

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CONVENCIONAL MUNICIPIO DE OCAÑA

NORTE DE SANTANDER
2023-2034



Ocaña
Evoluciona con vos



GOBIERNO
MUNICIPAL

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN, CULTURA
& TURISMO

PLAN DE DESARROLLO TURISTICO CONVENCIONAL MUNICIPIO DE OCAÑA –NORTE DE SANTANDER (2023 – 2034)

Samir Fernando Casadiego Sanjuan
Alcalde Municipal

Ibeth Karina Claro Sabbagh
Secretaria de Educación, Cultura y Turismo (E)

Freider Avendaño Jácome
Formulador del Plan de Desarrollo Turístico

Consejo Municipal de Turismo

Contenido

	Pág.
Introducción	9
Metodología del plan turístico	10
1. Marco legal	12
2. Marco Conceptual	21
3. Información General	33
4. Evolución del mercado	35
5. Inventario de Bienes	40
5.1 Tipos de atractivos	40
5.2 Valoración de atractivos turísticos	46
5.3 Atractivos Turísticos	56
5.3.1 Turismo Religioso	56
5.3.2 Turismo Histórico	62
5.3.3 Turismo de Naturaleza	64
6. Infraestructura	66
6.1 Vías de Acceso	66
6.2 Servicio de Transporte	66
6.3 Servicio de Salud	66
6.4 Otros Servicios	67
7. Planta Turística	68
7.1 Sector de Alojamiento	68
7.2 Sector de Restaurantes y bares	85
7.3 Sector Transporte	95
7.4 Sector Parqueaderos	96
7.5 Sector de Agencias de Viajes	96
7.6 Sector de Artesanías y Manualidades	98
7.7 Otros Servicios	98
8. Superestructura	100
9. Oferta educativa en turismo	102
10. Uso de tecnología en turismo	103
11. Matriz DOFA	104
11.1 Diagnóstico de la matriz DOFA	106
12. Presentación del Plan de Desarrollo turístico	107
13. Metodología Fase Planeación	108
13.1 Fase Planeación Estratégica	108

	Pág.
13.1.1 Visión	113
13.1.2 Objetivos	113
13.1.3 Líneas de acciones, estrategias y proyectos	114
13.1.4 Metas del docenio	124
13.1.5 Plan plurianual de inversiones	131
13.1.6 Plan de implementación	139
13.1.7 Plan de acción	142
14. Conclusiones y recomendaciones	154
Bibliografía	156

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Proceso de diagnóstico del plan turístico de Ocaña	10
Figura 2. Productos Turísticos	25
Figura 3. Ubicación geográfica Ocaña Norte de Santander	33
Figura 4 Francisco Fernández de Contreras	33
Figura 5. Mapa división política urbana de Ocaña	34
Figura 6. Pirámide poblacional	34
Figura 7. Pilares del Plan de Desarrollo Turístico Convencional de Ocaña	114
Figura 8. Resumen del Plan de Implementación	139

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Patrimonio Cultural Material – Nacional	42
Tabla 2. Patrimonio Cultural Material – Departamental	42
Tabla 3. Patrimonio Cultural Material – Municipal	43
Tabla 4. Otros Bienes Inmuebles	43
Tabla 5. Otros Bienes Muebles	44
Tabla 6. Bienes constitutivos del espacio público	44
Tabla 7. Inmuebles localizados en áreas consolidadas	44
Tabla 8. Sitios Naturales	44
Tabla 9. Patrimonio Cultural Inmaterial – Nacional	45
Tabla 10. Patrimonio cultural Inmaterial – Departamental	45
Tabla 11. Patrimonio cultural Inmaterial – Municipal	45
Tabla 12. Patrimonio Gastronómico Inmaterial – Municipal	45
Tabla 13. Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble	46
Tabla 14. Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Mueble	52
Tabla 15. Valoración de los atractivos turísticos Sitios Naturales	53
Tabla 16. Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Inmaterial	54
Tabla 17. Establecimientos con RNT	68
Tabla 18. Subcategoría de Alojamiento según RNT	68
Tabla 19. Listado de los establecimientos de alojamiento operando en Ocaña	70
Tabla 20. Capacidad de alojamiento	72
Tabla 21. Tarifas de alojamiento	74
Tabla 22. Cantidad de Huéspedes Nacionales y Extranjeros registrados en los establecimientos de alojamiento	75
Tabla 23. Imágenes fotográficas de algunos establecimientos de alojamiento con mayor vocación turística	77
Tabla 24. Listado de restaurantes	86
Tabla 25. Oferta gastronómica de Ocaña	89
Tabla 26. Platos típicos de Ocaña	92
Tabla 27. Dulces típicos de Ocaña	93
Tabla 28. Listado de bares	94
Tabla 29. Tarifas de transporte individual año 2023	95
Tabla 30. Promedio de costo tarifas motocicleta 2022	96
Tabla 31. Promedio de costo tarifas carros 2022	96
Tabla 32. Listado de agencias de viajes	97
Tabla 33. Listado de artesanos y manualistas	99
Tabla 34. Matriz DOFA	104
Tabla 35. Estrategias	115
Tabla 36. Líneas de acción	117

Tabla 37. Metas del docenio	Pág. 124
Tabla 38. Plan plurianual de inversiones	131
Tabla 39. Plan de acción	142

Ocaña Turística con visión 2034

Hablar de turismo es hablar de oportunidades, pero lograr que esas oportunidades beneficien el desarrollo social y económico del municipio de Ocaña, es todo un reto que implica ofrecer calidad en el producto y variedad en la oferta. Todo ello exige un trabajo planificado, detallado, persistente, exigente y colectivo.

Consecuente con lo planteado, el gobierno nacional, mediante gestión del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, a través del Viceministerio a cargo del sector, quiso que cada municipio contara con un plan de desarrollo turístico con miras a fortalecer y promover el turismo.

De este modo, el plan de desarrollo turístico convencional Municipio de Ocaña – Norte de Santander (2023-2034), consulta con objetividad la realidad local e incluye los elementos pertinentes para optimizar los resultados de esta importante actividad económica en el municipio de Ocaña. Siendo este el punto de partida para que se desencadene un proceso de competencia turística y de posicionamiento en el mercado turístico, regional, nacional e internacional.

Construir un destino turístico no es fácil, pero al contar con un plan de desarrollo turístico estructurado, realista y construido de manera colectiva, significa que se siente la mejor herramienta para afrontar con determinación la tarea de posicionar un destino. Para ello es preciso que todos los actores involucrados, del sector público, privado y comunidad local, formulen y cumplan los acuerdos y compromisos pertinentes para lograr la ejecución, dinámica y sin pausa, e este Plan.



SAMIR FERNANDO CASADIEGO

Alcalde del Municipio de Ocaña

Ibeth Karina Claro Sabbagh
Secretaria de Educación, Cultura y Turismo (E)

Freider Avendaño Jácome
Formulador del Plan de Desarrollo Turístico Convencional

Revisión y aprobación: Consejo Municipal de Turismo

Introducción

El proceso de construcción colectiva del plan de desarrollo turístico convencional 2023 – 2034, permitió identificar que Ocaña se encuentra en proceso de modernizar y posicionar su oferta turística a nivel regional y nacional. Por lo tanto, es tiempo de consolidar y aprovechar el gran atractivo histórico, religioso, geográfico y natural con que ya cuenta el municipio, a fin de lograr en el mediano y largo plazo el desarrollo social y económico de la comunidad local.

Estas páginas presentan un diagnóstico y una reflexión sobre el futuro de Ocaña, desde la visión turística como un propósito para el desarrollo local y regional, reafirmando las potencialidades del Municipio, reconociendo la dinámica actual y las oportunidades que este contexto ofrece; para ello se ha construido la visión 2034 e identificado los pilares claves los cuales se convierten en la ruta a seguir durante los próximos doce (12) años para consolidar el

desarrollo turístico del municipio de Ocaña. De igual forma, se ha identificado la necesidad de generar un desarrollo armónico, conjugado con la voluntad política, la participación ciudadana y la consolidación de un esquema de alianzas locales, nacionales e internacionales que permitan avanzar hacia el desarrollo territorial de Ocaña.

Basado en lo expuesto hasta acá, este documento se constituye, en una hoja de ruta que permitirá aprovechar la vocación económica natural que tiene Ocaña hacia el turismo. Con este plan, el Gobierno de Ocaña busca desarrollar la oferta turística del Municipio e impulsar esta industria que es fuente de riqueza y de bienestar para las familias Ocañeras. Finalmente, Ocaña tiene todo lo necesario para convertirse en una potencia turística a nivel nacional. Estos son los primeros pasos para convertirse en un destino de clase mundial.

Metodología del plan turístico

La elaboración del Plan Turístico siguió el proceso metodológico establecido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo en la *Guía de Asistencia Técnica en Planificación del Turismo*. (MinCIT, 2008) Esta guía recomienda varias opciones metodológicas para elaborar el Plan dependiendo del grado de desarrollo del turismo que tenga el ente territorial, a saber: Plan Turístico Convencional, Plan Ambiental Turístico, Plan Estratégico Turístico, Esquema de Planificación Turística para la Competitividad, Plan Prospectivo Estratégico Turístico y Plan Maestro de Turismo.

En este sentido teniendo en cuenta las características del Municipio de Ocaña, se determinó que el Plan Turístico Convencional es la opción metodológica más pertinente, dado que es aplicable en aquellas regiones y localidades en las cuales el desarrollo turístico es incipiente o apenas se está descubriendo como una potencialidad de desarrollo. Siguiendo entonces lo dispuesto en la *Guía* del Ministerio, el diagnóstico del Plan fue elaborado mediante la implementación de tres grandes etapas, así:

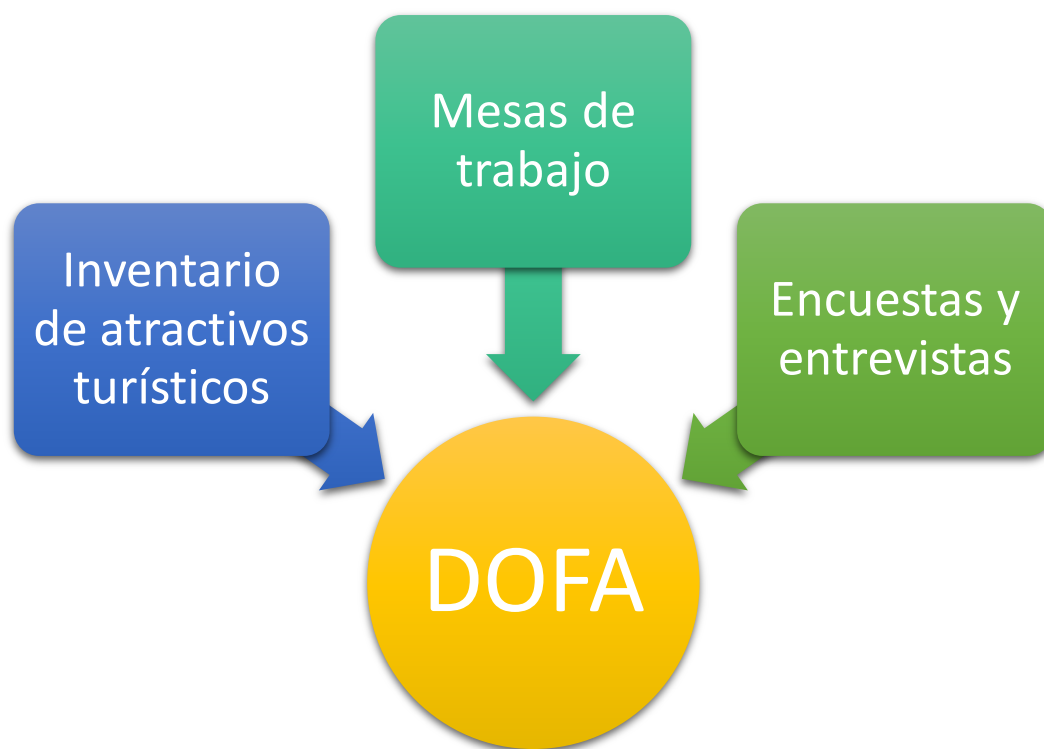


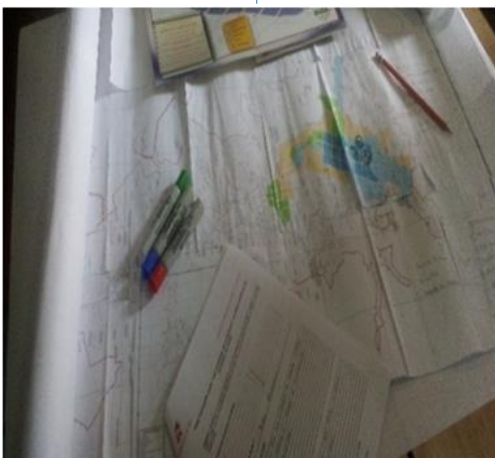
Figura 1. Proceso de diagnóstico del plan turístico



Mesas de trabajo

Objetivo: Identificar y analizar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del territorio para el desarrollo del turismo, a través de mesas de trabajo con actores locales.

Participantes: Representantes de los sectores de: Comercio, Hoteles, agencias de viajes, Restaurantes, UFPSO, Policía de Turismo, Artesanos, y Transporte terrestre.



Encuestas y entrevistas

Objetivo: Recolectar información de los sectores económicos del municipio de Ocaña, en lo referente a generalidades del sector, características, costos, servicios, ocupación y cualificación del personal que labora en cada sector. Lo anterior como insumo para la formulación del plan de desarrollo turístico.

Participantes: Se aplicaron encuestas semiestructuradas a: hoteles, restaurantes, artesanos, taxistas, agencias de viajes, y parqueaderos.



Inventario de atractivos turísticos

Objetivo: Registrar ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven de base para elaborar productos turísticos para el municipio de Ocaña.

Participantes: Se llevó a cabo a través de un trabajo investigativo y de campo; en primer lugar se indagan fuentes secundarias y se entrevistan funcionarios y otros personajes con conocimientos del territorio, lo que llevó a tener un primer listado de los lugares a visitar.

1. Marco legal

En Colombia todos los procesos de planeación están enmarcados dentro de factores de organización administrativa, lo que permite a cada entidad territorial proceder acorde con los parámetros constitucionales, promoviendo la estructuración de los diversos sectores que están relacionados con las diversas actividades sociales, administrativas, operativas y funcionales a las cuales se refiere la responsabilidad social a cargo del Estado y de cada una de las entidades que la conforman, iniciando el parámetro constitucional, que reza:

“...son fines esenciales del Estado servir a la comunidad...” Con esta finalidad se pretende buscarle al municipio una ruta hacia el fortalecimiento del turismo, aprovechando sus fortalezas y todos aquellos componentes tanto naturales y físicos como los sociales, para que de forma articulada con la administración municipal se concatenen los proyectos que permitan la consecución de los recursos para invertir en la futura dinámica turística del municipio de Ocaña.

Constitución Política de Colombia.

(Congreso de la República, 1991) Artículo 1°. Colombia es un Estado social de derecho organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad

humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general.

Artículo 2°. Son fines esenciales del Estado: servir a la comunidad, promover la prosperidad general y garantizar la efectividad de los principios, derechos y deberes consagrados en la Constitución; facilitar la participación de todos en las decisiones que los afectan y en la vida económica, política, administrativa y cultural de la Nación; defender la independencia nacional, mantener la integridad territorial y asegurar la convivencia pacífica y la vigencia de un orden justo. Las autoridades de la República están instituidas para proteger a todas las personas residentes en Colombia, en su vida, honra, bienes, creencias y demás derechos y libertades, y para asegurar el cumplimiento de los deberes sociales del Estado y de los particulares.

Artículo 3°. La soberanía reside exclusivamente en el pueblo, del cual emana el poder público. El pueblo la ejerce en forma directa o por medio de sus representantes, en los términos que la Constitución establece.

Artículo 339. Habrá un Plan Nacional de Desarrollo conformado por una parte general y un plan de inversiones de las entidades públicas del orden nacional. En la parte general se señalarán los propósitos y objetivos nacionales de

largo plazo, las metas y prioridades de la acción estatal a mediano plazo y las estrategias y orientaciones generales de la política económica, social y ambiental que serán adoptadas por el Gobierno. El plan de inversiones públicas contendrá los presupuestos plurianuales de los principales programas y proyectos de inversión pública nacional y la especificación de los recursos financieros requeridos para su ejecución, dentro de un marco que garantice la sostenibilidad fiscal.

Las entidades territoriales elaborarán y adoptarán de manera concertada entre ellas y el gobierno nacional, planes de desarrollo, con el objeto de asegurar el uso eficiente de sus recursos y el desempeño adecuado de las funciones que les hayan sido asignadas por la Constitución y la ley. Los planes de las entidades territoriales estarán conformados por una parte estratégica y un plan de inversiones de mediano y corto plazo.

Ley 300 de 1996. (Congreso de la República, 1996) Reglamentada por el Decreto Nacional 2590 de 2009 "Por la cual se expide la ley general de turismo y se dictan otras disposiciones". El Congreso de la República

Artículo 1. Importancia de la industria turística. Modificado por el artículo 2 de la Ley 1558 de 2012. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del

país y en especial de las diferentes entidades territoriales y cumple una función social. Como industria que es, las tasas aplicables a los prestadores de servicios turísticos en materia impositiva, serán las que correspondan a la actividad industrial o comercial si le es más favorable. El Estado le dará especial protección en razón de su importancia para el desarrollo nacional.

Artículo 17. Planes sectoriales de desarrollo departamentales, distritales y municipales. Corresponde a los departamentos, a las regiones, al Distrito Capital de Santafé de Bogotá, a los distritos y municipios y a las comunidades indígenas, la elaboración de planes sectoriales de desarrollo turístico en su respectiva jurisdicción, con fundamento en esta ley.

En virtud de esta descentralización la actividad turística es responsabilidad de los entes territoriales en su área de competencia y se desarrollará por las empresas privadas y estatales según sus respectivos ámbitos de acción.

Artículo 30. Coordinación institucional. En su inciso tercero que se promueva la constitución de comités a nivel nacional y regional para lograr una adecuada coordinación institucional y transectorial que permita promover convenios de cooperación técnica, educativa, financiera y de capacitación, relacionadas con el

tema del ecoturismo, etnoturismo y agroturismo.

Que a través de los comités Municipales de turismo actuaran como instancias responsables de trazar las políticas de turismo y como instancias de la coordinación de la actividad turística en el ámbito Municipal.

Ley 679 del 3 de agosto de 2001. (Congreso de la República, 2001) Prevención contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso con menores de edad.

Resolución 0119 de febrero 12 de 2002. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2002) Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

Por la cual se fijan unas reglas para el cumplimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos de la obligación contemplada en el artículo 16 de la Ley 679 del 3 de agosto de 2001.

Artículo 1. Códigos de conducta: Con el fin de contrarrestar el turismo sexual con menores de edad, las personas jurídicas que presten servicios turísticos adoptarán en las respectivas empresas, un código de conducta que deberán observar sus representantes legales, directores, administradores y funcionarios o empleados, que incorpore las medidas de control tendientes como mínimo, a hacer

efectivas las obligaciones contempladas en los artículos 16 y 17 de la Ley 679 de 2001, así como a prevenir las conductas tipificadas en el artículo 19 de la misma Ley e igualmente, a acoger los siguientes compromisos:

1. Abstenerse de ofrecer en los programas de promoción turística y en planes turísticos, expresa o subrepticamente, planes de explotación sexual de menores.
2. Adoptar las medidas tendientes a impedir que los trabajadores de la empresa, dependientes o intermediarios, ofrezcan servicios turísticos que incluyan contactos sexuales con menores de edad.
3. Proteger a los menores de edad nacionales o extranjeros de toda forma de explotación y violencia sexual originada por turistas nacionales o extranjeros.
4. Denunciar ante el Ministerio de Desarrollo Económico - Dirección General de Turismo y a la Fiscalía General de la Nación los hechos relacionados con explotación sexual de menores de edad.
5. Adoptar todas las medidas tendientes a defender los derechos de los niños y a impedir la explotación sexual, la pornografía y el turismo asociado a prácticas sexuales con menores de edad.

Resolución No 0620 del 11 de Abril 2002. (Ministerio de Cultura, 2002) Por la cual se declara como Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional la Columna de la Libertad de los Esclavos de Ocaña, localizada en el municipio de Ocaña, Norte de Santander.

Resolución 395 del 22 de Marzo de 2006. (Ministerio de Cultura, 2006) Por la cual se declaran como Bienes de Interés Cultural de Carácter Nacional categorías de bienes muebles ubicados en el territorio Colombiano.

Ley 1046 del 26 de julio de 2006. (Congreso de la República, 2006) Por medio de la cual se declara patrimonio cultural de la Nación el Desfile de los Genitores de la ciudad de Ocaña, departamento de Norte de Santander, y se dictan otras disposiciones.

Ley 1101 del 22 de noviembre de 2006. (Congreso de la República, 2006) Artículo 1°. El artículo 40 de la Ley 300 de 1996, quedará así: De la contribución parafiscal para la promoción del turismo. Créase una contribución parafiscal con destino a la promoción y competitividad del turismo.

Artículo 3°. Aportantes de la contribución parafiscal para la promoción del turismo. Para los fines señalados en el artículo 1o de la presente ley, se consideran aportantes los siguientes:

1. Los hoteles y centros vacacionales.

2. Las viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, cuyas ventas anuales sean superiores a los 50 smlmv, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas. En el caso de las viviendas turísticas ubicadas en los territorios indígenas se aplicará la contribución a aquellas cuyas ventas anuales sean superiores a los 100 smlmv.

3. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.

4. Las oficinas de representaciones turísticas.

5. Las empresas dedicadas a la operación de actividades tales como canotaje, balsaje, espeleología, escalada, parapente, canopée, buceo, deportes náuticos en general.

6. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

7. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.

8. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.

9. Las empresas comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

10. Los bares y restaurantes turísticos, cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

11. Los centros terapéuticos o balnearios que utilizan con fines terapéuticos aguas, minero-medicinales, tratamientos termales u otros medios físicos naturales

cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 smlmv.

12. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.

13. Los parques temáticos.

14. Los concesionarios de aeropuertos y carreteras.

15. Las empresas de transporte de pasajeros: aéreas cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 smmlv y terrestres, excepto el transporte urbano y el que opera dentro de áreas metropolitanas o ciudades dormitorio.

16. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

17. Los concesionarios de servicios turísticos en parques nacionales que presten servicios diferentes a los señalados en este artículo.

18. Los centros de convenciones.

19. Las empresas de seguros de viaje y de asistencia médica en viaje.

20. Las sociedades portuarias orientadas al turismo o puertos turísticos por concepto de la operación de muelles turísticos.

21. Los establecimientos del comercio ubicados en las terminales de transporte de pasajeros terrestre, aéreo y marítimo cuyas ventas anuales sean superiores a 100 smlmv.

Artículo 12. El artículo 62 de la ley 300 de 1996, quedará así: Prestadores de

servicios turísticos que se deben registrar. Son prestadores de servicios turísticos los siguientes:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.

2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.

3. Las oficinas de representaciones turísticas.

4. Los guías de turismo.

5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.

6. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.

7. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.

8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.

9. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes.

10. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos prepagados.

11. Los concesionarios de servicios turísticos en parque.

12. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

13. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas

operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.

Acuerdo Municipal No 001 del 12 de Marzo de 2015. (Alcaldía Municipal de Ocaña, 2015) Plan Básico de Ordenamiento Territorial revisión, modificación y ajustes en el Artículo 121 Tratamiento de conservación en los incisos:

c. Manejo de áreas de influencia de los monumentos de la Nación, el Departamento de Norte de Santander y el Municipio de Ocaña: Los inmuebles y áreas libres y espacio público, declaradas o por declararse como áreas de influencia de los bienes de interés cultural de la Nación, deben manejarse mediante tratamiento especial con el fin de perseverar y conservar los valores existentes. La misma suerte seguirán los bienes de interés cultural declarados por el Departamento de Norte de Santander y el Municipio de Ocaña.

Su manejo debe regirse por los siguientes aspectos:

1. La altura máxima determinada no debe ser mayor a la del inmueble protegido. En el caso de existir hitos, elementos de significancia geográficos o construidos, se deben proteger los valores paisajísticos y visuales como elementos de paisaje y contexto.

2. Se debe mantener y recuperar las características de contexto, la que identifican el entorno y lo homogeneizan; volumetría, fachadas, arborización,

parámetros, morfología y demás elementos considerados de valor contextual.

3. Las áreas de influencia inmediata a los monumentos nacionales o demás bienes de interés cultural patrimonial declarados por la Nación, el departamento de Norte de Santander y el municipio de Ocaña, así como los colindantes, aún sin estar catalogados como área de influencia declarada por el Consejo de Monumentos Nacionales, o los Consejos Territoriales de patrimonio Cultural del departamento y el municipio, deberán someterse a intervenciones de carácter restringido, así mismo el uso asignado debe ser compatible para evitar el deterioro y se ajustarán a la adecuación funcional permitida para estas zonas.

d. Conservación Integral: Se aplica a aquellos inmuebles, áreas, sectores, sitios y espacios público que sin ser monumentos nacionales, departamentales o municipales ni hallarse dentro de sus áreas de influencia, conservan grandes valores arquitectónicos, históricos, urbanísticos, artísticos o ambientales que exigen su protección como parte de la historia de la ciudad y de la memoria de sus habitantes.

e. Conservación de Elementos Histórico – Testimoniales. Aplica a los inmuebles individuales, conjuntos urbanos manzanas o costados de estas os cuales constituyen testimonios representativos de una determinada época histórica mereciendo ser protegidos, preservados y mantenidos, estos se dividen en

Monumentos Nacionales, Monumentos, edificaciones y obras de interés Cultural Departamental y Municipal.

Ley 1987 del 30 de Julio 2019.

(Congreso de la República, 2019) Artículo 1o. Objeto de la ley. La presente ley tiene como finalidad que la Nación se asocie a la solemne conmemoración de la fundación del municipio de Ocaña, que tuvo lugar el 14 de diciembre de 1570 y rinda un homenaje público a través de distintos reconocimientos de carácter histórico, cultural y material, como contribución al municipio y sus habitantes por su aporte sustancial a la consolidación de la nacionalidad colombiana, su fundamental concurso a la causa emancipadora exaltada por el Padre de la Patria al llamarla "Ocaña Independiente", destaca la contribución de su acervo humano al caudal de las letras y las artes colombianas, reconoce la profunda vocación patriótica de sus gentes, su culto y espiritual talante.

Artículo 2o. Reconocimientos Históricos. La Nación exalta y enaltece como motivo de estas efemérides, la noble misión que cumplieron las siguientes personas:

1. Fundador: Francisco Fernández de Contreras.
2. Figuras que se destacaron durante la época colonial: Leonelda Hernández, Juana Lázaro Velásquez, José Antonio Cortés de Ron y Rodríguez, Joaquín Gómez Farelo.

3. Figuras que se destacaron durante el período de la Independencia: Francisco Aquilano Jácome Llaín, Martín Teodoro Cortés de Ron y Rodríguez, Antonio Quintero Copete, Doña Agustina Ferro.

4. Figuras que se destacaron durante la República: Nicolasa Ibáñez Arias, Bernardina Ibáñez Arias, Bárbara María Vicenta Lemus Jácome, José Eusebio Caro, José Manuel Lobo y Rivera.

