
- Construcción o mejoramiento de la infraestructura básica para la administración del área o la atención de visitantes.

Con el fin de identificar las zonas focales con mayor potencial de atraktividad turística, se realizó una delimitación cartográfica de tres áreas específicas, como se muestra a continuación:

Zonas Focales con potencial turístico



*Figura. 10 Zonas focales con mayor potencial de atraktividad turística
Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth*

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza anexo 5 y 6, en formato tipo shape y PNG de las zonas focales con potencial turístico.

En la zona 1 se encontraron los barrios vulnerables de la comuna 2: La Salle y Colinas. Esta área se identificó como un atractivo turístico debido a las narrativas que emergen de su historia reciente, marcada por conflictos urbanos y la presencia de fronteras invisibles. Además, su infraestructura urbana, con viviendas construidas de manera densa y escalonada, remite visualmente a las favelas de Río de Janeiro, lo que le confiere un carácter particular. Otro elemento destacado como atractivo son los guías locales: jóvenes y madres cabeza de familia que han vivido en carne propia la violencia urbana y que, hoy en día, buscan transformar su realidad a través del turismo, generando nuevas oportunidades de vida y fuentes de ingreso.

En la zona 2, se identificó el Cerro de Cristo Rey, conformado por un sendero tanto vehicular como peatonal para acceder hasta el monumento, una concha acústica y un mirador que refleja una ventana para conocer la ciudad. Así mismo se identificó el cambio de sensación térmica y la reducción de la contaminación sonora generada por la actividad urbana en el centro de Villavicencio y la sensación de tranquilidad de una Reserva Natural. También se observó la presencia de aves, como uno que otro primate (mono nocturno y mono tití) que pueden ser objeto de avistamiento y un atractivo para el turista.

En la zona 3, se identificó el Parque Infantil como un lugar de interés, destacando su arquitectura antigua y la presencia de una imponente ceiba en su centro, reconocida por sus grandes raíces y la generosa sombra que ofrece. Este espacio ha sido apropiado como zona de descanso y contemplación, caracterizándose por un ambiente fresco y una brisa constante. Alrededor del parque se ha desarrollado una oferta complementaria que incluye zonas gastronómicas, espacios de coffee working, venta de souvenirs y snacks. Por lo tanto, la identificación de estas tres zonas fue insumo para la construcción del producto turístico, con el fin de poder desarrollar el siguiente apartado:

4.1.2. Inventario de recursos turísticos

Esta herramienta permitió identificar, clasificar, describir y valorar los atractivos y servicios existentes en el área de estudio, tanto naturales, culturales o creados, con el fin de organizar la oferta turística bajo la demanda y facilitar su planificación.

Para esto se llevó a cabo un mapa de inventarios turísticos, caracterizando por cada una de las tres zonas y una matriz como producto donde se describe lo observado en campo con sus respectivos puntos georreferenciados, su estado actual y el potencial turístico de esta fase:

Tabla 3. Matriz de inventario turístico

ítem	Recurso Turístico	Tipo (Natural/Cultural)	Descripción	Ubicación (Coordenadas o Referencia)	Estado Actual	Potencial Turístico	Observaciones
Zona 1. Barrios vulnerables (La Salle y Colinas)							
1	Narrativas de conflicto urbano (La Salle – Colinas)	Cultural Inmaterial	Relatos locales sobre violencia urbana y resiliencia	Barrio Salle y Colinas	Medio	Alto	Posibilidad de rutas con enfoque social
2	Casas antiguas de los barrios	Cultural material	Contemplación y recorrido entre las calles	Barrio Salle y Colinas	Medio	Alto	Se debe realizar algunas mejoras en las calles y orden y aseo
3	Murales y calles pintadas	Cultural material e inmaterial	Contemplación, recorrido y narrativas por los murales de los barrios	Barrio Salle y Colinas	Medio	Alto	Se debe realizar una planificación para realizar más murales y calles pintadas
4	Parque de la Cruz	Cultural material e inmaterial	Una de las primeras zonas de recreación y construcción de Villavicencio. Un parque en el cual se puede desarrollar contemplación y descanso y narrativa sobre el	Barrio barzal bajo	Medio	Alto	Requiere señalización e interpretación.

			caño Gramalote , donde nace la ciudad				
Zona 2. Cerro de Cristo Rey							
5	Sendero Cerro Cristo Rey a parque infantil	Natural	Sendero ecológico con vistas panorámicas	vía de acceso a Cristo Rey	Bueno	Alto	Requiere señalización e interpretación
6	Concha acústica	cultural material	Zona para actividades	Concha acústica	Medio	Medio	Se requiere de mantenimiento y de uso frecuente, así como de servicios como la energía y baños
7	Mirador (Ventana a Villavicencio)	Cultural material	Este es un espacio para contemplar la ciudad, realizar registros fotográficos, pero también para adecuar una zona para la venta de alimentos y/o negocios verdes	Ventana a Villavicencio	Bueno	Alto	Se requiere mantenimiento, adecuación como zona de descanso y adecuación de un espacio para venta de emprendedores o pequeñas empresas, tales como negocios verdes

8	Monumento Cristo Rey	Patrimonio Cultural material	Este es un monumento donde se puede realizar registro fotográfico, desarrollar eventos religiosos y subir en el monumento para contemplar la vista de Villavicencio como parte de una segunda ventana como parte del recorrido	Monumento Cristo Rey	Bueno	Alto	Requiere señalización e interpretación. Especialmente requiere señalización en su aforo
9	Sendero bosque Buenavista	Natural	Se realiza senderismo cerca al monumento de Cristo Rey, donde se tiene una experiencia de contemplación, avistamiento de fauna y flora y datos importantes sobre la reserva forestal protectora	sendero ecológico	Bajo	Alto	Requiere señalización e interpretación. Especialmente requiere señalización en la capacidad de carga y adecuación y mejoramiento del sendero
Zona 3. Parque Infantil							

10	Ceiba del Parque Infantil	Natural	Árbol ancestral de gran tamaño, sombra fresca	Parque Infantil, centro de Villavicencio	Bueno	Alto	Punto de descanso y contemplación
11	Parque Infantil	Cultural material e inmaterial	Una de las primeras zonas de recreación y construcción de la zona de Villavicencio. Un parque en el cual se puede desarrollar contemplación y descanso	Parque Infantil de Villavicencio	Bueno	Alto	Requiere señalización e interpretación.
12	Establecimientos comerciales	Cultural material e inmaterial	Estos establecimientos se ubican en infraestructuras antigua de la ciudad de Villavicencio, las cuales han adecuado para ofertar diferentes productos tales como: gastronomía, coffee working, venta de souvenirs	Zona alrededor del parque infantil	Bueno	Alto	Requiere señalización e interpretación.

			y snacks				
--	--	--	----------	--	--	--	--

Fuente: Elaboración propia a partir de visitas a campo

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza el anexo 7, matriz de inventarios turísticos

A continuación, se genera salida gráfica de cada una de las zonas del inventario de los recursos turísticos que se identificaron en campo:

Zona focal 1

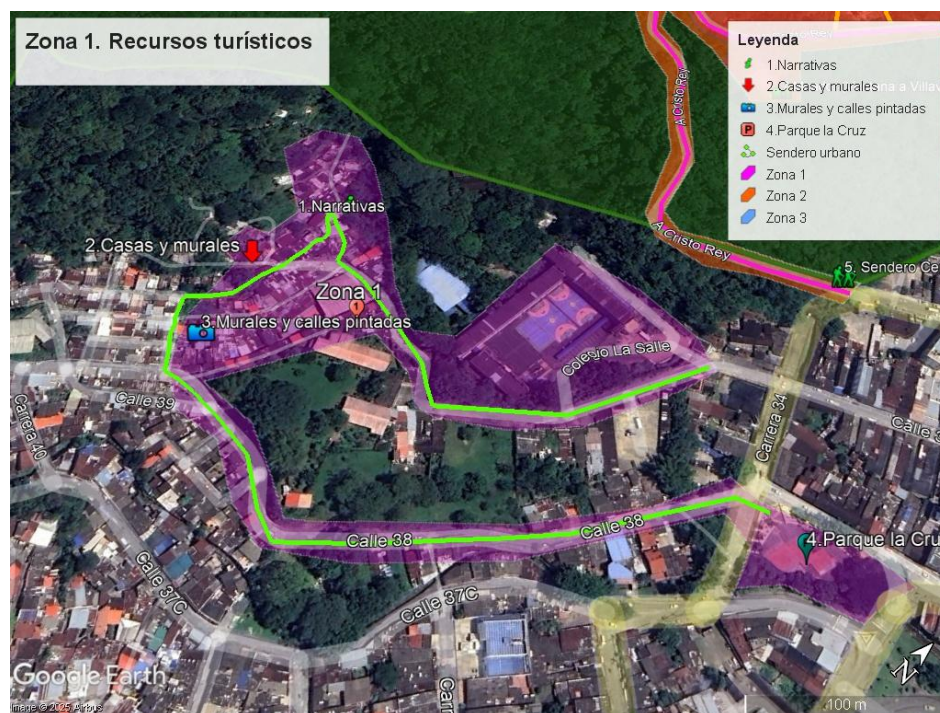


Figura. 11. Zona 1 inventario de recursos turísticos

Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Con el fin de brindar un soporte más completo y visual al trabajo de grado, se ha elaborado el Anexo 8, el cual está presentado en formato PNG y corresponde a la zona 1, identificada por su potencial turístico. Este anexo incluye mapas y representaciones gráficas que permiten una mejor comprensión de las áreas de interés y sus características principales. Además, facilita la visualización de los recursos turísticos presentes en dicha zona, complementando la información descriptiva del estudio.

