

Ana Milena Hamón Ruiz

Estudiante de último semestre de la
Universidad Externado de Colombia
de la Facultad de Administración
de Empresas Turísticas y Hoteleras
Trabajo de Grado para optar al título de
Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras.
Universidad Externado de Colombia.
[gemelashr@hotmail.com]

Resumen

El Cerro de Monserrate es uno de los más importantes y reconocidos atractivos turísticos a nivel ambiental y cultural de la ciudad de Bogotá. Sin embargo, en él existen varias problemáticas a nivel ambiental, cultural, social y económico desconocidas para muchos, las cuales inciden en el desarrollo de un turismo sostenible en este atractivo de la ciudad. Por este motivo se propuso un estudio, como trabajo de tesis, en donde se realizó un análisis de cada uno de los siguientes ámbitos: ambiental, social, económico y cultural, determinando las necesidades y problemáticas que han impedido que este lugar turístico cumpla con los principios del turismo sostenible. De acuerdo con lo anterior, al final de la investigación, se plantean algunas estrategias e indicadores para lo cual se toma como base un estudio DOFA. Este es un primer aporte que brinda elementos para la planificación de proyectos que se quieran llevar a cabo en este atractivo de la ciudad, respetando y valorando los principios de sostenibilidad.

Abstract

Monserrate Hill is one of the most important and recognized tourist attractions in the city of Bogotá because of its environmental and cultural attributes. However, most people are not aware of the environmental, socio-economic, and cultural issues that affect the development of sustainable tourism in this attractive city. The aim of this study is to determine the sources of these problems and assess the needs that will allow this unique tourist attraction to adhere to the sustainable principles. In the end, this research will propose and measure the effectiveness of some strategies and parameters based on a DOFA studio. This will be the first contribution that will provide the necessary tools for the planning of any project to be carried out while respecting and valuating the sustainable principles.



HOW TO CARRY OUT SUSTAINABLE TOURISM IN MONSERRATE?

¹ Artículo de investigación para optar al título de Administrador de Empresas Turísticas y Hoteleras de la Universidad Externado de Colombia.

Palabras Clave: indicadores, atractivo turístico, principios de sostenibilidad, proyecto, planificación.

Key Words: sustainability, tourism development, sustainable principles, values, indicators, planning.

Introducción

El turismo es hoy una actividad muy importante a nivel mundial, de la cual depende la economía de muchos países. Los beneficios que brinda a las poblaciones residentes pueden llegar a ser altos, pero la actividad debe desarrollarse de tal manera que estos beneficios no sean disminuidos por una serie de problemas que se presentan cuando no se hace una planeación desde lo económico, lo ambiental, lo social y lo cultural; es aquí donde el tema de la sostenibilidad juega un papel tan importante, ya que si se quiere garantizar que las actividades turísticas permanezcan en el tiempo y se mantengan los beneficios por éstas obtenidos, se hace fundamental un desarrollo turístico sostenible.

Es así como en esta investigación de tesis se eligió a Monserrate, uno de los atractivos turísticos históricamente más reconocidos y visitados en Bogotá. Se eligió este lugar porque reúne una gran oferta turística, tanto ambiental como sociocultural, que lo hace interesante para hacer un estudio de sostenibilidad.

La presente investigación busca dar respuesta a la pregunta de cómo se puede llevar a cabo un turismo cuidadoso y solidario en este atractivo de la ciudad; que guíe proyectos ambientales, socioeconómicos y culturales que se quieran adelantar en este atractivo de la ciudad. También se pretenden establecer estrategias e indicadores que sirvan de herramienta en el diseño y evaluación de proyectos encaminados a desarrollar un turismo sostenible.

El objetivo principal es el de hacer un estudio de sostenibilidad turística que permita identificar los impactos positivos y negativos que el turismo ha causado con los años en Monserrate; lugar que recibe miles de feligreses, visitantes y turistas cada día. Al mismo tiempo, se pretende fortalecer la proyección de Bogotá como destino turístico sostenible en el país y en el exterior. Es decir, que se constituya en un ejemplo como una ciudad que puede mantener sus atractivos y recursos en permanente buen estado para ser consumidos por el turista presente y futuro. De esta manera se empieza a generar conciencia en la ciudadanía colombiana sobre la conservación de los atractivos turísticos nacionales, que brinda posibilidades para el crecimiento de una región.

Se hace necesario tener claro que si Colombia se quiere proyectar como destino de turismo sostenible, debe empezar a cuidar y crear estrategias para cada uno de sus atractivos turísticos, de manera que se beneficien cada uno de los actores involucrados. De acuerdo con el resultado de la aplicación de un estudio de sostenibilidad en este caso, se pudo concluir que este atractivo necesita el desarrollo de un plan de organización comercial que abarque seguidamente planes a nivel ambiental y cultural, ya que sus objetivos y actividades no contemplan un desarrollo equilibrado en todas las dimensiones definidas. También se pudieron identificar necesidades en el desarrollo de la actividad turística, las cuales no permiten satisfacer la experiencia turística de sus visitantes. La presente investigación es un primer aporte hacia la consolidación de Monserrate como destino turístico sostenible, pero es necesario continuar profundizando en el tema.

Desarrollo

Objetivo General

Diseñar una propuesta para el desarrollo de un turismo sostenible en el Cerro de Mon-

serrate, a partir de un estudio de la oferta ambiental y cultural, basada en los principios de desarrollo sostenible.

Metodología

Como el problema a investigar requiere principalmente de una evaluación de la sostenibilidad del entorno, en este caso de Monserrate, se necesita entonces que el enfoque analice tres aspectos principalmente: ambiental, sociocultural, y económico. La investigación se desarrolló bajo el enfoque de estudio de caso, el cual establece un estudio minucioso de un caso concreto, dentro de su contexto real y del cual se extraen conclusiones ilustrativas. Así mismo, se pretendió dar una muestra de un caso-ejemplo para llevar a cabo una propuesta de turismo sostenible en uno de los atractivos turísticos de la ciudad, y con su análisis buscó proponer nuevos criterios de evaluación y seguimiento para otros casos similares.

Como resultado del análisis del estudio de caso, desde la óptica del turismo sostenible, se plantearon estrategias e indicadores de sostenibilidad que surgieron a partir de un estudio DOFA y el diseño de un inventario turístico, necesarios para el desarrollo de esta investigación que buscó presentar una propuesta de organización técnica con especificaciones de sostenibilidad.

Para llevar a cabo la investigación se utilizaron principalmente tres técnicas primarias; la primera de ellas fue la encuesta, la cual arrojó resultados cuantitativos y cualitativos y fue realizada a comerciantes y turistas que visitan el lugar con el fin de tener una mayor claridad con relación a lo que ofrecen los comerciantes, sus actividades, actitudes frente algunos temas, opiniones y pensamientos. Así mismo, para poder entender qué tipo de turistas son los que visitan este lugar de la ciudad y las incidencias e impactos que generan las actividades que realizan durante su visita.

La segunda técnica que se utilizó fueron las entrevistas, las cuales se hicieron a los principales empresarios de Monserrate (gerentes del funicular y de los restaurantes). A partir de estas entrevistas se recopiló información clave para el estudio de la oferta ambiental y cultural, y se buscó con ellas obtener más información acerca de la realidad socioeconómica, cultural y ambiental del lugar. La tercera técnica que se utilizó fue la observación, por medio de la cual se buscó, como su nombre lo indica, observar un poco el comportamiento de las personas que visitan el sitio, sus actividades, actitudes frente al lugar y apropiación hacia el mismo. De esta manera se llevaron a cabo varias visitas al Cerro de Monserrate durante el tiempo de investigación, las cuales se hicieron tanto por el camino (en su mayoría) como por el servicio de transporte teleférico, buscando realizarlas en diferentes días (jueves, sábados y domingos) y épocas (Semana Santa y Navidad); en ellas se interactuó con el paisaje, comerciantes, turistas, policías de turismo, animales, y se participó en una caminata ecológica organizada en este lugar.