5. Académicos y profesionales destacados: Daniel Álvarez Cardona, Lubín Lobo Barbosa, José Domingo Jácome Monroy, Margario Quintero Jácome, Obdulio J. Rivera, Elisa Barrera Marulanda, Monseñor Ramón Anaya y Rubio, Eustoquio Quintero, Alejo Amaya, Justiniano J. Páez, Monseñor Manuel Benjamín Pacheco Aycardi, Luis A. Sánchez Rizo, Hernando Sanguino, Adolfo Milanés, Ramón Jaramillo Madariaga, María Jaramillo Madariaga, Juan Barbosa Amaya, Miguel Antonio Duque de Piñeres, José Trinidad Gaibrois, José del Pilar Navarro Llaín, Santiago Rizo Lobo, Ángel María Ruiz Courvel, Presbítero Justiniano Sánchez Lobo, Juan Sarmiento Herrera, Rubén Sánchez Navarro, Guillermo Arévalo Peñaranda, Carlos Ceballos Caballero, Manuel María de la Rosa Álvarez, Marco A. Carvajalino Caballero, Gabino Antonio Courvel Núñez, Francisco C. Angarita, Presbítero Vicente Rizo.

6. Sus habitantes que han contribuido al desarrollo histórico, cultural y social del municipio.

Artículo 3o. Reconocimientos por su obra y labor. El Congreso de la República exalta y enaltece con motivo de esta celebración la noble misión que han cumplido los siguientes grupos e instituciones:

1. Templo de San Francisco.
2. Biblioteca Pública Municipal "Páez Courvel".
3. Empresa Social del Estado Hospital Emiro Quintero Cañizares de Ocaña.
4. Colegio José Eusebio Caro.
5. Universidad Francisco de Paula Santander.

Artículo 4o. Historia extensa del municipio de Ocaña. Se autoriza al Gobierno nacional para que, a través del Ministerio de Cultura, adelante una investigación sobre la historia extensa del municipio de Ocaña con el mayor rigor histórico-científico. Deberá incluirse una biografía especial de las personas y los grupos sociales que se mencionan en el artículo 2o de la presente ley.

Artículo 6o. Autorización al gobierno nacional. Autorícese al Gobierno nacional de conformidad con la Constitución Política, la Ley General de Presupuesto, el Sistema General de Regalías y el Plan Nacional de Desarrollo, para que adelante las inversiones que sean necesarias, tanto de infraestructura como de transformación y adecuación de las instalaciones físicas de la Universidad Francisco de Paula Santander Seccional

Ocaña. El presupuesto asignado para esta seccional, se hará mediante transferencia

Artículo 7o. Declárese como Patrimonio Arquitectónico Educativo y Cultural de la Nación a la Institución Educativa José Eusebio Caro y la Escuela Modelo Adolfo Milanés, ubicadas en Ocaña.

Artículo 8o. Promoción especial. En el año 2020 se declarará en Colombia al municipio de Ocaña como "Destino turístico cultural, religioso e histórico de los colombianos". Se autoriza al Ministerio de Comercio Industria y Turismo para:

1. Crear un programa de promoción especial mediante el cual se invite a los colombianos para que visiten el municipio de Ocaña y su área turística y cultural.
2. Reactivar la Ruta Turística de "La Gran Convención" creada por el Ministerio de Cultura e integrada por los municipios de El Carmen, Río de Oro (Cesar), Ocaña, La Playa de Belén y Abrego.
3. Recuperar el camino de herradura hacia el Santuario del Agua de la Virgen a través de "Fontur" priorizado en el estudio de destinos turísticos del Norte de Santander.

Artículo 10. Se autoriza al Gobierno nacional efectuar los traslados, créditos y contracréditos, convenios interadministrativos entre la nación y el departamento de Norte de Santander y/o el municipio de Ocaña.

La Ley 2068 del 31 de Diciembre de 2020. (Congreso de la República, 2020) Tiene por objeto fomentar la sostenibilidad 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.

Acuerdo 11 de 2021. (Concejo Municipal de Ocaña, 2021) Por medio del cual se crea el Consejo Municipal de Turismo en el municipio de Ocaña como organismo que impulse el fomento, desarrollo, promoción, competitividad del sector a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos municipales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y optimización de la calidad,

estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad turística.

Art 2. El Consejo Municipal de Turismo del Municipio de Ocaña tendrá los siguientes objetivos:

1. Contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades, animando y apoyando los procesos de convivencia social democrática que impulsen su desarrollo turístico.
2. Liderar y asesorar al Gobierno Local en la formulación y ejecución de las políticas de turismo locales y su diseño, implementación, seguimiento y evaluación.
3. Articular los procesos o actividades relacionadas con el fomento, promoción y difusión del patrimonio turístico del Municipio, estimulando y apoyando la organización y fortalecimiento del sector.
4. Vincular y articular el nivel municipal con los sectores y espacios de concertación de los niveles Regional, Departamental, Nacional y los demás sistemas involucrados en la planificación y ejecución de los procesos turísticos.

2. Marco Conceptual

Turismo: Conjunto de actividades que realizan las personas –turistas– durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios. De acuerdo al desplazamiento de los viajeros, el turismo puede ser (FONTUR, 2022)

Turismo emisor. El realizado por nacionales en el exterior.

Turismo interno: El realizado por los residentes en el territorio económico del país.

Turismo receptivo: El realizado por los no residentes, en el territorio económico del país. (Ley 2068 de 2020).

Turismo Cultural: es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.

Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones". (OMT, 2019).

Turismo Histórico: Se refiere a las visitas y actividades donde la motivación esencial es conocer el valor histórico de un destino, la amplia tradición oral, los museos, los centros de memoria, los centros históricos, los monumentos religiosos, los civiles, entre otros. (MinCIT, 2021).

Turismo Religioso: Comprende los desplazamientos y actividades motivadas principalmente (pero no de manera exclusiva) por la fe de los visitantes. Sus expresiones más típicas son las peregrinaciones a lugares considerados santos o de alto valor espiritual, los encuentros y festividades religiosas o espirituales y los itinerarios o caminos que conducen a lugares de peregrinación (OMT, 2007). Cabe aclarar que, aunque en Colombia predomine la religión católica, es un Estado laico y se debe reconocer la existencia de otros cultos que tienen igualdad de derechos de participación y respeto. (MinCIT, 2021).

Turismo Gastronómico: Es un tipo de actividad turística que se caracteriza por el hecho de que la experiencia del visitante cuando viaja está vinculada con la comida y con productos y actividades afines. Además de experiencias gastronómicas auténticas, tradicionales y/o innovadoras, el turismo gastronómico puede implicar también otras actividades afines tales como la visita a productores locales, la participación en festivales gastronómicos y la asistencia a clases de cocina. (OMT, 2019)

Turismo de Naturaleza: Es todo tipo de turismo basado en la naturaleza, en la que la principal motivación es la observación y apreciación de la naturaleza, así como las culturas tradicionales” (OMT, 2002).

Ecoturismo: Subproducto de turismo de naturaleza, el ecoturismo es un tipo de actividad turística especializada, desarrollada en ambientes naturales conservados, siendo la motivación esencial del visitante observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la adversidad biológica y cultural con una actitud responsable para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local. (Ley 2068 de 2020). Dentro del ecoturismo hay múltiples segmentos especializados, entre los que destacan en especial para Colombia el avistamiento de flora y fauna (Avistamiento de Aves y Avistamiento de Ballenas), visitas a los parques naturales (Senderos Interpretativos).

Turismo Rural: Subproducto de turismo de naturaleza, un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés. (OMT, 2019). Dentro del turismo rural, engloba las haciendas agroturísticas que permiten la práctica de diferentes actividades que conlleva alojamiento en casas o fincas rurales y actividades recreativas dentro

y/o en relación con el entorno agropecuario.

Turismo de Aventura: Subproducto de turismo de naturaleza cuya motivación principal es la realización de alguna actividad física recreativa con riesgo sobre el escenario natural. En especial, para Colombia se consideran entre otras las actividades de tierra el trekking, montañismo, rappel, ciclismo, torrentismo, espeleología; entre las de aire, el parapente, la tirolina y el canopy; y entre las acuáticas, el rafting, el kayak, el hydrospeed, la pesca deportiva y el buceo. (Colombia Productiva, 2012).

Turismo comunitario: Estrategia local de aprovechamiento de ventajas comparativas en condiciones complejas desde lo social, económico, ambiental y cultural, que con unas mínimas oportunidades y capacidades pueden transformar su realidad o entorno en oportunidades competitivas para las comunidades involucradas, otorgando así soluciones prácticas a problemas complejos como la paz y el desarrollo. También se constituye en una alternativa innovadora de aprovechamiento de los recursos locales de manera sostenible, que permiten generar empleo y nuevas formas de generación de ingresos económicos a comunidades con recursos económicos limitados o excluidas (FONTUR, 2012).

Turismo de Reuniones, Incentivos, Congresos y Exhibiciones: Es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico

profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, actividad evento, conferencia o congreso, feria comercial y exposición u otro motivo profesional o de negocios. Representa un espacio de encuentro socialización, intercambio de conocimientos, de contactos, de experiencias, entre los participantes, para hacer negocios, conocerse y compartir. (Ley 2068 de 2020).

Turismo Sostenible: 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" (OMT, 2017).

Turista: Persona que realiza un viaje, que incluye una pernoctación, a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, y con cualquier finalidad principal (negocios, ocio u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. (Ley 2068 de 2020).

Excursionista: Denominase excursionistas los no residentes que sin pernoctar ingresan al país con un fin diferente al tránsito. (Ley 2068 de 2020).

Destino Turístico: Es un espacio físico, con o sin una delimitación de carácter administrativo analítico, en el que un visitante puede pernoctar. Es una

agrupación (en una misma ubicación) de productos y servicios, y de actividades y experiencias, en la cadena de valor del turismo, y una unidad básica de análisis del sector. Un destino incorpora a distintos agentes y puede extender redes hasta formar destinos de mayor magnitud. Es además inmaterial, con una imagen y una identidad que pueden influir en su competitividad en el mercado. (OMT, 2019).

Atractivos Turísticos. Recursos naturales y culturales que tienen el potencial y capacidad de atraer a los visitantes.

Prestador de servicio turístico: toda persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedio o contrate directa o indirectamente con el turista, la prestación de los servicios a que se refiere esta ley quienes deben estar inscritos en el Registro Nacional de Turismo.

Por su parte, el artículo 12 de la Ley 1101 de 2006 modificado por el Decreto 229 de 2017, señala que los prestadores de servicios turísticos que se relacionan a continuación, deben inscribirse en el Registro Nacional de Turismo:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, excluidos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.

2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. Las oficinas de representación turística.
4. Los guías de turismo.
5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones.
6. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
7. Los usuarios operadores, desarrolladores e industriales en zonas francas turísticas.
8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
9. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y estén ubicados en un lugar turístico conforme lo establecido en las Resoluciones 347 y 348 de 2007.
10. Las empresas captadoras de ahorros para viajes y de servicios turísticos prepagados.
11. Los concesionarios de servicios turísticos en parque.
12. Las empresas de transporte terrestre automotor especializado, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
13. Los parques temáticos.
14. Los demás que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine. (Ley 2068 de 2020).

Producto Turístico: Es 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 marketing 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. (OMT, 2019).

Diseño y fortalecimiento de productos turísticos: Los productos turísticos están contruidos por la articulación de bienes y servicios ofrecidos para que el turista pueda disfrutar una experiencia en el territorio de visita (Sernatur, 2015 – Swisscontact, 2014). De esta forma la literatura asociada muestra como los productos turísticos se conforman a través de la interacción de cinco componentes: los atractivos, los servicios, la infraestructura, la comunidad local y la percepción de los beneficiarios (Figura 6). Esta interacción se debe tener en cuenta para generar una experiencia diferenciadora sobre la cual actualmente está diseñada el turismo. Por lo cual, su diseño e implementación debe promover la articulación de los diferentes eslabones productivos y constituirse como el elemento diferenciador del territorio.



Atractivos: Lugar, objeto de interés turístico.



Servicios: Servicios requeridos por el turista en su viaje (alojamiento, restaurante, transporte, etc.)



Infraestructura: Dotación de bienes y servicios.



Comunidad: La comunidad debe estar involucrada



Percepción: Imagen que construye el turista.

Figura 2. Productos Turísticos

De esta forma, es por medio del producto turístico que se genera una experiencia diferencial al turista, y es sobre este que se evalúa la satisfacción de la visita al territorio. Su diseño es fundamental, y para esto es recomendable tener en cuenta las siguientes consideraciones para su diseño:

- I. **Generar una experiencia:** de acuerdo con la OMT, para entender cómo se genera una experiencia se deben tener en cuenta los siguientes factores:

Vivencial: Hace referencia a lo que vive el turista en su visita, e incluye la participación en festivales,

actividades, la relación con la comunidad, la experiencia gastronómica, las compras, y la percepción de seguridad.

Físico: Toda la infraestructura disponible para la prestación de los servicios.

Emocional: Las emociones que le despierta la visita al territorio, lo cual está directamente relacionado con el recurso humano (tanto quien le presta los servicios como la relación con las personas), la cultura, la historia y la hospitalidad de la región entre otros factores.

II. Los productos turísticos son intangibles:

Un error común en el diseño del producto turístico es confundirlo con los activos. Los productos al generar una experiencia en el turista son intangibles e involucran la relación con el turista.

III. Intermediarios:

dado que el turista vive fuera de la zona de visita, deben existir agencias encargadas de promover y dar a conocer los productos turísticos de la región.

IV. Competitividad:

los turistas actualmente tienen una oferta infinita de destinos a elegir, por lo cual la oferta de productos debe representar una relación costo – beneficio, desplazarse a un

territorio determinado debe tener los suficientes productos que hagan que llegar hasta ese lugar valga la pena. Por lo cual no se debe diseñar un solo producto turístico en la zona.

Calidad de un destino turístico: Es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural. (OMT, 2019).

Cadena de valor: Es una secuencia de actividades primarias y de apoyo que resultan fundamentales a nivel estratégico para el rendimiento del sector turístico. Los procesos vinculados, tales como la formulación de políticas y la planificación integrada, el desarrollo de productos y su presentación al mercado, la promoción y el marketing, la distribución y la venta y las operaciones y servicios de los destinos, constituyen las principales actividades primarias de la cadena de valor del turismo (OMT, 2019).

Punto de Información Turística: Los Puntos de Información Turística (PITS) son espacios que brindan de manera

gratuita y especializada, información a turistas nacionales y extranjeros, con el fin de orientar, facilitar y atender sus necesidades, dando a conocer los productos y atractivos turísticos. (FONTUR, 2022).

Agencias de viajes y turismo: Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a vender planes turísticos. Se caracterizan por:

- a) Organizar, promover y vender planes turísticos nacionales, para ser operados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas legalmente en el país.
- b) Organizar, promover y vender planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional.
- c) Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos.
- d) Tramitar y prestar asesoría al viajero en la obtención de la documentación requerida para garantizarle la facilidad de desplazamiento en los destinos nacionales e internacionales.
- e) Prestar atención y asistencia profesional al usuario en la selección, adquisición y utilización eficiente de los servicios turísticos requeridos.
- f) Reservar cupos y vender pasajes nacionales e internacionales en cualquier medio de transporte.
- g) Operar turismo receptivo, para lo cual deberán contar con un departamento de turismo receptivo y cumplir con las funciones propias de las Agencias de Viajes Operadoras. (MinCIT, 2022).

Agencias de viajes operadoras: Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a operar planes turísticos. Se caracterizan por:

- a) Operar dentro del país planes turísticos, programados por Agencias de Viajes del exterior y del país.
- b) Organizar y promover planes turísticos para ser operados por ellas mismas, sus sucursales y agencias si las tuviere, de acuerdo con la ubicación de cada una de ellas dentro del territorio nacional.
- c) Prestar los servicios de transporte turístico de acuerdo con las disposiciones que reglamentan la materia.
- d) Brindar equipo especializado tal como implementos de caza y pesca, buceo y otros elementos deportivos, cuando la actividad lo requiera.
- e) Prestar el servicio de guianza con personas debidamente inscritas en el Registro Nacional de turismo. (MinCIT, 2022).

Agencias de viajes mayoristas: Son las empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas que se dediquen profesionalmente a programar y organizar planes turísticos. Se caracterizan por:

- a) Programar y organizar planes turísticos nacionales e internacionales, para ser ejecutados por Agencias de Viajes Operadoras y vendidos por Agencias de Viajes y Turismo.
- b) Programar y organizar planes turísticos para ser operados fuera del territorio nacional por sus corresponsales o

agentes y para ser vendidos por las Agencias de Viajes y Turismo.

- c) Promover y vender planes turísticos hacia Colombia, para ser ejecutados por las Agencias de Viajes Operadoras establecidas en el país.
- d) Reservar y contratar alojamiento y demás servicios turísticos, para ser vendidos por las Agencias de Viajes y Turismo. (MinCIT, 2022).

Operador profesional de congresos, ferias y convenciones: Son Operadores Profesionales de Congresos, Ferias y Convenciones, las personas naturales o jurídicas legalmente constituidas que se dediquen a la organización de certámenes como congresos, convenciones, ferias, seminarios y reuniones similares, en sus etapas de gerenciamiento, planeación, promoción y realización, así como a la asesoría y/o producción de estos certámenes en forma total o parcial. (MinCIT, 2022).

Empresas de transporte terrestre Automotor especial y operador de chivas: Es aquel que se presta bajo la responsabilidad de una empresa de transporte legalmente constituida y debidamente habilitada en esta modalidad, a un grupo específico de personas ya sean estudiantes, asalariados, turistas (prestadores de servicios turísticos) o particulares, que requieren de un servicio expreso y que para todo evento se hará con base en un contrato escrito celebrado entre la empresa de transporte y ese grupo específico de usuarios. En todos los casos los vehículos que se destinen a la

prestación del Servicio Público de Transporte Terrestre Automotor Especial, deberán cumplir con las condiciones técnico mecánicas y con las especificaciones de tipología vehicular requeridas y homologadas por el Ministerio de Transporte para la prestación de este servicio. (MinCIT, 2022).

Establecimientos de alojamiento: Se entiende por Establecimiento Hotelero o de Hospedaje, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de alojamiento no permanente inferior a 30 días, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios o accesorios de alojamiento, mediante contrato de hospedaje, el cual es un contrato de arrendamiento, de carácter comercial y de adhesión, que una empresa dedicada a ésta actividad celebra con el propósito principal de prestar alojamiento a otra persona denominada huésped, mediante el pago del precio respectivo día a día, por un plazo inferior a 30 días. La obligación de inscribirse en el Registro Nacional de Turismo cubija únicamente a los establecimientos que presten servicio de alojamiento exclusivamente a personas que tengan el carácter de turistas. Las solicitudes de inscripción presentadas por establecimientos que presten servicio de alojamiento por horas no son tramitadas por el Registrador.

Se clasifican en:

Albergue-refugio-hostal:

Establecimiento en que se presta el

servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones semi privadas o comunes, al igual que sus baños, y que puede disponer además de un recinto común equipado adecuadamente para que los huéspedes se preparen sus propios alimentos, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Apartahotel: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en apartamentos independientes, de un edificio, que integren una unidad de administración y explotación, pudiendo ofrecer otros servicios complementarios. Cada apartamento está compuesto como mínimo de los siguientes ambientes: dormitorio con baño privado, sala de estar, cocina equipada y comedor.

Viviendas turísticas: Unidad habitacional destinada a brindar facilidades de alojamiento y permanencia de manera ocasional a una o más personas según su capacidad, que puede contar con servicio de limpieza y como mínimo con los siguientes recintos: dormitorio, sala-comedor, cocina, y baño.

Alojamiento rural: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales privadas, ubicado en áreas rurales y cuyo principal propósito es el desarrollo de actividades asociadas a su entorno natural y cultural. Ofrecen además como mínimo, servicios de alimentación bajo la modalidad de pensión completa, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Hotel: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en habitaciones y otro tipo de unidades habitacionales en menor cantidad, privadas, en un edificio o parte independiente del mismo, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo y con entrada de uso exclusivo. Disponen además como mínimo del servicio de recepción, servicio de desayuno y salón de estar para la permanencia de los huéspedes, sin perjuicio de proporcionar otros servicios complementarios.

Posadas turísticas: Vivienda familiar en que se presta el servicio de alojamiento en unidades habitacionales preferiblemente de arquitectura autóctona cuyo principal propósito es promover la generación.

Campamento o camping: Establecimiento en que se presta el servicio de alojamiento en un terreno debidamente delimitado, asignándole un sitio a cada persona o grupo de personas que hacen vida al aire libre y que utilicen carpas, casas rodantes u otras instalaciones similares para pernoctar.

Bares y establecimientos similares: Son los establecimientos cuya actividad económica exclusiva o principal consiste en la venta, con o sin servicio a la mesa, de bebidas alcohólicas para su consumo dentro de los mismos. Se entienden como comprendidos dentro de esta denominación los bares, griles, discotecas, tabernas y establecimientos similares.

Se consideran "turísticos" los restaurantes y bares cuyas ventas anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren localizados en unos de los siguientes lugares:

1. Dentro del área de influencia directa de aquellos lugares de reconocido atractivo turístico, cultural o histórico o de importante visita turística, determinados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo o dentro del área de influencia de los recursos turísticos de utilidad pública a los que se refiere el artículo 23 de la Ley 2068 de 2020. Se entiende como área de influencia directa la comprendida dentro del radio de las tres cuerdas siguientes a aquella donde se encuentra localizado el lugar de reconocido interés turístico, cultural, o histórico si se trata de una ubicación urbana. No obstante, este radio no podrá ser inferior a los trescientos (300) metros siguientes a los límites del mencionado lugar.

2. Tratándose de zonas rurales, se entiende como área de influencia la comprendida dentro del radio de los seiscientos (600) metros siguientes a los límites del lugar de que trata el inciso anterior.

3. En los municipios o corregimientos o en las zonas urbanas o rurales que sean señalados como turísticos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

4. En los centros comerciales que señale el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

5. En los Distritos Turísticos de Cartagena y Santa Marta. En el Departamento

Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

6. En parques temáticos y de diversiones.

7. En las áreas protegidas del Sistema de Parques Nacionales Naturales.

8. En las áreas declaradas como zonas francas turísticas, de conformidad con lo previsto en los artículos 19 y 20 de la Ley 300 de 1996 y en el artículo 12 de la Ley 1004 de 2005.

9. En las áreas declaradas como Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario de que trata el artículo 18 de la Ley 2068 de 2020 y los ubicados en el radio de los trescientos (300) metros urbanos o rurales respecto de tales zonas.

10. En terminales de pasajeros aéreos, marítimos, terrestres y ferroviarios.

11. En establecimientos de alojamiento, excepto aquellos restaurantes y bares cuya operación la realice el mismo prestador del servicio de alojamiento y que por lo tanto sus ventas se tengan en cuenta para la liquidación de la respectiva Contribución parafiscal del establecimiento de alojamiento. (MinCIT, 2022).

No se consideran bares y restaurantes de interés turístico los siguientes;

Cafeterías, heladerías, fruterías, pastelerías, panaderías, cigarrerías, salsamentarías, tiendas de barrio, kioscos, ventas estacionarias permitidas por las administraciones municipales o distritales, billares, casinos de empresas, casas de banquetes no abiertas al público y establecimientos que elaboran y suministran alimentación a empresas, colegios, universidades, bases militares y aeronaves comerciales. (MinCIT, 2022).

Artesano: Persona que ejerce una actividad creativa en torno de un oficio concreto, en un nivel preponderantemente manual y conforme a sus conocimientos y habilidades técnicas y artísticas.

Trabaja en forma autónoma, deriva su sustento principalmente de dicho trabajo y transforma en bienes utilitarios y decorativos su esfuerzo físico y mental. (Artesanías de Colombia – CENDAR, 2022).

Artesanía: De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO. Los productos artesanales son los producidos por artesanos, ya sea totalmente a mano, o con la ayuda de herramientas manuales o incluso de medios mecánicos, siempre que la contribución manual directa del artesano siga siendo el componente más importante del producto acabado. Se producen sin limitación por lo que se refiere a la cantidad y utilizando materias primas procedentes de recursos sostenibles. La naturaleza especial de los productos artesanales se basa en sus características distintivas, que pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, vinculadas a la cultura, decorativas, funcionales, tradicionales, simbólicas y significativas religiosa y socialmente".

(Definición adoptada por el Simposio UNESCO/CCI 1997)

Plataforma Digitales: Las nuevas herramientas digitales le ofrecen al turismo atractivas oportunidades para incrementar su alcance. Por ejemplo,

ahora es más fácil captar clientes internacionales.

Para estos fines, algunas de las plataformas que utilizan los turistas para realizar reservas con los diferentes hoteles y poder disfrutar de sus vacaciones son:

Agoda.com, A-hotel.com, Airbnb, Atrapalo, Booking, Centraldereservas.com, Despegar, Expedia, Flipkey, GlampingHub, Homestay, Hoteles Resorts & Suites, Kid & Coe, Nexdu.com, Planetofhotels.com, Traveltino, TripAdvisor, Trivago, Viamichelin.es, Wimdu, etc.

Área de Protección al Turismo y Patrimonio de la Policía Nacional:

Tendrán las siguientes funciones:

1. Adelantar labores de vigilancia y control de los atractivos turísticos que, a juicio del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y de la Policía Nacional merezcan una vigilancia especial.
2. Atender labores de información turística.
3. Orientar a los turistas y canalizar las quejas que se presenten
4. Apoyar las investigaciones que se requieran por parte del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (MinCIT, 2022).

Guías de turismo: Se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducirlo,

instruirlo y asistirlo durante la ejecución del servicio contratado. (MinCIT, 2022)

Registro Nacional de Turismo (RNT): Es un registro gratuito delegado a las Cámaras de Comercio, donde se inscriben las personas naturales, los establecimientos de comercio y los inmuebles que desarrollan una actividad turística. El mismo genera confianza y facilita la prestación del servicio de turismo en el país.

Tiene como objeto:

1. Habilitar las actividades de los prestadores de servicios turísticos.
 2. Dar publicidad a los actos de inscripción, actualización, modificación, cancelación o suspensión de la inscripción.
 3. Establecer un sistema de información sobre el sector turístico.
 4. Este registro es previo y obligatorio para el inicio de las actividades consideradas como de turismo por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Además de inscribirse deberán renovar anualmente dentro de los 3 primeros meses del año (Del 1 de Enero al 31 de Marzo) el RNT.

Los prestadores de servicios turísticos que no cumplan con la obligación de renovar el Registro Nacional de Turismo dentro del término legal, quedarán suspendidos automáticamente hasta tanto cumplan con el proceso de reactivación, acreditando el pago de la multa establecida en la ley con destino a FONTUR y procedan posteriormente a la renovación de su registro.

Operar sin inscripción en el Registro Nacional de Turismo.

En el evento en que un prestador de servicios turísticos inicie sus operaciones sin la previa inscripción en el Registro Nacional de Turismo, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo adelantará la investigación administrativa correspondiente, e impondrá sanciones, previo el trámite respectivo que iniciará de oficio o previa la presentación del reclamo, a los prestadores de servicios turísticos cuando incurran en las infracciones tipificadas en el artículo 71 de la Ley 300 de 1996.

La prestación de servicios turísticos sin la inscripción en el registro nacional de turismo, conllevará a la clausura del establecimiento por parte del alcalde distrital o municipal, quien procederá de oficio o a solicitud de cualquier persona. (MinCIT, 2022).

La Matrícula Mercantil: Es un medio de identificación del comerciante y de su establecimiento de comercio, así como medio de prueba de existencia de uno y de otro. Por disposición legal, los comerciantes, sean personas naturales o jurídicas, están obligadas a matricularse en el Registro Mercantil que lleva la Cámara de Comercio y matricular allí mismo su empresa o negocio. La matrícula se debe renovar anualmente, dentro de los tres primeros meses del año. En caso de no ejercer actividad comercial alguna, debe cancelar su Matrícula Mercantil (Cámara de Comercio de Ocaña, 2022)

Certificado de uso de suelo: Es el que dictamina por escrito sobre uso o usos permitidos en un predio o edificación, de conformidad con las normas urbanísticas del plan de ordenamiento territorial y los instrumentos que lo desarrollen.

Impuesto de industria y comercio –

ICA: Se refiere a la declaración y pago del impuesto por el ejercicio de cualquier actividad comercial, industrial o de servicios, en forma permanente u ocasional en inmuebles determinados.