Zona focal 2

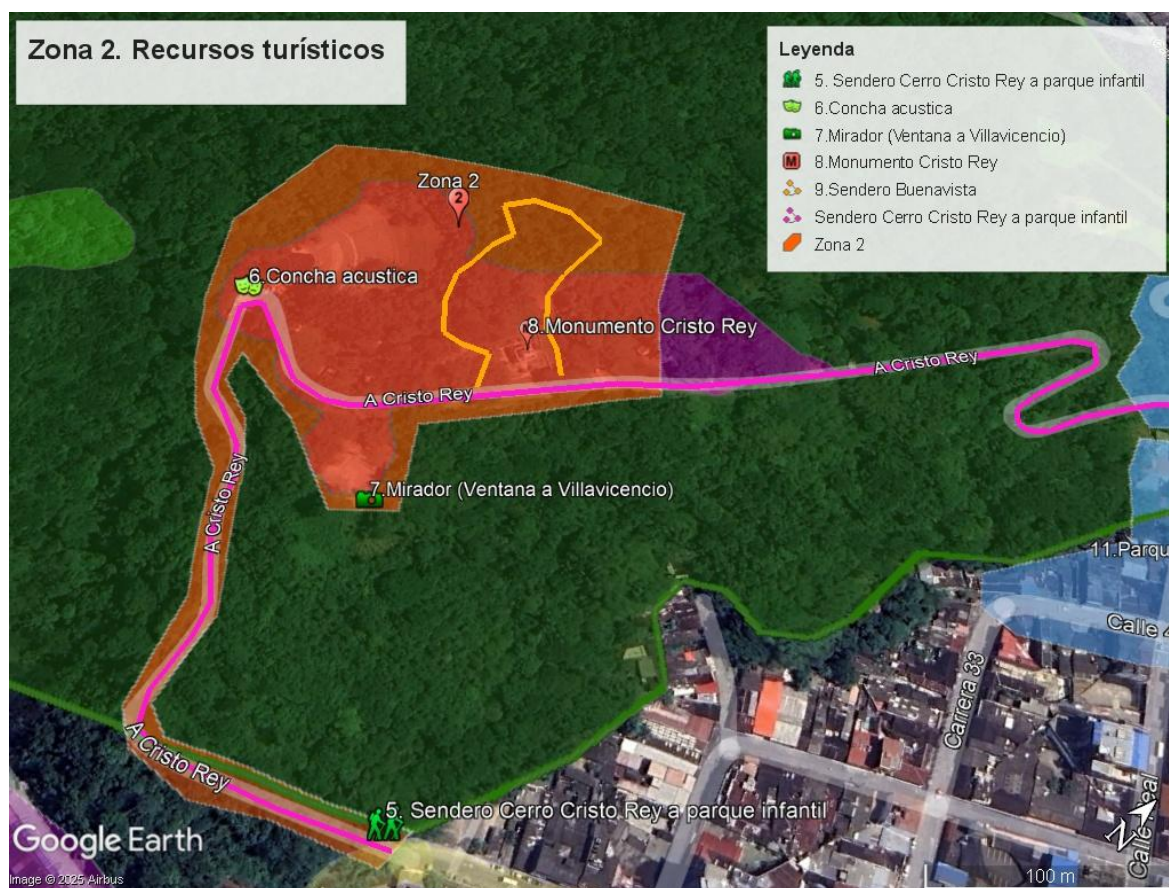


Figura. 12. Zona 2 inventario de recursos turísticos

Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Con el fin de brindar un soporte visual y técnico al trabajo de grado, se ha elaborado el Anexo 10 en formato PNG, el cual corresponde a la zona 2, identificada por su potencial

turístico. Este archivo se adjunta como una evidencia del proceso de investigación y del desarrollo del trabajo de grado, sirviendo como respaldo visual que complementa la documentación y análisis realizados. Además, facilita la comprensión de las características y recursos turísticos presentes en esa área específica, contribuyendo a fortalecer la calidad y organización del proyecto.

Zona focal 3 Parque Infantil

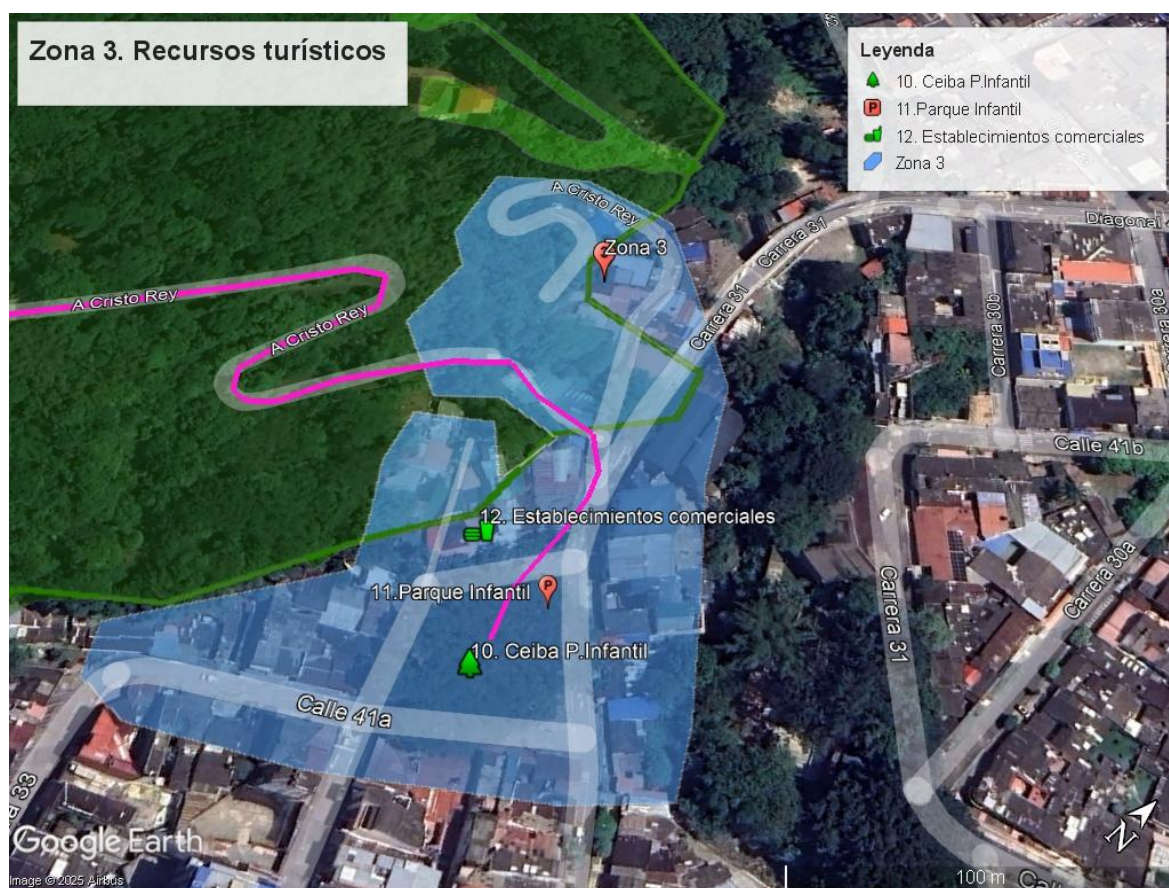


Figura. 13. Zona 3 inventario de recursos turísticos

Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Con el propósito de ofrecer un apoyo adicional en el desarrollo del trabajo de grado, se ha elaborado el Anexo 11, el cual está presentado en formato PNG y corresponde a la zona 3, la cual ha sido identificada por su potencial turístico. Este anexo incluye información

visual detallada que complementa y enriquece el análisis realizado en el estudio, facilitando una mejor comprensión de las características y atractivos turísticos de dicha área."

Por último, se presenta la zona general de toda el área de estudio:

3 zonas focales de selección de los recursos turísticos

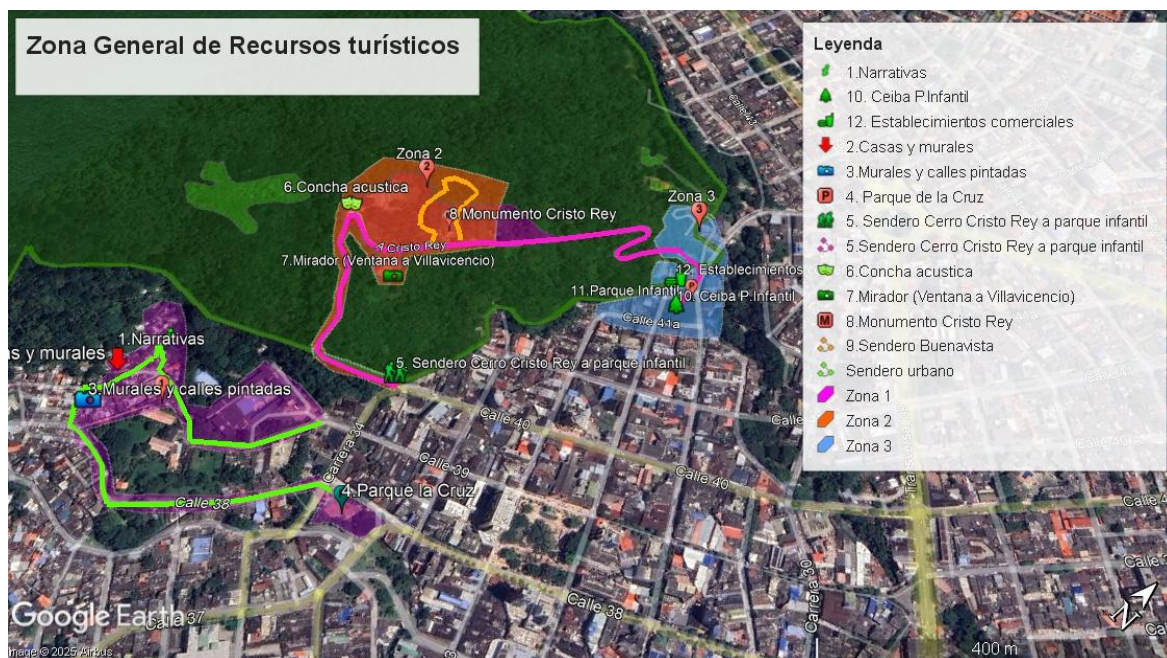


Figura. 14. Zona general inventario de recursos turísticos

Fuente: Elaboración propia por medio de Google Earth

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza anexo 12 y 9 en formato tipo PNG y shape del consolidado de los recursos turísticos.

4.1.3. Identificación de actores locales

La identificación de actores locales fue un paso clave para comprender la dinámica territorial con respecto a la planificación y creación de un producto turístico sostenible, ya que permitió reconocer a las personas, empresas e instituciones que influyen en el área

de estudio y que pueden aportar al desarrollo, implementación y sostenibilidad del producto.

Este proceso facilitó el mapeo de los interés, roles y niveles de participación, lo cual es clave para promover una gestión articulada, fortalecer la gobernanza local y asegurar que el turismo beneficie a la comunidad, conserve los recursos naturales y respete la identidad de la ciudad.