Marco contextual

Ubicación geográfica

El Cerro de Monserrate se encuentra ubicado en la cordillera oriental y forma parte de los cerros orientales que rodean a la ciudad de Bogotá. Se encuentra a una altura de 3.152 metros a nivel del mar rodeado por el bosque andino alto, con temperatura entre los 9°C y 12°C.

Historia de Monserrate

En 1640 Don Juan de Borja, presidente del Nuevo Reino, autorizó la construcción en el lugar de una capilla dedicada a la Virgen Morena de Monserrate, en el hoy conocido Cerro de Monserrate cuyo santuario se encuentra ubicado en la ciudad de Barcelona, en España.

El presidente del Nuevo Reino, Don Juan de Borja, dio permiso al bachiller, Don Pedro Solís de Valenzuela de que construyera en el cerro tutelar de Bogotá una ermita a la que llamaría de Nuestra Señora de la cruz de Monserrate, a cuya devoción sería dedicada. La idea inicial era construir una iglesia y un convento, por similitud con el Monasterio de Monserrat en Barcelona; su idea halló eco en tres amigos y en el padre Bernardino de Rojas, hombre de letras y rico, así emprendieron los trabajos.

Don Pedro Solís, artífice de esta obra, quiso que no terminara allí. Sabía bien que el lugar era ideal para un monasterio; finalmente la obra fue terminada en 1657, gracias a la colaboración de los santafereños, quienes con gran esfuerzo, y como penitencia, subían materiales para la construcción. Años más tarde esta capilla albergaría a su más ilustre huésped: el Señor Caído, obra del maestro santafereño Pedro de Lugo y Albarraçín; quien logró no sólo una hermosa imagen de impresionante valor artístico, sino que también logró reunir la fe religiosa de la ciudad.

Desde aquella época, cada día, miles de creyentes suben con devoción los escalones que llevan al santuario en la cumbre, como acto penitencial. Mientras que otros miles de turistas, deportistas o curiosos llegan a pie, en funicular o teleférico y hallan de nuevo la armonía que puede existir entre esta creación de Dios y las obras del hombre.

Así mismo, Monserrate ha sido testigo de cómo ha evolucionado la ciudad capital, por ello es casi un deber velar porque éste sea admirado y respetado no sólo por sus peregrinos sino por los ojos extranjeros y que sea reconocido tanto por ser el santuario que es, y también por ser un importante lugar turístico de la ciudad.

Como se ve, desde su inicio Monserrate se ha ido cimentando como uno de los principales

atractivos de la ciudad de Bogotá, no sólo desde el punto de vista religioso sino también turístico. Teniendo en cuenta lo anterior, surge la presente tesis como una propuesta de cómo se puede lograr que ese turismo que existe en Monserrate se lleve a cabo de una manera sostenible donde comerciantes, empresarios y residentes se vean beneficiados a largo plazo.

Contexto Socioeconómico

Desde la construcción del primer camino, aquél que los peregrinos habían formado lentamente en sus excursiones, el número de visitantes ha aumentado; con el tiempo igualmente empezaron a asentarse diferentes familias en el cerro construyendo algunos ranchos y sus correspondientes puestos de venta.

A lo largo del camino y en la parte alta se encuentran repartidos diferentes puestos donde se venden comidas y artesanías (alrededor de 140 puestos). Cada familia posee entre 8 a 10 puestos heredados por sus antepasados quienes vieron en una época a Monserrate como un lugar para instalar su familia y ganarse la vida. Algunas familias habitaban en una pequeña vivienda construida detrás de cada puesto, por seguridad de su negocio, pero en la actualidad sólo quedan dos de todas las familias que vivieron en el cerro, debido a que con el paso del tiempo han sido muchos los factores económicos y sociales que impidieron de alguna manera seguir viviendo en el cerro.

Por otra parte, se encuentra la Administración de Monserrate la cual está conformada por los empresarios de los restaurantes, cafeterías teleférico y funicular. Su incidencia en el desarrollo turístico de este atractivo es de gran importancia, ya que son los principales gestores del turismo y los primeros en darle una oferta turística al Cerro de Monserrate, ya que anteriormente se enfocaba casi en forma exclusiva en lo religioso.

Descripción del tipo de oferta comercial

En general los comerciantes de Monserrate desarrollan diferentes tipos de actividad entre las que se encuentran:

- Venta de alimentos y bebidas.
- Venta de reliquias religiosas.
- Venta de artesanías y juguetería.
- Souvenir
- Otro

En la cima del Cerro de Monserrate, existe una plaza de comidas y otra de artesanías. Los puestos de venta son propios y en arriendo. Hay una cafetería central la cual vende desayunos, almuerzos, onces, etc. Existen dos restaurantes principales: San Isidro, en el cual se vende comida francesa, y Santa Clara, el cual vende comida colombiana; a estos restaurantes asisten empresarios, extranjeros, familias con más capacidad de gasto, parejas en compromiso, etc. En estos restaurantes se hacen eventos sociales, reuniones empresariales, etc. Se encuentra también la Iglesia a través de la cual se organizan todas las actividades religiosas como Semana Santa, Navidad y demás eventos religiosos en el año; su mantenimiento depende de las ventas de libros y artículos religiosos, de las ofrendas de sus feligreses y del pago por misas.

Para subir al cerro hay dos opciones: por el sendero de escaleras empedradas o por el servicio de transporte, ya sea funicular o teleférico, el cual hace un recorrido de sólo 5 minutos en el que se transporta como máximo 40 personas.

El funicular es un pequeño tren erguido lentamente hacia la cumbre de Monserrate que permite a los pasajeros la contemplación de la naturaleza. El teleférico es una modalidad bicable con dos cabinas. Éstos han sido modernizados en los últimos años lo que los ha hecho más seguros.

En el aspecto educativo, los niños de las familias que viven o trabajan en el Cerro, asisten a sus escuelas en Bogotá ya que no hay en el cerro un jardín o centro educativo alguno; y muchos de ellos al terminar el bachillerato se dedican al negocio de sus padres, en parte por la falta de dinero para financiar sus estudios superiores y además por la tradición de sus familias. Respecto al tema de salud, los comerciantes no cuentan con un centro de servicio de salud todos los días, sólo los domingos está presente la Cruz Roja para atender cualquier emergencia debido a que los domingos es el día de más asistencia de visitantes; en los días ordinarios, en caso de una emergencia, los comerciantes deben bajar hasta Bogotá por ayuda médica.

Contexto ambiental

Monserrate cuenta con una gran belleza paisajística, lo que es quizá uno de sus mayores atractivos ya que desde allí se puede observar la ciudad en todo su esplendor.

Monserrate se encuentra rodeado por bosque alto andino o bosque de niebla, ubicado entre los 2.750 y 3.200 metros sobre el nivel del mar, con temperatura entre los 9°C y 12°C como se había mencionado. En cuanto a su flora cuenta con:

“Una vegetación alta y cerrada con bosque de encenillo y otras especies como pegamoscos, gague, canelo, espino, arraya, y uva.

La mayoría de esta vegetación, está compuesta por arbustos ásperos de hojas pequeñas y tiesas, se encuentran diversidad de flores como las *Aragoas* que tienen la apariencia de un abeto o cedro joven sin flor, las flores son pequeñas, blancas y anómalas. Las *Mutisias* pertenecen a la rara división de las bilabiadas de las plantas compuestas, la espeletia son flores amarillas compuestas como la émula campana entre, otras flores”².

² [<http://losquenosgustaacampar.blogspot.com/2008/07/caminata-al-cerro-de-monserrate.html>].