Certificado de Bomberos: Es el concepto técnico emitido por el Cuerpo Oficial de Bomberos, mediante una visita o inspección técnica ocular para la revisión del sistema de protección contra incendios (SPCI) y las condiciones de seguridad humanas (SH) en edificaciones y establecimientos.

3. Información General

Ubicación geográfica

Ocaña en el contexto nacional, está situada a 8° 14' 15" latitud Norte y 73° 2' 26" longitud este, a 1.202 metros sobre el nivel del mar. El municipio tiene una superficie de 460 Km₂, que representa el 2,2% del departamento. Tiene una extensión de 672,27 Km₂, de los cuales 620,76 Km₂ corresponden al área rural y 6,96 Km₂ al área urbana. Su temperatura promedio es de 22° centígrados y se encuentra por vía terrestre a 203 Km de la capital del departamento y a 299 Km de la capital del departamento de Santander.



Figura 3 *Santander.*

A nivel departamental limita al norte con el municipio de Gonzáles, Cesar; al occidente con Río de Oro, Cesar; al Sur con San Martín, Cesar. En el orden municipal, limita al oriente con los municipios de San Calixto, La Playa y Abrego; al norte con Convención, Teorama y El Carmen y al Sur con Abrego, todos Norte de Santander.

Historia



Figura 4 *Francisco Fernández de Contreras.*

La fundación de Ocaña, se llevó a cabo el 14 de diciembre de 1570, por el capitán Francisco Fernández de Contreras, siendo parte del tercer proyecto poblador del oriente, patrocinado por la Audiencia y el Cabildo de Pamplona. El objeto de la fundación fue la búsqueda de una vía que comunicará el núcleo urbano de Pamplona con el mar Caribe y el interior del Nuevo Reino. (Páez García, 2009).

A Ocaña el nombre le fue asignado, por el nuevo poblamiento, como un homenaje a Fernández del Busto, que era natural de Ocaña, España y en 1575 se le brinda el título de ciudad, de acuerdo a los documentos oficiales de la época. Finalizando el siglo XVI, luego de ser sometidas las tribus, comenzaron las colonizaciones, donde las áreas de influencia corresponden a, lo que hoy se conoce como la Provincia de Ocaña, algunas del Sur del Cesar y Bolívar.

División política

De acuerdo al Plan Básico de Ordenamiento Territorial (Alcaldía Municipal de Ocaña, 2015), la división político administrativo del municipio, corresponde al área urbana que se encuentra dividida en 6 comunas así:

Comuna 1: conformada por 17 barrios y 30 sectores.

Comuna 2: Conformada por 16 barrios y 20 sectores.

Comuna 3: Conformada por 31 barrios y 16 sectores.

Comuna 4: conformada por 15 barrios y 10 sectores.

Comuna 5: conformada por 6 barrios y 21 sectores.

Comuna 6: conformada por 10 barrios y 16 sectores.

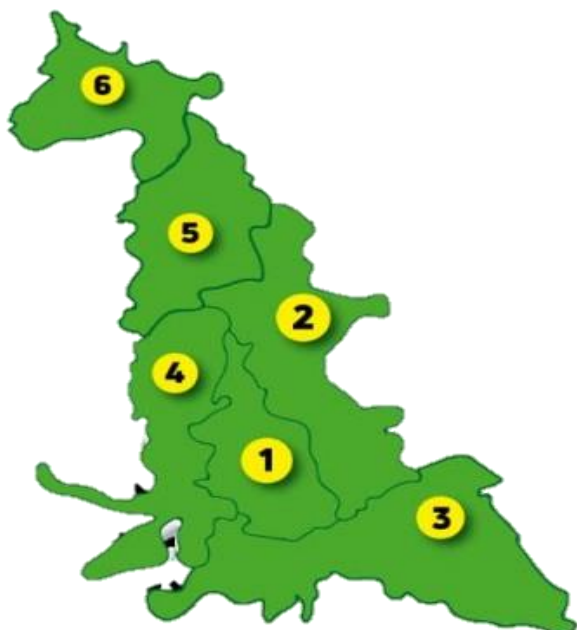


Figura 5. Mapa división política urbana de Ocaña. Fuente. Alcaldía 2020

La zona rural se encuentra conformada por 5 centros poblados así: Otaré, Aguas Claras, Pueblo Nuevo, Buenavista y La Ermita y 18 corregimientos.

Demografía y población

La población del municipio de Ocaña para el año 2022 de acuerdo a la información del Departamento Nacional de Planeación, corresponde a 131.784 habitantes, de los cuales 118.644 (90%) se ubican en el sector urbano y 13.140 (10%) en el sector rural. De estos 63.158 (48%) corresponden a hombres y 68.626 (52%) a mujeres, que se distribuyen en grupos etarios.

(Terridata - Sistema de Estadísticas Terrotoriales, 2022)

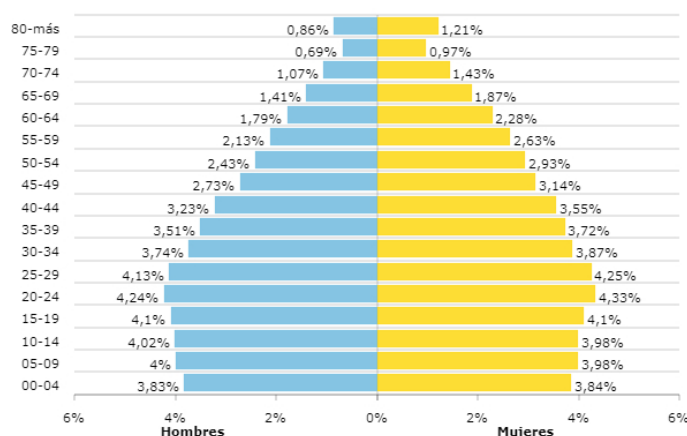


Figura 6. Pirámide poblacional – Fuente Terridata – Sistema de Estadísticas Territoriales

4. Evolución del mercado

Estructura Económica:

La estructura económica de Ocaña tiene su base en el sector transportador, comunicaciones, comercio, salud y educación equivalen un 74,95% con respecto al sector de la agricultura su participación es del 15,38% y por último al sector de la construcción y la industria y la agroindustria su participación es del 9,67%, según información de Terridata del Departamento Nacional de Planeación (DNP). La avicultura se constituye como un renglón importante de la economía. También se destaca la participación de microempresas de productos típicos de la zona como las cebollitas encurtidas, dulces, chocolates, las arepas ocañeras, y las artesanías. En esta estructura la participación del turismo es aún muy baja en la estructura económica municipal.

A pesar del incipiente desarrollo del sector turismo, es importante notar el alto potencial que tiene el municipio para promover esta actividad. En términos de turismo histórico y cultural Ocaña fue una de las principales provincias durante la época de la colonia y jugó un papel muy importante en la vida política del país; así mismo en lo referente al turismo religioso se destaca la presencia del Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, en donde la virgen hizo su aparición, convirtiendo este un lugar sagrado y de procesión.

La Cadena de Valor en el Territorio:

La cadena de valor es una herramienta que permite entender de forma organizada y sistemática los procesos requeridos, denominados eslabones, para la producción de un bien o servicio, iniciando desde la concepción del producto hasta la entrega o uso del servicio por parte de los consumidores finales. El análisis de la cadena de valor también tiene en cuenta el contexto institucional y territorial en el que se lleva a cabo el proceso productivo, por lo cual parte de entender las características del territorio, las instituciones que soportan o apoyan la existencia del sector, la normatividad asociada y los diferentes factores de riesgo que pueden afectar el desarrollo de las actividades productivas (Padilla Pérez, 2016).

En el caso del turismo, la OMT plantea una cadena de valor estructurada en ocho eslabones principales: planeación, transporte al destino, alojamiento, alimentación y bebidas, artesanías, atractivos turísticos, ocio y tours, y servicios complementarios. La evaluación de cada uno permite comprender si el territorio cuenta con las herramientas requeridas para ofrecer este servicio. Adicional a cada uno de los eslabones se puede hacer un análisis general sobre la articulación y conexión entre los diferentes eslabones y su relación con las instituciones de soporte. Este análisis permite dar una evaluación general de la articulación de la cadena, la cual es igualmente importante para la correcta prestación del servicio.

En términos generales se encuentra que la vocación turística de Ocaña se concentra sobre tres ejes: el turismo religioso, el turismo histórico y el ecoturismo. El primero se concentra sobre la búsqueda relacionada con una experiencia espiritual e incluye todos los recorridos asociados a las iglesias del municipio y la visita al Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma. El segundo porque Ocaña aparece registrada en las historias patrias por haber sido la sede de la famosa "Convención de Ocaña", que reunió solemnemente, el 9 de abril de 1828, en el templo de San Francisco, a 64 delegados, unos partidarios de Santander y otros de Bolívar. El fin era reformar la Constitución de 1821, algo que finalmente no se logró y por último el ecoturismo se relaciona con la visita a lugar naturales únicos, en este caso se destaca el relacionado con el avistamiento de aves, desde la zona del santuario es posible ver el ave Pico de Hacha que es nativo de la región.

Oferta Turística de Ocaña: El municipio cuenta con variedad de prestadores de servicios turísticos que abarcan los siguientes eslabones (Alojamiento, restaurantes, transporte, agencias de viajes y artesanías.

Alojamiento: El eslabón del alojamiento dentro de la cadena de valor del turismo es el que se encarga de prestar principalmente el servicio de pernoctación a los turistas que deciden pasar más de un día en la ciudad o destino turístico que visitan.

Tradicionalmente, este eslabón se compone por los hoteles y hostales, apartahotel y camping entre otros. Ante la Cámara de Comercio de Ocaña se encuentran registrados 77 establecimientos comerciales que prestan el servicio de alojamiento según reporte del 8 de noviembre de 2022 emitido por la Cámara de Comercio de Ocaña.

Alimentación: El sector de alimentación incluye todos los negocios encargados de brindar servicios de alimentos y bebidas, es decir restaurantes, puestos de comida informal, bares y discotecas.

Este es quizá uno de los más importantes en el municipio de Ocaña, puesto que cuentan con una oferta gastronómica reconocida a nivel del país como: las arepas de pellejo, los pasteles o tamales ocañeros, cocotas, pan ocañero y las famosas cebollas ocañeras, en cuanto a Ocaña se refiere. Según informe remitido por la Cámara de Comercio son 200 los establecimientos que se ajustan a este eslabón.

Transporte: Este eslabón de la cadena incluye los medios de transporte relacionados con la llegada al territorio y el desplazamiento interno, por lo cual se deben tener actores como los operadores de transporte, aeropuertos y terminales de transporte terrestre, compañías áreas y de buses, alquiler de transporte privado, compañías de taxis, transporte público y operadores privados de transporte.

Con respecto al transporte terrestre existen 8 empresas que prestan el servicio de forma directa de ciudades como:

Bogotá, Bucaramanga, Barrancabermeja, Cúcuta y Valledupar hasta Ocaña a través de las siguientes empresas: Cootransunidos, Cootranshacaraitma, Coopmotilon, Copetran, Transportes Peralonso, Cotaxi, Omega y Cootragua.

Caso contrario con el transporte aéreo porque en el municipio existe el aeropuerto de Aguas Claras, pero desde el año 2013 hasta la fecha se encuentran suspendidos los vuelos comerciales y solo se presta el servicio para vuelos no regulares como: Aviación de Estado, Evacuaciones Médicas, Vuelos Charter y de Valores. Por lo anterior las personas que usan este medio de transporte y que deberán tomar rutas aéreas hasta Bucaramanga, Cúcuta y desde estas ciudades tomar transporte terrestre. Aunque existe otra alternativa de transporte aéreo a través del municipio de Aguachica donde está operando el Aeropuerto Hacaritama con la ruta comercial Aguachica – Bogotá y Bogotá Aguachica los días jueves y domingos.

Agencias de Viaje: Este eslabón comprende los servicios y productos relacionados con las actividades que hacen los turistas previos a realizar un viaje a un territorio determinado. En este punto la persona planea como va a organizar su itinerario y determina las actividades que realizará durante su viaje. Este componente puede describirse como una vitrina del territorio al turista en su lugar de origen, y esta operado por las agencias de viaje y actualmente por las plataformas especializadas en internet y medios sociales en donde es posible

planear los viajes. Para que este componente exista es necesario contar con la participación y desarrollo de los diferentes eslabones para así evidenciar la estructura de los productos y servicios que se requieren en territorio.

En este grupo se pueden distinguir dos tipos de actores, los que operan directamente en el lugar de visita como las agencias de viaje y organizadores de tours y recorridos que se encuentran en el lugar, y los que dan la información fuera del territorio, en donde también juegan un papel importante las páginas de internet, aplicaciones (apps) y agencias externas que puedan dar información relevante sobre por qué es interesante visitar este territorio.

La buena organización o planificación de un viaje juega un papel importante sobre la experiencia que pueda llegar a tener el viajero en su destino. A continuación, se presentan algunas herramientas que permiten realizar esta planificación.

Con respecto a las agencias de viajes que existen en el municipio según reporte de la Cámara de Comercio de Ocaña durante el año 2022 se tienen registrados 14 establecimientos, de los cuales dos (2) agencias realizan turismo local como es el caso de Ecoaventureros Ocaña y Pueblea Colombia que prestan sus servicios con el objetivo de mostrar los atractivos del municipio, las demás agencias ofrecen sus servicios con paquetes turísticos a otras partes de Colombia e incluso a nivel internacional.

Aplicaciones o Apps: Las aplicaciones en los dispositivos móviles como teléfonos, smartphone o tabletas facilitan el acceso a información y realizar diferentes actividades como pagos, reservas, medir tiempos de desplazamiento, ver las ventajas de ir a algún lugar y ver la experiencia que otras personas han tenido en algún lugar turístico determinado; esta aplicación permite un autoservicio en el cual la persona puede personalizar su viaje según sus preferencias. Es por esta razón que contar con estas aplicaciones es fundamental antes, durante y después de realizar un viaje. Los territorios pueden dar a conocer sus características culturales, hoteleras, gastronómicas entre otras mediante estas aplicaciones logrando así incentivar el turismo y mediante la promoción.

Artesanías: Este eslabón pertenece a la cadena de valor en la medida en que recoge las actividades realizadas por los turistas en comprar algún recuerdo o souvenir típico del territorio que visitan. En el caso de Ocaña se encuentran los productos de tipo religiosos con respecto a todos los souvenirs relacionados con la visita al Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, en el Agua de la Virgen y por último los que elaboran accesorios de collares, aretes y pulseras y los venden sus productos como vendedores ambulantes en la Plaza del 29 de Mayo.

Es importante notar que actualmente Ocaña cuenta con todos los elementos requeridos para diseñar e implementar productos turísticos, mas no cuenta con la articulación entre los elementos como

atractivos, servicios, infraestructura, comunidad y percepción para así llegar al turista con una experiencia innovadora que lo invite a visitar el territorio. Sobre esto es importante destacar la experiencia turística alrededor de los activos religiosos y los de turismo natural, en donde se encuentra un mayor potencial. Para el desarrollo de estos productos se evalúa el fortalecimiento de diferentes rutas, entendiéndolas como la conexión de diferentes lugares y atractivos, y se identifican las diferentes acciones que se pueden promover para su fortalecimiento.

Rutas Turísticas: La Secretaría de Educación, Cultura y Turismo del municipio de Ocaña ha venido ejecutando cuatro (4) Rutas turísticas descritas a continuación:

Ruta de la Fe: Se trata de una propuesta para quienes se interesan por la historia, la fe y la cultura que tiene el municipio de Ocaña. El turismo de fe a nivel mundial moviliza millones de viajeros, entre fieles, peregrinos y turistas. La ruta consiste en un recorrido por las siguientes iglesias: Iglesia Nuestra Señora de Fátima, Iglesia San Agustín, Catedral de Santa Ana, Capilla Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Capilla de San Francisco, Santuario de Jesús Cautivo culminado en el Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, resaltando aspectos históricos, de fe, de arte sagrado ligado a los templos y el desarrollo de las iglesias a lo largo de su historia.

Ruta del Café: Actividad que se realiza en el Corregimiento de Pueblo Nuevo, buscando exaltar una de las bebidas más consumidas y populares en Colombia como es el Café; enalteciendo la labor de los caficultores de la región y de la cual Ocaña es uno de los principales productores e impulsar la actividad como estrategia para la reactivación económica y para la promoción de nuestras actividades. Promoviendo prácticas cafeteras y visibilizar el trabajo de los productores de café de la ciudad y sus alrededores. Al igual se realiza un recorrido turístico por el corregimiento donde podrán disfrutar del avistamiento de aves en diversos puntos, establecimientos de sana recreación y casas adornadas con colores intensos que transmiten alegría a sus pobladores.

Ruta Camino al Milagro: Consiste en un recorrido Turístico por los barrios Villanueva, El Llanito y El Espinazo, con motivo a la celebración de la fiesta de la Virgen Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, permitiendo apreciar las particularidades del sector, en cuanto a su patrimonio cultural material e inmaterial, siendo que el barrio de Villanueva en la época colonial fue el sector por donde ingreso por primera vez

la Virgen de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma.

Ruta de la Gran Convención: La Ruta de la Gran Convención es un proyecto de turismo cultural creado por el Ministerio de Cultura en el año 2010, con el propósito de implementar estrategias a nivel turístico y patrimonial que permite el desarrollo de una ruta conformada por los municipios de Ocaña, El Carmen, Ábrego, La Playa de Belén y Río de Oro, generadora de turismo regional, nacional e internacional.

El objetivo de esta ruta es visibilizar y potencializar la riqueza del patrimonio con un recorrido que abarcan los cinco municipios que la conforman. Por ende, es de vital importancia fortalecer la oferta turística, la preservación del patrimonio, la promoción de la historia, las fiestas y las costumbres tradicionales de estos municipios.

5. Inventario de Bienes

La elaboración de los inventarios de atractivos turísticos se fundamenta legalmente en las leyes 300 de 1996 y 1101 de 2006, normas que establecen la obligación de elaborarlos y mantenerlos actualizados. Estos inventarios son el insumo más importante para la planificación turística y la toma de decisiones tanto en el sector público como en el privado. Actualmente en Colombia estos inventarios se realizan con base en la metodología del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, mediante la cual se clasifican los atractivos en Patrimonio Cultural Material e Inmaterial, festividades y eventos, además de sitios naturales y se realiza una evaluación objetiva (en calidad y significado) de los atractivos y recursos que sirvan para incluir en los productos turísticos locales o regionales.

5.1 Tipos de atractivos

Antes de presentar el inventario turístico de Ocaña, es importante hacer la distinción entre recurso y atractivo turístico, el primero como aquellos que pueden ser potencialmente explotables por el turismo, pero que aún no cuentan con las condiciones para ello y por ende requerirá acciones de mejoramiento de mediano y largo plazo; y el atractivo turístico como aquel que reúne las condiciones para uso turístico inmediato y que es susceptible de inclusión en el diseño de productos y rutas turísticas. Durante el trabajo de campo realizado en

el municipio en el marco del presente Plan turístico, fueron inventariados ambos, tanto recursos como atractivos turísticos, debido a la importancia que ellos representan para tomar decisiones de desarrollo turístico de Ocaña en el corto, mediano y largo plazo

En total se inventariaron 93 recursos y atractivos turísticos en el municipio de Ocaña, dentro de los cuales 72 hacen parte de la categoría de Patrimonio Cultural Material, 4 de la categoría de Sitios Naturales, 14 corresponden a Festividades y Eventos y 3 en la categoría de Patrimonio Cultural Inmaterial.

Patrimonio cultural material mueble e inmueble

En este grupo de atractivos se destacan: El Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, La Iglesia del Santuario de Jesús Cautivo, El Complejo Histórico de La Gran Convención, El Museo de La Gran Convención, La Capilla de Nuestra Señora de Las Gracias de Torcoroma, La Catedral de Santa Ana, La Plaza del 29 de Mayo, La Columna de la Libertad de los Esclavos, El Monumento a Nuestra Sra. de las Gracias de Torcoroma, La Iglesia de San Agustín, El Museo Antón García de Bonilla, La Plazuela de San Agustín, los cuales actualmente son los más frecuentados por estar ubicados en el centro urbano y en condiciones satisfactorias para acceso del turista.

Patrimonio cultural inmaterial

Tres (3) atractivos fueron identificados en este grupo del inventario, donde se destacan: La Semana Santa donde se celebra la conmemoración de la vida, pasión y muerte de Jesucristo. Actos litúrgicos y procesiones., La Fiesta a la Virgen de Torcoroma efectuada los días 15 y 16 de Agosto se conmemora la aparición de la imagen de María en 1711 a través de actos litúrgicos y procesiones y el Desfile de los Genitores el 29 de Diciembre se realiza escenificación de la historia de Ocaña, desde la época prehispánica hasta entrado el siglo XX. Se compone de comparsas que recorren la ciudad. Participan más de 800 personas.

Festividades y eventos

En este grupo encontramos eventos de gran trayectoria y envergadura que exaltan la historia, cultura y tradición del municipio de Ocaña y que son reconocidos por su buen nivel de organización y los beneficios socioculturales y económicos locales que se generan en torno a ellos. En este grupo se destacan:

El Reinado de la tercera edad el 2 de enero, El Carnaval los días 4, 5 y 6 de enero, La Fiesta a Jesús Cautivo el segundo domingo de julio que conmemora la aparición de la imagen de Jesús en una piedra, Concurso folclórico Bambuco Ocañerita y La Fiesta de la Fundación de Ocaña el 14 de diciembre.

Sitios naturales

Fueron identificados cuatro (4) sitios naturales con potencialidades para el desarrollo de actividades turísticas entre ellos se destaca la Reserva ProAves Hormiguero de Torcoroma que cuenta con una extensión de 35 hectáreas y está ubicada en la vereda Agua de la Virgen, siendo este un sitio apropiado para el turismo del avistamiento de aves.

Entre las aves más importantes de la Reserva se encuentran el Hormiguero Pico de Hacha (*Clytoctantes alixii*), la Perdiz Carinegra (*Odontophorus atrifrons*), el Arañero Pechigris (*Basileuterus cinereicollis*), el Gorrión-montés Bigotudo (*Atlapetes albofrenatus*) y el Frutero Pechidorado (*Pipreola aureopectus*). Asimismo, se encuentran mamíferos característicos como la Paca (*Agouti paca*), el Perezoso Bayo (*Bradypus variegatus*), la Zarigüeya Lanuda (*Caluromys lanatus*) y el Kinkajú (*Potos flavus*), entre otros.

También encontramos el Jardín Botánico Jorge Enrique Quintero Arenas ubicado en las instalaciones de la Universidad Francisco de Paula Santander en este lugar se busca crear espacios de conservación, educación e investigación realizada por la comunidad estudiantil.

Patrimonio Cultural Material – Nacional

Nombre del Bien	Grupo Patrimonial	Subgrupo	Dirección	Declaratoria Acto/Administrativo
Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma	Patrimonio Material	Inmueble	Vereda Agua de la Virgen	Decreto 1425 de 16 de julio de 1972
Capilla Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 11 No 10 90 Brr El Centro	Decreto 2861 del 26 de noviembre de 1984
Complejo Histórico de La Gran Convención y la Plazuela de La Gran Convención.	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 11 con Carrera 9 Barrio San Francisco	Ley 75 del 22 de septiembre de 1937
Capilla de San Francisco	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 11 con Carrera 9 Barrio San Francisco	
Museo de La Gran Convención	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 11 con Carrera 9 Barrio San Francisco	Ley 10 del 21 de Enero de 1977
Colegio Nacional José Eusebio Caro	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 11 No 9 81 Brr San Francisco	Ley 1987 del 30 de Julio de 2019
Escuela Modelo Adolfo Milanés	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 10 con Cra 6 (Esquina)	
Busto de José Eusebio Caro	Patrimonio Material	Mueble	Carrera 12 No 10 42 Palacio Municipal	Resolución 395 del 22 de Marzo de 2006. (Bienes elaborados antes del 31 de diciembre de 1920, por autores identificados, atribuidos o anónimos)
Columna de la Libertad de los Esclavos	Patrimonio Material	Mueble	Plaza del 29 de Mayo	Resolución 620 del 11 de abril de 2002

Tabla 1.

Patrimonio Cultural Material – Departamental

Nombre del Bien	Grupo Patrimonial	Subgrupo	Dirección	Declaratoria Acto/Administrativo
Capilla San Diego	Patrimonio Material	Inmueble	Corregimiento de Pueblo Nuevo	Decreto 1044 de 31 de diciembre de 2003, de la Gobernación de Norte de Santander (* Decreto 00037 de 11 de diciembre de 2009, de la Gobernación de Norte de Santander)
Capilla San José (*)	Patrimonio Material	Inmueble	Corregimiento de Buenavista	
Capilla Santa Rita	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 9 con Calle 10	
Catedral de Santa Ana	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 12 con Calle 11 (esquina) Brr El Centro	
Iglesia San Agustín	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 16 con Cl 11 Brr San Agustín	
Iglesia Santuario Jesús Cautivo	Patrimonio Material	Inmueble	Cl 12 con Cra 6a (esquina) Brr El Carretero	
Iglesia San Antonio de Padua	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 11 No 15 552 Brr La Piñuela	
Club Ocaña	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 12 No 12 25 Brr El Centro	
Palacio Municipal	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 12 No. 10 – 42 Frente de la Plaza 29 de Mayo	
Plazuela de San Agustín	Patrimonio Material	Inmueble	Entre Calle 11 con Cra 16. Brr San Agustín	
Estatua de José Eusebio Caro	Patrimonio Material	Mueble	Plazuela San Francisco	
Monumento a Cristo Rey	Patrimonio Material	Mueble	Brr Cristo Rey	
Monumento a la Santa Cruz	Patrimonio Material	Mueble	Brr La Santa Cruz	
Museo de la Ciudad de Ocaña – Antón García de Bonilla	Patrimonio Material	Mueble	Calle 11 No 16 41 Barrio San Agustín	

Tabla 2.

Patrimonio Cultural Material - Municipal

Nombre del Bien	Grupo Patrimonial	Subgrupo	Dirección	Declaratoria Acto/Administrativo
Palacio Episcopal	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 12 No 10-66 Frente a la Plaza del 29 de Mayo	Acuerdo 01 2015
Monasterio Monjas Dominicanas Contemplativas	Patrimonio Material	Inmueble	Cl 10 No 8A 15 Brr San Francisco	
Capilla de los Dulcísimos nombres de Jesús y María	Patrimonio Material	Inmueble	Cra 13 Brr Calle del Dulce Nombre	
Iglesia San Juan Eudes	Patrimonio Material	Inmueble	Corregimiento de Aguas Claras	
Iglesia San Juan Bautista	Patrimonio Material	Inmueble	Corregimiento de Otaré	
Capilla Nuestra Señora de El Carmen	Patrimonio Material	Inmueble	Corregimiento la Ermita	
Casona El Molino	Patrimonio Material	Inmueble	Kdx 334 160 Brr El Molino	
Plaza del 29 de Mayo	Patrimonio Material	Inmueble	Entre las Calles 10 y 11 y Cra 12 y 13 Brr El Centro	
Plazuela San Francisco	Patrimonio Material	Inmueble	Calle 11 con Cra 9ª Brr San Francisco	
Cementerio Católico Central (Mausoleo de Adolfo Milanés)	Patrimonio Material	Inmueble	Carrera 13 No 9-13 Barrio El Cementerio	
Calle Antón García de Bonilla	Patrimonio Material	Inmueble	Carrera 8	
Busto a Francisco de Paula Santander	Patrimonio Material	Mueble	Plaza del 29 de Mayo	
Busto a Simón Bolívar	Patrimonio Material	Mueble	Parque República de Venezuela	
Monumento a Antón García de Bonilla	Patrimonio Material	Mueble	Separador Vial de San Agustín	
Monumento a la Virgen del Carmen	Patrimonio Material	Mueble	Barrio de El Carmen, en la iglesia San Simón Stock	
Monumento a los Cafeteros	Patrimonio Material	Mueble	Cooperativa de Caficultores del Catatumbo Ltda.	