A continuación, se plasma la matriz de identificación de actores claves:

Tabla 4. Tabla de actores estratégicos

Nº	Nombre del Actor	Tipo (Comunitario, Gubernamental, etc.)	Zona de interés	Rol en el territorio	Nivel de interés (Alto/Bajo)	Nivel de influencia (Alto/Bajo)	Relación esperada (Alianza, Coordinación, etc.)	Observaciones
1	Junta de Acción Comunal Barrio La Salle	Comunitario	1 y 2	Organización comunitaria	Alto	Alto	Alianza	Puede apoyar en convocatorias, seguridad y participación activa en el desarrollo del producto turístico
2	Junta de Acción Comunal Barrio Colinas	Comunitario	1 y 2	Organización comunitaria	Alto	Alto	Alianza	Puede apoyar en convocatorias, seguridad y participación activa en el desarrollo del producto turístico
3	Junta de Acción Comunal Barrio la Isla	Comunitario	1 y 2	Organización comunitaria	Alto	Bajo	Alianza	Puede apoyar en convocatorias, seguridad y participación activa en el desarrollo del producto turístico

4	Madres cabeza de familia	Comunitario	1 y 2	Prestador de servicio	Alto	Alto	Alianza	Puede apoyar en convocatorias, seguridad y participación activa en la prestación de algunos servicios turísticos como guía y refrigerios.
5	Jóvenes de proceso de resocialización	Comunitario	1 y 2	Prestador de servicio	Alto	Alto	Alianza	Puede apoyar en convocatorias, seguridad y participación activa en la prestación de algunos servicios turísticos como guía.
6	CORMAC ARENA	Gubernamental	1,2 y 3	Autoridad ambiental	Alto	Alto	Coordinación técnica	Fundamental para lineamientos de uso, inversión, actos administrativos, reglamentación y ordenamiento turístico
7	Instituto de turismo de Villavicencio	Gubernamental	1,2 y 3	Administrativo	Alto	Bajo	Coordinación técnica	Apoyo en los procesos de convocatoria, inversión y promoción
8	Instituto de turismo del Meta	Gubernamental	1,2 y 3	Administrativo	Alto	Bajo	Coordinación técnica	Apoyo en los procesos de convocatoria, inversión y promoción
9	Hermanos de la Salle	Privado	2	Propietario	Alto	Baja	Alianza	Son propietarios de varios predios de la zona 2. Vincularlos en las actividades religiosas y permisos para acciones en la zona de Cristo Rey.
10	Alcaldía de Villavicencio	Gubernamental	1,2 y 3	Administrativo	Alto	Alto	Coordinación técnica	Fundamental para inversión en las diferentes zonas, actos administrativos y

								reglamentación
11	Locales gastronómicos	Privado	2 y 3	Emprendimiento gastronómico	Alto	Alto	Aliado estratégico	Ofrecerá degustaciones a turistas y ofertar los diferentes servicios gastronómicos complementando
12	Vendedores ambulantes	Privado	2 y 3	Emprendimiento gastronómico	Alto	Bajo	Beneficiario	Ofrece información del parque y de lugares gastronómico

Fuente: Elaboración propia a partir de identificación de actores del área de estudio

Con el fin de proporcionar un soporte integral y organizado al trabajo de grado, se ha elaborado el Anexo 13, que corresponde a la matriz de actores estratégicos. Este anexo recopila y clasifica a los diferentes actores clave que participan o influyen en el desarrollo del proyecto, tales como instituciones, organizaciones, empresas y comunidades relacionadas con la zona de estudio.

4.2. Realizar un estudio de mercado que determine las características de la oferta y demanda turística existente y futura del lugar objeto de estudio

4.2.1. Diagnóstico de la infraestructura y servicios turísticos

El diagnóstico de la infraestructura y los servicios turísticos constituyó una etapa fundamental en el análisis territorial para la formulación de productos turísticos sostenibles. Esta acción tuvo como propósito identificar, caracterizar y valorar los elementos físicos y funcionales que conforman la oferta turística del área de estudio, tales como establecimientos de alimentación, medios de transporte, puntos de información, servicios de guianza, y otros servicios complementarios.

Este diagnóstico permitió reconocer las fortalezas, oportunidades y limitaciones existentes en cuanto a la infraestructura, así como el estado, cobertura y calidad de los servicios ofrecidos a los visitantes. A partir de esta evaluación, se generó insumos claves para la planificación estratégica, el diseño del producto turísticos coherentes con la sostenibilidad, la vocación del territorio, y el fortalecimiento de capacidades locales.

Tabla 5. Matriz de infraestructura turística

Ítem	Nombre del lugar / actor	Zona	Categoría	Ubicación / Dirección	Coordenadas (si aplica)	Estado actual	Descripción / Observaciones	Actores involucrados	Potencial turístico	Necesidades identificadas	Recomendaciones
1	Sendero entre los barrios	1	Infraestructura turística	Barrios Salle y Colinas	4° 8'59.07 "N 73°38'35.39"O	Regular	Tramos con deterioro, bajo flujo de visitantes y mal aspecto por excremento de perros y basuras	Comunidad, Alcaldía y Cormacarena	Alto	Mantenimiento y señalización	Mejorar accesibilidad iluminación y jornadas de limpieza
2	Zona de murales	1	Infraestructura turística	Barrio Colinas	4° 8'55.31 "N 73°38'35.01"O	Regular	Murales con carencia de mantenimiento y paredes con espacio para realizar nuevos murales	Cormacarena, comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios	Alto	Mantenimiento de antiguos murales y elaboración de nuevos	Se recomienda vincular al sector público y privado para la gestión de recursos y realización de murales

3	Escaleras la Salle	1	Infraestructura turística	Barrio la Salle	4° 8'55.38" N 73°38'34.04" O	Regular	Un espacio de escaleras carente de color y limpieza	Comunidad, instituto de turismo de Villaviciencia y Meta, Alcaldía de Villaviciencia y empresarios	Alto	jornada de limpieza y pintar las escaleras	Realizar jornada de voluntarios para la limpieza y aplicación de pintura
4	Parqueadero la Salle	1	Infraestructura turística	Barrio la Salle	4° 9'0.50" N 73°38'27.62" O	Bueno	Parqueadero privado	Privado	Medio	Necesidad no identificada	Socializar al propietario sobre el producto turístico y el posible flujo de turistas
5	Servicio sanitario	1	Infraestructura turística	Barrio la Salle	4° 9'1.20" N 73°38'27.82" O 4° 8'55.11" N 73°38'34.52" O	Regular	Baños en la zona de parqueadero y dentro de las casas de la comunidad aliada	Privado	Medio	Mejoramiento a la infraestructura sanitaria	Mejorar la infraestructura sanitaria o adecuar una zona solo para el tema turístico
6	Parque la Cruz	1	Infraestructura turística	Barzal Bajo	4° 9'0.69" N 73°38'24.26" O	Bueno	Un espacio a cielo abierto donde se puede narrar gran parte	Comunidad, instituto de turismo de Villaviciencia	Alto	Señalización	Adecuar señalizaciones para la narrativa interpretativa

							de la historia de Villavicencio. Aspecto en contra, el clima en temporada de lluvia	y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios			
7	Sendero peatonal principal	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	Inicio: 4° 9'5.60" N - 73°38'2 6.88"O Fin: 4° 9'16.84 "N - 73°38'2 1.46"O	Bueno	Sin señalización turística	Cormacarena, Alcaldía de Villavicencio y sector privado	Alto	Señalización	Instalar señalización turística
8	Iluminación del sendero	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	Inicio: 4° 9'5.60" N - 73°38'2 6.88"O Fin: 4° 9'16.84 "N - 73°38'2 1.46"O	Regular	Farolas intermitentes, poca visibilidad en horas de la tarde/noche	Alcaldía de Villavicencio - Alborada (empresa de iluminación Villavicencio)	Alto	No hay luminarias para jornada de la tarde y noche	Instalación de luminarias para jornada de la tarde y noche
9	Sendero ecológico y zonas verdes	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	Inio: 4° 9'11.15 "N - 73°38'3 1.45"O Fin: 4° 9'12.26 "N - 73°38'3 0.72"O	Regular	Descuidado, con residuos o falta de mantenimiento	Cormacarena, comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio	Alta	Mantenimiento al sendero y recolección de residuos	Se debe realizar una adecuación y ampliamento al sendero

							y empresarios				
1 0	Señalética informativa	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	En varios tramos de los dos senderos: Inicio: 4° 9'5.60" N - 73°38'2 6.88"O Fin: 4° 9'16.84 "N - 73°38'2 1.46"O Inio: 4° 9'11.15 "N - 73°38'3 1.45"O Fin: 4° 9'12.26 "N - 73°38'3 0.72"O	Regular	Muy poca, no hay mapas ni avisos sobre el recorrido	Cormacarena, comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios	Alta	Instalación de señalética	Construcción de contenido informativo, localización de coordenadas donde se podría instalar e instalación de las mismas

1 1	Concha acústica	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	4° 9'10.30"N 73°38'35.12"O	Regular	Tarima y gradas sin mantenimiento, carece de uso, Aun así, sería útil para eventos comunitarios y/o religiosos	Cormacarena, comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio, empresarios y arquitectos de Villavicencio	Alto	Mantenimiento a la infraestructura	Realizar jornadas de adecuación, limpieza y mantenimiento a la concha acústica y gradas
1 2	Mirador (Venta a Villavicencio)	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	4° 9'8.58"N 73°38'31.32"O	Bueno	Mirador con barandas y marco de Villavicencio para registro fotográfico, no tiene mobiliario para zona de descanso	Cormacarena, comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios	Alto	Sin mobiliario para las zonas de descanso	Construcción de mobiliario para descanso

1 3	Plazole ta de empren dedore s	2	Infrae struct ura turísti ca	RFP Buenavi sta	4° 9'8.78" N 73°38'3 1.53"O	Bueno	Presenta piso en buen estado, pero carece de servicios como energía y agua. Carece de mobiliario para instalarse los emprende dores	Corm acare na, comu nidad, institut o de turism o de Villavi cencio y Meta, Alcald ía de Villavi cencio y empre sarios	Alto	Sin mobili ario para instala ción de empren dedore s, ni servici os básico s	Se debe construir con infraestr uctura liviana estructur a para que los emprend edores se instalen y solicitar a servicios públicos la menos la instalaci ón de energía
1 4	Baños público s	2	Infrae struct ura turísti ca	RFP Buenavi sta	4° 9'9.62" N 73°38'3 3.10"O	Malo	Baños portátiles en mal estado y baja frecuencia en el mantenimi ento	Alcald ía de Villavi cencio y empre sarios	Alto	Mejor amien to a la infrae struct ura sanita ria	Instalar unos mejores baños portátiles , se recomie nda entregar en comodat o lo de los baños a los emprend edores para que realicen el manteni miento constant e

15	Monumento Cristo Rey	2	Infraestructura turística	RFP Buenavista	4° 9'12.06 "N 73°38'31.34"O	Bueno	Se encuentra en buen estado, carece de un aforo para su correcta circulación en la zona del mirador y señalética informativa	Cormacarena, comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios	Alto	carece de un aforo y señalética informativa	Se debe elaborar el aforo para el mirador que se encuentra en el monumento y la instalación de señalética informativa para los turistas
16	Ceiba	3	Infraestructura turística	Parque Infantil	4° 9'16.52 "N 73°38'21.29"O	Bueno	Se encuentra en buen estado.	Cormacarena, Alcaldía de Villavicencio y sector privado	Alto	Señalética	Se debe instalar señalética informativa
17	Parque infantil	3	Infraestructura turística	Parque Infantil	4° 9'17.27 "N 73°38'21.32"O	Bueno	Se encuentra en buen estado, carece de aplicación de pintura	Alcaldía de Villavicencio y sector privado	Alto	Mantenimiento al parque	Realizar mantenimiento de lavado y aplicación de pintura estilo colonial o terracota
18	Zona de parqueo	3	Infraestructura turística	Parque Infantil	4° 9'17.01 "N 73°38'21.98"O	Bueno	Zona de parqueo público a cielo abierto	Alcaldía de Villavicencio	Medio	Señalización de espacios de parqueo	Se debe pintar en el suelo los espacios de zonas de parqueo