“En cuanto a la fauna, debido a las quemadas, tala y plantación de especies foráneas como el pino y el eucalipto, la mayoría ha desaparecido. En los reductos secundarios se encuentran mamíferos pequeños como ratones forestales, murciélagos nectarívoros, marsupiales, comadrejas y zorros; y unas 58 especies de aves en lo que corresponde al bosque andino alto.

En el bosque andino bajo existen algunas comadrejas, runchos y cánidos. En cuanto a las aves hay presencia de mirla negra, golondrina, cernícalo, chirlobirlo, copetones, cucaracheros y variedad de colibríes.”³

Monserrate hace parte de los cerros orientales que rodean a la ciudad, está incluido dentro de los programas de recuperación y protección de los cerros orientales de Bogotá por la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR), “mediante la resolución 1141 en la cual se adopta el plan de manejo de los cerros orientales (POMCO) como requisito para cualquier actuación en la reserva del Bosque Oriental de Bogotá. En el Plan de Manejo se prioriza la ejecución de 41 proyectos orientados a la conservación, recuperación, educación, vigilancia y control, prevención y atención de desastres, investigación y administración de la reserva, entre otros aspectos”.

Contexto cultural

Históricamente Monserrate ha sido reconocido principalmente por su carácter religioso, que lo ha identificado como uno de los atractivos culturales y religiosos de la ciudad. Es por esto que el entorno cultural gira alrededor de lo religioso. Como se describió anteriormente, la principal motivación de las personas que visitan este lugar es su devoción y tradición, por la que cada día muchos creyentes suben con fervor los escalones que llevan al santuario, como acto penitencial. Algunos de ellos como

prueba de fe y por cumplir promesas suben de rodillas, o con fríjoles en los zapatos, entre otros, mientras que otros miles de turistas, deportistas o curiosos llegan a pie, en funicular o teleférico para encontrarse con su Creador en diferentes actos religiosos, como asistir a la santa misa, hacer el vía crucis, rezar el santo rosario, asistir a la bendición del agua y demás objetos religiosos, entre otros.

Desde hace ya casi cuatro siglos los colombianos visitan el Santuario en el que se encuentra el Señor Caído de Monserrate, (el Señor de los Milagros Bogotano), a quien se le atribuyen una serie de milagros, mejoras en salud, conversiones y realización de matrimonios, y por quien se reúnen miles de feligreses en la santa misa. De igual manera muchos peregrinos visitan el vía crucis del Cerro de Monserrate, que cuenta con unas bellas imágenes traídas desde Florencia (Italia), hace ya más de 60 años.

Las dos épocas de mayor asistencia de feligreses son: la época de Semana Santa y la época de Navidad.

En la Semana Santa, los peregrinos del Cerro pueden asistir a los diferentes eventos (santa misa, recorrido por el vía crucis, etc.). La asistencia de la gente puede sobrepasar las 10.000 personas especialmente los días Viernes, Sábado y Domingo Santo.

Navidad es otra fecha de gran afluencia de feligreses, ya que Monserrate se convierte en un lugar especial para visitar por su decoración e iluminación y así mismo por la realización de varios eventos en torno al tema navideño.

Otro aspecto cultural que caracteriza a Monserrate se encuentra en la parte del comercio, ya que en estos puestos se reúnen las familias a degustar de una impresionante variedad de alimentos típicos de la gastronomía del altiplano cundiboyacense y otras regiones.

³ Santuario de Monserrate. *Folleto Turístico*, 2006.

Entre los más reconocidos están los tamales, buñuelos, empanadas, cuajada con melao, lechona, arepas, chocolates, entre otros. Por otro lado, se encuentran los puestos de artesanías que decoran las calles empedradas de Monserrate en donde se venden artículos religiosos y típicos artesanales entre los que se encuentran ruanas, sombreros, chivas, souvenirs, hamacas, etc. De este modo el comercio hace parte de la oferta cultural y turística del atractivo.

Resultados: análisis y presentación de la propuesta

En esta parte de la investigación, se hace un diagnóstico DOFA, en donde se contemplan cada uno de los impactos positivos y negativos evidenciados durante las visitas realizadas en el lugar de estudio. El siguiente análisis se basó en los principios de sostenibilidad (social, ambiental, cultural y económico), los cuales guiaron la investigación, delimitando y evidenciando detalles para dar un claro diagnóstico de las problemáticas, causales y oportunidades que existen en este lugar. Así mismo, las estrategias fueron planteadas bajo estos criterios, y buscaron dar propuestas para la solución de las problemáticas observadas en cada uno de los ámbitos de la sostenibilidad.

Para operar estas estrategias se considera necesario tomar medidas de manejo adecuado para solventar las problemáticas percibidas, y adelantar planes de acción para alcanzar los objetivos propuestos con el fin de implementar un turismo sostenible en este atractivo de la ciudad. Igualmente, es importante que se evalúen constantemente sus resultados para evitar o mitigar efectos negativos en el lugar. Las estrategias están sujetas e integradas a un mismo proyecto, el cual está compuesto por varios planes de acción, aplicados a cada uno de los aspectos mencionados: social, ambiental, económico y cultural.

Plan ambiental: *Monserrate siempre limpia*
 Plan social: *Todos por el bien de Monserrate*
 Plan cultural: *Monserrate escenario cultural y religioso de Bogotá*
 Plan económico: *Monserrate un lugar en donde todos ganamos a través del turismo*

El turismo que se propone llevar a cabo en Monserrate es un turismo en el que se crean oportunidades turísticas y económicas para todos los actores involucrados en la actividad, así como también un turismo que cuide de la naturaleza y le dé una nueva cara a la oferta turística que actualmente existe en Monserrate. El manejo de la actividad turística debe hacerse como parte de una estrategia integral en el desarrollo de toda el área. Estas estrategias deben estar basadas en unos principios que guíen la propuesta de esta investigación. Los siguientes principios son tomados de diferentes lecturas realizadas durante el transcurso de la investigación; se eligieron de acuerdo con las problemáticas observadas y servirán como base para el planteamiento de las estrategias.

- Conocimiento y sensibilización de los actores del turismo.
- Respeto y cuidado del ambiente natural.
- Apropiación de su patrimonio y cultura.
- Integración y participación de los actores del turismo.
- Beneficio público.
- Trabajo en equipo.
- Calidad de vida.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente con relación a la necesidad de evaluar dichos resultados, se propusieron también unos indicadores que se ajustan a cada una de las problemáticas y estrategias propuestas.

A. Estrategias ambientales

Impacto-problema

- Saturación del espacio en el camino:
- Congestión del tráfico turístico, comercian-

tes (fijos y ambulantes), animales de carga.

- Falta de gestión para adoptar zonas de uso turístico.
- No hay control de uso del camino y de las atracciones por parte de turistas y comerciantes.

Estrategias ambientales

- Estudio de capacidad de carga. En esta estrategia lo que se pretende es determinar el número de kioscos ambientales que van a ir en cada zona estratégica dentro del camino, para que de esta manera se pueda tener un control ambiental y a la vez turístico. Su impacto directo va a ser una mejor utilización de este espacio, dando un mejor manejo en el tránsito turístico.

- Adopción de principios de ordenamiento del suelo, reorientando los usos del suelo para garantizar la conservación de las fuentes de abastecimiento en calidad y cantidad. Continuando con la anterior estrategia se adoptarán medidas en cuanto a la responsabilidad ambiental que se debe tener en la planeación de cada uno de los kioscos ambientales. Su impacto directo está en asegurar la perdurabilidad de los kioscos ecológicos, que cuiden y respeten el medio ambiente que los rodea.