Tabla 3.

Otros Bienes Inmuebles

Nombre del Bien	Subgrupo	Dirección
Capilla La Inmaculada	Inmueble	Cl 7 No 19 36 Brr El Llano
Iglesia San Juan XXIII	Inmueble	Cra 15ª No 2 28 Brr Juan XXIII
Iglesia San Rafael	Inmueble	Cl 5 No 27 123 Brr San Rafael
Iglesia Cristo Rey	Inmueble	Kdx 078-120 Brr Cristo Rey
Iglesia San Simón Stock	Inmueble	Calle 10 28F 41 Brr El Carmen
Iglesia Nuestra Señora de Fátima	Inmueble	Calle 8 con Cra 30 Esquina Brr La Primavera
Iglesia La Inmaculada Concepción	Inmueble	Calle 13 No 45 39 Brr Santa Clara
Iglesia San Juan Pablo II	Inmueble	Calle 19 Kdx 853-270 Ciudadela Deportiva
Capilla del Cementerio Católico Central	Inmueble	Carrera 13 No 9-13 Barrio El Cementerio
Instituto de Cultura y Bellas Artes Jorge Pacheco Quintero	Inmueble	Cl 10 No 13 64 Brr El Centro

Tabla 4.

Otros Bienes Muebles

Nombre del Bien	Subgrupo	Dirección
Busto de Margario Quintero Jácome	Mueble	Carrera 12 No 10 42 Palacio Municipal
Busto Argelino Duran Quintero	Mueble	Calle 21 No 10 10 Barrio El Bambo (Escuela Sede Argelino Durán Quintero).
Monumento a la Vida	Mueble	Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña.
Monumento a Nuestra Sra. de las Gracias de Torcoroma	Mueble	Plaza del 29 de Mayo
Monumento a Leonelda Hernández	Mueble	Barrio Cristo Rey
Monumento a Leonelda Hernández	Mueble	Aeropuerto Aguas Claras

Tabla 5.

Bienes constitutivos del espacio público

Nombre del Bien	Subgrupo	Dirección
Parque República de Venezuela	Inmueble	Transversal 30 Calle 8 Esquina Barrio La Primavera
Parque Nuestra Señora de Fátima	Inmueble	Calle 8 con Avenida Francisco Fernández de Contreras
Parque Santa Ana (Antiguo Seguro Social)	Inmueble	Calle 7 Con Avenida Circunvalar
Parque Tacaloa	Inmueble	Carrera 11 A Con Carrera 12 y Diagonal 13
Parque La Modelo	Inmueble	Calle 5 con Cra 16
Parque Infantil Lucia Padilla de Bonilla	Inmueble	Av. Francisco Fernández de Contreras al lado de la Piscina Olímpica
Plazoleta San Antonio de Padua	Inmueble	Cra 11 Al lado de la Iglesia San Antonio de Padua Brr La Piñuela
Plazoleta de El Tejarito	Inmueble	Calle 8ª con Carrera 9
Plazoleta de El Marabel	Inmueble	Calle 5 con Carrera 25
Plazuela de El Llano Echávez	Inmueble	Calle 12 con Carrera 18
Plazuela Juan XXIII	Inmueble	Calle 2 con Carrera 13
Parque José Antonio Galán	Inmueble	Calle 5ª con Carrera 49 Barrio José Antonio Galán

Tabla 6.

Inmuebles localizados en áreas consolidadas

Nombre del Bien	Subgrupo	Dirección	Uso Actual
Casa donde se hospedó Simón Bolívar en 1813	Inmueble	Calle 11 No 9 – 48 Brr El Centro	Local Comercial
Casa donde se hospedó Francisco de Paula Santander en 1816	Inmueble	Calle 12 No 12 25 Brr El Centro	Club Ocaña
Casa donde se hospedó Pablo Morillo	Inmueble	Calle 10 No 13 – 57 Brr El Centro	Local Comercial
Hacienda Villa Barbosa (Sitio de Reunión de los Santanderistas en 1828)	Inmueble	Vereda la Pradera	Villa Privada
Casa Botica de los Pobres del Siglo XIX	Inmueble	Calle 11 No 6-73 Brr La Luz Polar	Local Comercial

Tabla 7.

Sitios Naturales

Nombre del Bien	Subgrupo	Dirección
Reserva ProAves Hormiguero de Torcoroma	Inmueble	Vereda Agua de la Virgen
Río Algodonal	Inmueble	Balnearios del Corregimiento de la Ermita
Jardín Botánico Jorge Enrique Quintero Aren	Inmueble	Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña
Camino de Herradura al Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma	Inmueble	Veredas: La Pradera, San Benito, El Mortiño y Agua de la Virgen

Tabla 8.

Patrimonio Cultural Inmaterial - Nacional

Nombre del Bien	Grupo Patrimonial	Declaratoria Acto/Administrativo
Desfile de los Genitores	Patrimonio Cultural de la Nación	Ley 1046 del 26 de Julio de 2006

Tabla 9.

Patrimonio cultural Inmaterial - Departamental

Nombre del Bien	Grupo Patrimonial	Declaratoria Acto/Administrativo
Desfile de los Genitores	Bien de Interés Cultural de Carácter Departamental	Decreto 1044 de 31 de diciembre de 2003, de la Gobernación de Norte de Santander
Semana Santa	Bien de Interés Cultural de Carácter Departamental	
Manifestación religiosa a la Virgen de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma (15 y 16 de Agosto)	Bien de Interés Cultural de Carácter Departamental	

Tabla 10.

Patrimonio Cultural Inmaterial - Municipal

Nombre del Bien	Fecha	Responsable
Reinado de la Tercera Edad	2 de Enero	Alcaldía de Ocaña y el señor Nahún Barbosa
Carnaval de Ocaña	4-5-6 Enero	Alcaldía de Ocaña
Celebración de la Semana Santa	Marzo o Abril	Alcaldía de Ocaña y Hermandad de Jesús Nazareno
Día del Barbatusco	Miércoles Santo	Alcaldía de Ocaña
Fiesta a la Santa Cruz	3 de Mayo	ONG Comité Cultural Mayordomos de la Santa Cruz y las JAC Barrio La Costa y La Santa Cruz
Fiesta San Antonio de Padua	13 de Junio	Parroquia de San Antonio de Padua, las JAC de los Barrios de San Antonio y Tacalao y de algunas personas particulares.
Semana de la Fraternidad y la Integración Regional	Última Semana de Junio	Alcaldía de Ocaña
Fiesta a Jesús Cautivo	2° Domingo de Julio	Parroquia Santuario Jesús Cautivo, JAC Barrio de Jesús Cautivo y de algunas personas particulares.
Festival de Ballet al parque	2ª Semana de Agosto	Fundación Ecoturística Tarigua
Concurso Folclórico Bambuco Ocañerita (Instituciones Educativas)	5 Noviembre	Fundación Folclórica Nancy García Pérez (Funancyfolk)
Concurso Folclórico Bambuco Ocañerita (Municipal)	9 de Diciembre	
Concurso Folclórico Bambuco Ocañerita (Departamental)	10 de Diciembre	
Concurso Folclórico Nacional Bambuco Ocañerita	11 de Diciembre	
Fiesta de la Fundación de Ocaña	14 de Diciembre	Alcaldía de Ocaña
Desfile a los Genitores	29 de Diciembre	Corporación Cultural y Artística Desfile de los Genitores

Tabla 11.

Patrimonio Gastronómico Inmaterial – Municipal

Nombre del Bien
Arepa con pellejo y Café Negro
Pasteles o tamales Ocañeros
Ajiaco Ocañero
Pan Ocañero
Platos elaborados con la flor del Barbatusco
Cebollitas Ocañeras
Conserva de papaya con higos o brevas
Buñuelos Ocañeros
Sancocho de gallina
Las Cocotas
Dulces como (Mantequillados, arifuque, solteritas, cochas, delicados)

Tabla 12.

5.2 Valoración de atractivos turísticos

La metodología del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (MinCIT, 2008) permite la valoración de los atractivos turísticos teniendo en cuenta dos grandes temas: calidad y significado. Los criterios de calidad hacen referencia al grado de conservación en el que se encuentre el atractivo (representa el 70% del total del puntaje asignado) y los

criterios de significado hacen referencia al grado de reconocimiento local, regional, nacional o internacional que tiene el atractivo (representa el 30% de la calificación).

Una vez clasificados los atractivos turísticos, se realizó el proceso de asignación del puntaje, valoración que permitió ubicar en rangos los diferentes atractivos, así

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble							
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje	
1	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.2 Arquitectura Habitacional	1.1.2.1 Vivienda Urbana	Casona El Molino	32	
2	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma	100	
3	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma	94	
4	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Templo de San Francisco	87	
5	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla de San Diego (Pueblo Nuevo)	30	

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
6	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla de José	72
7	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla de Santa Rita	73
8	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Catedral de Santa Ana	84
9	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Agustín	80
10	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Antonio de Padua	78
11	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla de los Dulcísimos Nombres de Jesús y María	76
12	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia Santuario Jesús Cautivo	88

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
13	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Juan Eudes (Aguas Claras)	61
14	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla San Juan Bautista (Otaré)	70
15	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla Nuestra Señora de El Carmen – La Ermita	61
16	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Capilla La Inmaculada Barrio El Llano	72
17	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Juan XXIII	61
18	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Rafael	61
19	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia Cristo Rey	68

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
20	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Simón Stock	63
21	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia Nuestra Señora de Fátima	70
22	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia La Inmaculada Concepción	60
23	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.1 Templo (Iglesia, Claustro, Capilla, Ermita, Templo Parroquial, Templete, Santuario, Oratorio, Basílica, Catedral, Sinagoga, Mezquita, Otros)	Iglesia San Juan Pablo II	60
24	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.3 Conjunto Conventual (Claustro, Convento)	Monasterio Monjas Dominicanas Contemplativas	70
25	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.3 Arquitectura Religiosa	1.1.3.5 Palacio (Arzobispal, Episcopal)	Palacio Episcopal	73
26	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.1 Edificación gubernamental	Palacio Municipal	76
27	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.2 Edificación para la Educación	Colegio Nacional José Eusebio Caro	78
28	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.2 Edificación para la Educación	Escuela Modelo Adolfo Milanés	65

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
29	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.2 Edificación para la Educación	Instituto de Cultura y Bellas Artes Jorge Pacheco Quintero	74
30	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.3 Edificación para la Ciencia	Jardín Botánico Jorge Enrique Quintero Arenas	82
31	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.4 Edificación para la Cultura	Complejo Histórico de la Gran Convención	87
32	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.4 Edificación para la Cultura	Museo de la Gran Convención	88
33	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.4 Edificación para la Cultura	Museo Antón García de Bonilla	88
34	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.5 Escenario para la Recreación y el Deporte	Club Ocaña	70
35	1. Patrimonio Cultural	1.1 Patrimonio Cultural Material Inmueble; Grupo Arquitectónico	1.1.4 Arquitectura Institucional	1.1.4.5 Escenario para la Recreación y el Deporte	Parque Infantil Lucía Padilla de Bonilla	60
36	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Parque República de Venezuela	50
37	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Parque de Fátima	76
38	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Parque Santa Ana (Antiguo Seguro Social)	60
39	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plazoleta Marabel	60

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Inmueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
40	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plazuela de El Llano Echávez	76
41	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Parque La Modelo	76
42	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plazuela Juan XXIII	60
43	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Parque Tacaloa	76
44	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plazoleta San Antonio de Padua	65
45	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Parque José Antonio Galán	66
46	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plaza del 29 de Mayo	82
47	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plazuela de San Agustín	82
48	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Plazuela San Francisco	82
49	1. Patrimonio Cultural	1.2 Patrimonio Cultural Material Inmueble; grupo Urbano	1.2.2 Elementos de Espacio Público		Calle Antón de García Bonilla	76

Tabla 13.

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Mueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
1	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.2 Busto	Busto a Argelino Durán Quintero	61
2	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.2 Busto	Busto a Francisco de Paula Santander	61
3	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.2 Busto	Busto de José Eusebio Caro	95
4	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.2 Busto	Busto de Margario Quintero Jácome	88
5	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.2 Busto	Busto a Simón Bolívar	61
6	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.3 Estatua	Estatua de José Eusebio Caro	76
7	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a Antón García de Bonilla	68
8	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a Cristo Rey	76
9	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a la Santa Cruz	70
10	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a la Vida	76
11	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a la Virgen del Carmen	63

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Material Mueble						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
12	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a Leonelda Hernández (Barrio Cristo Rey)	70
13	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a Leonelda Hernández (Aeropuerto)	70
14	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a los Cafeteros	70
15	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Monumento a Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma	76
16	1. Patrimonio Cultural	1.4 Patrimonio Cultural Material Mueble	1.4.2 Obras en espacio público	1.4.2.6 Monumento	Columna de la Libertad de los Esclavos	100

Tabla 14.

Valoración de los atractivos turísticos Sitios Naturales						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
1	2. Sitios Naturales	2.5 Aguas lóaticas	2.5.5 Quebrada		Cascada finca privada en la Vereda Quebrada Seca	72
2	2. Sitios Naturales	2.5 Aguas lóaticas	2.5.5 Río		Río Algodonal	44
3	2. Sitios Naturales	2.9 Lugares de observación de flora y fauna			Vereda La Pradera	60
4	2. Sitios Naturales	2.10 Áreas Protegidas	2.10.3 Reserva Natural		Reserva Natural Hormiguero de Torcoroma	97

Tabla 15.

Valoración de los atractivos turísticos Patrimonio Inmaterial						
Ítem	Tipo de Patrimonio	Grupo	Componente	Elemento	Atractivo	Puntaje
1	1 Patrimonio Cultural	1.5 Patrimonio Cultural Inmaterial	1.5.14 Otro		Desfile de los Genitores)	80
2	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.1 Aniversario de fundación y/o Fiestas del Retorno	Fiesta de la Fundación de Ocaña (14 Diciembre)	80
3	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.2 Carnavales	Carnaval de Ocaña (4,5 y 6 de Enero)	80
4	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.3 Concursos y/o reinados	Reinado de la Tercera Edad (2 de Enero)	66
5	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.5 Religiosas, Patronales y/o Profanas	Semana Santa	80
5	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.5 Religiosas, Patronales y/o Profanas	Fiesta a la Virgen de Torcoroma (15 y 16 de Agosto)	80
7	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.5 Religiosas, Patronales y/o Profanas	Fiesta a la Santa Cruz (3 de Mayo)	66
8	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.5 Religiosas, Patronales y/o Profanas	Fiesta a San Antonio de Padua (13 de Junio)	72
9	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.1 Fiestas	1.6.1.5 Religiosas, Patronales y/o Profanas	Fiesta a Jesús Cautivo (2 domingo de Julio)	72
10	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.3 Eventos artísticos y culturales	1.6.3.1 Danza	Festival de Ballet al parque ciudad de Ocaña	80
10	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.3 Eventos artísticos y culturales	1.6.3.1 Danza	Concurso Folclórico Bambuco Ocañerita	72
11	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.3 Eventos artísticos y culturales	1.6.3.6 Otros	Día del Barbatusco	72
12	1 Patrimonio Cultural	1.6 festividades y Eventos	1.6.3 Eventos artísticos y culturales	1.6.3.6 Otros	Semana de la Fraternidad y la Integración Regional	72

Tabla 16.

Los atractivos que se ubican en el rango superior a 70 puntos se consideran como aquellos que reúnen las condiciones para uso turístico inmediato, haciéndolos susceptibles de inclusión en el diseño de productos y rutas turísticas; las anteriores tablas revela que son cincuenta y tres (53) atractivos los que tienen este puntaje, dentro de los que se puede mencionar: Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Capilla de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Templo de San Francisco, Capilla de Santa Rita, Catedral de Santa Ana, Iglesia San Agustín, Iglesia San Antonio de Padua, Capilla de los Dulcísimos Nombres de Jesús y María, Iglesia Santuario Jesús Cautivo, Iglesia Nuestra Señora de Fátima, Palacio Episcopal, Colegio Nacional José Eusebio Caro, Complejo Histórico de la Gran Convención, Museo de la Gran Convención, Museo Antón García de Bonilla, Plazuela de San Agustín, Monumento a Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, , Columna de la Libertad de los Esclavos, Plaza del 29 de Mayo, Plazuela San Francisco, Parque de Fátima, Calle Antón García de Bonilla, Monumento a Cristo Rey, Jardín Botánico Jorge Enrique Quintero Arenas

Por su parte, aquellos ubicados en el rango de calificación inferior a 60 puntos son considerados recursos turísticos potencialmente explotables en el mediano y largo plazo y que requieren de algunas inversiones y esfuerzos para su mejoramiento, de manera que se puedan convertir en atractivos turísticos para el municipio, en este grupo se encuentran cuatro (4) recursos turísticos, los cuales tienen diferentes grados de deterioro siendo los que necesitan mayor trabajo reconstructivo: Casona El Molino, Capilla de San Diego (Pueblo Nuevo), Parque República de Venezuela, Río Algodonal.

De acuerdo a los criterios de evaluación como Estado de Conservación, Constitución del Bien y Representatividad algunos atractivos turísticos inmuebles obtuvieron un puntaje entre 60 y 70 puntos de los cuales quince (15) bienes se encuentran dentro de esta calificación, con respecto a los bienes muebles son siete (7) los que se encuentran dentro de este rango, algunos de estos muebles o inmuebles requieren inversiones para su intervención

5.3 Atractivos Turísticos

Los atractivos turísticos de un destino podrían considerarse como el factor más importante en el momento de determinar el potencial turístico de un destino. La definición de la Organización Mundial del Turismo -OMT-, lo define como: «aquellos elementos que por sí mismos o en combinación con otros pueden despertar el interés para visitar una determinada zona o región. Es decir, sería todo elemento capaz de generar desplazamientos turísticos» (OMT, s.f.: 4). Ocaña por su parte cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos a nivel religioso, natural e histórico, encontrándose entre los más reconocidos los siguientes:

5.3.1 Turismo Religioso

Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma



Está a 5 kilómetros del casco urbano de Ocaña, en lo alto de la cordillera y es un sitio muy visitado por los feligreses. Conocido localmente como Santuario del Agua de la Virgen, es un sitio de veneración católica a la advocación de la Virgen de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma quien apareció en el lugar

el 16 de Agosto de 1711 a la familia Melo Rodríguez. En honor a su aparición se construyó una capilla que data del año 1875 y que posteriormente fue elevado a Santuario. Es declarado Bien de Interés Cultural de ámbito Nacional, mediante decreto 1425 de 16 de julio de 1972.

Virgen Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma



Fotografía: Yerson Jair

Don Cristóbal Melo y Doña Pascuala Rodríguez, vivían en una parcela en las laderas de la montaña de Torcoroma, con sus dos hijos, Felipe y José.

Felipe y José, hijos de Don Cristóbal, salieron el 15 de Agosto de 1711 hacia la montaña a buscar madera para la construcción de una canoa, para la fabricación de dulces; encontraron un buen árbol con exquisito aroma el cual talaron, pero este cayó en un barranco, los muchachos regresaron a su casa y contaron lo sucedido a sus padres.

Al día siguiente, el 16 de Agosto de 1711, Don Cristóbal sale hacia la montaña con sus hijos y deciden ir por el árbol que el día anterior habían talado, Comenzaron a tallar la "canoa" allí mismo, después de dar unos hachazos comenzó a brotar una luz y un fuerte aroma, era la "imagen de María Santísima la virgen de la Concepción", de medio relieve, con sus manos juntas y puestas sobre el pecho, con el rostro dirigido al cielo, con su corona imperial, parada sobre su media luna. Don Cristóbal y sus hijos inmediatamente se arrodillaron y comienzan a adorar la imagen. La noticia rápidamente llega a todos los rincones de la región y comienzan los primeros milagros y el Señor Vicario autorizó la veneración privada. Hoy en día la imagen de la virgen reposa en la capilla Nuestra Señoras de las Gracias de Torcoroma.

Capilla de Nuestra Señora de Las Gracias de Torcoroma



Está ubicada entre la Calle 11 y Carrera 11 esquina del barrio El Centro, construida en el año 1749 de estilo neo-colonial, de forma rectangular con cubierta a dos aguas par-nudillo y teja de barro. En este lugar reposa la imagen de la virgen

encontrada por Cristóbal Melo y sus hijos en la astilla de un árbol, en la montaña de la Torcoroma. Es Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional mediante el decreto No 2861 del 26 de noviembre de 1984.

Catedral de Santa Ana



La iglesia de la Catedral de Santa Ana, inicia su construcción en el año 1576, la primera construcción era un pequeño inmueble, con techo en paja y sin torre, se erigió en un solar vecino de donde hoy es la plaza del 29 de Mayo. En el año 1600 la edificación fue reconstruida, ya que la ciudad evolucionaba arquitectónicamente. El 18 de Mayo de 1875 un fuerte temblor sacudió a Ocaña, el cual tuvo como epicentro la ciudad de Cúcuta. Este temblor causó serios daños al templo parroquial de Santa Ana, por tal razón se tomó la decisión de derribar la edificación casi en su totalidad. El 3 de Mayo de 1879, se derrumba nuevamente la edificación y se da inicio a las nuevas obras de reconstrucción. Es un Bien de interés Cultural de Carácter Departamental, mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

Iglesia Santuario de Jesús Cautivo



El domingo de pascua de 1951 se colocó la primera piedra del actual edificio, los trabajos terminaron el 3 Enero de 1954. De arquitectura ecléctica, es una edificación de forma basilical, La nave central está conformada por una bóveda que hace alusión al libro del Génesis, cuando el Señor separa la bóveda terrena de la bóveda celeste, representada con tres imágenes, en la parte central, la imagen de la Gloria de Dios, también encontramos un ángel con lirios a sus pies representando la santidad de San José y otro ángel con un ramillete de rosas en su pecho representando la santidad de la Santísima Virgen María. Se venera en este santuario una imagen de piedra de Jesús aparecido según las crónicas en 1846. Declarado Bien de Interés Cultural de Carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

Imagen de Jesús Cautivo



Esta imagen, nos muestra a Jesús, cuando fue puesto en cautiverio por los romanos, la noche seguida de la oración del huerto de los olivos. La historia de esta imagen según la tradición oral cuenta que el segundo domingo del mes de julio del año 1838 aparece en una piedra la imagen del ecce homo a la señora Dionisia Lázaro de Navarro, quien mientras lavaba el maíz para sus oficios, le daba un tejo a sus hijos para que jugaran, este tejo por más que lo arrojaran lejos, al día siguiente aparecía nuevamente entre el maíz, cosa que le pareció muy extraña a Doña Dionisia, quien, curiosa notó que en la piedra se dibujaba la imagen de un Jesús Cautivo, la colocó en un altar y le prendió una vela, la noticia se extendió por la ciudad. La imagen se encuentra ubicada en el Santuario de la Iglesia de Jesús Cautivo.

Iglesia de San Agustín



En 1596 se inició la construcción de la ermita de San Sebastián, que hoy conocemos con el nombre de Iglesia de San Agustín, es una de las pocas edificaciones eclesiásticas que mejor conserva su estilo original, debido a las pocas intervenciones que ha tenido, con un estilo colonial. Es un Bienes de Interés Cultural de Carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

Capilla de los Dulcísimos nombres de Jesús y María



En el año de 1826 se inicia la construcción de la iglesia de los dulcísimos nombres de Jesús y María, conocida popularmente como la "Iglesia del dulce nombre". Es una construcción de estilo republicano o

neo-clásico de forma basilical, conformada por tres naves, cada una de ellas están divididas por filas de arcos a medio punto que descansan sobre columnas de fuste liso, con basa cuadrada y capitel circular. Es un Bien de Interés de Carácter Municipal mediante el Acuerdo 06 de 2007.

Templo de San Francisco



Construida en 1583, célebre en la historia por haberse realizado en él la Gran Convención de Ocaña; hace parte del Complejo Histórico de la Gran Convención de Ocaña. El templo de San Francisco es de estilo republicano o neo clásico, es una edificación de forma rectangular, conformada por una nave, cubierta por un techo par nudillo a dos aguas. A lo largo de su historia ha tenido modificaciones arquitectónicas. El Complejo de San Francisco es declarado como Bien de Interés Cultural Nacional, por la Ley 75 del 22 de septiembre de 1937.

Capilla de Santa Rita



Esta capilla es de estilo colonial, que fue construida en el siglo XVII, La fachada tiene un cuerpo principal donde se encuentra el acceso a la iglesia, el cual está localizado en medio de la fachada, compuesto por una puerta en madera, de dos hojas, con arco de medio punto, está enmarcada por dobles columnas sobrepuestas que rematan en una cornisa escalonada, la cual, divide el cuerpo inferior de la espadaña. El interior del edificio es bastante sencillo, conformado por una nave y muros lisos, el presbiterio se eleva un escalón y está separado de la nave por una baranda en madera y metal. La tradición oral ocañera vincula esta iglesia con la leyenda del encomendero Don Antón García de Bonilla. La capilla de Santa Rita es declarada como Bien de Interés Cultural de carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

Monasterio Monjas Dominicanas Contemplativas



Arquitectura colonial religiosa que data del siglo XVII. Funcionó allí el tribunal de la santa inquisición., se encuentra en la esquina de la calle conocida como "EL Embudo" con la calle 10. En sus terrenos bajos, fue descubierta una especie de calabozo en el cual se hallaron restos humanos, grilletes y algunos objetos cuando se estaba construyendo el monasterio de las monjas. Es un Bien de Interés Cultural de carácter Municipal mediante el acuerdo 06 de 2007.

Capilla de San José



Ubicada en el corregimiento de Buenavista, donde se celebran las fiestas patronales en honor a Santa Lucía, como protectora de la vista. La capilla es de

estilo republicano o neo clásico, de una edificación de forma rectangular. Es un Bien de Interés de Carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

Monumento a la Virgen del Carmen



El monumento está ubicado en la iglesia de San Simón Stock en el barrio El Carmen, la imagen fue traída en pequeños pedazos desde la región de Boyacá el 16 de julio de 1949 por iniciativa de las Hermanas de la Presentación; la base sobre la cual se encuentra es de caliza (cal revuelta con arena). Este monumento es reconocido como Bien de Interés Cultural de Carácter Municipal mediante el acuerdo 06 de 2007.

Monumento de Cristo Rey



La estatua monumental de bronce con baño de cobre, fabricada por la Casa Bochaca, de Barcelona (España); fundida por el señor Barberi, de Olot (España), es la obra de mayores dimensiones que en Europa se ha construido para Sur América; su altura es de 6 metros y su pedestal es de 12 metros, fue trasladada a Ocaña por el Cable Aéreo desde Gamarra; ubicada en el antiguo Cerro de la Horca, lugar utilizado durante la Colonia para realizar ejecuciones; su bendición se realizó el 17 de agosto de 1935. Desde este lugar se puede observar todo el municipio de Ocaña. Es un Bien de Interés Cultural de carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

5.3.2 Turismo Histórico

Columna de los Esclavos



Como único testimonio material que existe en Colombia que conmemora la abolición de la esclavitud en nuestro país, el monumento está formado por cinco anillos concéntricos que simboliza los cinco países libertados por Simón Bolívar y está ubicada en la Plaza del 29 de mayo, es un bien de Interés Cultural de Carácter Nacional mediante la Resolución 620 del 11 de abril de 2002.

Complejo Histórico de la Gran Convención



Entre el 9 de abril y el 11 de junio de 1828, se desarrolló allí La Gran Convención de Ocaña, cuyo objeto fue la reforma de la Constitución expedida en Cúcuta en

1821; fue escogido este lugar por su templo, ya que era costumbre usarlos para este tipo de eventos y resalta su papel en la historia política del país.