19	Señalética turística	3	Infraestructura turística	Parque infantil y aledaño	4° 9'16.15 "N 73°38'2 2.12"O 4° 9'17.10 "N 73°38'2 1.03"O 4° 9'17.64 "N 73°38'2 2.05"O	Malo	No se presenta señalización	Comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios	Alta	Diseño e instalación de señalética turística	Se debe diseñar contenido basado en la historia y componente ambiental para la señalética turística y luego realizar la instalación
20	Casas antiguas	3	Infraestructura turística	Zona alrededor del parque infantil	4° 9'18.01 "N - 73°38'2 1.77"O 4° 9'17.55 "N - 73°38'2 3.03"O 4° 9'15.75 "N - 73°38'2 2.01"O 4° 9'15.75 "N - 73°38'2 0.99"O 4° 9'17.32 "N - 73°38'2 2.31"O	Bueno	Casas que han sido adecuadas para los diferentes servicios gastronómicos	Comunidad, instituto de turismo de Villavicencio y Meta, Alcaldía de Villavicencio y empresarios	Alta	Señalización histórica de las casas	Se debe realizar una recopilación de la historia de estas casas e instalar la señalización con sus registros

Fuente: Elaboración propia a partir de identificación de actores del área de estudio

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza el anexo 14, matriz de infraestructura turística

Tabla 6. Matriz de servicios turísticos

ítem	Nombre del lugar / actor	Zona	Categoría	Ubicación / Dirección	Coordenadas (si aplica)	Descripción / Observaciones	Potencial turístico	Recomendaciones
1	Emprendedoras gastronómicas	1	Servicio de alimentación	Barrio la Salle y Colinas	4° 8'58.79"N 73°38'33.6 1"O 4° 8'55.04"N 73°38'35.5 0"O	Madres cabezas de familia que venden alimentos	Medio	Se debe formar a las madres cabeza en manipulación de alimentos, buenas prácticas gastronómicas y servicio al cliente
2	Guías turísticos locales	1	Servicios de Guianza e Interpretación	Barrio la Salle y Colinas	4° 8'58.79"N 73°38'33.6 1"O 4° 8'55.04"N 73°38'35.5 0"O	Madres cabeza de familia y jóvenes del proceso de resocialización	Alto	Realizar construcción de narrativas, proceso de formación en guianza turística, atención y servicio al cliente y bilingüismo
3	Jeep tours (en zonas rurales o de montaña)	1,2 y 3	Servicios de Transporte Turístico	Inicia por el barrio la Salle, pasa por Cristo Rey y termina en el Parque Infantil	Inicio: 4° 9'2.29"N - 73°38'27.6 0"O Mitad: 4° 9'5.54"N - 73°38'27.0 6"O Final: 4° 9'16.67"N - 73°38'21.3 3"O	Realizar un recorrido mediante jeep, camperos o un vehículo adecuado o tipo safari, donde llevará a los turistas por un recorrido y paradas por los tres senderos	Alta	Realizar mesa de trabajo que este tipo empresas o personas naturales para realizar la articulación y garanticen la prestación del servicio. Así mismo este actor debe cumplir con las revisiones y seguros pertinentes del vehículo, para la seguridad del turista.

4	Tour de observación de fauna/flora	2	Servicios de Recreación y Entretención	Sendero RFP Buenavista	Inicio: 4° 9'11.11"N - 73°38'31.4 6"O Fin: 4° 9'12.19"N - 73°38'30.6 4"O	Sendero propicio para la observación de fauna y flora	Alto	Realizar mantenimiento, adecuación e instalación de señalización en el sendero
5	Emprendedor y pequeña empresa	2	Servicio de alimentación	Mirador Cerro de Cristo Rey	4° 9'9.10"N 73°38'31.8 3"O	Pequeñas empresas y emprendedores que venden alimentos	Alto	Realizar acuerdos con el sector privado para que realice jornadas de mantenimiento y sostenimiento del espacio. Así mismo participar en los procesos de formación de servicio al cliente y manipulación de alimentos
6	Despertamos el mundo	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'18.22"N 73°38'21.9 0"O	Local gastronómico donde brindan servicio de Coffe working, desayunos, brunch y eventos como Coffee Party	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias en gastronomía en el área del café
7	Restaurante Radio Metropolitana	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'17.87"N 73°38'22.0 0"O	Restaurante con servicios de bar, comida rápida y café	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias en gastronomía
8	Restaurante Rural	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'17.69"N 73°38'22.0 9"O	Restaurante con temática de gastronomía rural del departamento	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias en gastronomía rural del departamento del Meta

						del Meta		
9	Santa Clara Parrilla y Mar	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'17.38"N 73°38'22.24"O	Restaurante con temática de cocina a la parrilla y mar y expertos en pizza	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias en gastronomía en parrilla y mar
10	La vida es Bella	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'17.33"N 73°38'23.13"O	Gastro - Bar con temática de música en vivo y un ambiente natural	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias en uno de sus platos fuertes
11	La tertulia Villavo	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.27"N 73°38'22.21"O	Gastro - Bar Karaoke	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con una degustación de coctel
12	El Kalenton	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.05"N 73°38'22.06"O	Calentao's al barril	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con una degustación de carne al barril
13	El Penajaus Paisa	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'15.73"N 73°38'21.98"O	Expertos en comida paisa, como chicharrón, bandeja paisa, entre otros	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas en el contexto paisa en los llanos

14	Dr Drinks	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'15.10"N 73°38'21.2 2"O	Expertos den bebidas con licor	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con algún licor
15	Cabron taqueria	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'15.49"N 73°38'21.2 7"O	Expertos en comida mexicana	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas de México en los Llanos
16	Angelato - Gelateria artesanal	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'15.89"N 73°38'20.8 2"O	Expertos en helados artesanales	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con helado (Gelato)
17	La casa de los condimentos	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.35"N 73°38'20.3 2"O	Expertos en condimentos	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con los condimentos
18	PICADERIA - ORIGIN AL Y ALDO DE MAR	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.50"N 73°38'20.2 4"O	Expertos en comidas rápidas y algunos alimentos de mar	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con sus alimentos
19	El barril del capo	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.67"N 73°38'19.5 1"O	Expertos en carnes al barril	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con una degustación de carne al barril
20	Hierba Buena batidos y granizados	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.82"N 73°38'19.7 9"O	Expertos en granizados y batidos	Alto	Realizar mesas de trabajo para que realice experiencias gastronómicas con los granizados y batidos

21	Puesto de Snacks	3	Servicio de alimentación	Alrededor Parque Infantil	4° 9'16.73"N 73°38'20.54"O	Venda de snacks	Bajo	Vincularlo y fortalecerlo con el producto turístico. Donde pueda narrar una historia del parque o se cree un personaje representativo
----	------------------	---	--------------------------	---------------------------	-------------------------------	-----------------	------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Elaboración propia a partir de salidas de campo y herramienta Google Earth

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza el anexo 15, matriz de servicios turísticos

4.2.2. Evaluación de la demanda turística

La evaluación de la demanda turística permitió comprender el comportamiento, motivaciones y características de los visitantes que accederán a vivir el producto turístico en el área de estudio.

Este análisis resultó fundamental para orientar la oferta turística de manera estratégica y sostenible, ya que permitió identificar las preferencias, necesidades y expectativas del público objetivo. En esta sección se desarrolló el perfil del visitante, con base en la información recopilada a través de fuentes secundarias, lo cual facilitó la formulación del producto turístico más ajustado a la realidad de la ciudad de Villavicencio, con respecto a su oferta y alineados con los principios de turismo sostenible.

Basado en la información secundaria, según (Instituto de turismo de Villavicencio, 2025), más de 500.000 personas visitaron Villavicencio durante Semana Santa del 2025, con una ocupación hotelera del 82% y 100% en fincas turísticas. Estos turistas aprovechan la buena accesibilidad a la ciudad, a tan solo 2 horas y 30 min de Bogotá, para brindarse un escape de lo urbano y conectarse con la cultura llanera.

En este sentido, los motivos de viajes son distintos, un estudio local del índice de capacidad hotelera (ICH), que según (Instituto de turismo Villavicencio, 2025), Villavicencio puede alojar 17.257 personas, con un perfil de demanda donde el 56% llega por negocios, el 35% lo hace como turista nacional, el 30% en plan familiar y solo el 6% corresponde a visitantes internacionales.

De este modo, según el (Instituto de turismo del Meta, 2025) durante el puente del 27 al 30 de junio, los principales municipios de origen de visita fueron: Bogotá con un 26,45%, Cundinamarca 16,45% y Antioquia y Boyaca porcentajes significativos, siendo Antioquia mayoritario después de Cundinamarca. Así mismo se registro la llegada de turistas internacionales procedentes de Argentina y España.

También el instituto de turismo del Meta resalta que uno de los atractivos con mayor afluencia fue el Bioparque los Ocarros con un flujo de 5.448 visitantes y que lo que más resalta el visitante fue: la naturaleza que se encuentra en la ciudad de Villavicencio y en todo el departamento del Meta, así como la hospitalidad llanera y la gastronomía.

A causa de esto, ANATO (2025) destaca que Villavicencio recibe el 80% de los visitantes extranjeros que llegan al Meta, el 75.6% ingresan al departamento por motivos de turismo, seguido de Trabajo y Negocios con un 17%. En cuanto a los países de donde provienen la mayor parte de extranjeros que visitan Villavicencio se encuentra Estados Unidos con un 16% y México con un 14%.

Basada en esta información se procedió a desarrollar el perfil de visitante:

Tabla 7. Perfil del cliente

Categoría	Variable	Detalle / Segmento más frecuente	Observaciones o comentarios
-----------	----------	----------------------------------	-----------------------------

Datos sociodemográficos	Edad	15 - 70 años	jóvenes y adultos con interés en la naturaleza, gastronomía y cultura
	Género	Femenino y Masculino	
	Nivel educativo	Bachiller en adelante	Indica un mayor interés en las narrativas y aprendizaje del tour
	Nivel socioeconómico	Medio - medio alto	Se relación por el valor del tour
Factores geográficos	Clima	Cálido moderado, húmedo y con presencia de sol (25 - 32 °C)	Ideal para escaparse de los climas fríos de Bogotá y Cundinamarca. Y presenta una oportunidad para vestir con ropa ligera al turista
Procedencia	Nacional	Bogotá, Cundinamarca y Antioquia	Basado en datos del Instituto de turismo Villavicencio y del Meta
	Internacional	Estados Unidos y México	Basado en datos del Instituto de turismo Villavicencio y del Meta
Motivación de viaje	Motivación de viaje	Descanso, conexión con la naturaleza, gastronomía, inmersión y conocimiento de la cultura llanera, familia y negocios	Basado en datos del Instituto de turismo Villavicencio y del Meta y ANATO
Duración de la estadía	Duración de la estadía	2 - 3 noches	Escapada de fin de semana con o sin festivo
Medio de transporte	Medio de transporte	Vehículo particular o bus intermunicipal	Trasmite cercanía y seguridad
Alojamiento preferido	Alojamiento preferido	Hotel y finca turística	Basado en datos del Instituto de turismo Villavicencio y del Meta, por su alto nivel de ocupación
Gasto promedio	Por estadía	\$600.000 - \$2.000.000	Gasto variable según la compañía de viaje (Familia o pareja)
Grupo de viaje	Grupo de viaje	Familias o parejas	Debido al intercambio de experiencias compartidas
Actividades preferidas	Actividades preferidas	Senderismo, gastronomía, inmersión con la cultural llanera, conocimiento y turismo comunitario	Estas preferencias son importantes a la hora de crear experiencias turísticas
Canales de información	Canales de información	Redes sociales y recomendación de personas conocidas	Esto genera confianza a la hora de vivir las diferentes experiencias turísticas

Fuente: Elaboración propia a partir análisis de oferta y demanda turística

Con el fin de ofrecer un respaldo completo y detallado al trabajo de grado, se ha elaborado el Anexo 16, que corresponde a la matriz de perfil del turista. Este anexo recopila y organiza de manera sistemática la información relevante sobre las características, preferencias, comportamientos y necesidades de los turistas que visitan la zona estudiada.