- Reubicación de los comerciantes. Se necesita hacer una completa planeación en esta estrategia, comenzando a establecer conversaciones con cada una de las familias y sindicatos de comerciantes, dándoles a entender lo que se pretende hacer con los kioscos ecológicos y que esto no significa ningún tipo de desalojo ya que lo que se quiere hacer es asegurarles una mejor calidad de trabajo para ellos mismos y sus familias, claro está que se deben conciliar y proponer derechos y obligaciones para un beneficio común.

- Rescate en la valoración del patrimonio natural. Con esta estrategia se pretende concientizar a los comerciantes (camino y la cima), a través de charlas ambientales,

acerca de su rol frente al cuidado del medio ambiente, y su importancia como actores activos en la conservación y cuidado ambiental; al mismo tiempo se pretende que valoren el atractivo para que lo hagan respetar por los turistas y visitantes.

Indicadores

- Número de puestos comerciales existentes por zona, comparado con el número máximo de puestos estimado por el estudio de capacidad de carga.

- Actividades turísticas y de conservación que se realicen en el atractivo por parte de los mismos comerciantes y fotógrafos / actividades totales que se realicen.

Impacto-problema

Contaminación atmosférica, hídrica y visual-camino:

- Existe alto nivel de basuras por el camino y alrededores, generando malos olores y una contaminación visual severa.

- Existe erosión hídrica, debido a que no hay mucha vegetación y esto hace que la misma naturaleza demarque los caminos para los turistas.

- Contaminación arquitectónica (desigualdad en la construcción de puestos de venta).

Estrategias ambientales

- Gestión de recolección de basuras. Con esta estrategia lo que se pretende lograr es tener un mayor control del problema que más afecta al camino “las basuras”. Es así como se deberán ubicar canecas ecológicas a lo largo del camino y al mismo tiempo organizar entre los comerciantes jornadas de aseo diariamente con el apoyo del personal de Aseo Capital.

- Campañas de concientización y responsabilidad ambiental. Cualquier cambio

no se puede hacer sin el entendimiento de aquellos que interactúan diariamente en el lugar de estudio, es por eso que se propone esta estrategia, la cual va a apoyar los planes propuestos en esta investigación. Su impacto está en lograr una calidad integral ambiental con el apoyo de los principales actores del turismo: “los comerciantes”.

– Sensibilización educativa del valor ambiental en relación con el turismo. Dentro de las charlas y campañas de concientización ambiental se debe invitar a turistas a que participen activamente de éstas, generando de esta forma una red de comunicación dentro de los mismos turistas.

– Determinar el grado de incidencia en el uso de las aguas por parte de los comerciantes para su contaminación. Dentro del proyecto ambiental con los kioscos ecológicos se deberá determinar las formas de uso del agua que utilicen los comerciantes dentro de su trabajo, haciendo alianzas con la empresa de acueducto de Bogotá. Así mismo, se debe estudiar el grado de impacto en el uso del agua que utilizaban los comerciantes y por lo tanto un mantenimiento severo si se necesita.

Indicadores

– Número de comerciantes organizados en grupos ecológicos / Número total de comerciantes.

– Número de puestos de negocio y empresas que colaboran con la conservación / Número total de negocios y empresas.

– Número de campañas ecológicas (mes-año) con vinculación de actores externos, con relación a la disminución de la contaminación presente.

– Número de charlas, reuniones, capacitaciones y actividades relacionadas con el tema de educación ambiental, comparadas con

el cambio de actitud de los actores frente a los problemas ambientales generados por el turismo.

– Usos del agua por parte de los comerciantes y demás actores presentes en el cerro con relación a la contaminación de este recurso.

Impacto-problema

Falta de adecuación de servicios públicos en el camino y arriba:

– No existe un sistema de drenaje para aguas grises y negras.

– No hay un sistema de acueducto para el tratamiento del agua en el camino y arriba.

Estrategias ambientales

– Hacer un estudio de los servicios públicos en las diferentes zonas de Monserrate. Con relación a la organización comercial (abajo, camino, arriba) que se propone es este trabajo, se debe lograr ofrecer unas mejores condiciones de trabajo y esto exige hacer este estudio para ver las necesidades en cuanto a los servicios públicos que los kioscos ecológicos van a necesitar.

– Revisión y adecuación de aquellos servicios que atenten contra la salud humana y el ambiente natural. Esta estrategia apoya la anterior ya que si se pretenden lograr cambios positivos con el tiempo se debe empezar por mirar lo que estos kioscos ecológicos van a tener y ofrecer, siendo los representantes de una mejor gestión ambiental en el Cerro de Monserrate.

Indicadores

– Disponibilidad de servicios públicos frente a la utilización de prácticas poco amigables con el ambiente.

– Medición de capacidad de los sistemas de suministro de agua, electricidad, alcantari-

llado y basura utilizados para las actividades turísticas frente al uso interno de los kioscos ecológicos.

– Medición de capacidad de los sistemas de suministro de agua, electricidad, alcantarillado y basura utilizados para las actividades turísticas frente al uso interno de los kioscos ecológicos.

– Volumen de eliminación de desechos y vertidos en los negocios turísticos, y tipo de desechos, sobre los impactos generados.

Impacto-problema

No hay calidad ambiental integral en Monserrate:

– Falta de gestión en el desarrollo de planes a nivel ambiental (Parque ecológico de Monserrate).

– Falta un organismo de control ambiental que regule las acciones ocasionadas por (comerciantes fijos-ambulantes y turistas).

Estrategias ambientales

– Revisión de trámites de proyectos ambientales en proceso o ejecutados, en relación con este atractivo. Más que una estrategia lo que se pretende es estudiar cada uno de los proyectos que se han propuesto en relación con este atractivo tanto de orden social y ambiental, logrando de esta manera estudiar su viabilidad en el apoyo de este trabajo de grado.

– Plan de acción que minimice los problemas ambientales que se presentan a causa del movimiento turístico en el atractivo. En esta estrategia se necesita determinar cada una de las acciones que llevan a cabo los turistas durante su visita en el atractivo desde los que suben por teleférico hasta los que lo hacen por el camino, su comportamiento de compra, manejo de basuras, y conductas ambientales con relación a su respeto con la flora y fauna

de toda el área (abajo, el camino, arriba, senderos y alrededores).

Indicadores

– Número de entidades que tienen la administración ambiental del atractivo / gestión de planes y proyectos relacionados.

– Impactos sobre el nivel de integración en macroproyectos y grado de participación en éstos.

– Existencia y documentación de la metodología de implementación.

B. Estrategias sociales

Impacto-problema

Desorganización comercial:

– Existe contaminación visual (parte de abajo, camino, y arriba), respecto a la desorganización de los puestos de venta.

– Exhibición de productos de venta (comida y artesanías) en desorden, dando una imagen poco agradable para la compra.

– No hay variedad de productos de venta.

Estrategias sociales

– Reubicación de los comerciantes. Como ya se planteó anteriormente es necesario llevar a cabo la reubicación de los comerciantes en lugares más seguros para ellos mismos. Para esto, se propusieron los kioscos ecológicos los cuales van a tener un diseño completamente natural amoldado a las condiciones del entorno y estarán organizados en zonas estratégicas definidas y medidas.

– Definir zonas estratégicas para la ubicación de los kioscos de venta tanto los que se encuentran en el camino como los de arriba. Estas zonas deben estar medidas de acuerdo con un estudio de capacidad de carga medio

– ambiental y el tamaño de cada uno de ellos dependerá de este estudio. Con esta estrategia se logrará dar una mayor organización al camino y al mismo tiempo se podrá ofrecer un mayor espacio verde para que los turistas puedan transitar y descansar sin el asedio de comerciantes y la aglomeración del tráfico turístico que se ocasiona cada vez que alguna familia se detiene a comprar algún producto en particular. Así mismo, los vendedores ambulantes no podrán ubicarse a lo largo del camino para vender sus productos, para los interesados se hace necesario establecer un lugar definido previamente.