Está constituido por el templo de San Francisco quien fue el antiguo convento de la orden franciscana y una plazuela, denominada de la Gran Convención. Funciona en este Complejo la Biblioteca Pública Municipal "Luis Eduardo Pérez Courvel", la Academia de Historia de Ocaña, el Museo de la Gran Convención, que hace parte de la Red Nacional de Museos y la Secretaría de Educación, Cultura y Turismo municipal. Este inmueble fue declarado como Bien de Interés Cultural de Carácter Nacional mediante la Ley 75 del 22 de septiembre de 1937.

Museo de la Gran Convención



Cuenta con una Arquitectura institucional religiosa de la colonia., construido entre 1583 y 1584. Los salones donde está localizado el Museo, fueron antiguas celdas del Convento franciscano que funcionó allí hasta mediados del siglo XIX. El museo está ubicado en el Complejo Histórico de la Gran Convención en el Barrio San Francisco. El

objetivo del museo es el de adquirir, conservar, divulgar, investigar y exhibir objetos que hicieron parte de la Convención Constituyente de 1828, reunida en Ocaña. Es un bien de Interés Cultural de Carácter Nacional mediante la Ley 10 del 21 de Enero de 1977.

Museo Antón García de Bonilla



La arquitectura del museo es considerada colonial doméstica urbana del siglo XVII, con paredes en tapia pisada; cubierta de madera, caña brava y teja española. El Museo se encarga de investigar, preservar, exhibir y divulgar la historia de Ocaña y su antigua provincia, por medio de sus colecciones y su patrimonio inmueble. Cuenta con siete salas, donde se encuentran la sala de personajes, de arte religioso, de vida cotidiana XIX, Siglos XIX y XX, época prehispánica y exposiciones temporales. El museo cuenta con 226,6 m² para el área de exposición y se encuentra ubicado en el barrio de San Agustín. Es un Bien de Interés Cultural de carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

Colegio Nacional José Eusebio Caro



El centro de educación considerado el Alma mater de Ocaña, fundado en 1911, tiene sus raíces en la época colonial y allí se formaron grandes personalidades de Ocaña y la región, como poetas, músicos, escritores, políticos y profesionales de gran trayectoria y reconocimiento. Construido en terrenos donde nació el ilustre José Eusebio Caro. Es un bien de Interés Cultural de Carácter Nacional mediante la Ley 1987 del 30 de Julio de 2019

Casa donde se hospedó a Simón Bolívar



Arquitectura tradicional, restaurada y convertida en el Club Ocaña. En su interior se pueden observar dos placas que recuerdan la primera visita del Libertador Simón Bolívar a Ocaña. Esta casa es declarada Bien de Interés Cultural de Carácter Departamental mediante el decreto No 1044 del 31 de diciembre de 2003.

5.3.3 Turismo de Naturaleza

Jardín Botánico Jorge Enrique Quintero Arenas



Ubicado en la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña, Esta zona de conservación cuenta con una extensión de 31.28 hectáreas, es característico por su formación vegetal de Bosque Seco Tropical, cuenta con una gran diversidad de especies de flora, lo que ha proyectado a esta área de conservación como un instrumento importante de investigación de la fauna y flora por parte de la comunidad estudiantil universitaria.

Reserva Natural Hormiguero de Torcoroma



Está ubicada en la vereda Agua de la Virgen, en este lugar encontramos el ave Hormiguero Pico de Hacha (*Clytocybastes*

alixii), una especie catalogada como en peligro de extinción y que fue redescubierta en el año de 2006. La reserva cuenta con un circuito de senderos en los cuales se puede observar la avifauna y en general la fauna y la flora de la reserva. En este lugar se pueden avistar 79 especies de aves según el libro del inventario de aves con fines turísticos de Fontur y la Cámara de Comercio de Ocaña.

Camino de Herradura al Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma



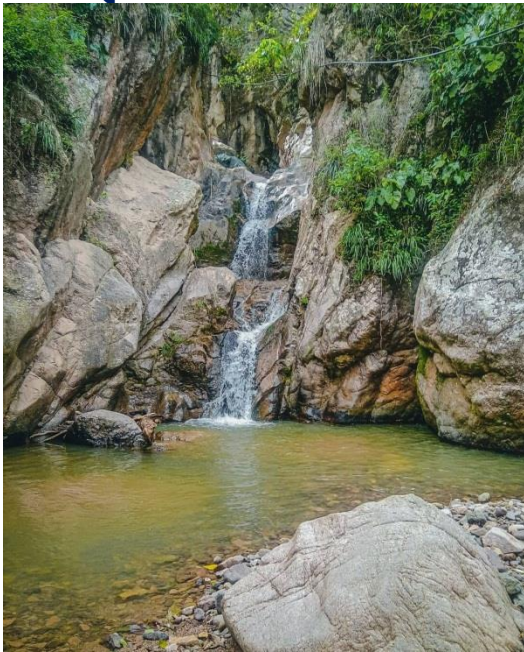
El camino de Herradura hacia el Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, está a una distancia de 1.57 kilómetros desde el barrio Villanueva hasta el Santuario. Es el camino utilizado como senderismo y como ruta alterna para arribar al Santuario de Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, donde los feligreses elevan plegarias y cumplen promesas hechas a la virgen, este sendero te permite apreciar el paisaje siendo ideal para hacer fotografías.

Cerro Azul - Vereda Las Liscas



Esta ubicada detrás de la Universidad Francisco de Paula Santander, es un lugar que te permitirá disfrutar de la naturaleza en todo su esplendor, es una ruta utilizada para practicar senderismo y ciclismo.

Vereda Quebrada Seca



Un lugar ideal para realizar caminatas ecológicas, deporte y senderismo, en uno de los predios se puede apreciar de esta maravillosa cascada de agua.

Vereda La Pradera



Este lugar es utilizado para realizar senderismo que te permite realizar una simbiosis entre deporte, cultura y medio ambiente. Cuando realizas el recorrido por este lugar te encontrarás con la Hacienda Villa Barbosa donde se dice que Santander descansaba durante la Gran Convención de Ocaña.

Vereda La Rinconada



Un lugar ideal para realizar ciclismo, caminatas ecológicas y senderismo.

6. Infraestructura

6.1 Vías de Acceso

En cuanto a accesibilidad, la ciudad tiene un eje vial predominante que es la Avenida Francisco Fernández de Contreras, que hacia el norte, saliendo por la Ciudadela Norte comunica al municipio con Bucaramanga, la costa Atlántica y la capital del país y hacia el sur saliendo por la Ermita, comunica con Cúcuta y Venezuela.

Las rutas de conectividad más importantes que conectan con ciudades capitales del Norte de Santander, del Cesar y Santander con Ocaña son:

- Cúcuta – Ábrego – Ocaña (6 horas)
- Bucaramanga – San Alberto – Aguachica – Ocaña (5 horas)
- Barrancabermeja – San Alberto – Aguachica – Ocaña (4 horas)
- Bogotá – San Alberto – Aguachica – Ocaña (5 horas)
- Barranquilla – Aguachica – Ocaña 8 horas)
- Medellín – Puerto Berrio- San Alberto – Aguachica- Ocaña (12 horas)

Por otro lado, también están las siguientes rutas intermunicipales que conectan con Ocaña:

- Ábrego – Ocaña (40 Minutos)
- Hacarí – La Playa de Belén – Ocaña (2 horas)
- La Playa de Belén – Ocaña (35 Minutos)
- San Calixto – Teorama – Ocaña (2 horas)

- Teorama – Ocaña (1 hora)
- Convención – Ocaña (1 hora)
- El Carmen – Río de Oro – Ocaña (1 hora con 20 Minutos)
- Río de Oro – Ocaña (15 Minutos)
- González – Ocaña (30 Minutos)

6.2 Servicio de Transporte

Con respecto al servicio de transporte terrestre el municipio cuenta con 8 empresas que prestan el servicio de interdepartamental e intermunicipal: Cootransunidos Ltda, Cootranshacaritama Ltda, Coopmotilon Ltda, Transportes Peralonso Ltda, Cootaxi Ltda, Cootragua Ltda, Omega Ltda y Copetran Ltda.

Con respecto al servicio de transporte Aéreo, el municipio cuenta con el Aeropuerto de Aguas Claras que durante 15 años se contó con vuelos comerciales a Cúcuta, Bucaramanga, Barrancabermeja, Bogotá y Medellín, pero desde el año 2013 se suspendió este servicio y se han realizado muchos esfuerzos para reactivar el aeropuerto, pero no ha sido posible, aunque a la fecha se viene ofreciendo vuelos chárter de carácter privado a través de la comercializadora Aero Torcoroma Vuelos Chárter S.A.S

6.3 Servicio de Salud

En materia de salud, Ocaña cuenta con el Hospital Emiro Quintero Cañizares, institución de Nivel 2, que presta los servicios de consulta médica general y especializada, odontología general, psicología, hospitalización, laboratorio clínico, imágenes diagnósticas,

ultrasonido, endoscopias, ecocardiograma, fisioterapia, urgencias 24 horas, programas de promoción y prevención de enfermedades, salas de quirófano, procedimientos, transporte básico y medicalizado, transfusión sanguínea, UCI adultos, UCI neonatal, Cuidados básicos neonatales, cuidados básicos neonatales, cuidados intensivos pediátricos, cuidados intermedios pediátricos.

Las EPS que prestan el servicio de salud en el municipio son las siguientes: EPS Sanitas, Nueva EPS, Coosalud, Comfaoriente, Ecoopsos, Asmetsalud y el Régimen Especial Clínica Médico Quirúrgico Sede ambulatoria Ocaña para los docentes.

6.4 Otros Servicios

En general la cobertura de servicios públicos de acueducto, alcantarillado, recolección de basuras, gas domiciliario, energía, telefonía e Internet de Ocaña es buena.

En la zona rural el agua se provee a través de acueductos veredales o por captaciones directas de los nacimientos, pero la potabilización del agua es escasa o nula.

Dentro de los servicios sociales se encontró que Ocaña cuenta con Estación de Policía, Cuerpo de Bomberos Voluntarios, Defensa Civil y una sede de la Cruz Roja.

El Municipio tiene oferta de almacenes de cadena, supermercados, tiendas de ropa;

así como las siguientes entidades financieras: Banco Agrario, Davivienda, Bancolombia, Banco de Bogotá, Banco Caja Social, Banco BBVA, Banco W, Crezcamos, Financiera Coomultrasan, Fundación de la Mujer y la Cooperativa de ahorro y crédito Crediservir.

También encontramos el mercado público un lugar donde se comercializa la mayor parte de abastos del municipio, en este sector se encuentra un departamento de cárnicos o pesas como coloquialmente se le conoce, también pueden encontrar la comercialización de frutas, verduras y hortalizas donde la mayor parte de la población de Ocaña realiza sus compras.

Este sitio es el mayor centro de acopio donde los comerciantes realizan sus negocios con productos como la Cebolla, el tomate, el fríjol que son vendidos a centros de acopio de ciudades como de la costa caribe.

7. Planta Turística

7.1 Sector de Alojamiento

Revisada la información suministrada por la Cámara de Comercio de Ocaña que registran 78 establecimientos cuya actividad comercial es el servicio de alojamiento y cruzada con la página web del Registro Nacional de Turismo (RNT) con corte a Noviembre de 2022 se tiene la siguiente información

Con RNT	Cantidad
Con RNT	68
Sin RNT	5
Suspendidos por no renovar	2
Cancelados por no renovar	1
Cancelados por Matricula Mercantil	1
Cancelados voluntariamente	1
Total	78

Tabla 17.

Fuente: Elaboración propia
Con cohorte a 30 de diciembre de 2022

Subcategoría de Alojamiento según RNT	Cantidad
Hoteles	57
Apartahotel	9
Sin Subcategoría por no tener RNT	5
Hostal	6
Fincas Turísticas	1
Total	78

Tabla 18.

Fuente: Elaboración propia
Con cohorte a 30 de diciembre de 2022

Del 100% de los establecimientos de alojamiento registrados ante la Cámara de Comercio de Ocaña, solamente TRES (3) están afiliados a la Asociación Hotelera y Turística de Colombia COTELCO del Norte de Santander.

Servicios ofrecidos por el sector de alojamiento

Además del hospedaje, los establecimientos proveen a los huéspedes de servicios adicionales como restaurante, salón de eventos y reuniones, parqueadero entre otros, que complementan y hacen atractivo el lugar y agradable su estadía. Al realizar el análisis de los datos tomados se encontró que solo la mitad de los hoteles tiene servicio de restaurante, el 65% cuenta con parqueaderos y el 90% cuenta con wifi en sus instalaciones, servicios adicionales como lavado de ropa, salón de reuniones, jacuzzi. El porcentaje de hoteles que lo ofertan equivale a menos del 50%.

Promoción y publicidad del sector de alojamiento

El 93% de los establecimientos de alojamiento tienen algunas estrategias para la promoción de sus servicios, las principales son: las redes sociales como: Facebook, Instagram y Whatsapp y con respecto a las plataformas digitales usadas para vender sus servicios son: TripAdvisor, Booking, a-hotel.com, Nexdu.com, Agoda.com, Hoteles.com, Trivago, Viamichelin, Expedia, Airbnb, Atrapalo, Despegar.com, glotels.com, Hoteles Resorts & Suit y Hotelandplace.com.

Elaboración de registros

Del total de hoteles encuestados llevan el registro de la procedencia de sus huéspedes, manifestando que reciben personas de Barrancabermeja, Bogotá, Bucaramanga, Cartagena, Cúcuta,

Barranquilla, Medellín, Valledupar y de pueblos de la provincia de Ocaña.

Es de anotar que los prestadores de servicio de alojamiento en su mayoría desconocen la entrada en vigencia de la resolución 409 del 23 de marzo de 2022, con respecto a la implementación de la tarjeta de registro de alojamiento (TRA) a pesar de que la Secretaría de Educación, Cultura y Turismo de Ocaña ha realizado campañas de sensibilización de la presente resolución emitida por el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.

Por otra parte de la información registrada en los hoteles se desprende indagar respecto al motivo de la visita al Municipio, en este sentido los establecimientos de alojamiento reciben en mayor proporción agentes viajeros, personas dueñas de empresas o empleados que vienen a atender los requerimientos de los comerciantes de Ocaña y la región en cuanto a pedidos de mercancías para surtir sus negocios; el grupo de visitantes médicos, es otro tipo de huésped que viene mucho a Ocaña, además de personas que vienen con el objeto de comercializar sus productos y atender las necesidades de sector de la salud, por lo que se podría incluir dentro de este gran grupo de visitantes los cuales se pueden catalogar como personal de ventas. Dentro de este gran grupo algunos hacen turismo en el

municipio sin embargo no están catalogados dentro de este tipo exclusivo de visitantes,

Respecto al registro de extranjeros solo el 33% presenta este reporte al SIRE y manifestaron que han recibido huéspedes provenientes de Argentina, China, España, Estados Unidos, Holanda, México, Perú y Venezuela, algunos de los administradores de los establecimientos de alojamiento manifestaron el desconocimiento del Sistema de Información del Registro de Extranjeros (SIRE).

Cualificación del personal

Respecto a la formación del personal que labora en los hoteles tienen niveles, tecnológicos y profesionales, en cuanto a recepcionistas, y administrativos, el personal encargado de camarero y mesero su grado de escolaridad es bachiller, referente al personal con dominio de una segunda lengua, el 95% de los encuestados manifiestan que no cuentan con personal bilingüe.

Sobre el conocimiento de sitios turísticos del Municipio el 91% del personal identifica los sitios turísticos de Ocaña, sin embargo, el 90% no cuentan con guías turísticas impresas, para orientar a sus huéspedes sobre los sitios que puede visitar durante su estadía.

Listado de los establecimientos de alojamiento operando en Ocaña

Ítem	Nombre del establecimiento de alojamiento	Subcategoría	Comuna	Nombre del barrio o zona rural	Dirección Comercial	Teléfono
1	Hospedaje San Gabriel	Hotel	1	Cl del Dulce Nombre	CL 9 No 12-74	3177147721
2	Hotel El Poblado Ocaña	Hotel	1	Cl del Dulce Nombre	CR 13 No 9 -75	3172230000
3	Hotel Plaza Real Ocaña	Hotel	1	El Centro	CR 13 No 11 25	3138003935
4	Doña María Hotel Boutique	Hotel	1	El Centro	CL 10 No 10-30	3103298726
5	Hotel Alemana	Hotel	1	El Centro	CL 10 No 13-13 P2	3186043359
6	Hotel El Camino	Hotel	1	El Centro	CL 11 No 13-59	3186588526
7	Hotel El Príncipe	Hotel	1	El Centro	CL 10 No 10-49	3187075937
8	Hotel El Príncipe Campestre	Hotel	1	El Centro	CR 10 No 9B-14	3138849810
9	Hotel Hacaritama Ocaña	Hotel	1	El Centro	CL 10 No 12-57	3178303882
10	Hotel Majestic Ocaña	Hotel	1	El Centro	CR 12 No 11-64 Local 105	3219887245
11	Hotel Marialu	Hotel	1	El Centro	CR 14 No 9-53	3165327345
12	Hotel Mirador El Cacique	Hotel	1	El Centro	CL 9 No 12-38	3168234604
13	Hotel Real	Hotel	1	El Centro	CL 12 No 12-39	3173833012
14	Hotel Ocaña Imperial	Hotel	1	El Centro	CL 9 No 13-09	3124073472
15	Hotel Sofy Suites	Hostal	1	El Mercado	CL 9 No 14-42	3124731437
16	Alojamiento Parqueadero Y Taller Jj	Apartahotel	1	El Mercado	CL 7 No 12-41	3212456397
17	Casa Blanca Ocaña	Hostal	1	El Mercado	CL 8 No 14-64	3157738335
18	El Castillo Del Rey	Hotel	1	El Mercado	CL 8 No 15-14	3168299673
19	Hospedaje La Torcoroma De Ocaña	Hotel	1	El Mercado	CR 15 No 8-69	3218239749
20	Hospedaje Mis Cabañas	Apartahotel	1	El Mercado	CL 8 No 14-44	3182435613
21	Hospedaje Y Restaurante Cecilia	Hotel	1	El Mercado	CL 8 No 14-68	3228877903
22	Hotel Abimelec P	Hotel	1	El Mercado	CR 15 No 8-35	6075691105
23	Hotel Diamante Ocaña	Hotel	1	El Mercado	CR 15 No 8-63	3225605236
24	Hotel El Recuerdo	Hotel	1	El Mercado	CR 15 No 8-27	3155863701
25	Hotel Las Americas Ocaña	Hotel	1	El Mercado	CL 9 No 14-51	6075624531
26	Hotel Plaza Mayor Ocaña	Apartahotel	1	El Mercado	CL 8A No 14-38	6075696313
27	Hotel Puerta Del Sol Ocaña	Hotel	1	El Mercado	CL 8A No 14-02	3223066578
28	Hotel Santander Ocaña	Hotel	1	El Mercado	CL 8 No 14-72	3208292890
29	Hotel Sueño Real	Hotel	1	El Mercado	CR 15 No 7A-66 P 2	3118360951
30	Hotel Villa Luz	Hotel	1	El Mercado	CL 8 A No14-13	3167126379
31	Residencia La Orquídea	Hotel	1	El Mercado	CL 8 No 13-18	3158931617
32	Residencia Ocaña Plaza # 1	Hostal	1	El Mercado	CR 14 No 7-11	3168699982
33	Residencia Villa Paraíso	Hotel	1	El Mercado	CR 14 No 7-25 P2	3172822563
34	Residencias Jhonatan.C	Apartahotel	1	El Mercado	CL 8 No 14-66	3174122918
35	Residencias Las Delicias	Hostal	1	El Mercado	CL 8 No 15-23 Apto 201 P2	3132337632

Ítem	Nombre del Establecimiento De Alojamiento	Subcategoría	Comuna	Nombre del Barrio O Zona Rural	Dirección Comercial	Teléfono
36	Residencias Ocaña Plaza	Hostal	1	El Mercado	CR 14 No 7-37	3168699982
37	Residencias San José	Hotel	1	El Mercado	CR 14 No 7-59	3158266571
38	Residencias San Marcos.	Hotel	1	El Mercado	CR 14 No 7-53	3185293008
39	Hotel La Colina Ocaña	Hotel	1	El Mercado	CR 15 No 8-34	3115881824
40	Hospedaje El Zaguán De Las Aguas	Apartahotel	1	El Tamaco	CR 11 No 12-66	6075695623
41	Hotel Tarigua Ocaña	Hotel	1	El Torito	CR 12 No 8-47	3106067667
42	Casa de Huéspedes La Rotina	Hotel	1	La Rotina	CL 8 No 14-90	3214630054
43	Hotel Dr Juan José	Hotel	1	La Rotina	CR 16B No 8-07	3224700586
44	Hotel Loma Linda	Hotel	1	La Rotina	CL 8 No 15-14	3227336622
45	Alojamiento Los Andes	Apartahotel	1	Los Altillos	CL 8 No 12-65	3165187799
46	Hotel Primavera Real Ocaña	Hotel	1	Los Altillos	CL 8 No 12-19	3175799453
47	San Agustín Plaza Hotel	Hotel	1	San Agustín	CL 11 No 16-93	3102775848
48	Hotel San Cayetano	Hotel	1	San Cayetano	CL 9 No 15-13	3178241158
49	Residencia Cristal 5 Ocana	Hostal	1	San José	CL 7 No 14-22	3214431395
50	Hotel Santa Ana Ocaña	Hotel	1	Santa Ana	CR 13A No 15-32	3133262277
51	Hotel Acolsure	Hotel	3	Acolsure	CR 11 No 40-87	3154466894
52	Hotel Santiago Ocaña	Hotel	3	Circunvalar	CR 15 No 17 B 50 LT 5	3103282082
53	Hotel Turístico Paisaje Ocañero	Hotel	3	Circunvalar	KDX 3B No 1-498	3157240242
54	La Leonelda	Hotel	3	Circunvalar	CR 11 No 19 220	3125918369
55	Hospedaje La Circunvalar	Hotel	3	Circunvalar	AV. Circunvalar No 17A-57	3163292831
56	Hotel San Francisco Ocaña	Hotel	3	Circunvalar	CR 11 No 40-40	3012243343
57	Hotel B 3	Hotel	3	El Carretero	CR 10 No 14-16	3125025049
58	Hotel Don Luis Ocaña	Hotel	3	El Carretero	CR 10 No 11-77	3134797373
59	Rancho Alegre Hotel	Apartahotel	3	Gustavo Alayon	CR 10 No 15-46	3178461222
60	Hospedaje Popular De Ocaña	Hostal	3	Jesús Cautivo	CR 6 No 13-57-59	3166666098
61	Hotel Y Restaurante D'Nostre	Hotel	3	La Carretera Central	CR 7 No 18-18	3153323655
62	Hotel Altamira Ocaña	Hotel	3	La Luz	CR 15 No 11-49	3005322053
63	Hotel Bella Vista De Ocaña	Hotel	3	Las Mercedes	CR 10 No 13B-36	3186743207
64	Hotel Familiar	Hotel	5	Jardines De La Rosa	CL 8 A No 29-97	3158672084
65	Hotel Y Restaurante Bello Horizonte 2	Hotel	5	La Primavera	CR 33 M No 7A-09	3016076791
66	Hospedaje Silvia Juliana	Hotel	6	Bermejil	CR 49 No 4-36 P2	3203018242
67	Hotel San José 49	Hotel	6	Bermejil	CR 49 No 3-06	3168686106
68	Hotel El Líbano Ocaña	Hotel	6	El Líbano	CL 7 No 55-116	3123737612
69	Residencias Cotransregional Ocaña	Hostal	6	El Líbano	CL 7 No 56-04	6076428112
70	Hotel Atlantis Thematic	Apartahotel	6	El Líbano	CL 7 No 56-97	3103132309

Ítem	Nombre del Establecimiento De Alojamiento	Subcategoría	Comuna	Nombre del Barrio O Zona Rural	Dirección Comercial	Teléfono
71	Residencias Primavera	Hostal	6	La Gloria	CL 6 No 37-84	3022077949
72	Los Leones Hotel House	Hotel	6	La Ondina	KM 1 Salida a Río de Oro	3136995631
73	Hotel Santa Clara Inn	Hotel	6	Santa Clara	CL 5 No 48-75	3177321080
74	Hotel Vicky	Apartahotel	6	Santa Clara	KDX 412-200	3222161364
75	Residencia Calamar	Hotel	6	Santa Clara	CL 6 No 48-72 P2	3204847090
76	Residencia Nacional	Hotel	6	Santa Clara	CR 49 No 5A-44 P2	3124954219
77	Piedra Partida Alojamiento Campestre	Finca Turística (Alojamiento Rural)	Sector Rural	El Panche	El panche finca villa lina	3223081094
78	Encenillo Ecolodge	Finca Turística (Alojamiento Rural)	Sector Rural	Vereda La Rinconada	Vereda la rinconada finca encenillo	3219856225

Tabla 19.

Fuente: Elaboración propia con cohorte 30 de noviembre 2022

Capacidad de alojamiento

De los 78 establecimientos de alojamiento registrados ante la Cámara de Comercio de Ocaña solo 44 respondieron la encuesta con el objetivo de conocer la capacidad del servicio de alojamiento en el municipio de Ocaña, contando con 1012 habitaciones y 1463 camas.

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿De cuántas Habitaciones tienen?	¿Cuántas Camas en total tienen?	¿Cuántas Camas dobles tienen?	¿Cuántas Camas sencillas tiene el Hotel?	¿Cuántos Camarotes tienen?
1	Hospedaje San Gabriel	5	7	5	2	0
2	Hotel El Poblado Ocaña	19	32	17	13	2
3	Hotel Plaza Real Ocaña	20	45	20	25	0
4	Doña María Hotel Boutique	8	9	7	2	0
5	Hotel Alemana	20	25	13	12	0
6	Hotel El Camino	12	24	12	12	0
7	Hotel El Príncipe	47	64	40	18	6
8	Hotel El Príncipe Campestre	61	125	61	64	0
9	Hotel Hacaritama Ocaña	45	97	37	60	0
10	Hotel Majestic Ocaña	29	54	29	25	0
11	Hotel Marialu	30	38	15	15	8
12	Hotel Mirador El Cacique	15	22	15	4	3
13	Hotel Real	27	44	37	7	0
14	Hotel Ocaña Imperial	20	26	20	6	0
15	Hotel Sofy Suites	11	14	10	3	1
16	Hospedaje La Torcoroma De Ocaña	13	17	11	6	0
17	Hotel Sueño Real	27	31	22	9	0

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿De cuántas Habitaciones tienen?	¿Cuántas Camas en total tienen?	¿Cuántas Camas dobles tienen?	¿Cuántas Camas sencillas tiene el Hotel?	¿Cuántos Camarotes tienen?
18	Hotel La Colina Ocaña	37	50	35	15	0
19	Hotel Tarigua Ocaña	52	111	42	69	0
20	Casa De Huéspedes La Rotina	7	9	8	1	0
21	Hotel Dr Juan José	55	61	39	22	0
22	Hotel Primavera Real Ocaña	20	32	20	11	1
23	San Agustín Plaza Hotel	31	40	26	14	0
24	Hotel San Cayetano	18	20	20	0	0
25	Hotel Santa Ana Ocaña	16	20	14	2	4
26	Hotel Acolsure	34	34	22	12	0
27	Hotel Turístico Paisaje Ocañero	39	45	29	16	0
28	La Leonelda	8	15	3	12	0
29	Hotel San Francisco Ocaña	41	53	43	10	0
30	Hotel Don Luis Ocaña	6	10	6	2	2
31	Rancho Alegre Hotel	27	27	12	5	10
32	Hotel Y Restaurante D'Nostre	12	14	12	2	0
33	Hotel Bella Vista De Ocaña	15	24	6	18	0
34	Hospedaje Silvia Juliana	7	9	7	2	0
35	Hotel San José 49	15	21	18	3	0
36	Hotel El Líbano Ocaña	48	48	37	10	1
37	Hotel Atlantis Thematic	22	29	22	5	2
38	Los Leones Hotel House	19	19	3	16	0
39	Hotel Santa Clara Inn	15	18	15	3	0
40	Hotel Vicky	20	24	20	3	1
41	Residencia Calamar	15	19	14	5	0
42	Residencia Nacional	13	17	7	9	1
43	Piedra Partida Alojamiento Campestre	8	16	12	0	4
44	Encenillo Ecolodge	3	4	4	0	0
TOTAL		1012	1463	867	550	46

Tabla 20.