4.3. Definir un producto turístico con enfoque sostenible, competitivo, que integre los actores del área de interés del Cerro de Cristo Rey.

4.3.1. Talleres participativos

Este componente se desarrolló en tres espacios diferentes con el fin de analizar la visión de un producto turístico en el área de estudio compuesta por tres zonas con vocación turística. Para esto se realizó un taller por zona y se desarrolló de la siguiente manera:

Zona 1. Barrio la Salle y Colinas

En esta zona se invitó a la comunidad en general especialmente a las madres comunitarias, jóvenes del proceso de resocialización y presidente de juntas de acción comunal. Se realizaron recorrido por la zona para ampliar la visión del escenario y se trabajó la cartografía social con el fin de identificar la visión del desarrollo turístico de la zona y como podrían desarrollar una cadena de valor que apoyen a brindar una mejor experiencia al visitante.

Así mismo se evaluó la infraestructura turística en el recorrido y los posibles actores que se podría vincular para fortalecer la cadena de valor para mejorar la prestación del servicio turístico desde la zona 1, con un enfoque de atraktividad urbana.

Barrio la Salle, zona 1



Imagen 1. Casas del barrio la Salle

Callejones del barrio la Salle, Zona 1



Imagen 2. Calles del barrio la Salle

Calle del barrio Colinas, zona 1



Imagen 3. Calles del barrio Colinas

Mural barrio Colinas, zona 1



Imagen 4. Murales del barrio Colinas

Zona 1, Barrios la Salle y Colinas

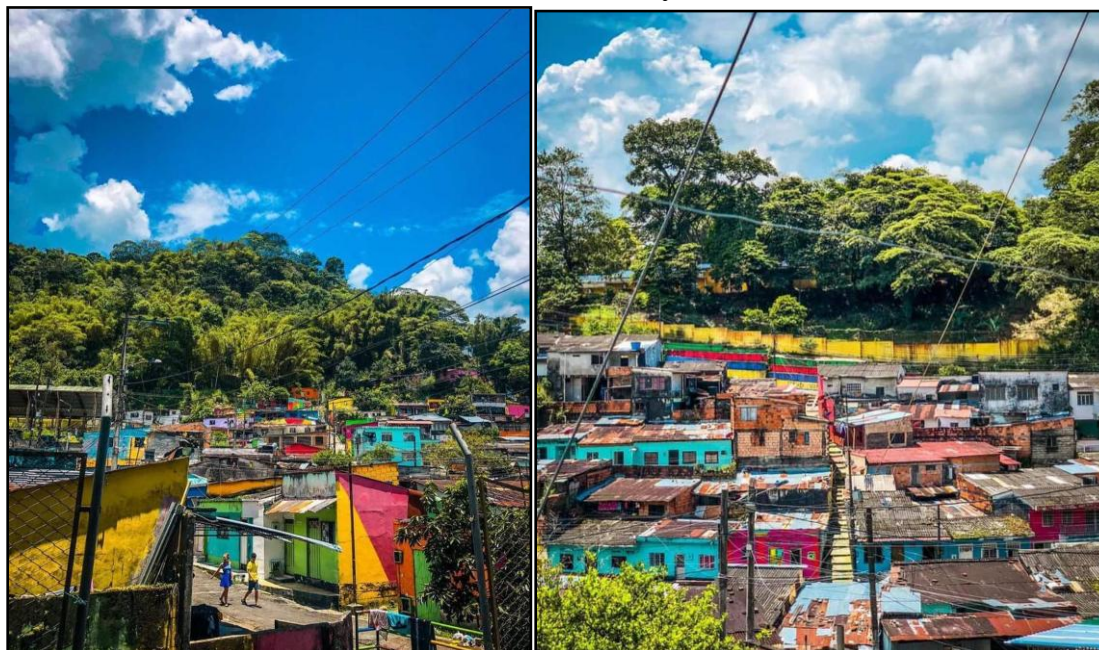


Imagen 5. Barrios Colinas y Salle desde la distancia

Mesas de trabajo con la comunidad, zona 1



Imagen 6. Taller con la comunidad

Cartografía social zona 1



Imagen 7. Taller cartografía social

Con este taller se logró captar la visión de la comunidad con respecto al desarrollo turístico en sus barrios.

Zona 2. Cerro de Cristo Rey – Institucional

La mesa de trabajo que se desarrolló en la zona 3 fue con los actores institucionales encargados del ordenamiento turístico y ambiental tanto del cerro de Cristo Rey como de la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque (Buenavista), para eso se cito a Cormacarena como autoridad ambiental para brindar un punto de vista de la zonificación y régimen de usos del área protegida, al instituto de turismo de Villavicencio y a diferentes dependencias de la alcaldía para empalmar el área de estudio

con los instrumentos de desarrollo institucional, como los planes de desarrollo y los planes operativos anuales.

Mesa de trabajo institucional zona 2 en Cormacarena



Imagen 8. Mesa de trabajo en sala de junta Cormacarena

Esta reunión se llevó a cabo en las instalaciones de Cormacarena, donde hicieron presencia funcionarios del instituto de turismo de Villavicencio y de las diferentes secretarías de la Alcaldía de Villavicencio.

Allí se desarrolló en la jornada se explicó la zonificación y régimen de usos de la reserva forestal protectora con respecto al área de Cristo Rey y los servicios e infraestructura turística que tiene esta zona y basado en esto cuál sería la visión como institución para el desarrollo turístico de la zona 2, conociendo las limitantes de ser un área protegida de orden nacional y la oferta que brinda este espacio.

Mesa institucional zona 2 en ITV



Imagen 9. Mesa de trabajo instituto de turismo de Villavicencio

La presente imagen evidencia, una mesa de trabajo en el instituto de turismo de Villavicencio con sus funcionarios y contratistas de Cormacarena. Donde se socializó la visión desde las posibles experiencias que se podían desarrollar y que tipo de infraestructura se podía utilizar para el desarrollo turístico del Cerro de Cristo Rey. Así mismo, se aclararon diferentes cuestionamientos sobre la zonificación y régimen de usos que reglamenta el área protegida. También socializaron su plan operativo anual con el fin de tomar las acciones que presenta este documento e incluirlas en el desarrollo del producto de turismo sostenible que se construirá para las tres zonas focales.

Zona 3. Parque Infantil

Mesa con el presidente del clúster de turismo gastronómico



Imagen 10. Reunión con el representante del Clúster gastronómico del Meta

Se realizó una mesa de diálogo con Miguel Caro, quien representa el clúster gastronómico del Meta, para conocer la visión del desarrollo turístico en el parque infantil, teniendo como base la casas antiguas de la ciudad donde se brinda diferentes servicios de gastronomía.

Mesa de trabajo zona 3



Imagen 11. Mesa de trabajo con empresario del sector turístico

Zona 3, parque infantil



Imagen 12. Parque Infantil

Zona 3, espacios de gastronomía alrededor del parque infantil





Imagen 13. Algunos locales gastronómicos del sector Parque Infantil

Se desarrollaron varias visitas de campo, charlas con empresarios del sector gastronómico con el fin de identificar como se podrían vincular con el desarrollo del producto turístico del Cerro de Cristo Rey y que aportes le brindarían al mismo.

4.3.2. Diseño de recorrido

El diseño del recorrido turístico constituyó una fase importante en la elaboración del producto de turismo sostenible para Cristo Rey, ya que permitió articular de manera coherente las experiencias, infraestructura, actores y servicios identificados en el componente diagnóstico.

Esta etapa buscó integrar el potencial turístico del área de estudio de la ciudad de Villavicencio, con las iniciativas comunitarios existentes, promoviendo un modelo de desarrollo local que valore la cultura, la historia, la biodiversidad, los procesos sociales, la biodiversidad y el sentido de pertenencia de sus habitantes.

El recorrido fue concebido como una cadena de experiencias significativas, distribuidas en espacios urbanos y naturales, en donde se resaltaron elementos de identidad local, resiliencia social y belleza paisajística.

Además, se procuró realizar una distribución equilibrada de las actividades para garantizar tanto la comodidad del visitante como la participación activa de los actores locales identificados.

La planificación se organizó mediante una matriz que permite visualizar cada experiencia en términos de ubicación, infraestructura asociada, servicios turísticos involucrados y actores clave.

Este componente consolidó la propuesta de valor del atractivo, transformando los elementos de identidad del territorio en un producto turístico coherente, vivencial y sostenible, donde se presentó una duración de 4 horas y 40 min.