– Organización de los puestos de venta. Definir el diseño de los kioscos tanto en la parte externa-visual como en la parte interna del diseño. Con esta estrategia lo que se pretende es definir la funcionalidad de los kioscos ecológicos. Estos kioscos ecológicos estarán construidos en material natural (madera, guadua, arcilla y materiales reciclados), su funcionalidad está en ofrecer determinados productos organizados e higiénicos para los turistas que suben y bajan por el camino. Su ubicación será dentro del mismo camino en diferente zonas estratégicas y estarán definidos de acuerdo con las necesidades de los turistas; zona verde (observación de paisaje), zona amarilla (lugar descanso), zona rosada (lugar de esfuerzo), zona azul (lugar de compras, artículos religiosos). El impacto del desarrollo de esta propuesta está en el interés de personas que deseen invertir y convertir a Monserrate en un lugar con una mejor imagen en donde la seguridad, limpieza y educación ambiental sean el cambio para este atractivo tan importante de la ciudad.

Indicadores

– Nivel de congestión comercial: cantidad de turistas con relación a la zona y al tipo de productos ofrecidos.

– Número de familias de comerciantes que trabajan en el atractivo / número total de trabajadores.

– Porcentaje de las empresas de servicios turísticos que atienden el 80% de los turistas.

– Número de puestos que realizan por lo menos un mantenimiento de su puesto de venta (en el semestre), con relación a la preferencia por parte de los turistas.

Impacto-problema

No hay cumplimiento en normas básicas como las de buena práctica de manufactura (BPM) para la prestación de servicios de alimentos:

– Muchos de los comerciantes (80% encuestados) no tienen el carné del curso de (BPM), y los que lo tienen no aplican su conocimiento en la prestación del servicio de alimentos.

– No hay utilización de uniformes, guantes, tapabocas y gorros por parte de los comerciantes.

– Alimentos en mal estado de conservación y presentación.

– No se utilizan técnicas adecuadas para el mantenimiento y conservación de alimentos.

Estrategias de capacitación

– Definición de un centro de capacitación en programas de BPM y manejo de productos alimenticios y servicio al cliente. Esta estrategia va dirigida a la inversión educativa que se debería hacer con cada uno de los comerciantes que vayan a trabajar en los kioscos ecológicos, ya que son ellos quienes representarían la nueva cara del camino y de ellos depende el éxito de la organización del camino. El desarrollo de estos cursos y capacitaciones corresponden a una de las obligaciones que los comerciantes que trabajen en estos kioscos estarían dispuestos a cumplir. Estas capacitaciones se deberán hacer en forma periódica y obligatoria para

todos los comerciantes que manejan productos y atiendan público.

– Diseño de áreas adecuadas y determinadas para el tratamiento higiénico y de presentación de los productos de venta dentro de los kioscos ecológicos. De esta manera se definen los espacios correspondientes para la cocción, limpieza, presentación) para cada uno de los productos perecederos y no perecederos.

Indicadores

– Normas y reglamentaciones de higiene alimentaria vigentes y vigiladas: porcentaje de establecimientos vigilados y elaboración de informes pertinentes sobre resultados.

– Número de capacitaciones con relación a programas de BPM (buenas prácticas de manufactura) y manejo de productos alimenticios y servicio al cliente (mes-año).

– Número de quejas de turistas y empresarios.

– Porcentaje de establecimientos de venta de alimentos, con instalaciones adecuadas para que los manipuladores de alimentos se laven las manos y con control de temperatura adecuado para almacenar los alimentos en venta (número de infracciones).

Impacto-problema

No hay confianza ni integración por parte de la población local (comerciantes) en la gestión y trabajo de grupos organizados por los mismos comerciantes (sindicatos):

– Poca credibilidad en la iniciativa de algunos comerciantes en agruparse y trabajar en el mejoramiento de la prestación de su servicio en el Cerro de Monserrate.

– No hay participación, apoyo e integración entre los comerciantes a estos grupos de sindicatos, ya que muchos no le ven mucha utilidad al trabajo que desarrollan estos grupos y porque no ven cambios con el tiempo.

– No existe una apropiación, ni colaboración y compromiso por parte de los comerciantes en trabajar en equipo para mejorar su trabajo en el cerro.

– No hay evidencia con relación a un ente encargado de gestionar el desarrollo turístico en Monserrate.

Estrategias sociales

– Fortalecer la organización social existente a través de talleres participativos, en donde se integre a toda la comunidad de comerciantes, tratando diferentes temas de interés, buscando el beneficio del cerro así como también de quienes trabajan en él.

– Definir un plan unificado de los tres sindicatos existentes en la recuperación del cerro. Los sindicatos son una muestra de unión y esfuerzo por el mejoramiento del trabajo en cada una de las zonas (abajo, camino y arriba) del Cerro de Monserrate; es por esto que su participación es clave e importante para llevar a cabo cualquier proyecto de cambio y mejoramiento en este lugar. Sus ideas y experiencia pueden enriquecer cualquier proyecto que se pretenda hacer.

– Definir los actores que gestionarán la planificación y el desarrollo del turismo en Monserrate y su papel y responsabilidad en dicho proceso.

Indicadores

– Existencia de medidas formales (audiencias públicas, reuniones comunitarias, referendo local) para asegurar el control local sobre la planificación e implementación del desarrollo.

– Número o porcentaje de personas que accede a la información.

– Número de reuniones locales para debatir problemas antes de aplicar medidas.

– Existencia y efectividad del plan local para desarrollo turístico de Monserrate.

Impacto-problema

No hay un centro de servicios médicos permanente en el Cerro de Monserrate. No hay cumplimiento de normas básicas para la atención de emergencias por parte de los comerciantes:

– No hay responsabilidad social por parte de los comerciantes en mantener un botiquín de primeros auxilios y herramientas de atención de emergencias (extinguidor) dentro de sus puestos de venta.

– El cuerpo de atención de emergencias, Cruz Roja, Bomberos y Defensoría Civil, sólo hace presencia durante los domingos o fechas especiales.

Estrategias sociales

– Organización de un punto de salud tanto en el camino como en la cima del cerro.

– Obligatoriedad por parte de los comerciantes de tener un botiquín de primeros auxilios en cada uno de los kioscos de venta.

Indicadores

– Existencia de colaboración con unidades de promoción/salud pública para reforzar los mensajes de salud.

– Porcentaje de establecimientos con programas de salud y seguridad laboral (OHS), normas y reglamentaciones vigentes y vigилadas.

– Porcentaje de empleados en negocios turísticos con formación en primeros auxilios.

Impacto-problema

Existe un alto nivel de inseguridad en el camino:

Este problema ha afectado el turismo en esta parte del Cerro de Monserrate, presentándose actos de robos y vandalismo contra los mismos puestos de venta de los comerciantes, esto hace que muchos turistas no elijan este medio de acceso al atractivo, afectando las ventas de los comerciantes y ocasionando el desánimo y falta de compromiso por parte de ellos en su trabajo en el cerro.

Estrategias sociales

– Definir un cuerpo de seguridad las 24 horas del día. De acuerdo con la investigación realizada en cuanto a las problemáticas que afectan el bienestar de comerciantes y turistas, se encontró que la seguridad es una de ellas, es por eso que se propone esta estrategia que apoye la organización del comercio, ya que sin seguridad sería en vano todo el esfuerzo hecho con los kioscos ecológicos.

– Visualizar otras medidas de seguridad como la construcción de cercas que apoyen el cuidado y protección de los kioscos de venta y la capacitación de medidas de seguridad a los prestadores de servicios turísticos que trabajen en el atractivo.

Indicadores

– Número de daños a bienes culturales y estructuras arquitectónicas (señalización, puestos de venta y atractivos en general) ocasionados por perjuicios evidentes como: pintura, robos o vandalismo y deterioro.