Fuente: Elaboración propia con cohorte 30 de noviembre 2022.

Tarifas de alojamiento

Las tarifas en el alojamiento van desde \$15.000 hasta \$150.000 en acomodación sencilla y desde \$25.000 hasta \$180.000 en acomodación doble.

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿Cuál es la tarifa para una persona por habitación?	¿Cuál es la tarifa para dos personas por habitación?	¿Cuál es la tarifa para tres personas por habitación?	¿Cuál es la tarifa para más de cuatro personas por habitación?
1	Hospedaje San Gabriel	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 50.000
2	Hotel El Poblado Ocaña	\$ 40.000	\$ 70.000	\$ 90.000	\$ 100.000
3	Hotel Plaza Real Ocaña	\$ 55.000	\$ 90.000	\$ 120.000	\$ 160.000
4	Doña María Hotel Boutique	\$ 90.000	\$ 120.000	\$ 150.000	No aplica
5	Hotel Alemana	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 80.000	No aplica
6	Hotel El Camino	\$ 60.000	\$ 90.000	\$ 120.000	\$ 150.000
7	Hotel El Príncipe	\$ 46.000	\$ 70.000	\$ 105.000	\$ 140.000
8	Hotel El Príncipe Campestre	\$ 70.000	\$ 90.000	\$ 135.000	\$ 180.000
9	Hotel Hacaritama Ocaña	\$ 70.000	\$ 100.000	\$ 130.000	\$ 160.000
10	Hotel Majestic Ocaña	\$ 40.000	\$ 80.000	\$ 120.000	\$ 150.000
11	Hotel Marialu	\$ 40.000	\$ 70.000	\$ 85.000	\$ 105.000
12	Hotel Mirador El Cacique	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 70.000	\$ 90.000
13	Hotel Real	\$ 50.000	\$ 70.000	\$ 105.000	\$ 40.000
14	Hotel Ocaña Imperial	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 70.000	\$ 80.000
15	Hotel Sofy Suites	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 80.000
16	Hospedaje La Torcoroma De Ocaña	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 30.000	No aplica
17	Hotel Sueño Real	\$ 22.000	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 55.000
18	Hotel La Colina Ocaña	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 40.000	\$ 50.000
19	Hotel Tarigua Ocaña	\$ 102.000	\$ 154.000	\$ 206.000	\$ 258.000
20	Casa De Huéspedes La Rotina	\$ 20.000	\$ 30.000	\$ 40.000	No aplica
21	Hotel Dr Juan José	\$ 35.000	\$ 45.000	\$ 65.000	No aplica
22	Hotel Primavera Real Ocaña	\$ 30.000	\$ 55.000	\$ 75.000	\$ 95.000
23	San Agustín Plaza Hotel	\$ 120.000	\$ 150.000	\$ 180.000	\$ 230.000
24	Hotel San Cayetano	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 60.000	\$ 80.000
25	Hotel Santa Ana Ocaña	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 65.000
26	Hotel Acolsure	\$ 30.000	\$ 50.000	No aplica	No aplica
27	Hotel Turístico Paisaje Ocañero	\$ 50.000	\$ 80.000	\$ 90.000	\$ 35.000
28	La Leonelda	\$ 50.000	\$ 90.000	\$ 130.000	\$ 160.000
29	Hotel San Francisco Ocaña	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 70.000	\$ 100.000
30	Hotel Don Luis Ocaña	\$ 30.000	\$ 40.000	\$ 50.000	\$ 60.000
31	Rancho Alegre Hotel	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 35.000	\$ 40.000
32	Hotel Y Restaurante D'Nostre	\$ 40.000	\$ 70.000	\$ 60.000	No aplica
33	Hotel Bella Vista De Ocaña	\$ 20.000	\$ 35.000	\$ 50.000	No aplica
34	Hospedaje Silvia Juliana	\$ 12.000	\$ 17.000	\$ 22.000	\$ 30.000
35	Hotel San José 49	\$ 30.000	\$ 50.000	\$ 60.000	\$ 80.000
36	Hotel El Líbano Ocaña	\$ 25.000	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 80.000
37	Hotel Atlantis Thematic	\$ 25.000	\$ 45.000	\$ 50.000	\$ 80.000

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿Cuál es la tarifa para una persona por habitación?	¿Cuál es la tarifa para dos personas por habitación?	¿Cuál es la tarifa para tres personas por habitación?	¿Cuál es la tarifa para más de cuatro personas por habitación?
38	Los Leones Hotel House	\$ 40.000	\$ 60.000	\$ 80.000	No aplica
39	Hotel Santa Clara Inn	\$ 45.000	\$ 75.000	\$ 120.000	\$ 150.000
40	Hotel Vicky	\$ 25.000	\$ 35.000	\$ 50.000	\$ 60.000
41	Residencia Calamar	\$ 15.000	\$ 20.000	\$ 25.000	\$ 35.000
42	Residencia Nacional	\$ 15.000	\$ 25.000	\$ 30.000	No aplica
43	Piedra Partida Alojamiento Campestre	\$ 80.000	\$ 180.000	\$ 220.000	\$ 260.000
44	Encenillo Ecolodge	\$ 150.000	\$ 180.000	\$ 210.000	No aplica

Tabla 21.

Fuente: Elaboración propia – Tarifas año 2022.

Cantidad de Huéspedes Nacionales y Extranjeros registrados en los establecimientos de alojamiento.

Como se podrá observar en la siguiente tabla durante el año 2021 a pesar de las restricciones para la movilidad de las personas ocasionada por la pandemia del Covid 19, se tuvo afluencia de 53.822 personas registradas en los establecimientos de alojamiento de huéspedes de origen nacional y de 2.184 de origen extranjero mostrando una leve recuperación económica con respecto al año 2020.

Con respecto al período del 1 de enero al 30 de noviembre de 2022 el reporte ha sido favorable contando con 59.097 personas de origen nacional y 1.918 personas de origen extranjero. Es de aclarar que, de los establecimientos encuestados, 4 de ellos no reportaron la información solicitada.

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿Cuál fue el Total de los huéspedes de origen Nacional que tuvieron durante todo el año 2021?	¿Cuál fue el Total de huéspedes de origen Extranjero tuvo durante el año 2021?	¿Cuál fue el Total de los huéspedes de origen Nacional que tuvieron del 1 de Enero al 30 de Noviembre de 2022?	¿Cuál fue el total de los huéspedes de origen Extranjero que tuvieron del 1 de Enero al 30 de Noviembre de 2022?
1	Hospedaje San Gabriel	450	100	550	50
2	Hotel El Poblado Ocaña	0	0	300	10
3	Hotel Plaza Real Ocaña	800	0	1220	3
4	Doña María Hotel Boutique	800	800	820	830
5	Hotel Alemana	2530	0	2134	0
6	Hotel El Camino	No Reporta	No Reporta	No Reporta	No Reporta
7	Hotel El Príncipe	5619	23	7118	23

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿Cuál fue el Total de los huéspedes de origen Nacional que tuvieron durante todo el año 2021?	¿Cuál fue el Total de huéspedes de origen Extranjero tuvo durante el año 2021?	¿Cuál fue el Total de los huéspedes de origen Nacional que tuvieron del 1 de Enero al 30 de Noviembre de 2022?	¿Cuál fue el total de los huéspedes de origen Extranjero que tuvieron del 1 de Enero al 30 de Noviembre de 2022?
8	Hotel El Príncipe Campestre	6023	202	5489	113
9	Hotel Hacaritama Ocaña	950	10	1100	7
10	Hotel Majestic Ocaña	2500	20	3600	20
11	Hotel Marialu	500	30	450	10
12	Hotel Mirador El Cacique	1154	0	958	0
13	Hotel Real	1351	12	1328	16
14	Hotel Ocaña Imperial	3400	0	3200	0
15	Hotel Sofy Suites	900	100	900	150
16	Hospedaje La Torcoroma De Ocaña	1200	300	900	160
17	Hotel Sueño Real	3500	0	3200	0
18	Hotel La Colina Ocaña	3000	0	2600	0
19	Hotel Tarigua Ocaña	6641	454	7321	385
20	Casa De Huéspedes La Rotina	960	0	880	0
21	Hotel Dr Juan José	500	0	2000	0
22	Hotel Primavera Real Ocaña	1836	0	2105	0
23	San Agustín Plaza Hotel	597	35	2025	44
24	Hotel San Cayetano	0	0	200	2
25	Hotel Santa Ana Ocaña	425	0	489	20
26	Hotel Acolsure	200	0	300	0
27	Hotel Turístico Paisaje Ocañero	1372	5	953	0
28	La Leonelda	0	0	10	0
29	Hotel San Francisco Ocaña	500	10	500	10
30	Hotel Don Luis Ocaña	20	20	810	20
31	Rancho Alegre Hotel	350	0	300	0
32	Hotel Y Restaurante D'Nostre	352	49	318	26
33	Hotel Bella Vista De Ocaña	210	0	400	0
34	Hospedaje Silvia Juliana	No Reporta	0	No Reporta	No Reporta
35	Hotel San José 49	No Reporta	No Reporta	No Reporta	No Reporta
36	Hotel El Líbano Ocaña	3400	0	3000	0
37	Hotel Atlantis Thematic	182	0	189	0
38	Los Leones Hotel House	300	0	430	0
39	Hotel Santa Clara Inn	450	4	430	4

Ítem	Establecimientos de alojamiento que respondieron la encuesta	¿Cuál fue el Total de los huéspedes de origen Nacional que tuvieron durante todo el año 2021?	¿Cuál fue el Total de huéspedes de origen Extranjero tuvo durante el año 2021?	¿Cuál fue el Total de los huéspedes de origen Nacional que tuvieron del 1 de Enero al 30 de Noviembre de 2022?	¿Cuál fue el total de los huéspedes de origen Extranjero que tuvieron del 1 de Enero al 30 de Noviembre de 2022?
40	Hotel Vicky	410	0	0	0
41	Residencia Calamar	80	10	150	15
42	Residencia Nacional	No Reporta	No Reporta	No Reporta	No Reporta
43	Piedra Partida Alojamiento Campestre	No Reporta	0	No Reporta	No Reporta
44	Encenillo Ecolodge	360	0	420	0
TOTAL		53822	2184	59097	1918

Tabla 22.

Fuente: Elaboración propia con cohorte 30 de noviembre 2022

Imágenes fotográficas de algunos establecimientos de alojamiento con mayor vocación turística.



Hotel Hacaritama



San Agustín Plaza Hotel



Doña María Hotel Boutique



Hotel Tarigua Ocaña



Hotel Real



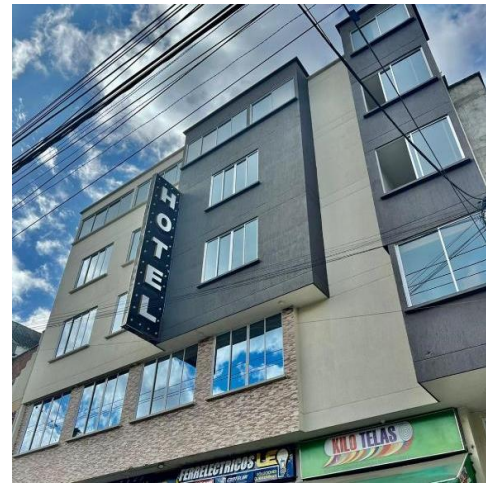
Hotel Plaza Real



Hotel el Poblado



Hotel Marialu



Hotel Ocaña Imperial



Hotel Mirador El Cacique



Hotel San Cayetano



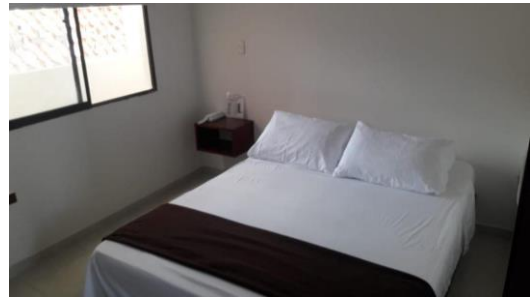
Hotel Santa Ana



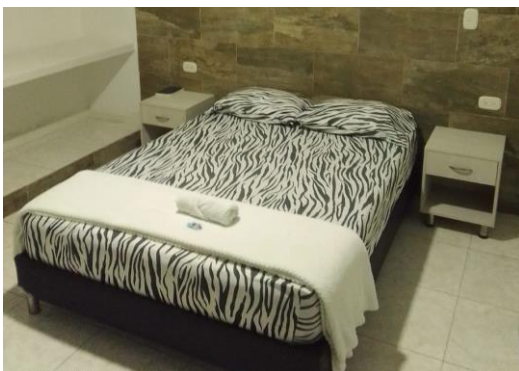
Hotel Majestic



Hotel Don Luis



Hotel D'Nostre



Hotel San Francisco



Hotel Leonelda



Hotel Turístico Paisaje Ocaño



Hotel Santa Clara



Hotel San José



Hotel Vicky



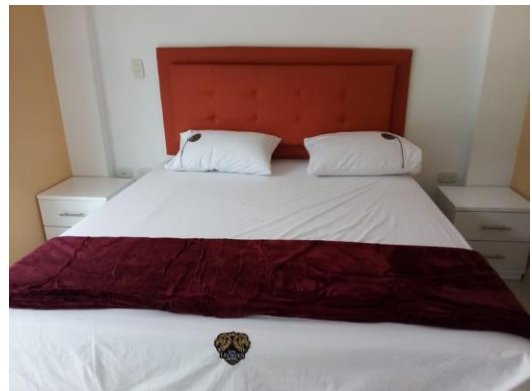
Hotel El Líbano



Hotel Atlantis Thematic



Los Leones Hotel House



Piedra Partida Alojamiento Campestre



Encenillo Ecolodge



Tabla 23.

Fuente: Elaboración propia

7.2 Sector de Restaurantes y bares

La oferta de restaurantes está enfocada al mercado local, se consiguen restaurantes con almuerzos del día, algunos con platos a la carta. Según información suministrada por la Cámara de Comercio de Ocaña, se cuentan con 101 establecimientos con registro mercantil activo del año 2022, dedicados al sector gastronómico, de los cuales se visitaron 41 establecimientos representativos, distribuidos a lo largo y ancho de la ciudad evidenciando que el 83% funcionan en locales en arriendo y solo el 17% poseen instalaciones propias; otra característica dentro de su funcionamiento es que el 75% no cuenta con servicio de parqueadero referente al 25% que si tienen servicio de parqueadero. Respecto a los aspectos legales el 100% se encuentra registrado ante la cámara de comercio.

Servicios y capacidad instalada

Los servicios ofertados corresponden a desayuno, almuerzo, cena y refrigerios. La gastronomía es variada, siendo la comida típica colombiana la que prevalece, ofreciendo platos corrientes, ejecutivos, y platos a la carta. La capacidad instalada corresponde a 860 mesas donde se pueden atender a 3339 comensales en los establecimientos dedicados a la gastronomía en el Municipio. Es de aclarar que pocos son los restaurantes ofrecen los platos típicos de la gastronomía como: El ajiaco de frijol, el sancocho de gallina, el tamal y la arepa ocañera a base de maíz acompañada con huevo, queso, aguacate, carne o pollo alcaparrado.

En algunos locales comerciales y tiendas de barrio encontramos los siguientes dulces típicos que hacen parte de la gastronomía Ocañera: Cocadas de coco, panelitas de leche, arequipe de leche, arifuque, cochas, mantequillados, turrone, bolitas de tamarindo, negritos, arrastráos y solteritas también se pueden encontrar encurtidos de cebolla o cebollitas ocañeras.

Otra oferta para destacar es la de establecimientos nocturnos, bares y discotecas la mayoría de ellos están ubicados por la avenida Francisco Fernández de Contreras y otros cerca al centro de la ciudad.

Promoción y publicidad

Los medios de promoción que utilizan los restaurantes y bares son variados, el principal son las redes sociales el cual es utilizado por todos los encuestados, otros medios son radio, televisión y volantes. Además de los mencionados anteriormente. También algunos restaurantes utilizan plataformas electrónicas o una estrategia de convenios con hoteles como lo manifiesta el 9% de los encuestados, finalmente la nueva estrategia es a través de una asociación de restaurantes de la cual pertenece el 36% de los encuestados.

Listado de restaurantes

Ítem	Nombre del Establecimiento Gastronómico	Barrio	Dirección Comercial	Teléfono
1	¡Ajo Lindo!	Villanueva	Calle 9B No 2 95	3175434788
2	Tortas Liz	Villanueva	Calle 9B No 2 26	3152231261
3	Donde Javier Comidas Rápidas	La Luz Polar	Calle 11 No 6 12	3173011805
4	La Tienda Café - Concierto	La Luz Polar	Calle 11 No 6 28	3153796011
5	¡Que Hay! Pa' Comer Luz Polar	La Luz Polar	Calle 11 No 6 56	3173203020
6	Vacanos	San Francisco	Calle 11 No 7 25	3157331841
7	La Wafflera Y Mas	San Francisco	Calle 11 No 7 36 Local 1	3041254887
8	La Convención 1828 Food & Bar	San Francisco	Carrera 8A No 10 40	3153877913
9	Dulce Como Vos Café y Helado	San Francisco	Carrera 8A No 10 42	3156246231
10	American Hot Dog Planet	San Francisco	Calle 11 No 9 12 Local 4 C.C. Bavile	3158459229
11	Comic Foods	San Francisco	Calle 11 No 9 12 C.C. Bavile Local Piso 2	3152239985
12	La Mansión Cocina Gourmet S.A.S	San Francisco	Calle 11 No 9 48	3135517204
13	Comidas Rápidas Donde Leo Ocaña	San Francisco	Calle 11 No 9 62	3185968661
14	Maros Pizza	El Centro	Calle 11 No 10 21 Local 23 C.C Cañaverál	3156792948
15	Sabores	El Centro	Calle 11 No 11 40	3207359023
16	Wao Gelatto Y Caffè	El Centro	Calle 11 No 11 92 Piso 2	3133786246
17	Crema Y Crepes Ocaña	El Centro	Calle 11 No 12 24 C.C Cedros del Líbano	6075610216
18	Asadero Leña y Carbón Ocaña	El Centro	Calle 11 No 12 24 C.C Cedros del Líbano Local 6	3213709129
19	Cedros Pizza	El Centro	Calle 11 No 12 24 C.C Cedros del Líbano Local 07	3227081204
20	Seven Burgers	El Centro	Calle 11 No 12 28 Local 11 Cedros del Líbano	3118300182
21	Amaretto Restaurante Gourmet JK	El Centro	Calle 11 No 12 48 Piso 2	3134174145
22	Restaurante Y Hospedaje El Zaguán De Las Aguas	El Tamaco	Carrera 11 No 12 66	3152010481
23	Sayel	El Centro	Carrera 12 Con Calle 9 No 94 72 C.C. Santa María Local 112	3223141384
24	Mr Waffles Express Food	El Centro	Carrera 12 Con Calle 9 No 94 72 C.C Santa María Local 03	3115066854
25	Mr Pub Restaurante Bar	El Centro	Carrera 12 Con Calle 9 No 94 72 C.C Santa María Local 601	3155936019
26	Restaurante El Molino Café Pizza Y Parrilla	El Centro	Carrera 12 Con Calle 9 No 94 72 C.C Santa María Piso 7	3178946212
27	Pascual Casual Food	El Centro	Calle 10 No 10 56	3166242731

Ítem	Nombre del Establecimiento Gastronómico	Barrio	Dirección Comercial	Teléfono
28	Urbana Trattoria	El Centro	Calle 10 No 10 56	3168959604
29	La Casa Del Arroz Ocaña	El Centro	Calle 10 No 9 63 Local 2	3157369598
30	Búcaros Restaurante Café	El Centro	Carrera 11 No 10 62	3005338681
31	Multipollo Centro	El Centro	Carrera 13 No 10 23	3187108019
32	Restaurante Panadería Fuente de Soda Karima	El Centro	Carrera 13 No 10 31	6075623000
33	Buen Chef Restaurante y Café	El Centro	Carrera 13 No 10 43	3045311929
34	Restaurante La Bumanguesa	El Centro	Calle 9 No 12 38	3155111708
35	Asadero Y Restaurante Donde Koke	El Centro	Calle 8 No 13 18	6075694856
36	Haoma Café	El Centro	Calle 10 No 13 75	3503417140
37	La Villa Café Pub	El Centro	Calle 11 No 13 37 Piso 2	3187164377
38	Restaurante Y Cafetería Asturias	El Centro	Calle 12 No 11 25	3222285072
39	Yalon`S Pizza	El Centro	Calle 11 No 14 02	6075622053
40	Areperia La Ocañerita	El Centro	Calle 11 No 14 14	3105697533
41	El Tinto Terraza	El Centro	Calle 11 Edificio Inacos	3126384559
42	La Casona De Ocaña	El Centro	Calle 10 No 14 24	3160424135
43	Winpollo	El Centro	Calle 10 No 14 73	3162692068
44	Arepa de Maíz Autentica Ocañera	San Agustín	Calle 11 No 15 52	3133026499
45	Pizzería La Sapienza	San Agustín	Calle 11 No 15 93	6075691216
46	Pizzería Y Comidas Rápidas San Agustín.	San Agustín	Carrera 15a No 11 20	3172260113
47	Choriburger Ocaña	La Popa	Calle 12a No 17 123	3143459291
48	CBC Cocina	Alejandría	Carrera 21 No. 12-60 Local 3 C. C Amazonia	3186548223
49	La Catrina Ocaña	Alejandría	Carrera 21 12 60 Local 1 C. C Amazonia	3016380509
50	Mr. Tacos	El Martinete	Calle 11 No 21 74	3184935396
51	Restaurante Santa Ana un Cuento Aparte	La Luz	Carrera 14 No 12 10	3112906562
52	Asadero Surti Broaster JM	Juan XXIII	Kdx 242 340	3124021052
53	Shawarma María José	Marabel	Calle 4 No 22a 32 Apt 102	3115321856
54	Restaurante y Comidas Rápidas Súper Sazón	Marabel	Carrera 26 No 4 50	3143902737
55	La Perrada de William	Marabel	Calle 5 No 25 02	3185563754
56	Perros Calientes HD	Marabel	Carrera 24b No 4 03	3174526437
57	Restaurante Orígenes	San Rafael	Calle 4 No 28 16	3164901848
58	Mr Rich Comidas Rápidas Ocaña	Camilo Torres	Calle 4 No 25 13	3184627288
59	Tribu Resto Bar SAS	Primero De Mayo	Carrera 28 No 03 05	3122890155
60	Que Hay Pa Comer Primero de Mayo	Primero De Mayo	Carrera 28 No 3 05 Local 4 Y 5	3168717253
61	4-28 Comidas Rápidas	Primero De Mayo	Calle 4 No 28 04	3162226881
62	La Perrada de Ruca	Primero De Mayo	Carrera 28a No 3 02	3176454501
63	Bambino`S	Av. Francisco Fernández de Contreras	Local 9 Coliseo Cubierto	3133959087
64	Caldos y Arepas 100 Ocañeras	Av. Francisco Fernández de Contreras	Local 7 Coliseo Cubierto	3125469669
65	Dulce Celeste	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 30 121 Local 3	3203291178

Ítem	Nombre del Establecimiento Gastronómico	Barrio	Dirección Comercial	Teléfono
66	Primos Pizza Primos Express	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 30 121 Local 4 5	3153380376
67	Multipollo.R	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 31 16	6075612093
68	La Provincia Ocaña	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 30 27	3175762855
69	Monos Cocina Fusión	Miradores De La Colina	Calle 5 No 31 45 Plazoleta Barbatuscos	3138356910
70	Hamburguesas y Carnes La Serca S.A.S	Miradores De La Colina	Calle 5 No 31 45 Plazoleta Barbatuscos	3112387398
71	La Sede Pub	Miradores De La Colina	Calle 5 No 31 45 Local 6 Plazoleta Barbatuscos	3108628897
72	Restaurante y Asadero La Gloria Ocaña	La Gloria	Calle 7 No 40 49 Local 2	3144915455
73	Restaurante La Cuesta	Santa Clara	Calle 7 No 43 110	6075613855
74	Restaurante Santa Clara	Santa Clara	Carrera 49 No 5 102	6075611054
75	Asadero Donde Yova	Santa Clara	Carrera 49 No 48 77	6075613990
76	Restaurante de Oma y Leo	Santa Clara	Carrera 49 No 3 27	3006647521
77	Pollo Express Asadero	Santa Clara	Carrera 49 No 5a 19	3165323687
78	Asadero Punto Verde	Santa Clara	Carrera 49 No 5a 44 P 1	3136897420
79	Comidas Rápidas Tazmania.Com	Santa Clara	Calle 4 No 48 04	3223436633
80	La Parrilla Ocaña	Santa Clara	Calle 6 No 48 72	3163819417
81	Asadero Freespollo	José Antonio Galán	Carrera 49 No 3 11	3156426776
82	Mirador Ocañero	La Circunvalar	Kdx 059 430	3185578197
83	Restaurante Delicias Ocañeras	La Circunvalar	Kdx 3b No 1 498	3184006928
84	Restaurante Chino La Perla Oriental	La Circunvalar	Kdx 3b No 21 489	3203082996
85	Restaurante Chelel	El Dorado	Kdx 409 100	3507977304
86	Restaurante Hebrón De Colombia	El Carmen	Kdx 91 Granja Hebrón	3194020639
87	Restaurante Cristo Rey Ocaña	Cristo Rey	Kdx 065 480	3153509062
88	Los Recuerdos de Anasca	Cuesta Blanca	Carrera 11 No 20 195	3166402076
89	Restaurante Chef Alex Gourmet	La Piñuela	Carrera 11 Nro. 15-320	3182461378
90	Restaurante Boyacá Y Familia	Acolsure	Carrera 41 No 11 10 Piso 1	3132564219
91	Restaurante Las Calabongas de Ocaña	Vía U.F.P.S.O	Kdx 194 840	3166204722
92	El Rancho Restaurante R	El Carbón	Kdx 98d	3133849009
93	Casona Recuerdos De Mi Tío	El Carbón	Kdx 222 412	3108929613
94	Restaurante Leo Ocaña	Los Almendros	Carrera 7 No 16a 38	3104767904
95	Sabor Chino Gelvez	El Carretero	Carrera 10 No 12 01	3135476483
96	La Casona Ocañera	El Carretero	Carrera 10 No 12 20	3182202864
97	Chorizos Y Mazorcas El Vecino	La Ermita	Kdx 191 500	3164593796
98	Restaurante Paola	La Ermita	Kdx 190 640	3134879535
99	Restaurante Sendero De Torcoroma	Agua De La Virgen	Ca Kdx 1 Agua de la Virgen	3125188269
100	El Sabor Ocañero	Agua De La Virgen	Ca Kdx 56	3203454580
101	Restaurante Bar Los Tres Chingones	Vereda El Trapiche	CA KDX 6 273232	3184227575

Tabla 24.

Fuente: Cámara de Comercio de Ocaña con cohorte a noviembre de 2022

Oferta gastronómica de Ocaña

La Tienda Café-Concierto



La Mansión Cocina Gourmet



Vacanos



Wao Gelatto Y Caffe



Cremas y Crepes Ocaña



Asadero Leña y Carbón Ocaña



Amaretto Restaurante Gourmet



Areperia La Ocañerita



Haoma Café



La Villa Café Pub



Restaurante Orígenes



Dulce Celeste





Tabla 25.

Fuente: Elaboración propia

Platos típicos de Ocaña

Arepa con queso



Tamal



Barbatuscas



Cebollitas



Pan Ocaño



Cocotas



Tabla 26.