A continuación, se presenta la matriz del diseño del recorrido:

Tabla 8. Recorrido del producto turístico

Experiencia / Actividad	Lugar	Tiempo	Descripción de la actividad	Infraestructura utilizada	Servicio turístico involucrado	Actor clave
Actividad 1. Bienvenida y charla de inducción	Inicio del recorrido, afuera del colegio la Salle o en el parqueadero	10 a 15 min	En esta primera actividad, los turistas son recibidos por los guías locales donde impartirán una charla de Bienvenida y de inducción del ABC del atractivo turístico. Luego de esta inducción, los turistas se dirigen a la zona de Camperos Tour , con el fin de ingresar al vehículo e iniciar el recorrido hacia la zona del barrio la Salle.	Parqueadero y zona de inducción (centro de visitantes)	Guías locales y los jeeps, camperos o los vehículos adaptados tipo safari	Madres cabeza de hogar o jóvenes del proceso de resocialización Conductores del transporte turístico Instituto de turismo de Villavicencio.
Actividad 2. Recorrido de murales y narrativas urbanas	Barrio Colinas y La Salle	40 min a 1 hora	En esta segunda actividad, los jóvenes y madres comunitarias guiarán por las calles y callejones de los barrios La Salle y Colinas y contarán las diferentes historias urbanas que se presentaron años atrás en esta zona y mostrarán	Zona de murales, escaleras, senderos y zonas instagramiables	Guías locales, madres comunitarias y emprendedores locales	JAC, madres cabeza de hogar y Jóvenes del proceso de resocialización

			<p>donde eran las fronteras invisibles. También los llevarán por puntos focales donde se encontrarán los murales, escaleras y paredes pintadas de colores vivos, listos para ser fotografiados. Allí también se tendrá un espacio de socialización de como empezó el proyecto de arte en el barrio. Luego saldrán por las escaleras de la Salle a Colinas donde los estarán esperando los vehículos tipo safari para recoger a los turistas y salir al barrio la Isla y llegar al monumento de la Cruz.</p>			
<p>Actividad 3. Monumento la Cruz</p>	<p>Monumento de la Cruz</p>	<p>10 min</p>	<p>Sin bajarse de los vehículos y estacionándose en una bahía, el guía brindará una narrativa del significado del monumento de la Cruz, el significado del parque y el significado del caño Gramalote</p>	<p>Monumento la Cruz</p>	<p>Guías locales</p>	<p>Jóvenes del proceso de resocialización</p>
<p>Actividad 4. Sendero interpretativo ambiental</p>	<p>RFP Buenavista</p>	<p>30 a 40 min</p>	<p>En esta actividad, los vehículos se estacionan en la zona de parqueo, dejando que el turista descienda y se dirija a una zona de bienvenida por parte de funcionarios de Cormacarena, donde las explicaran que se encuentran en una RFP de orden nacional y les brindará unas recomendaciones de buenas prácticas para luego dirigirlos al sendero interpretativo de la RFP Buenavista con el guía que los acompaña, donde tendrán la oportunidad de observar fauna y flora del área protegida y escuchar narrativas que el guía les</p>	<p>Sendero y señalética</p>	<p>Guía local ambiental, tour de observación de fauna/flora</p>	<p>Cormacarena, Alcaldía y Jóvenes del proceso de resocialización</p>

			tiene preparado.			
Actividad 5. Fotografía y descanso en el Mirador “Ventana a Villavencio”	Mirador - Ventana a Villavencio	10 a 20 min	En esta actividad el guía les dejara la libertad para que descansen luego de realizar el sendero ecológico, compren algún producto de los emprendedores y pequeñas empresas que se encuentran allí y realicen la actividad de contemplación y fotografía en el mirador	Mirador y zona de emprendedores y pequeños empresarios	Emprendedores (souvenirs, bebidas, snacks, otros)	Alcaldía, emprendedores, sector privado
Actividad 6. Cristo Rey y su historia	Monumento Cristo Rey	15 a 20 min	Luego de estar en el mirador, el guía les realizará un llamado para que se desplacen a pie al monumento de Cristo Rey para escuchar la historia de cómo se construyó el monumento, datos interesantes y les invitará a subirse al mirador que tiene dicho lugar, allí les ofrecerá el servicio de video y fotografía con dron para los turistas que lo deseen adquirir, luego se bajaran y se dirigen a la zona de parqueadero para ingresar en los vehículos.	Monumento Cristo Rey	Guías locales y servicio de video y fotografía con dron	Jóvenes del proceso de resocialización
Actividad 7. Ceiba y parque infantil	Parque Infantil	20 min	Allí los vehículos llegaran a la zona de parqueo y el guía desplazará al grupo a árbol la Ceiba, donde contará una narrativa sobre la importancia del árbol en este parque, como y cuando se construyó el parque infantil, entre otros datos que están compuestos en la narrativa. Al terminar la narrativa les invitará a tomarse una foto grupal para el recurso del tour	Ceiba y parque infantil	Guías locales	Jóvenes del proceso de resocialización
Actividad 8. Gastronomía libre	Parque Infantil	1 hora y 30 min	Luego de la charla en la ceiba, algunas de las empresas ubicadas en las casas antiguas alrededor del parque les tendrán a	Parque infantil, señalética y empresas gastronómicas	Guías locales y gastronomía de la zona	Jóvenes del proceso de resocialización y empresarios del sector

			los turistas una sorpresa gastronómica, donde se deleitarán de los sabores que les ofrece Villavicencio, luego de esto el guía les mostrara un mapa de la oferta gastronómica que pueden encontrar allí y les dejara 40 min libre, para comprar productos, descansar y vivir la magia del Parque infantil	cas		gastronómico
Actividad 9. fin del recorrido	Parque infantil - barrio la Salle	10 min	Luego de que pase la 1 hora y 30 min el guía realizará un llamado a los turistas para embarcarlos nuevamente al vehículo tipo safari, para desplazarse nuevamente a la zona de parqueo en el barrio la Salle o el turista tendrá la libertad de pedirle al guía que él se queda y allí termina el recorrido para él.	Parque infantil y parqueadero o la Salle	Transporte y guías locales	Jóvenes del proceso de resocialización

Fuente: Elaboración propia a partir implementación de metodología y análisis de resultados

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza el anexo 17, matriz del recorrido del producto turístico.

4.3.3. Elaboración del plan estratégico

La consolidación del diseño del producto turístico sostenible requirió más que el diseño de experiencias atractivas, requirió una planificación integral y participativa que garantice su viabilidad, apropiación social y permanencia en el tiempo.

Por esta razón, el presente componente propone un plan estratégico orientado a implementar el producto turístico de Cristo Rey en Villavicencio, integrando aspectos claves como la mejora de infraestructura, el fortalecimiento y formación de actores locales, la construcción de narrativas históricas, ambientales y culturales y el fortalecimiento de mecanismos de gobernanza.

Este plan respondió a las necesidades detectadas en el diagnóstico y busca articular los esfuerzos de la comunidad, instituciones, el sector privado y la academia para avanzar en la activación turística de este atractivo, desde una perspectiva regenerativa e incluyente. A través de estas líneas estratégicas, actividades concretas, responsables e indicadores, se planteó una hoja de ruta que permitirá no solo poner en marcha el recorrido, sino también consolidarlo como un modelo de turismo comunitario sostenible en otros entornos urbanos de la ciudad.

A continuación, se presenta el plan estratégico:

Tabla 9. Plan estratégico

Eje Estratégico	Actividad clave	Responsables	Zona de intervención	Tiempo estimado	Indicador de logro
Infraestructura turística	Adecuación de senderos	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado	1 y 2	Corto plazo (6–12 meses)	Senderos señalizados y habilitados
	Mantenimiento y mejora de murales y escaleras	Comunidad, Alcaldía, artistas locales, sector privado	1	Corto plazo (6–12 meses)	Espacios con accesibilidad y condiciones óptimas
	Adecuación de un centro de Visitantes	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1 y 2	Corto plazo (6–12 meses)	Centro de visitantes adecuado
	Instalación de baños públicos portátiles	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	2	Corto plazo (6–12 meses)	Baños públicos instalados

	Adecuación de plazoleta de emprendedores	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	2	Mediano plazo (13 - 18 meses)	Plazoleta adecuada
	Adecuación y mantenimiento de luminarias	Alcaldía (Alborada)	2	Corto plazo (6-12 meses)	Total de Iluminaria en funcionamiento Iluminarias instaladas
	Mantenimiento y aplicación de pintura	Alcaldía, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	3	Corto plazo (6-12 meses)	Total de parque limpio y pintado
	Señalización y mobiliario interpretativo	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	Mediano plazo (13 - 18 meses)	Número de señalización y mobiliario interpretativo instalado
Fortalecimiento de capacidades locales	Formación de guías turísticos locales (jóvenes, madres cabeza de hogar)	SENA, Instituto de Turismo, ONGs, líderes comunitarios	1	Corto plazo (6-12 meses)	Mínimo 20 guías formados y certificados
	Capacitación en gastronomía, manipulación de alimentos, atención y servicio al cliente	Cámara de Comercio, Sena, emprendedores e instituto de turismo	1 y 3	Corto plazo (6-12 meses)	10 emprendimientos fortalecidos 20 guías locales fortalecidos
	Curso de primeros auxilios	Cámara de Comercio, Sena, emprendedores e instituto de turismo	1, 2 y 3	Corto plazo (6-12 meses)	20 emprendimientos fortalecidos 20 guías locales fortalecidos
Construcción de narrativas y experiencias	Talleres de memoria colectiva y diseño participativo de relatos	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado e historiadores	1, 2 y 3	Corto plazo (6-12 meses)	6 narrativas creadas y validadas

	Elaboración de guiones turísticos con enfoque cultural y ambiental	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado e historiadores	1, 2 y 3	Corto plazo (6–12 meses)	Manual con relatos listos para guianza de las 6 narrativas
	Construcción de textos experienciales para la señalización	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	Corto plazo (6–12 meses)	20 textos elaborados para señalización
	Construcción de textos para señalización inclusiva (Braille) experienciales para la señalización	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	Corto plazo (6–12 meses)	20 textos elaborados para señalización inclusiva
Gobernanza y articulación interinstitucional	Creación de comité de gestión turística del Cerro de Cristo Rey	Alcaldía, Cormacarena, comunidad, institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	Mediano plazo (13 - 18 meses)	Comité conformado y reuniones mensuales realizadas
	Acuerdo de gobernanza de los barrios Salle y Colinas	Alcaldía, Cormacarena, madres comunitarias, jóvenes del proceso de resocialización e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1	Corto plazo (6–12 meses)	Acuerdo de gobernanza firmado
	Alianza con empresa aseguradora	Sector privado, comunidad y supervisión de instituciones	1, 2 y 3	Corto plazo (6–12 meses)	1 alianza realizada
	Gestión de recursos y alianzas público–privadas para sostenibilidad del recorrido	Comité, Cotelco, empresas locales, cooperantes, Alcaldía, Cormacarena, e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1, 2 y 3	Mediano plazo (13 - 18 meses)	Alianzas activas y mínimo 2 fuentes de financiación
Promoción y comercialización	Creación de estrategia de marketing	Alcaldía, Cormacarena, institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado, Cotelco, MECA y clúster de gastronomía del Meta.	1, 2 y 3	Mediano plazo (13 - 18 meses)	Estrategia de marketing creada

Diseño de identidad visual del recorrido y material promocional	Alcaldía, Cormacarena e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1, 2 y 3	Corto plazo (6-12 meses)	Kit promocional con logo, eslogan y mapa de recorrido elaborado
Alianzas con agencias y plataformas de turismo nacional e internacional	Agencias, operadores turísticos e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1, 2 y 3	Mediano plazo (13 - 18 meses)	Inclusión del recorrido en mínimo 5 plataformas

Fuente: Elaboración propia a partir implementación de metodología y análisis de resultados

Este plan estratégico tiene una proyección de implementación a cinco (5) años. Su gestión de recursos se efectuará con las APP (Alianzas Público Privados) ligándose a los planes de desarrollo municipales y departamentales y actores estratégicos del sector privado.