– Número de casos de daños causados al patrimonio cultural y a las actividades turísticas en general como robos a comerciantes y turistas.

– Número de señalizaciones (abajo, camino y arriba) dirigida a los turistas en las que se incluyan advertencias sobre salud y seguridad.

– Porcentaje de instalaciones (restaurantes, cafeterías, baños y puestos comerciales) con señalización de seguridad adecuada.

Impacto-problema

No existe comunicación ni apoyo mutuo entre comerciantes, Iglesia y empresa para el ejercicio de sus actividades en relación al turismo.

Estrategias sociales

Generar un espacio de conversaciones entre los sindicatos, iglesia y los empresarios para la planificación de Monserrate como un atractivo sostenible de la ciudad. Esta estrategia muestra la importancia de establecer charlas entre los actores anteriormente nombrados ya que cada uno de ellos representa una parte importante en el desarrollo turístico de este atractivo y de su entendimiento depende en gran manera el llevar a cabo las propuestas generadas en esta investigación.

Indicadores

– Número de actividades, reuniones, charlas en donde interactúen los diferentes actores del turismo del atractivo.

– Consolidación de un comité (integrado por representantes de los diferentes actores) para el seguimiento y evaluación de proyectos turísticos.

C. Estrategias culturales***Impacto-problema***

No hay iniciativa de abordar la idea de generar nuevas actividades culturales y recreativas en Monserrate de manera planificada y controlada:

– No hay un intercambio cultural entre la colectividad de los turistas y comerciantes.

– No hay un interés por aumentar la dotación cultural y educativa.

Estrategias culturales

– Estudio y evaluación de posibles actividades culturales, religiosas, ambientales y recreativas, acordes con la vocación del lugar.

Esta estrategia pretende atender una de las necesidades estudiadas en el transcurso de la investigación, en donde a los mismos turistas les gustaría encontrar algunas actividades diferentes de vez en cuando sin pretender convertirlas en asistencia de masas de turistas, sino en actividades ocasionales y sin previo aviso tales como un coro, muestras de pintura, más espacio de juego para los niños, espacio de descanso y lectura, entre otros. Su impacto va a estar dirigido también a educar a los turistas con relación al medio ambiente y su ciudad.

– Complementación y evaluación de las actividades existentes. Esta estrategia busca estudiar la manera en que estas actividades eduquen a los que asisten a estos eventos en el respeto del lugar donde se encuentran y así mismo lo disfruten con una mirada de cuidado, respeto y compromiso por este cerro que hace parte de su ciudad.

– Charlas y encuentros culturales con los actores del turismo en temas de interés cultural y turístico. La educación es uno de los principios centrales si se quiere llevar a cabo cualquier proyecto turístico que abarque aspectos sociales, económicos, culturales y ambientales, la sensibilización y entendimiento por parte de los actores del turismo de los cambios es clave e importante, sin esto cualquier proyecto que se haga sería en vano y sin ninguna caducidad a largo plazo.

Indicadores

– Valor de la aportación turística a la cultura local.

– Número de eventos culturales celebrados durante las temporadas especiales del año.

– Número de turistas que asisten a eventos culturales.

– Número de charlas ofrecidas por el proyecto relacionadas con la conservación de los re-

cursos de carácter histórico y cultural y nivel de participación.

Impacto-problema

No hay vocación cultural y turística por parte de los comerciantes:

Falta compromiso e interés frente al aspecto cultural por parte de los comerciantes. No hay una apropiación cultural con respecto al lugar donde se encuentran, su único interés se limita a los ingresos generados por las ventas de sus productos a quienes los visitan.

Estrategias culturales

– Participación e integración de los comerciantes, turistas, guías de turismo, fotógrafos, iglesia, restaurantes y funicular en el desarrollo de actividades culturales y artísticas. Con esta estrategia se pretende generar espacios de charlas con representantes de cada uno de estos gremios; en donde se propongan actividades de interés cultural y artístico que se podrían desarrollar en las diferentes épocas del año en este atractivo de la ciudad.

– Organización de talleres participativos, reuniones y conversaciones con respecto al tema del turismo.

Indicadores

– Cambio en la importancia que le da la población a la conservación de los recursos y su relación con el turismo.

– Número de talleres, charlas participativas, y actividades grupales que ayuden a sensibilizar a la comunidad de comerciantes, fotógrafos y empresarios en el desarrollo del tema turístico.

– Grado de sensibilización de la comunidad con relación a la importancia de adquirir prácticas turísticas sostenibles.

Impacto-problema

Falta presencia de guías turísticos que conozcan del atractivo.

Estrategias culturales

– Convocatoria de guías profesionales del turismo especialistas en la parte ambiental de los cerros orientales y la parte histórico-religiosa de Monserrate, por parte del funicular e iglesia. En el desarrollo de la investigación se tuvieron entrevistas con los representantes de la administración de Monserrate y algunas ideas de ellos es contar con su propio grupo de guías, es por ello que se propone esta estrategia como apoyo a estas ideas.

– Programación de recorridos con guías enfocados al aspecto religioso-cultural. Esta estrategia pretende resaltar la importancia de ofrecer esta asistencia a los turistas durante su visita; el objetivo es que con el tiempo se conviertan en un servicio turístico y en un valor agregado del atractivo. Estos recorridos podrían estar apoyados por los patrulleros de la policía de turismo.

– Más apoyo de patrulleros guías profesionales de turismo que se encuentran en Monserrate, en la atención de la oficina de turismo y en generar formas de reconocimiento por parte de los turistas y visitantes de la misma.

Indicadores

– Número de guías de turismo capacitados operando este atractivo de la ciudad de manera permanente.

– Número de capacitaciones en temas de valor histórico y cultural a los guías de turismo.

– Disponibilidad de prestadores de servicios turísticos en la atención de la demanda turística en el atractivo (oficina de turismo y actividades de reconocimiento).

Impacto-problema

Falta una señalización interpretativa.

Estrategias culturales

Estudio y planificación de una señalización informativa e interpretativa de acuerdo con una información histórico -religiosa del atractivo. Esta estrategia busca educar y sensibilizar a los turistas con relación a lo que significa este atractivo para la ciudad. Es por ello que se propone establecer estas señalizaciones en cada una de las zonas (abajo, camino, arriba, funicular), guiando a los turistas desde el inicio de su visita hasta el término de ella. Estas señalizaciones deben resaltar aspectos históricos, ambientales, culturales (gastronomía, artesanías), de ubicación y seguridad. De esta manera se logrará un cambio en el desarrollo turístico en este atractivo siendo más organizado y educativo.

Indicadores

- Número de señalizaciones en cada zona turística del atractivo.
- Estado de los atractivos con valor histórico e informativo para los turistas.

Impacto-problema económico

Falta de visión empresarial de los comerciantes.

Estrategias económicas

- Capacitación: temas empresariales, turismo, cultura de negocios, atención al cliente y diseño de productos. Esta estrategia busca determinar los temas en los cuales los comerciantes se van a capacitar para atender los kioscos ecológicos y de esta manera apoyar la organización comercial que necesita Monserrate.
- Visitas a otros lugares similares, sensibilización. Es importante igualmente incluir dentro de las capacitaciones algunas visitas a atractivos religiosos que tengan caracterís-

ticas religiosas y culturales como Monserrate. De esta manera se complementará y apoyará la capacitación recibida y se podrán proponer ideas que alimenten los planes propuestos para la organización turística de este atractivo de la ciudad.

- Diseño de un plan de diversificación y estandarización de productos de venta. Esta estrategia pretende organizar el producto que en este momento se está ofreciendo en cada uno de los puestos de venta en Monserrate.
- Un plan de apoyo para la sostenibilidad socioeconómica de las actividades productivas que conforman el cuerpo de comerciantes y empresarios en donde se establezcan precios con relación a calidad, y se respeten los mismos. Esta estrategia pretende lograr que los actores del turismo tengan mejores relaciones comerciales entre ellos, para el desarrollo de sus actividades económicas y mercantiles; que no exista competencia desleal, sino un apoyo mutuo entre unos y otros.