Fuente: Elaboración propia

Dulces típicos de Ocaña

<p>Arroz de Dulce, Cocadas de Panela o de azúcar y Las Solteritas</p> 	<p>Mantequillados</p> 
<p>Manjar de leche, Bacadillos combinados, Los Coquitos, Los Dulces de Guayaba o negritos, Las Panelitas de Leche y las Gomas.</p> 	<p>Bolitas de tamarindo</p>  <p>Arequipe</p> 

Tabla 27.

Fuente: Elaboración propia

Listado de bares

Ítem	Nombre del Establecimiento del Bar	Barrio	Dirección Comercial	Teléfono
1	La Tienda Café-Concierto	La Luz Polar	Calle 11 No 6 28	3153796011
2	1570 Club Bar	El Centro	Carrera 12 No 1125 Local 5 Edificio Fontana	3113712678
3	Cascada Parrilla-Bar	El Centro	Calle 11 No 13 47 Piso 2	3187555468
4	La Villa Café Pub	El Centro	Calle 11 No 13 37 Piso 2	3187164377
5	Mr Pub Restaurante Bar	El Centro	Carrera 12 Con Calle 9 No 94 72 C.C Santa María Local 601	3155936019
6	Pa Vos	San Agustín	Calle 12 No 15a 26 Local 1	3103115470
7	Estación Café Club	Cañaveral	Cl 7 No 28 114	3187332356
8	Palmahia Coffee Shop And Something More	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 28 95	3133633514
9	Dif Café Bar	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 28 11	3156004103
10	Metro Café Bar	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 29 117 Local 1	3206640788
11	D'Cps	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 28b 228 Local 2	3155453724
12	Dejavu Café Bar Ocaña	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 28 94	3122126531
13	Dejavu Bar Discoteca 27	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 28 78	3133884673
14	La Taberna de Travis	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 32 7	3168693615
15	Coffee Shop And Something More	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7a No 28B 234	3217714253
16	La Ventana Marroncita Ocaña Restaurante Discoteca	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 29 23 Piso 2	3187072583
17	Zaperoco Club Bar	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 29 79	3168699982
18	Elite Club Bar Ocaña	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 28b 228	3224625191
19	Market Avenida L.B	Av. Francisco Fernández de Contreras	Calle 7 No 29 178	3223154010
20	La Terraza Micheladas Y Licores	Miradores De La Colina	Calle 5 No 31 45	3152398093
21	Capilla Café-Bar	La Primavera	Calle 7 No 31 49	3156482703
22	La Chismosa Pub Bar	La Primavera	Calle 7 No 29 74	3185445996
23	Discoteca Madonna	La Gloria	Carrera 7 No 41 62	3165276302
24	Los Recuerdos de Chefita	La Modelo	Carrera 16 No 4 34	3224533187
25	Café Bar Makankan	La Carretera Central	Carrera 10 No 10B 33	3104574915
26	La Santa Disco Bar Ocaña	La Carretera Central	Carrera 7 No 15 50	3162343734
27	Zona 0 Bar	Los Almendros	Calle 16 B No 7 62	3223066608

Tabla 28

Fuente: Cámara de Comercio de Ocaña con cohorte a noviembre de 2022

7.3 Sector Transporte

El transporte público de pasajeros en el municipio de Ocaña, es prestado de manera formal por cuatro empresas, que tienen la habilitación de las rutas autorizadas por la Secretaria de Movilidad, Tránsito y Transporte del municipio como: Cootranshacaritama Ltda en la modalidad de buses, microbuses taxi colectivo y taxi individual, Sociedad Transportadora y Comercializadora Alfa S.A. con vehículos tipo bus, microbús y taxi colectivo, Cootransunidos Ltda., con el servicio de taxi individual, Cootraserpic Ltda con taxi colectivo, además de las empresas mencionadas también el servicio de taxi a nivel individual es el encargado de transportar los propios y visitantes hacia los lugares de atractivo turístico del Municipio, para la cual tienen establecidas unas tarifas como se muestra a continuación:

Costos de las tarifas a los diferentes sitios turísticos en Ocaña año 2023	
Dentro del Casco urbano Diurno	\$7.500
Dentro del Casco urbano Nocturno	\$8.000
A la Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña	\$7.500
Al Santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma – Reserva de Aves El Hormiguero de Torcoroma, Corregimiento Aguas Claras Y Corregimiento de la Ermita	\$16.000
Al Corregimiento de Pueblo Nuevo	\$30.000
Al Corregimiento Buenavista	\$30.000

Tabla 29

Tarifas de transporte individual año 2023

Fuente: Elaboración propia

En el caso de la movilidad urbana en Ocaña hay varios fenómenos particulares que la categorizan, especialmente el excesivo uso de motos ya sean para transporte personal o los llamados "motos piratas" que sobrepasan la demanda actual. Este último fenómeno ha creado disputas con los actuales prestadores de servicio público como taxis y buses, ya que la ilegalidad los excluye de ciertas obligaciones, además de que logran acaparar parte del mercado, siendo menor el número de usuarios que utiliza los medios legales.

Indagando un poco respecto a su cualificación se obtuvo, que ninguno habla una segunda lengua.

Continuando con la cualificación profesional de los conductores, un bajo porcentaje ha adelantado procesos de formación en: relaciones humanas, servicio al cliente, sitios turísticos.

Respecto a la frecuencia con que las empresas a las cuales están afiliados los transportadores municipales reciben capacitaciones el 61% de los encuestados corresponde en primer lugar de forma semestral, un 15% las recibe anualmente, y un 7% mensualmente; sin embargo, se destaca un 15% que no recibe capacitación por parte de las empresas. Estos resultados reflejan la importancia de fortalecer este gremio, ya que es la primera cara que tiene el visitante cuando llega al Municipio.

7.4 Sector Parqueaderos

Los parqueaderos son lugares frecuentados por personas que habitan en la ciudad o que la visitan, bien sea con fines de negocio o de turismo y que traen su propio vehículo y requieren de un espacio seguro para su estacionamiento. Para el presente diagnóstico, sólo se incluyen los parqueaderos que están ubicados en los alrededores de la zona céntrica de la ciudad y que por sus características pueden ser considerados como parte fundamental de los productos turísticos.

Revisando la información, se tiene que el 78% de los parqueaderos funcionan en instalaciones en arriendo, y solo un 21% tiene local propio. Por otra parte, en cuanto a su capacidad operativa los 14 parqueaderos ubicados en la zona céntrica e histórica del Municipio de Ocaña, tiene capacidad para 642 autos y 1707 motocicletas. Las tarifas de los servicios se cobran por minutos, horas, días o mensualidad,

Promedio de costo tarifas motocicleta 2022	
30 Minutos	\$500
1 Hora	\$1.000
Mensualidad	\$30.000 a \$40.000

Tabla 30

Promedio de Tarifas de parqueo de motocicletas

Promedio de costo tarifas carros 2022	
30 Minutos	\$1.500
1 Hora	\$2.000
Mensualidad	\$120.000

Promedio de Tarifas de parqueo de carros año

Tabla 31

Elaboración propia

7.5 Sector de Agencias de Viajes

Según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, las agencias de viajes se consideran como empresas comerciales, debidamente constituidas por personas naturales o jurídicas las cuales se dedican profesionalmente a vender planes turísticos.

Las agencias de viajes que operan en el Ocaña según la Cámara de Comercio a corte del mes de noviembre de 2022 se cuentan con 15 establecimientos de los cuales 2 de estos establecimientos realizan es turismo local, mostrando las potencialidades turísticas de Ocaña y las trece (13) restantes realizan sus actividades a nivel nacional o internacional.

Por otra parte, de manera general respecto al funcionamiento se tiene que el 100% de los establecimientos donde operan son en arriendo, respecto al uso de las Tics la totalidad de los encuestados manifiestan que tienen página web, como herramienta de promoción, además de la radio, la televisión, volantes y redes sociales.

Listado de agencias de viajes

Ítem	Nombre de la Agencia de Viajes	Barrio Comercial	Dirección Comercial	Teléfono	Email-Comercial
1	Agencia De Viajes Pitta Galván	El Centro	CI 12 No 12 41	6075610125	pittagalvan@hotmail.com
2	Viajemos Viajes Y Turismo	El Centro	CI 10 No 13 69	6075622344	agenciaviajemos@gmail.com
3	Aerocana	El Tamaco	Cr 11 No 11 75	6075695233	dsrodriguez04@hotmail.com
4	Mundidestinos Agencia De Viajes Y Turismo Ocaña S.A.S	El Tamaco	Cr 11 No 11 87 Local 4 P2	3006970347	mundidestinossas@hotmail.com
5	Puentestours	San Agustín	CI 11 No 17 36	3228921936	puentestours.turismo@gmail.com
6	Sanviatur	San Agustín	CI 11 No 16 20	3157934381	reservas@sanviatur.com
7	Ruta 7 Agencia de Viajes	El Mercado	Cr 13 A No 7-47 Local A 78	3012097224	hernandosanchezo@gmail.com
8	De Parche Tours Oficial	Los Almendros	Ca Kdx 201 740	3163317155	deparchetours2022@gmail.com
9	Vive Tours Ocaña	Comuneros	CI 15a No 25a 50	3205598827	afrs_1793@hotmail.com
10	Vip Travel San Andrés	Primero de Mayo	Cr 28a No 2 56	3157937754	andrea_24.08@hotmail.com
11	Ecoaventureros Ocaña	Tejarito	Cr 10 No 5 41	3213183050	eco.aventurerosocana@gmail.com
12	Pueblea Colombia	La Costa	Cr 10 No 8 10 Local	3227597200	puebleacolombia@gmail.com
13	Vega Tours Colombia	La Primavera	Cr 38 No 9 27	3168338311	andres20vega@gmail.com
14	Ocaña Tour	Santa Clara	CI 5a No 46 04 Local 1	3183084750	wendycarrascal17@gmail.com

Tabla 32

Fuente: Cámara de Comercio de Ocaña con cohorte a noviembre de 2022

7.6 Sector de Artesanías y Manualidades

La actividad creativa y comercial de los artesanos es conexas al desarrollo de la actividad turística. El artesano tiene en el turista, quizás su cliente directo más importante, a la vez que el turista tiene en la producción artesanal, una forma de llevar consigo un recuerdo simbólico o emblemático del destino visitado y parte de la memoria del viaje realizado.

Para el caso del Municipio de Ocaña, esta actividad se realiza sin mayor relevancia y en menor proporción, no tienen integrados lo autóctono y lo regional en las piezas y trabajos que realizan, ya que lo realizan teniendo como referencia productos y materiales de otras regiones del país; además es reducido el número de artesanos que se encuentran en el municipio, los cuales de acuerdo a la encuesta realizada suman 28 personas, quienes desarrollan su actividad desde su lugar de residencia.

Los que se dedican a las manualidades y a las artesanías realizan productos de: Bisutería, crochet, macramé, tejido amigurumi, manualidades en madera, en bambú, pirograbado y algunos de ellos elaboran productos alusivos a Ocaña.

Promoción y publicidad de los artesanos

Los medios de promoción que utilizan este sector para vender sus productos son las redes sociales como Whatsapp, Instagram y Facebook

7.7 Otros Servicios

En relación de los salones para eventos de tipo social encontramos los siguientes lugares: Club Ocaña, Club Caza y Pesca, Club Comercio y el Club del Magisterio.

Para realizar actividades como talleres o capacitaciones los siguientes establecimientos de índole privado ofrecen este tipo de servicio: Hotel Tarigua, Hotel Hacaritama, Hotel El Príncipe Campestre, Hotel San Agustín, Hotel Marialu y Hotel Real, La Cámara de Comercio.

Listado de artesanos y manualistas

Ítem	Nombres y Apellidos	Número de Teléfono	Nombre del Emprendimiento	Elabora Productos en:
1	Ángel Albeiro Navarro Ruedas	3024194782	Artes	Artesanía macramé, manualidades en bambú, esculturas, bisutería, cuadros
2	Carmen Alicia Blanco Castellanos	3184991143	Muñecos Isa&jero	Artesanías muñecos de trapo
3	Cristina Chona León	3222054198	Crochet Y Arte	Crochet, tejido
4	Dayanna Alejandra Duran Ovallos	3142048285	Catatumbo Artesano	Bisutería, crochet, tejido amigurumis, macramé, tallados en madera, tejidos ancestrales
5	Eduardo Jácome Páez	3167194339	Artesanía El Roble	Manualidades en madera
6	Eliza Anteliz	3118689830	@Elicrochet	Crochet y tejido amigurumi
7	Geraldine Suarez contreras	3133361683	Pirita Arte Echo a Mano	Bisutería
8	Guido Navarro Guerrero	3187111920		Bisutería
9	Jorge Eliécer Bermúdez Cuéllar	3137992088	Artesanías Eloim	Bisutería, macramé manualidades en madera, pirograbado, semillas, alambre, cuero
10	Laura Lorena Luna Roperio	3123740967	IIIbisutería	Bisutería
11	Limny Yuliany Mora Sánchez	3157418233	Limn Elegans	Bisutería, crochet, tejidos, amigurumi
12	Luis Alberto Beleño Barros	3124891890	Artesanía Wayuu El Guajiro y la Ocañera	Manualidades en madera y tejido
13	Livia Esther Muñoz Pabón	3204651331	Milibe diseños florales y algo más	Tejido Amigurumi, artesanías.
14	Margarita Vergel Gaona	3167468857	Artesanías de mi Pueblo	Bisutería
15	Margarith Naileth Sánchez Rodríguez	3152702397	Accesorios Anáhuac	Bisutería
16	María Luddy Pérez Sánchez	3168235384		Bisutería, tejidos en crochet, manualidades
17	Mario Martínez Sanjuan	3143487867		Bisutería
18	Martha Zuleima Serrano Ortiz	3214359711	Nissi Creaciones	Bisutería
19	Maryuly Guerrero García	3186474443	Arte Guerrero	Macramé
20	Miryam Rodríguez García	3128030764	Crearte las Heliconias	Bisutería, macramé, crochet, sublimado, Belenismo
21	Nayibe Torcoroma León Trigos	3226336564		Bisutería, macramé manualidades en madera, artesanías.
22	Neil Suviatt Sánchez Martínez	3159264246	Suivmark y atelier	Sublimación bisutería y tejidos
23	Sandra Milena Torrado Torrado	3163992349	Metamorfosis	Bisutería. Bolsos en tela. Monederos. Canastos y portarretratos en papel de revista. Atrapasueños. Macramé
24	Wilmer Alfonso Cárdenas Carvajalino	3144167719		Bisutería
25	Yaqueline Vargas Salazar	3156438655	Elohim	Bisutería, Artesanías
26	Yesenia Sánchez Pérez	3112159399		Bisutería, macramé, artesanías, etc.
27	Yolima López Angarita	3173116986	Arte Creativo Yolima	Bisutería, macramé, manualidades en bambú y madera, artesanías
28	Yulieth Mahecha Sarabia	3176802735	Telijú	Crochet, Tejido, Amigurumi, Accesorios.

Tabla 33

Fuente: Elaboración propia con cohorte a 15 de diciembre de 2022

8. Superestructura

Entre las principales instituciones relacionadas con el desarrollo del sector turismo en el municipio se encuentran:

Secretaría de Educación, cultura y Turismo: Desde la alcaldía es la institución encargada de promover y desarrollar la política del sector en el municipio con respecto al fomento del turismo.

Consejo Municipal de Turismo: Es el organismo encargado de impulsar el desarrollo, promoción, competitividad del sector a través de los mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos municipales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y optimización de la calidad, estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores público y privado en la actividad turística.

Cemprendo: El Centro de empleo y emprendimiento de Ocaña tiene un rol importante en el fortalecimiento de la cadena de valor del turismo en la medida en que promueven los procesos de fortalecimiento empresarial.

Servicio Nacional de Aprendizaje Sena: El SENA ofrece una variedad de programas de educación para el trabajo a través de formaciones complementarias y técnicas

Policía de Turismo: Encargada del cuidado y protección del patrimonio y de los sitios turísticos del municipio.

Cámara de Comercio de Ocaña: Es una entidad encargada de prestar servicios directos e indirectos, asesorías, capacitación, información y apoyo permanente en sus diferentes actividades administrativas, económicas y legales a los empresarios promoviendo e impulsando el desarrollo económico

Corponor: Es la Corporación Autónoma Regional del departamento de Norte de Santander, encargada de garantizar la sostenibilidad ambiental de los territorios. Por lo cual el desarrollo de proyectos de turismo ecológico debe estar articulado con los lineamientos dados por esta entidad.

Oficina Consejería Departamental para el agenciamiento del desarrollo turístico: El propósito es orientar, coordinar, asegurar, asistir, acompañar y apoyar el despacho del gobernador en el agenciamiento de acciones encaminadas a la gestión del desarrollo turístico, facilitando la articulación institucional, la disposición de información, estructuración de proyectos, coordinación institucional y promoción del potencial turístico del departamento. Actualmente existe un equipo de la gobernación en la región, sin embargo, el trabajo de campo se evidencia la necesidad de fortalecer este equipo con la administración municipal ya que muchas veces realizan acciones de manera desarticulada.

Museo de la Gran Convención de Ocaña: El Museo de la Gran Convención ubicado se articula con la misión del Ministerio de Cultura, específicamente en cuanto a: Impulsar el desarrollo de procesos, proyectos y actividades culturales y artísticas que reconozcan la diversidad y promuevan la valoración y protección del patrimonio cultural de la nación, generar y consolidar espacios que faciliten entornos apropiados para el desarrollo de los procesos y proyectos artísticos y culturales”, implementar acciones de protección, reconocimiento y salvaguarda del patrimonio cultural colombiano para preservar e impulsar nuestra identidad nacional, desde los territorios, impulsar procesos creativos culturales que generen valor social agregado y fortalezca la identidad y memoria cultural, desde el territorio. Durante el recorrido del museo se conocen los hechos históricos que ocurrieron durante la Gran Convención de Ocaña.

Museo Antón García de Bonilla: El museo narra la historia de Ocaña desde la época Prehispánica hasta el siglo XX. a través de sus colecciones se puede conocer la historia de Ocaña, en este lugar se generan actividades educativas que se llevan a cabo tanto en sus salas como en espacios exteriores.

9. Oferta educativa en turismo

En Ocaña tienen sede cinco instituciones universitarias:

1. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD en la que se dictan programas de Ciencias Sociales y Humanidades.
2. UNIMINUTO con oferta en Administración de empresas, administración en seguridad y salud en el trabajo y trabajo social.
3. Santo Tomás con oferta de programas en licenciaturas en biología, educación infantil y religiosa.
4. Universidad Francisco de Paula Santander con programas en Administración de Empresas, Comunicación Social, Contaduría Pública, Derecho, Zootecnia, Ingenierías ambiental, Civil, Sistemas, y Mecánica.
5. Fundación de Estudios Superiores COMFANORTE con una oferta educativa en: Diseño Gráfico, administración de Negocios Internacionales, Administración Financiera, Administración Turística y Hotelera, Logística Internacional y Administración en Hotelería y Turismo.

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA es un actor estratégico a nivel nacional, regional y local con una variedad de programas técnicos y formaciones complementarias de formación para el trabajo en relación con el área de turismo tiene la siguiente oferta educativa: Orientaciones para la planeación del turismo comunitario, Aplicación de buenas prácticas en turismo sostenible para guías de turismo, Manejo de la

información en recorridos de observación de aves para el turismo, Fundamentación en gestión del turismo, Emprendedores en recorridos de agro ecoturismo, Aplicación de técnicas de servicio al cliente en turismo, Aplicación de buenas prácticas en turismo sostenible para agencias de viajes operadoras, Sensibilización al turismo de aventura, Emprendedor en empresa gastronómica rural de turismo alternativo y Turismo en espacios rurales.

Necesidades de educación en turismo

En la totalidad los prestadores de servicios turísticos identificaron que existen necesidades de educación, que, en concreto, se ubican más en el tema de capacitación:

- Recepción Hotelera
- Atención al cliente.
- Cocina
- Turismo local.
- Elaboración de productos de bisutería
- Programas de bilingüismo
- Prevención de la Explotación sexual comercial de niños, niñas y adolescentes ESCNNA.
- Sistema de información de registro de extranjeros SIRE
- Tarjeta de registro de alojamiento TRA.

10. Uso de tecnología en turismo

El sector de los hoteles, restaurantes y cafeterías en estos últimos dos años tuvieron que reinventarse y realizar cambios innovadores a raíz de la pandemia del Covid 19 con el objetivo de llegar a los consumidores de maneras novedosas.

El uso de la tecnología, no solo permite mejorar la gestión administrativa, sino que permite otorgar mayores niveles de satisfacción en los usuarios. Ante ello, los prestadores de servicio tuvieron implementar una innovación constante, con la finalidad de estar siempre alineados a los diferentes gustos y preferencias de los usuarios a raíz de la pandemia. No hay duda de que la coyuntura obligó a muchas industrias a cambiar al modo digital y la industria de los restaurantes no es una excepción, ya que se inclinó hacia el uso de la tecnología mediante la introducción de menús digitales y opciones de pedidos a domicilio para mantener vivo su negocio.

Sobre la Tecnología y Comunicaciones aplicado al sector turismo los prestadores de servicios que participaron de las encuestas manifestaron que conocen sobre el uso de las Tics en su sector y utilizan las redes sociales como Whatsapp, Instagram y Facebook para promocionar sus establecimientos y

también algunos de ellos pautan en varias plataformas electrónicas.

Con respecto al sector hotelero debe avanzar en el conocimiento de soluciones informáticas, que permitan una adecuada sistematización de la información para que puedan acceder a plataformas como el Sistema de información de registro de extranjeros (SIRE) y la Tarjeta de registro de alojamiento (TRA), diseñadas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

A pesar que muchos prestadores de servicios se vieron obligados a utilizar los medios digitales para mantenerse a flote ante la situación de pandemia vivida por todo el mundo, se requiere un mayor compromiso por parte de los propietarios y administradores de estos establecimientos a capacitar a su personal en medios digitales para brindar un buen servicio si quieren seguir siendo relevantes y competitivos en el mercado.

11. Matriz DOFA

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Desconocimiento de los atractivos y recursos turísticos por parte de turistas y prestadores de servicios del municipio. 2. Ausencia de vocación turística para el direccionamiento de recursos económicos, hay iniciativas, pero desconocimiento para adquirir recursos. 3. Falta de articulación y formalidad empresarial. 4. Poca promoción y mercadeo de atractivos y actividades turísticas a nivel regional y nacional. 5. Escasa manifestación de las tradiciones históricas y culturales del municipio hacia el turista. 6. Baja apropiación del turismo en el sector educativo, habitantes aledaños a los sitios turísticos y comunidad en general. 7. Situaciones de inseguridad en algunas Zonas, con potencial turístico. 8. Falta de mantenimiento y conservación de los senderos y caminos reales. 9. Falta de cultura ciudadana de propios y visitantes para el cuidado y protección de atractivos turísticos. 10. Ausencia de vocación turística lo cual no permite el direccionamiento de recursos económicos. 11. Alta presencia de trabajadores informales en los sitios turísticos. 12. Deficiencias en cobertura de puntos de información y orientación al turista y la señalización. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El Municipio de Ocaña, hace parte de la ruta turística de la Gran convención. 2. Ocaña se ha posicionado a nivel departamental como un eje estratégico principalmente por los atractivos de carácter religioso. 3. Interés del Gobierno Nacional en hacer de Colombia y sus regiones zonas atractivas en materia de turismo. 4. La tecnología a la mano de todos, capaz de potencializar y visibilizar el municipio. 5. La administración municipal está en proceso de actualización del Plan de Ordenamiento Territorial. 6. Establecimiento de políticas públicas de turismo nacionales. 7. Tendencia creciente de la industria turística en el país, destacándose por el aumento de visitantes extranjeros. 8. Ocaña está categorizada en el departamento dentro del tipo de turismo religioso. 9. Alto potencial de visitantes con interés de realizar diversas actividades desde trabajo hasta descanso y turismo. 10. Punto de conexión terrestre con los otros Municipios de la provincia.

AMENAZAS	FORTALEZAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. La ubicación del Municipio de Ocaña en la entrada a la zona del Catatumbo, genera sensación de inseguridad. 2. Falta de control y vigilancia al tránsito ilegal, no hay un compromiso real de la legalidad. 3. Alta afluencia de población migrante sin ningún control. 4. Problemas de seguridad para propios y visitantes al interior del Municipio. 5. Rivalidad entre las organizaciones, entidades y gremios, donde prima el interés particular. 6. Ocaña no es un destino relevante para el mercado de las aerolíneas. 7. Municipios aledaños con productos turísticos definidos. 8. Detrimento del patrimonio material inmueble. 9. Deterioro de los atractivos y recursos naturales. 10. Desconocimiento de las entidades regionales del potencial turístico que tiene Ocaña. 11. Percepción de inseguridad perpetuada por los medios de comunicación en especial los noticieros 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El clima, y la amabilidad de su gente hacen atractivo el municipio para el turismo y los negocios. 2. Tendencia creciente de la inversión pública municipal en actividades relacionadas con el sector turístico. 3. Oferta de atractivos con posibilidades de desarrollo de ecoturismo y turismo de naturaleza, integrando su vocación agroindustrial. 4. El mayor porcentaje de los atractivos identificados en el municipio se encuentran ubicados en zona urbana. 5. Se realizan eventos culturales y deportivos de dimensión nacional. 6. Cuenta con equipamientos con valor histórico y cultural. 7. Ocaña cuenta con una alta diversidad cultural, gastronómica, e histórica. 8. Ocaña tiene el potencial de ser un destino turístico muy interesante para las personas interesadas en el turismo religioso. 9. Amplia disponibilidad de transporte desde muy temprano en la mañana. 10. Los hoteles tienen una amplia disponibilidad horaria los fines de semana. 11. Productos y alimentos insignia como la cebolla y la arepa Ocañera.

Tabla 34

Fuente: Elaboración propia

11.1 Diagnóstico de la matriz DOFA

El municipio de Ocaña presenta importantes potencialidades que bien aprovechadas pueden llegar a convertirlo en un referente turístico para la región, alcanzando un mayor reconocimiento en ámbitos nacionales e internacionales.

Una de las principales fortalezas del municipio son sus favorables condiciones climáticas y la calidad de su gente. Otro factor fundamental es el posicionamiento que Ocaña ha logrado a nivel departamental como un eje estratégico para el turismo, principalmente por la dinámica de su historia y cultura.

Adicionalmente, como se pudo evidenciar en el inventario de atractivos turístico, el municipio cuenta con un gran número de bienes de patrimonio cultural inmueble, las festividades y eventos culturales de carácter regional, departamental y nacional que se realizan dentro del municipio se suman a la oferta de atractivos turísticos, movilizando un gran número de visitantes que pernoctan en Ocaña.

Si bien actualmente existen marcadas debilidades en el municipio frente al desconocimiento por parte de los empresarios y autoridades de las potencialidades que se tienen y los esfuerzos que se deben realizar para mejorar los atractivos y conjugarlos a la oferta de productos y servicios turísticos, esto no se debe convertir en un

impedimento para generar alternativas que bien organizadas y planeadas pueden aportarle valor a la dinámica económica y turística del municipio, lo que finalmente redundará en bienestar y calidad de vida para sus habitantes. Considerando las potencialidades mencionadas, se evidencia una gran oportunidad para desarrollar en Ocaña el turismo histórico, religioso, cultural y natural.

Se requiere de la participación de la comunidad en el desarrollo del turismo porque son quienes deben ver en su región como un territorio con riqueza para ser visitado por turistas de diferentes regiones, tanto a nivel nacional o internacional.

Para que el turismo sea competitivo, comparado con otros departamentos, se debe partir desde el concepto de región y no de municipios por tal razón es fundamental la articulación de acciones con los municipios cercanos a Ocaña.