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza el anexo 18, matriz del plan estratégico

4.3.1. Proyección presupuestal para la implementación del producto turístico

Así mismo se agrega matriz con valores estimados para la implementación del plan estratégico:

Tabla 10. Matriz de costo estimado

Eje Estratégico	Actividad clave	Responsables	Zona de intervención	Cantidad	Unidad de medida	Costo estimado (COP)
Infraestructura turística	Adecuación de senderos	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado	1 y 2	1.189	metros lineales	\$71.340.000 - \$142.680.000

	Mantenimiento y mejora de murales y escaleras	Comunidad, Alcaldía, artistas locales, sector privado	1	40	Unidad	\$ 160.000.000
	Adecuación de un centro de Visitantes	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1 y 2	1	unidad	\$ 70.000.000
	Instalación de baños públicos portátiles	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	2	4	Unidad	\$ 12.000.000
	Adecuación de plazoleta de emprendedores	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	2	1	Unidad	\$ 30.000.000
	Adecuación y mantenimiento de luminarias	Alcaldía (Alborada)	2	1	Unidad	\$ 18.000.000
	Mantenimiento y aplicación de pintura	Alcaldía, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	3	600	metros lineales	\$ 1.600.000
	Señalización y mobiliario interpretativo	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	500	Unidad	\$ 350.000.000 - \$ 2.250.000,000
Fortalecimiento de capacidades locales	Formación de guías turísticos locales (jóvenes,	SENA, Instituto de Turismo, ONGs, líderes comunitarios	1	60	unidad	\$ 30.000.000

	madres cabeza de hogar)					
	Capacitación en gastronomía, manipulación de alimentos, atención y servicio al cliente	Cámara de Comercio, Sena, emprendedores e instituto de turismo	1 y 3	100	unidad	\$ 30.000.000
	Curso de primeros auxilios	Cámara de Comercio, Sena, emprendedores e instituto de turismo	1, 2 y 3	100	Unidad	\$ 30.000.000
Construcción de narrativas y experiencias	Talleres de memoria colectiva y diseño participativo de relatos	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado e historiadores	1, 2 y 3	100	Unidad	\$ 30.000.000
	Elaboración de guiones turísticos con enfoque cultural y ambiental	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado e historiadores	1, 2 y 3	3	Unidad	\$ 15.000.000
	Construcción de textos experienciales para la señalización	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	100	Unidad	\$ 20.000.000
	Construcción de textos para señalización inclusiva (Braille)	Alcaldía, Cormacarena, comunidad e institutos de turismo de Villavicencio y	1, 2 y 3	100	Unidad	\$ 15.000.000

	experiencias para la señalización	del Meta y sector privado				
Gobernanza y articulación interinstitucional	Creación de comité de gestión turística del Cerro de Cristo Rey	Alcaldía, Cormacarena, comunidad, institutos de turismo de Villavicencio y del Meta y sector privado	1, 2 y 3	1	Unidad	\$ 25.000.000
	Acuerdo de gobernanza de los barrios Salle y Colinas	Alcaldía, Cormacarena, madres comunitarias, jóvenes del proceso de resocialización e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1	1	Unidad	Se contrata el mismo profesional para la creación del comité
	Alianza con empresa aseguradora	Sector privado, comunidad y supervisión de instituciones	1, 2 y 3	20	Unidad	Se contrata el mismo profesional para la creación del comité
	Gestión de recursos y alianzas público-privadas para sostenibilidad del recorrido	Comité, Cotelco, empresas locales, cooperantes, Alcaldía, Cormacarena, e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1, 2 y 3	5	Unidad	Se contrata el mismo profesional para la creación del comité
Promoción y comercialización	Creación de estrategia de marketing	Alcaldía, Cormacarena, institutos de turismo de Villavicencio y del Meta, sector privado, Cotelco, MECA y clouster de gastronomía del Meta.	1, 2 y 3	2	Unidad	\$ 30.000.000

	Diseño de identidad visual del recorrido y material promocional	Alcaldía, Cormacarena e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1, 2 y 3	1	Unidad	\$ 15.000.000
	Alianzas con agencias y plataformas de turismo nacional e internacional	Agencias, operadores turísticos e institutos de turismo de Villavicencio y del Meta	1, 2 y 3	5	Unidad	Se contrata el mismo profesional para la creación del comité

Fuente: Elaboración propia a partir de metodología y análisis de precio de mercado

Con el fin de brindar un soporte al trabajo de grado, se realiza el anexo 19, matriz del costo estipulado.

4.3.2. Validación del producto turístico

Con el fin de elaborar un producto turístico sostenible bajo las necesidades reales del área total de estudio, bajo las tres zonas focales, se desarrollaron talleres con las comunidades locales, actores empresariales e institucionales y se aplicó los conocimientos de planificación turística con el fin de organizar la información recopilada y plasmarla en diferentes matrices y componentes con los que, se construyó el producto turístico. Esto llevó a una validación de los resultados por parte de las comunidades, las instituciones y el sector empresarial.

También se resalta que este proyecto de grado se efectuó con un valor agregado, de ser una propuesta integral de turismo sostenible con enfoque territorial, comunitario y planificación ambiental, lo cual presentó un aporte innovador y como estudio de caso replicable en el contexto territorial. Los principales elementos de valor diferencia son:

- Se desarrolló un producto turístico inmerso en una Reserva Forestal Protectora, donde se propusieron acciones acordes a la zonificación ambiental del área

protegida (zonificación y régimen de uso), cuestión que, no es frecuente en propuestas turísticas integrar las limitaciones ambientales de un plan de manejo.

- Se integró tres zonas estratégicas (Cristo Rey, barrios vulnerables y Parque Infantil) con una mirada sistémica, resaltando como cada zona puede aportar a una cadena de valor comunitaria, donde se vincule a comunidades vulnerables como actores claves, promoviendo la inclusión, empoderamiento y corresponsabilidad.
- La propuesta propone rescatar un lugar importante para la ciudad como el Cerro de Cristo Rey, cargado de valor espiritual, histórico y urbano, que fue abandonado por temas de inseguridad. Este trabajo desarrolló una revalorización del paisaje urbano-rural, incluyendo aspectos de la memoria histórica, la percepción de seguridad y la importancia ambiental.
- Se aplicó una metodología participativa, estructurada por zonas focales (comunidad, instituciones y empresarios). Modelo que puede ser replicado en otros cerros urbanos, reservar naturales periurbanas y escenarios combinados entre lo cultural y lo ambiental, en la ciudad y en Colombia.
- La propuesta no solo presento un componente diagnostico o diseño conceptual, sino que se incluyó una cartografía, matrices de actores, evaluación de la demanda, diseño del recorrido y plan estratégico, lo cual servirá como una hoja de ruta útil para implementar realmente el producto y no solo quedarse en una idea teórica.
- Y por último, se logró proponer transformar un problema complejo de conservación, inseguridad y desorden urbano, en una estrategia viable,

participativa y sostenible, que podría inspirar a otros privados o a gobernantes en implementarla en áreas protegidas urbanas del Meta y de Colombia.

5. CONCLUSIONES

1. Objetivo específico 1: El área de estudio inmersa en la reserva forestal mostró un alto potencial para el ecoturismo y el desarrollo económico con buenas prácticas turísticas, aunque la falta de ordenamiento y planificación por parte de algunos actores, representa un riesgo para la sostenibilidad a largo plazo.
2. Objetivo 1: Permitió integrar las diversas visiones de los actores institucionales, comunitarios y empresariales que enriquecieron el enfoque del producto turístico, asegurando su operatividad y su contexto territorial, social, económico y ambiental.
3. Objetivo 2: La evaluación de la infraestructura turística reveló fortalezas existentes y necesidades urgentes de mejora y adecuación, como señalización, accesibilidad, seguridad, iluminación, servicios básicos y aplicación de pintura, condiciones esenciales para consolidar el producto turístico.
4. Objetivo 2: La propuesta del producto turístico sostenible está fundamentada en principios de identidad local, competitividad, sostenibilidad y con elementos diferenciadores tales como, las narrativas de resiliencia de los barrios aledaños, la apropiación del espacio público y la conexión simbólica con la historia de la ciudad.
5. Objetivo 3: El diseño del producto turístico sostenible para el Cerro de Cristo Rey representó una oportunidad clave para armonización entre la conservación ambiental y el desarrollo económico local, especialmente por encontrarse inmerso en una Reserva Forestal Protectora con una zonificación y régimen de usos vigentes que orienta a un desarrollo condicionado.

6. Objetivo 3: Este modelo puede ser replicable en otros escenarios turísticos urbanos con alto valor ambiental y patrimonial, promoviendo una visión de Villavicencio, más integrada, de alto desarrollo económico y sostenible, que priorice el turismo como un eje motor de transformación territorial, cohesión social, protección ambiental y crecimiento económico.

6. RECOMENDACIONES

1. Implementar un modelo de gobernanza participativa donde se vincule los actores institucionales y el sector privado de Cerro de Cristo Rey con el fin de asegurar una gestión compartida que respete el plan de manejo del área protegida y fortalezca la sostenibilidad turística.
2. Realizar adecuación y mejoramiento de la infraestructura turística por parte de los actores privados y la institución, con criterios de sostenibilidad ambiental, priorizando los senderos interpretativos, señalización, zonas de descanso, baños secos o portátiles y aplicación de pinturas.
3. El sector privado deberá diseñar e implementar el sistema de transporte para el acceso del atractivo, donde se verifique el buen uso y mantenimiento del vehículo con el fin de evitar la sobrecarga de visitantes y la contaminación por emisión de gases.
4. Instituto de turismo de Villavicencio y sector privado deberán realizar un fortalecimiento de guías locales a través de los procesos de formación, especialmente a los jóvenes y madres comunitarias del barrio la Salle y Colinas, para profesionalizar sus saberes e integrarlos de manera más efectiva al recorrido y a la cadena de valor del producto turístico

5. Trabajar de la mano con Cormacarena y el instituto de turismo de Villavicencio, para generar mecanismos de control y monitoreo ambiental y turístico, incluyendo los indicadores de capacidad de carga, satisfacción del visitante, percepción local y estado de conservación, con el fin de tomar decisiones basadas en los impactos del turismo.
6. La Alcaldía de Villavicencio deberá vincular el producto de turismo sostenible en instrumentos de desarrollo local y departamental, como el plan de desarrollo municipal o departamental, garantizando el respaldo institucional y presupuestal.
7. Las instituciones y el sector privado podrán tomar este producto como caso de estudio, para replicarlo su metodología en otros cerros, áreas protegidas u atractivos urbanos, posicionando a Villavicencio como un modelo de turismo urbano sostenible y regenerativo en el departamento del Meta y Colombia.

7. BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía de Pereira. (2023). *La ocupación hotelera en Pereira estuvo por encima del 60 % durante Semana Santa*. Pereira.
- ANATO 2025. (s.f.). *Vitrina turística de ANATO 2025*. Obtenido de https://vitrinaturistica.anato.org/la-riqueza-cultural-villavicencio-se-tomara-la-39-vitrina-turistica-anato/?utm_source=chatgpt.com
- Arenas, J. M. (3 de Julio de 2023). *Territorio*. Obtenido de GeoInnova: <https://geoinnova.org/blog-territorio/estrategias-para-una-planificacion-territorial-sostenible/#:~:text=Con%20planificaci%C3%B3n%20territorial%20sostenible%20nos,%C2%A1Empezamos!>
- Bolaños, J. I. (2018). Procesos de adaptabilidad e identidad, al interior de las prácticas musicales en Villavicencio-Meta. *ORCID*, 15.
- Carvajal y Lemoine. (2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *SciElo*, N° 38.
- Cedar Lake Ventures. (2024). *Weather Spark*. Obtenido de <https://es.weatherspark.com/y/24273/Clima-promedio-en-Villavicencio-Colombia-durante-todo-el-a%C3%B1o>
- Comercio industria y turismo. (2020). *Ley 2068 de 2020*,. Bogotá.
- Crespo Jareño. (2020). *Orígenes e impactos del ecoturismo*. La Mancha: Kalpana Nro 18 (pp 5 - 32).
- Cruz y Gómez. (2020). *DESCRIPCIÓN Y ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL DEL TURISMO DE NATURALEZA EN LA RESERVA FORESTAL PROTECTORA QUEBRADA HONDA, CAÑOS PARRADO Y BUQUE EN VILLAVICENCIO, META (COLOMBIA)*. Bogotá: Turismo y Sociedad.
- DANE. (2008). *Atlas estadístico - TOMO I Demográfico*. Obtenido de https://geoportal.dane.gov.co/servicios/atlas-estadistico/src/Tomo_I_Demografico/%E2%80%A2regiones-geogr%C3%A1ficas.html#:~:text=El%20territorio%20colombiano%20se%20divide,%2C%20Andina%2C%20Orinoquia%20y%20Amazonia.
- DANE. (2018). *Encuestas DANE*. Villavicencio.
- DANE. (2021). *Informe del DANE*. Villavicencio.
- DANE. (2022). *Reseña histórica de Colombia*. Bogotá.
- Decreto 1076. (2015). *Decreto 1076 de 2015 Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible*. Bogotá: EVA - Gestor Normativo.
- Decreto 353. (2000). *Decreto 353 del 2000*. Villavicencio: Alcaldía de Villavicencio .
- Estadísticas Canada. (junio de 2025). *Estadísticas Canada*. Obtenido de <https://www150.statcan.gc.ca/n1/edu/power-pouvoir/ch13/nonprob/5214898-eng.htm>
- Gestor normativo, p. f. (2012). *LEY 1558 DE 2012*. Bogotá.
- Gobernación de Risaralda. (2023). *Risaralda supera en ocupación hotelera al promedio nacional y es el primero en el eje cafetero*. Pereira.
- Gomez, A., Restrepo, G., & Gonzales, E. (2004). *Turismo en el eje cafetero*. Manizales.

- Hernandez et al. (2010). *Metodología de la investigación 5ta edición*. México : Mc Graw hi - Educación.
- ICANH. (2024). *Colombia potencia de vida*. Obtenido de <https://www.icanh.gov.co/areas-misionales/patrimonio/parques-asociados/sitios-arqueologicos/llanos-orientales/informacion-general/ubicacion#:~:text=La%20regi%C3%B3n%20de%20los%20Llanos,regi%C3%B3n%20plana%20de%20baja%20altitud>.
- Instituto de turismo de Villavicencio. (28 de marzo de 2025). Obtenido de https://villavicencio.gov.co/villavicencio-tiene-capacidad-para-recibir-mas-de-17-000-huespedes-segun-estudio/?utm_source=chatgpt.com
- Instituto de turismo de Villavicencio. (21 de Abril de 2025). *Alcaldía de Villavicencio*. Obtenido de Alcaldía de Villavicencio: https://villavicencio.gov.co/villavicencio-supero-los-500-000-visitantes-en-semana-santa/?utm_source=chatgpt.com
- Instituto de turismo del Meta. (1 de Julio de 2025). *Instituto de turismo del Meta*. Obtenido de <https://www.turismometa.gov.co/atenci%C3%B3n-al-ciudadano/tr%C3%A1mites%2C-otros-procedimiento/documentacion/sala-de-prensa/hist%C3%B3rico/item/737-crecen-las-cifras-del-turismo-en-el-meta-m%C3%A1s-visitantes%2C-mayor-impacto-econ%C3%B3mico%2C-durante-el>
- Instituto de turismo Villavicencio. (28 de marzo de 2025). *Alcaldía de Villavicencio*. Obtenido de Turismo: https://villavicencio.gov.co/villavicencio-tiene-capacidad-para-recibir-mas-de-17-000-huespedes-segun-estudio/?utm_source=chatgpt.com
- Ley 2068 del. (31 de Diciembre de 2020). *Función pública*. Obtenido de Ley 2068 de 2020: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=172558>
- Matabajoy, D. (6 de abril de 2023). Cerro Cristo Rey: lugar emblemático de Villavicencio, en proceso de recuperación. *Radio nacional de Colombia*, pág. 1.
- Meisel, A., & Gerson Pérez. (2006). *Documentos de trabajo sobre economía regional*. Cartagena.
- Ministerio de industria comercio y turismo. (2024). *Diagnóstico del destino para la planificación turística*. Bogotá: INMARK S.A.
- Miranda Beltrán y Ortiz Bernal. (2020). *RIDE. Rev. Iberoam. Investig. Desarro. Educ [online]*. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-74672020000200164&lng=es&nrm=iso. Epub 23-Abr-2021. ISSN 2007-7467. <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>.
- Moncayo et al. (20 de marzo de 2021). Polo del Conocimiento. *El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector*. Riobamba, Ecuador: ISSN: 2550 - 682X - DOI: 10.23857/pc.v6i3.2501.
- Morales, & Jiménez. (2020). *ANÁLISIS SOBRE LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR TURISMO EN COLOMBIA DURANTE LA ÚLTIMA DÉCADA*. Medellín, Antioquia.
- Moutinho, S. (2013). *Projeto 5x5, Redes temáticas integradas al turismo rural*. Portugal: Nature & Portugal .
- Naciones Unidas. (1987). *Informe Brundtland - Nuestro Futuro Común*. Noruega.

- ONU Turismo. (2025). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- ONU turismo. (2025). *Organismo especializado de las Naciones Unidas*. Obtenido de ONU Turismo: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>
- Parques Nacionales Naturales. (2016). Reformulación participativa del plan de manejo Parque Nacional Natural Chingaza. Bogotá, Colombia.
- Parques Nacionales Naturales. (2024). *Informe "Ingreso de turistas a Parque Chingaza"*. Fomeque.
- Parques Nacionales Naturales de Colombia. (2020). *Parque Nacional Natural Chingaza incluido por la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza – UICN, en la Lista Verde de Áreas Protegidas y Conservadas*. Bogotá.
- Parques Nacionales Naturales POE. (2017). PLAN DE ORDENAMIENTO ECOTURÍSTICO PARQUE NACIONAL NATURAL CHINGAZA. Fomeque, Cundinamarca, Colombia.
- Pinilla, C. (2017). Impacto ambiental. En C. Pinilla, *Impacto Ambiental* (pág. 86). Colombia: Fondo editorial Areandino.
- Prada & Vargas. (2023). *FORMACIÓN EN TURISMO SOSTENIBLE: REVISIÓN DE LITERATURA DE CARA A LA CREACIÓN DE UN PROGRAMA DE MAESTRÍA EN EL DEPARTAMENTO DEL MAGDALENA (COLOMBIA)*. Bogotá: Turismo y sociedad.
- Resolución 1762. (2014). *Adopción del Plan de Manejo de la Reserva Forestal Protectora Quebrada Honda y Caños Parrado y Buque*. Bogotá: Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible.
- Resolución 59. (1945). *Resolución 49 de 1945, declaratoria del área protegida RFP Quebrada Honda Caños Parrado y Buque*. Bogotá: Ministerio de la economía nacional.
- Ricaurte, C. Q. (2009). *MANUAL PARA EL DIAGNOSTICO TURÍSTICO LOCAL*.
- Rueda, Romero, & Osorio. (2024). *Plan de negocio del Parque Chingaza*. Bogotá.
- RUNAP. (2024). *Parques Nacionales Naturales de Colombia - RUNAP*. Obtenido de <https://runap.parquesnacionales.gov.co/area-protegida/48>
- RUNAP. (6 de Julio de 2025). *Registro Único de las Áreas Protegidas*. Obtenido de Parques Nacionales Naturales de Colombia: <https://runap.parquesnacionales.gov.co/cifras>
- Socatelli, M. (2020). *Fundamentos del Desarrollo Regenerativo y el Turismo Regenerativo*. San Jose, Costa Rica: Universidad para la Cooperación Internacional – U.C.I.
- Universidad de Nariño. (2019). El Carnaval de Negros y Blancos. *UNESCO patrimonio cultural*, 1.
- Universidad Nacional de Colombia. (2013). *Desmovilización y Reintegración*. Bogotá.
- Universidad Nacional de Colombia. (2024). *Universidad Nacional de Colombia*. Obtenido de <https://historianatural.unal.edu.co/expo1/andina.html>
- UTP. (2025). *Vicerrectoría Administrativa y Financiera*. Obtenido de Universidad Tecnológica de Pereira: <https://vicerrectorias.utp.edu.co/administrativa/oferta-y-demanda-e-incidencia-de-los-precios/>

Visor de información ambiental Cormcarena. (enero de 2025). *Cormacarena*. Obtenido de Geoportal : <https://geoportal-cormacarena.hub.arcgis.com/>
Zapata, S. (14 de mayo de 2024). *El Cuarto Mosquetero*. Obtenido de <https://elcuartomosquetero.com/cristo-rey-la-transformacion-del-cerro-el-redentor-de-villavicencio/>

8. ANEXOS

- 8.1. Anexo 1. Área de estudio del producto turístico formato PNG
- 8.2. Anexo 2: Área de estudio del producto turístico formato shape
- 8.3. Anexo 3: Área Producto turístico inmerso en RFP
- 8.4. Anexo 4: Área de estudio inmersa en RFP
- 8.5. Anexo 5. Zonas de atractivos del área de estudios
- 8.6. Anexo 6. Zonas de atractivos de producto turístico
- 8.7. Anexo 7. Formato Inventario Recursos Turísticos
- 8.8. Anexo 8. Zona 1. Recursos turísticos
- 8.9. Anexo 9. Recursos turísticos
- 8.10. Anexo 10. Zona 2. Recursos turísticos
- 8.11. Anexo 11. Zona 3. Recursos turísticos
- 8.12. Anexo 12. Zona general de recursos turísticos
- 8.13. Anexo 13. Matriz Actores Estratégicos
- 8.14. Anexo 14. Matriz Infraestructura Servicios turísticos
- 8.15. Anexo 15. Matriz Infraestructura Servicios turísticos
- 8.16. Anexo 16. Matriz Perfil Turista Villavicencio
- 8.17. Anexo 17. Matriz Diseño Recorrido Turístico Cristo Rey
- 8.18. Anexo 18. Plan Estratégico Implementación producto turístico
- 8.19. Anexo 19. Matriz de costo estimado