Indicadores

- Número de capacitaciones sobre visión empresarial y servicio al cliente.
- Número de participantes mujeres (hombres) / número total de participantes de las capacitaciones, los proyectos e iniciativas.
- Desarrollo de un trabajo grupal en la consolidación de una cultura empresarial y de trabajo por proyectos.
- Aumento en la actitud positiva de los comerciantes y empresarios.
- Número de emprendimientos productivos propios de los comerciantes.
- Diseño de un plan de diversificación y estandarización de productos de venta con participación de los actores presentes en el cerro.

– Número total de trabajadores del sector turístico por actividad (comerciantes, fotógrafos, restaurantes, servicio de transporte teleférico).

Conclusiones

Bogotá se quiere posicionar como destino turístico sostenible, a partir de esta premisa se eligió un atractivo de la ciudad para hacerle un estudio de sostenibilidad y plantear algunas estrategias e indicadores que midan los impactos que ha traído el desarrollo del turismo en el lugar y, de esta manera, convertirlo en punto de referencia para gestionar proyectos turísticos sostenibles en cada uno de los atractivos turísticos de la ciudad. En este contexto, Monserrate fue elegido para esta investigación.

De acuerdo con lo anterior y después del desarrollo de una investigación mesurada basada en los principios de sostenibilidad se plantean las siguientes conclusiones:

– Monserrate ha sido desde siempre un atractivo fundamentalmente religioso que atrae a miles de peregrinos en su mayoría bogotanos pero igualmente de otras partes del país. Estos peregrinos tienen como principal motivación hacer ofrendas, penitencias y asistir a la santa misa. Sin embargo, Monserrate también se ha convertido en los últimos años en un atractivo natural y de recreación. Ya la motivación de los visitantes no es sólo religiosa, sino que cada día más deportistas encuentran en este atractivo un lugar ideal para el entrenamiento físico de alguna competencia deportiva. Igualmente llegan personas para hacer su rutina de ejercicio como parte de su salud física, otros visitan el cerro como parte de sus caminatas ecológicas y para conocer la biodiversidad de los cerros orientales que rodean la ciudad. Por otra parte, el Cerro de Monserrate se ha convertido en atractivo de recreación para los extranjeros que visitan la ciudad, quienes disfrutan de la panorámica que les ofrece este lugar y su exquisita oferta

gastronómica. Es así como la diversificación de la motivación ha cambiado el tipo de turismo que se desarrolla en este atractivo de Bogotá.

– Monserrate como uno de los principales atractivos de la capital de Colombia, no cuenta con ningún tipo de proyecto turístico sostenible, es decir, no hay ninguna clase de iniciativa que gestione el desarrollo del turismo en este atractivo. Cada prestador de servicios turísticos que se encuentra en este lugar trabaja independientemente del otro sin ningún compromiso o trabajo en grupo. Es así como la administración de Monserrate, conformada por parte de los gremios de los restaurantes y del servicio de transporte teleférico, no tiene relación alguna con los comerciantes que trabajan en el cerro. Igualmente la Iglesia es ajena al tema del turismo y al trabajo de los comerciantes, siendo todos ellos los actores principales que manejan la actividad en este atractivo de la ciudad y responsables en parte de los impactos generados por el turismo.

– Monserrate posee los recursos necesarios para hacer de este atractivo uno de los más visitados del país y lo está logrando, pero le falta un elemento fundamental para el adecuado desarrollo a nivel turístico: gestión en el tema de sostenibilidad turística. LA ORGANIZACIÓN COMERCIAL TURÍSTICA (estrategia central de este estudio), es en primera instancia el principal paso que se debe dar para llevar a cabo esta propuesta. Un comercio *limpio, agradable, oferta variada, excelente servicio* en cada uno de los *kioscos ecológicos*.

– Ubicación. Los kioscos deben estar ubicados de acuerdo con un estudio de capacidad de carga en cada zona de estudio.

– Ofrecer variedad de productos al turista. De acuerdo con un estudio de necesidades del

consumidor turista y un estudio de productos biodegradables.

– Presentación de productos de una manera agradable y organizada en vitrinas, área de preparación de alimentos, empaques, área de aseo y manto y área de servicio.

– Servicios públicos adecuados, instalación de infraestructura de servicios públicos de acuerdo con un estudio de sostenibilidad. Suministro de redes de tratamiento de aguas negras y grises, servicio de energía y servicio de baños públicos limpios y agradables, son los principales servicios con los que debe contar el plan de mejoramiento comercial turístico para desarrollar en este atractivo de la ciudad, un complejo comercial turístico sostenible.

– Otro de los problemas importantes a tratar radica en el desconocimiento, por parte de los prestadores de servicios turísticos, del tema de “Turismo sostenible”; incluso algunos, la gran mayoría (comerciantes, fotógrafos), ignoran lo que es el turismo. Esta observación ha permitido concluir que no hay una cultura turística, ni una visión sostenible de la actividad, por parte de quienes trabajan y viven del turismo en este atractivo. Por tanto, no hay un compromiso serio de los actores del turismo ni una responsabilidad ambiental y social que los integre en el desarrollo de acciones para llevar a cabo un turismo sostenible, que no se base en el trabajo independiente y en el interés por su bienestar económico propio.

– El turismo en Monserrate necesita de la integración y compromiso de los actores del turismo (empresarios, comerciantes, fotógrafos, Iglesia, distrito y turistas) en el desarrollo de proyectos propuestos que vinculen las estrategias y se integren en un único proyecto turístico, empezando principalmente por el aspecto social, ya que éste constituye el eje transversal que soportaría las diferentes estrategias para el desarrollo de un turismo

sostenible. Una gestión social que incluya organización, planificación, compromiso y trabajo en equipo por parte de cada uno de los actores que trabajan en el turismo en este atractivo, son la base para el desarrollo de los demás proyectos: ambiental, cultural y económico.

– A largo plazo si no se llevan a cabo acciones que controlen el desarrollo del turismo en este atractivo de la ciudad, existirán una serie de factores que harán que este lugar ya no sea tan atractivo de visitar. Entre los factores está la degradación ambiental que poco a poco llevará a un deterioro natural, por la gran contaminación. De otro lado, el aspecto social se seguirá viendo afectado principalmente por la desorganización comercial e inseguridad en el camino, lo cual no atrae a turistas con poder adquisitivo para elegir el camino como medio de acceso, perjudicando principalmente las ventas de los productos de los comerciantes y por consiguiente afectando el grado de compromiso y responsabilidad ambiental por parte de ellos. Finalmente, si un atractivo turístico no está cuidado y los actores que trabajan en él no están satisfechos en alguna medida, esto va a influir en su disposición y actitud para atender al turista, lo que en última instancia recae en la demanda turística de este lugar, haciendo cambiar la preferencia de los turistas hacia otro atractivo en la ciudad.

– El desarrollo del turismo en este paraje se ha dado paulatinamente, y con el tiempo se han generado actividades que invitan a los turistas y visitantes a disfrutar no solamente de la panorámica de la ciudad o la asistencia a la santa misa, sino también al encuentro con la cultura en el desarrollo de eventos que integran a visitantes y turistas en la participación de éstos. Es así como actualmente Monserrate no sólo invita a participar de eventos en el ámbito religioso sino también recreacional y cultural, motivando en gran manera la demanda turística.

– Al mismo tiempo, surge la propuesta en esta investigación del desarrollo de un proyecto turístico que englobe varios proyectos a nivel ambiental, social, cultural y económico, los cuales deben estar basados en modelos de autogestión, participativos y ecológicamente sostenibles. Donde los principios de equidad, conciliación y sustentabilidad en la relación con los agentes externos y el patrimonio cultural y natural, son el pilar sobre el cual se pretende erigir la planificación. De esta manera se propone una autodeterminación de los actores del turismo sobre sus recursos y su futuro.

– Es muy importante recalcar que con esta investigación no sólo se articularon saberes, conocimientos y problemáticas, sino que se propusieron herramientas de gestión, para realizar un turismo que implique programas de desarrollo humano no sólo en el plano económico sino que involucre a las comunidades como protagonistas de tal desarrollo en todos sus aspectos.

– Es necesario anotar que la investigación realizada es un primer paso y aporte en el estudio de un marco de sostenibilidad para este atractivo; sin embargo, los elementos planteados en este trabajo de grado son un insumo importante para análisis y propuestas posteriores. Esta investigación representa una mirada a Monserrate desde la sostenibilidad y los resultados presentados son un primer acercamiento a la solución de las problemáticas encontradas, por lo que es necesario continuar su desarrollo y puesta en práctica.

Recomendaciones

– Monserrate se está especializando en ofrecer un turismo alternativo (recreativo, paisajístico, deportivo y ecológico). Esto representa una ventaja ya que al diversificar su producto turístico, constituye una garantía de estabilidad a mediano y largo plazo. Pero cada una de estas actividades deben hacerse fundamentadas en un estudio de capacidad de

carga del atractivo; por tanto es importante desarrollar un turismo sostenible en Monserrate para asegurar de esta manera que las generaciones futuras puedan disfrutar igualmente de este lugar turístico de Bogotá.

– Las instituciones públicas y privadas deben impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.

– La iniciativa, compromiso, participación y trabajo en equipo de todos los actores del turismo es la base para el éxito de un proyecto de turismo sostenible. Por tanto, cada uno de los gremios que trabajan en este atractivo, deben diseñar marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible. Esto a partir de un estudio de sus actividades cotidianas y sus acciones que repercuten e inciden de manera negativa o positiva en el atractivo.

– Se debe estudiar la posibilidad de proponer actividades turísticas alternativas como parte de la propuesta de desarrollo turístico sostenible. Una de ellas es el turismo de naturaleza, ya que Monserrate como atractivo natural posee recursos naturales para generar actividades que vinculen a turistas y a los mismos actores del turismo. Algunas actividades ecoturísticas sostenibles son :

Senderismo
Reconocimiento de especies vegetales
Recorrido por senderos ecológicos
Escalada
Bicicleta de montaña y cicloturismo.

– Monserrate no necesita atraer demanda turística ya que actualmente cuenta con un gran reconocimiento turístico. La propuesta es generar y adecuar más espacios verdes en el camino (como miradores y zonas de descanso) y en la parte de arriba, un espacio

determinado para la realización de actividades culturales programadas durante el año y que hayan sido previamente avaladas por los diferentes actores del destino. Así mismo, se propone un estudio en los artículos artesanales que venden los comerciantes, de tal manera que se vendan artesanías propias colombianas y hechas por artesanos colombianos. Lo anterior surge como parte de las opiniones de los turistas entrevistados durante el desarrollo de la investigación. Además se sugieren algunas actividades como:

Visita a talleres artesanales
Exposiciones de pintura
Presentación de coros
Recorridos por los alrededores, con guías turísticos
Actividades para niños, con el telescopio

– Se deben proponer y poner en práctica códigos de conducta que favorezcan el desarrollo del proyecto de turismo sostenible. Por ejemplo recomendaciones a los turistas:

Trate de minimizar la generación de residuos. Son una fuente de contaminación.

Cuando tenga que deshacerse de un residuo, hágalo de la manera más limpia que le facilite su lugar de destino.

Al comprar regalos y recuerdos busque productos que sean expresión de la cultura local. Favorecerá la economía de los pueblos que le acogen, la diversidad cultural, etc.

– Se debe buscar integrar, a través de proyectos educativos y culturales, a los comerciantes, fotógrafos y a la Iglesia. Los comerciantes y fotógrafos deben ser considerados actores activos dentro de la dinámica turística del cerro.

– El manejo de la actividad turística en este atractivo de la ciudad debe hacerse como parte de una estrategia integral de desarrollo de toda

el área. El producto que se está vendiendo es integral y es susceptible a cambios en la experiencia del visitante, si hay degradación en alguno de los componentes del atractivo.

– La organización comercial es uno de los puntos de partida para llevar a cabo el desarrollo del proyecto de turismo sostenible en Monserrate. Esto requiere el desarrollo de reuniones con los sindicatos y demás actores del turismo, dándoles a entender la propuesta del plan de recuperación y mejoramiento del camino, propuesto en esta investigación, ya que van a ser ellos los actores principales del turismo en esta parte del atractivo, y los que más se verán beneficiados con el desarrollo de esta estrategia.

– Se espera que esta investigación pueda ser herramienta metodológica útil para el desarrollo de planes de gestión turística sostenible en Bogotá, tanto para el mismo atractivo como para los demás atractivos en la ciudad.

Bibliografía

ARBEITSGRUPPE, ÖKOTOURISMUS. *El Ecoturismo como instrumento para la conservación de los recursos naturales. Posibilidades para aumentar el atractivo de proyectos de conservación de los recursos naturales*, Bonn: Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo –BMZ–, 1995.

CALA, BIBIANA. *Documento evaluación de proyectos de desarrollo turístico rural desde la perspectiva del turismo sostenible de Nimaima y Vergara, San José de Costa Rica*, 2005.

CARRIZOSA UMAÑA, JULIO. *La Viabilidad del desarrollo sustentable en Colombia. Una contra-propuesta en medio ambiente y desarrollo*, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1994.

DEPARTAMENTO TÉCNICO ADMINISTRATIVO DEL MEDIO AMBIENTE – DAMA. *Unidad ejecutiva de localidades*, UEL DAMA, 2003.

MINISTERIO DE AMBIENTE, VIVIENDA Y DESARROLLO TERRITORIAL, MINISTERIO DE COMERCIO,

INDUSTRIA Y TURISMO. *Política para el desarrollo del Ecoturismo*, 2003.

MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO, MINISTERIO DE CULTURA. *Política de turismo cultural: Identidad y desarrollo competitivo del patrimonio*, 2007.

MINISTERIO DE DESARROLLO ECONÓMICO. *Guía para la elaboración del inventario turístico, Asistencia técnica en la planificación del turismo*, 2000.

MEYER, DANIEL. *Libro Turismo y el desarrollo sostenible*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2002.

OMT. *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos - Guía Práctica*, España, OMT, 2005.

QUIROGA M., RAYÉN. *Indicadores de sostenibilidad ambiental y de desarrollo sostenible: Estado del arte y perspectivas*, Santiago de Chile, División de Medio Ambiente y Asentamientos Humanos, CEPAL, ECLAC, Publicación de las Naciones Unidas, 2001.

Santuario de Monserrate. *Folleto Turístico*, 2006.

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA. *Turismo y sociedad*, vol. 2, 2003.

UNIVERSIDAD EXTERNADO DE COLOMBIA. *Turismo y sociedad*, vol. 4, 2005.

VERA, FERNANDO y JOSEPH BAIDAL. *Documento "Indicadores de sostenibilidad para destinos maduros: balance y propuesta de aplicación"*, Alicante.

YUNIS, EUGENIO. *Turismo y desarrollo sostenible*, Madrid, 2002.

[http://www.car.gov.co/paginas.aspx?cat_id=167&pub_id=617].

[<http://www.bogotaturismo.gov.co/buscador/index.php?REQ=turismo+metropolitano>].

[<http://losquenosgustaacampar.blogspot.com/2008/07/caminata-al-cerro-de-monserrate.html>].