12. Presentación del Plan de Desarrollo turístico

El Plan de Desarrollo Turístico es una herramienta que brinda los lineamientos generales para la gestión turística del territorio, orienta las acciones que se deben realizar para lograr un desarrollo turístico sostenible y responsable, facilitando la participación de todos los sectores en el desarrollo de una industria tan multidisciplinar.

Para elaborar el Plan de Desarrollo Turístico Convencional para el municipio de Ocaña, se propone seguir los lineamientos metodológicos del documento "Asistencia Técnica en Planificación del Turismo" del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de Colombia; teniendo como principios, que el logro de la competitividad y la sostenibilidad de los destinos turísticos son una exigencia permanente, y la necesidad de adaptación de las metodologías de acuerdo al contexto territorial.

Conscientes de la dificultad metodológica que supone abarcar una actividad económica de la complejidad y dinámica del turismo, se buscará entender la evolución territorial y evaluar las condiciones previas para definir la estrategia de desarrollo y los programas operativos. El enfoque territorial permite la articulación de una economía en el espacio físico que implica el reconocimiento de la competitividad proveniente de sus ventajas competitivas

y comparativas de la cadena productiva, la cual se analizará en coherencia con las políticas de desarrollo sustentable, con especial énfasis en el mantenimiento de los valores del espacio natural y los bienes culturales, como componentes básicos de la oferta turística del municipio, soporte de los beneficios esperados para la población local y los empresarios.

Dentro de este marco conceptual, el IICA considera el territorio como "un producto social e histórico –lo que le confiere un tejido social único–, dotado de una determinada base de recursos naturales, ciertas formas de producción, consumo e intercambio, y una red de instituciones y formas de organización que se encargan de darle cohesión al resto de los elementos" (IICA, 2014). De cierta forma todos los elementos que definen el territorio son aspectos fundamentales en el turismo: recursos, estructura organizacional, instituciones.

Razón por la cual se tendrán en cuenta tres aspectos de la sostenibilidad en la orientación del presente documento.

1. Conservación y recuperación de los valores culturales y naturales del territorio.
2. Respeto por la cultura, el patrimonio natural y la mejora de la calidad de vida de las poblaciones locales.
3. Generación de utilidades económicas para empresarios, prestadores de servicios y emprendedores, dentro del marco de la ley.

13. Metodología Fase Planeación

Para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Convencional para el municipio de Ocaña 2023-2034, se ejecutaron las siguientes fases:

- I. Diagnóstico Municipal
- II. Planeación estratégica
- III. Socialización
- IV. Coordinación y seguimiento del proyecto

A continuación, se profundizará en el procedimiento metodológico de la fase de Planeación Estratégica

13.1 Fase Planeación Estratégica

La Fase Estratégica comprende la identificación y formulación de los diferentes objetivos, estrategias, programas, acciones, metas e indicadores que se espera alcanzar de acuerdo a una visión de desarrollo turístico. El componente de planificación tendrá una estructura lógica y ordenada, que facilite la orientación a resultados y permita el seguimiento y la rendición de cuentas.

La planificación consiste en determinar lo que se quiere, qué medidas se tomarán para lograrlo y cómo se sabrá que se ha conseguido. No obstante, la definición de este proceso puede no ser siempre definitiva; por ejemplo, la planificación debe a veces simplificar situaciones complejas para que se puedan entender

mejor o para que en el futuro puedan adaptarse las oportunidades y las limitaciones imprevistas. Para contrarrestar esta necesidad de simplicidad y flexibilidad, se necesitan herramientas que proporcionen precisión y exactitud, y los indicadores son uno de estos instrumentos.

El diagnóstico permite conocer la situación actual del turismo, así como las oportunidades y retos que esta actividad representa en un territorio, constituyéndose junto con los aportes de la comunidad en los ejercicios participativos, en la base de construcción del Plan.

El resultado del proceso consiste en la definición de las principales estrategias de desarrollo de Ocaña como destino turístico de acuerdo a su vocación. A partir de la determinación de las estrategias a seguir para conseguir los objetivos fijados, las siguientes fases del Plan hacen referencia a las acciones, para las cuales se definirán metas y se establecerán las responsabilidades, los tiempos y los presupuestos. Las estrategias son de: Desarrollo de productos turísticos, Marketing turístico, Recursos Humanos y Capacitación, Infraestructura turística y Fortalecimiento institucional.

En cuanto al enfoque territorial es necesario contextualizar que a nivel nacional el Gobierno está empeñado en aprovechar las potencialidades territoriales como motor de crecimiento y

equidad de todas las regiones, busca promover la construcción de una nueva agenda de desarrollo regional basada en la comprensión de las diferencias y dinámicas del territorio (Presidencia de la República de Colombia, 2019).

En consecuencia, y dada la naturaleza misma de la actividad turística y su relación intrínseca con el territorio sobre el cual tiene lugar, el Plan de Desarrollo Turístico de Ocaña debe construirse sobre un enfoque territorial, lo que implica entender el territorio desde sus especificidades y funcionalidades, más allá de los límites político-administrativos, con el propósito de plantear intervenciones coherentes con las necesidades locales

El enfoque territorial implica el análisis del entorno físico, los recursos turísticos y los aspectos ambientales para determinar las potencialidades turísticas del territorio, y sobre éstas, generar una propuesta de desarrollo turístico sustentable, con una zonificación territorial y adecuada distribución de las actividades turísticas, acorde con usos racionales de suelo, y el respeto por el medio ambiente. El enfoque territorial permite mejorar la focalización y priorización de las inversiones territoriales, el diseño de Políticas Públicas adecuadas a la realidad local y el fortalecimiento institucional en los territorios (Presidencia de la República de Colombia, 2019).

Entendiendo que los territorios son dinámicos y complejos, se requiere la

identificación de las relaciones funcionales entre las dimensiones ambiental, social, económica, cultural y política, las cuales en el turismo se relacionan con la sostenibilidad de la actividad. De manera ampliada la sostenibilidad turística comprende las siguientes dimensiones, que son aplicables al modelo de desarrollo turístico de Ocaña.

La dimensión ecológica y ambiental: El desarrollo debe ser compatible con el mantenimiento de los recursos naturales, los procesos ecológicos y la diversidad biológica. El turismo, debe considerar la gestión sostenible de los recursos como el agua, el aire, la biodiversidad, los suelos, mediante políticas encaminados a la reducción y manejo adecuado de las basuras y de las aguas residuales, el fomento de energías renovables y el control de los espacios naturales.

La dimensión económica: Los procesos de desarrollo turístico deben generar empleo digno e ingresos que permitan el bienestar y una mejor calidad de vida para los habitantes del territorio, promover procesos de inclusión, de convivencia pacífica, de solidaridad, de participación y tolerancia. Se debe desarrollar una oferta turística que sea lo suficientemente atractiva y de calidad para atraer segmentos de mercado especializados que generen una demanda no estacionaria y con mayores niveles de gasto, garantizando la viabilidad económica y el bienestar social.

La dimensión social y cultural: Se requiere que el desarrollo aspire a fortalecer la identidad de las comunidades, se deben a la vez considerar los efectos del turismo sobre las actividades y dinámicas culturales de las comunidades locales para minimizar los impactos negativos. El origen de los problemas ambientales guarda una relación estrecha con los estilos de desarrollo de las sociedades, en algunos casos las situaciones de ausencia de cobertura de las necesidades básicas dan lugar a problemas como la contaminación o la erosión de los suelos; en situaciones de riqueza, las poblaciones tienden al sobreconsumo.

La dimensión política institucional: Supone la participación efectiva de las poblaciones, el fortalecimiento de la capacidad de las organizaciones sociales y comunitarias, el acceso a la información, la capacitación para la toma de decisiones y el control ciudadano del Estado. Las instituciones públicas y privadas deben acometer acciones orientadas a la planificación integrada y ordenamiento territorial como contribución al desarrollo sostenible.

Se debe promover la asociatividad territorial, así como la coordinación entre municipios, departamentos otros diferentes niveles del gobierno, con el fin de mejorar la planificación territorial, la ejecución de Políticas Públicas del desarrollo y la inversión en proyectos de impacto regionales que maximicen los efectos en las condiciones de vida de la población. El turismo como política

sectorial debe estar articulado a los demás instrumentos de planificación del municipio.

La dimensión territorial: El desarrollo turístico debe contribuir al equilibrio en los sistemas espaciales, atenuando desequilibrios territoriales y respetando la apropiación territorial de las comunidades locales. No debe incursionar en zonas que no cuenten con las condiciones básicas ya que puede generar mayores impactos sociales, ambientales, culturales que beneficios. El territorio construido debe responder a la visión de las comunidades locales.

El proceso metodológico que se seguirá en la formulación del Plan de Desarrollo Turístico de Ocaña tiene los siguientes pasos:

1. Construcción de la visión y definición de los objetivos

La visión de desarrollo describe el estado deseado o el futuro previsto para la entidad territorial en el largo plazo. La visión está relacionada con la identidad y la vocación del destino turístico, con base en la información recopilada y analizada en la parte descriptivo - analítica del diagnóstico y los resultados del DOFA, se define la vocación turística del territorio, que "son las características y potencialidades económicas, sociales, culturales y ecológicas que deben ser tomadas en cuenta por un destino para generar un aprovechamiento turístico óptimo del territorio" (IICA, 2014).

Se deberá formular un objetivo general y una serie de objetivos estratégicos; el primero tomará en cuenta todos los elementos contenidos en la visión y se orientará a su cumplimiento, mientras que los segundos se desarrollarán a partir del objetivo general y los problemas centrales identificados, y deberán estar relacionados con los indicadores de resultado y de bienestar del Plan y las estrategias.

2. Definición de estrategias, programas y acciones/proyectos

Tras haber identificado claramente los problemas, causas y efectos que limitan el desarrollo turístico del territorio, pueden definirse las líneas de acción del plan de desarrollo. A partir del análisis DOFA realizado en el Diagnóstico, y la priorización que los participantes realizaron de los aspectos más importantes para el territorio y su desarrollo turístico, principalmente debilidades y amenazas, se plantearon unos problemas para ser abordados en las estrategias del Plan. De esta manera, de lo que inicialmente se presenta como un problema, se generan soluciones.

Las estrategias y acciones se definen en concordancia con los objetivos estratégicos y en respuesta a los problemas centrales identificados en el diagnóstico.

El proceso de construcción del Plan se da a través del intercambio entre los participantes, la discusión razonable, reflexión y modificación de propuestas,

hasta llegar a la definición de acciones y proyectos.

Cada programa o línea de acción está dirigido a una sola temática o aspecto por atender, para la cual se definen las actividades necesarias para superar problemas y aprovechar oportunidades relacionadas con el desarrollo turístico del territorio. Adicionalmente, para cada actividad se define quiénes son los responsables e involucrados en su ejecución, los requerimientos y la duración prevista.

3. Caracterización de proyectos y actividades

A partir de una definición general de las estrategias y las principales líneas de acción, se definen los productos turísticos estratégicos y diferenciadores.

4. Definición del cronograma de actividades.

El cronograma se presentará en función del plazo y duración de las actividades, el horizonte de largo plazo se define a 12 años en concordancia con el POT.

5. Elaboración de Plan de Inversiones

Con la definición de los proyectos y actividades, se tendrá una estimación presupuestaria y sus posibles fuentes de financiación. Con los insumos de los pasos anteriores, la Secretaría de Educación, Cultura y Turismo para el año 2023 construirá una primera versión del plan de acción e inversiones de acuerdo al cumplimiento de las metas del Plan de desarrollo municipal, para los próximos años el documento será el insumo

fundamental de los planes de desarrollo destinando los recursos requeridos para su implementación.

6. Plan de seguimiento

El seguimiento hace referencia a un proceso o acción a seguir. Para que esta acción se pueda realizar o concretar se requiere:

1. Claridad en lo que se quiere seguir (métricas ligadas a compromisos establecidos en metas).
2. Personas que realicen dichas mediciones, las cuales deben contar con un conjunto de instrumentos o herramientas para tal fin.
3. Claridad sobre el uso que se le dará a la información generada.

Así las etapas de medición y seguimiento del Plan tendrán parámetros e indicadores precisos para poder realizar los ajustes correspondientes a medida que pasa el tiempo para el cual se creó.

La estructura base para la formulación de indicadores y metas son las actividades, con sus respectivos resultados y los productos. Los indicadores de resultado miden los impactos en términos de los objetivos estratégicos, relacionados con los efectos que se esperan alcanzar a través de la entrega de uno o más productos

13.1.1 Visión

A partir de los elementos más destacados del análisis DOFA del diagnóstico, se construyó la Visión del Plan de Desarrollo Turístico con una proyección de 12 años, la cual recoge la imagen del territorio que se quiere proyectar, los valores y principios que los actores consideran que debe mantener o mejorar para alcanzar un desarrollo turístico sostenible

Visión: Para el año 2034, Ocaña se consolidará como principal destino turístico de connotación histórica, religiosa y natural del departamento Norte de Santander, asociado a la fortaleza de su clima, y amabilidad de su gente; a su vez tendrá reconocimiento nacional e internacional por el aprovechamiento responsable de los recursos naturales y culturales con los que cuenta el municipio en los espacios urbanos y rurales, lo cual permitirá el desarrollo social y económico de la comunidad local a través del turismo de acuerdo a los parámetros de sostenibilidad.

13.1.2 Objetivos

Los objetivos recogen los principales elementos de la visión del desarrollo turístico.

Objetivo General

Promocionar y posicionar a Ocaña como uno de los principales destinos turísticos de la región y del país, integrando empresarios turísticos, emprendedores y comunidades para el diseño de

productos diferenciados y adaptados a las nuevas tendencias del mercado.

Objetivos Estratégicos:

- 1.. Promover en propios y visitantes del municipio, un mayor sentido de pertenencia y apropiación por el turismo, impulsando procesos educativos en actividades relacionadas con la industria turística, que garanticen mejor calidad y eficiencia en la prestación de servicios turísticos.
2. Fortalecer las actividades que integren la diversidad cultural, el patrimonio histórico y cultural del municipio, como medio para dinamizar y promocionar la industria turística dentro y fuera del territorio.
3. Garantizar espacios físicos y naturales adecuados para el desarrollo de actividades turísticas, brindando comodidad y seguridad en el uso de estos espacios, promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad por el cuidado de los mismos.
4. Realizar un plan de asesorías y capacitación para la prestación de servicios turísticos competitivos
5. Proporcionar a propios y visitantes, seguridad y tranquilidad durante su estadía en el municipio, desarrollando estrategias de integración entre las autoridades, las comunidades y municipios vecinos, garantizando la protección de menores de edad involucrados en actividades ilegales relacionadas con el turismo.

13.1.3 Líneas de acciones, estrategias y proyectos

El presente Plan Turístico está conformado por cinco (5) Líneas de acción; los cuales se convierten en la ruta a seguir durante los próximos doce (12) años para consolidar el desarrollo turístico del municipio de Ocaña; como se muestra en el siguiente gráfico.



Figura 7. Pilares del Plan de Desarrollo Turístico Convencional de Ocaña

Fuente: Elaboración propia

Estrategias

Las estrategias son acciones planificadas que buscan garantizar el cumplimiento de objetivos y metas, tal como se presenta a continuación:

Líneas de acción	Estrategias
<p>1. Desarrollo de productos turísticos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diseñar productos turísticos integrando los recursos históricos, culturales y naturales. 2. Planificar los procesos de inserción de los nuevos productos mediante estrategias de comunicación. 3. Desarrollar servicios no convencionales que permitan la integración y participación de la mayoría de los grupos empresariales registrados en el Viceministerio de Turismo. 4. Contribuir a la preservación, desarrollo y promoción del patrimonio histórico, cultural y natural. 5. Potenciar la participación de los diferentes actores involucrados en el desarrollo de productos turísticos.
<p>2. Marketing turístico</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Promocionar a Ocaña como uno de los principales destinos turísticos de la región y del país, integrando empresarios turísticos. 2. Participar activamente en ferias y actividades donde se promocióne el municipio de Ocaña. 3. Apoyar el desarrollo de ideas y proyectos relacionados con el uso de las Tics alrededor del turismo. 4. Participar en convocatorias y eventos de financiación de proyectos turísticos. 5. Brindar apoyo y acompañamiento a propietarios de fincas con potencial agroturístico, para fortalecer su atractivo.

<p>3. Recursos humanos y capacitación</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar alianzas con el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) y las universidades que tengan programas académicos de turismo, para fortalecer las competencias. 2. Articular con las entidades locales, regionales y nacionales la realización de controles y seguimientos a la calidad de los servicios que ofrecen los prestadores de servicios turísticos.
<p>4. Infraestructura turística</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Priorizar la gestión de recursos para la construcción y adecuación de infraestructuras de servicios especialmente las rutas de senderismo. 2. Establecer alianzas estratégicas público - privadas para el desarrollo de proyectos de infraestructura turística. 3. Incentivar el uso de infraestructuras eco- sostenible en servicios y proyectos turísticos. 4. Identificar desde el ordenamiento territorial la consecución de sitios naturales en zonas rurales que permitan el desarrollo de actividades ecoturísticas.
<p>5. Fortalecimiento Institucional</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Crear y mantener actualizada normatividad y reglamentación necesaria para el desarrollo de la actividad turística del municipio. 2. Fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción eficaz de los destinos turísticos. 3. Incentivar la responsabilidad social y la seguridad en el desarrollo de la actividad turística. 4. Trabajar en articulación con la unidad de Policía de Turismo en el desarrollo de acciones de control y seguimiento a la formalidad turística.

Tabla 35

Fuente: Elaboración propia

Líneas de acción, proyectos, indicadores y metas

El presente Plan Turístico está conformado por cinco líneas de acción, 33 proyectos con sus respectivas metas los cuales se describen a continuación:

Línea de acción No 1: Desarrollo de productos turísticos		
Objetivo: Consolidar la manifestación de atributos únicos del destino, aportando un valor añadido y reafirmando el carácter local y la autenticidad de las experiencias ofrecidas.		
Proyectos	Indicador	Metas
1. Diseño e implementación de experiencias, actividades o nuevos servicios turísticos novedosos que permitan innovar en la oferta turística de Ocaña (Nuevas formas de actividades para vivir la ciudad como rutas, circuitos, itinerarios, planes, entre otras).	1. Recorridos temáticos anuales para la realización de las experiencias turísticas del municipio de Ocaña	Desarrollar cuatro recorridos temáticos anuales para la realización de las experiencias turísticas del municipio de Ocaña.
	2. Guiones realizados para los recorridos temáticos.	Investigación y desarrollo de guiones para los recorridos temáticos.
	3. Recorridos temáticos validados	Validación de los recorridos temáticos.
	4. Desarrollo de actividades que vinculen a la población en la cadena de valor del sector turístico.	Diseño y desarrollo de actividades que conlleven a la vinculación efectiva de las poblaciones en la cadena de valor del sector turismo.
2. Creación de clúster turístico.	1. Clúster turístico elaborado.	Crear un clúster turístico en el docenio.
3. Creación del punto de información turística (PIT) y garantizar su funcionamiento.	2. Punto de información físico y virtual creado	Crear un Punto de Información Turístico físico y uno virtual.
	3. Servicio de información para el sector artístico y cultural	Garantizar el funcionamiento anual de los puntos de Información Turística (Físico y virtual)
4. Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos	1. Alianzas realizadas con otros municipios para la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos	Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos.
5. Perfeccionar el producto de aviturismo en el municipio de Ocaña.	1. Apoyo en la realización de la promoción y comercialización de un Circuito Aviturismo en la reserva natural Hormiguero de Torcoroma.	Generar capacidades para el desarrollo del turismo de avistamiento de aves en la reserva natural Hormiguero de Torcoroma de Proaves, a través de la promoción y comercialización de un Circuito Aviturismo.

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción No 2: Marketing turístico

Objetivo: Fortalecer las actividades de marketing, como medio para dinamizar y promocionar la industria turística dentro y fuera del territorio.

Proyectos	Indicador	Metas
1. Creación de la marca turística Ocaña.	1. Marca turística de Ocaña creada.	Crear la marca turística de Ocaña en el decenio.
2. Diseño e implementación de un plan de mercadeo y promoción turística.	1. Diseño, producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso para la promoción de los productos y servicios turísticos del municipio realizados.	Diseño, producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso para la promoción de los productos y servicios turísticos del municipio.
	2. Promoción y acceso efectivo a procesos culturales y artísticos	Financiación de pauta publicitaria / planes de medios requeridos para poner en marcha campañas y elementos de publicidad y promoción en actividades turísticas.
	3. Guía turística Elaborada.	Elaborar y mantener actualizada una guía turística durante el decenio.
3. Aunar esfuerzos con entidades públicas y privadas para realizar un Fam Trip regional.	1. Un Fam Trip regional realizado, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.	Realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.
4. Implementar una aplicación web de turismo y cultura	1. Página web turística Elaborada.	Creación de una página web turística.
	2. Funcionamiento anual de la página web turística.	Garantizar el funcionamiento anual de la página web turística.
5. Fortalecimiento de las Tics en la industria turística.	1. Estrategia anual implementada de marketing digital y uso de las TIC que vincule a los empresarios turísticos	Implementar una estrategia anual de marketing digital y uso de las TIC que vincule a los empresarios turísticos.
	2. Capacitación anual a prestadores de servicios turísticos para sistematización y tecnificación de las operaciones de sus empresas realizada.	Realizar una (1) capacitación anual a prestadores de servicios turísticos para sistematización y tecnificación de las operaciones de sus empresas.
	3. Participación en la vitrina ANATO para promocionar el turismo local.	Participar en la vitrina de ANATO para promocionar el turismo local.

6. Promoción y realización de festividades y eventos.	1. Plan de medios para las festividades y eventos turísticos, culturales y deportivos diseñados.	Diseñar anualmente un plan de medios para las festividades y eventos turísticos, culturales y deportivos.
	2. Encuentro cultural de talla internacional, Nacional o Regional realizado anualmente.	Realizar anualmente un encuentro cultural de talla internacional, Nacional o Regional.
	3. Festividades culturales de orden Municipal con el objetivo de impulsar el turismo realizado anualmente.	Realizar anualmente festividades culturales de orden Municipal con el objetivo de impulsar el turismo.
	4. Festival turístico, artesanal y gastronómico de orden departamental y/o Municipal realizado anualmente.	Realizar anualmente un festival turístico, artesanal y gastronómico de orden departamental y/o Municipal.
7. Instalación de promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en los paraderos.	1. Paraderos con promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio.	Instalar anualmente promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en dos (2) de los paraderos.
8. Campañas de fomento al turismo responsable y sostenible.	1. Campaña anual sobre el cuidado de los recursos naturales y de cultura ciudadana en los sitios turísticos en articulación con la Unidad Técnica Ambiental Realizada.	Articular con la Unidad Técnica Ambiental la realización de una campaña anual sobre el cuidado de los recursos naturales y de cultura ciudadana en los sitios turísticos.
	2. Estudiantes de secundaria de las diferentes instituciones capacitados en turismo responsable y sostenible.	Vincular anualmente a estudiantes de secundaria de las diferentes instituciones del municipio, para capacitarlos en turismo responsable y sostenible.
9. Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio.	1. Estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio realizado durante el docenio.	Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio, durante el docenio.

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción No 3: Recursos humanos y capacitación

Objetivo: Impulsar procesos educativos y de formación en actividades relacionadas con la industria turística, que garanticen mejor calidad y eficiencia en la prestación de servicios turísticos.

Proyectos	Indicador	Metas
1. Diseño y gestión de proyectos para educación en turismo.	1. Gestión realizada para vincular instituciones al programa "colegios amigos del turismo) durante el docenio.	Realizar gestión para la vinculación de instituciones educativas al programa (colegios amigos del turismo" durante el docenio.
2. Fortalecimiento de las habilidades de las personas vinculadas al sector turístico, que contribuya a potencializar y especializar la prestación de los servicios y/o generar nueva oferta de ciudad.	1. Articulación con el SENA y/o Instituciones de Educación Superior de seis (6) programas técnicos, tecnólogos o profesionales en relación al turismo.	Articular con el SENA y/o Instituciones de Educación Superior cinco (5) programas técnicos, tecnólogos o profesionales en relación al turismo.
	2. Gestión realizada para la creación de la Asociación del gremio de hoteleros.	Realizar gestión para la creación de la Asociación del gremio de hoteleros durante el docenio.
	3. Diseño e implementación de un Plan de capacitación y sensibilización a los operadores turísticos de Ocaña.	Diseñar e implementar anualmente un Plan de capacitación y sensibilización a los operadores turísticos de Ocaña.
3. Diseño e implementación de un plan de capacitación y sensibilización turística.	1. Capacitación anual a los artesanos realizada.	Realizar una capacitación anual a los artesanos.
	2. Formaciones complementarias y/o capacitaciones orientadas a mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos articulados con el SENA u otras instituciones.	Articular con el SENA u otras instituciones formaciones complementarias y/o capacitaciones orientadas a mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos.
	3. Campaña de sensibilización para apropiación del turismo a comunidad y turistas realizada.	Implementar anualmente una campaña de sensibilización para apropiación del turismo a comunidad y turistas.
	4. Capacitación anual de las potencialidades turísticas del municipio, dirigido a todos los prestadores, operadores y o servicios complementarios realizada.	Realizar un taller y/o capacitación anual de las potencialidades turísticas del municipio, dirigido a todos los prestadores, operadores y o servicios complementarios.
	5. Actividades de rescate de tradiciones culturales con niños y jóvenes del municipio realizadas dos veces al año.	Realizar dos veces al año, actividades de rescate de tradiciones culturales con niños y jóvenes del municipio.

4. Apoyo a procesos de investigación local y regional.	1. Investigaciones en áreas relacionadas con la actividad turística y cultural realizadas.	Apoyar la realización de 3 investigaciones en áreas relacionadas con la actividad turística y cultural.
5. Fomento y promoción al emprendimiento e innovación turística.	1. Fondo de apoyo al emprendimiento turístico creado y fortalecido.	Crear y fortalecer un Fondo de apoyo al emprendimiento turístico
6. Apoyar en el diseño de un plan de fortalecimiento de los guías turístico del municipio de Ocaña.	1. Un plan de capacitación realizado a los guías turísticos con tarjeta profesional y que tengan operación en el municipio para ofrecer servicios de calidad a los visitantes de Ocaña.	Apoyar en el diseño de un plan de capacitación a los guías turísticos con tarjeta profesional y que tengan operación en el municipio para ofrecer servicios de calidad a los visitantes de Ocaña.

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción No 4: Infraestructura turística

Objetivo: Garantizar espacios físicos y naturales adecuados para el desarrollo de actividades turísticas, brindando comodidad y seguridad en el uso de estos espacios, promoviendo la sostenibilidad y la responsabilidad por el cuidado de los mismos.

Proyectos	Indicador	Metas
1. Adecuación y mejoramiento de rutas de senderismo.	1. Plan de manejo y de recuperación de las rutas de senderismo elaborado.	Elaborar un plan de manejo y de recuperación de las rutas de senderismo como: (Camino de Herradura al santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Reserva Hormiguero de Torcoroma).
2. Realizar un estudio para la creación de un centro turístico.	1. Aliados estratégicos para la construcción de un centro turístico identificado.	Identificación de aliados estratégicos para realizar la construcción de un centro turístico.
3. Diseño e implementación de un proyecto de señalización turística.	1. Proyecto de señalización turística diseñado e implementado.	Diseñar e implementar un proyecto de señalización turística.
4. Adecuación, intervenciones y mantenimiento de los atractivos turísticos.	1. Adecuaciones, intervenciones físicas, remodelaciones no estructurales y adaptación de las instalaciones para la prestación exclusiva de servicios turísticos realizados.	Adecuaciones, intervenciones físicas, remodelaciones no estructurales y adaptación de las instalaciones para la prestación exclusiva de servicios turísticos, tales como: adecuación de senderos con materiales amigables con el medio ambiente.
5. Apoyo al desarrollo de nuevas ideas de negocios para diversificar las empresas del sector turístico de la ciudad	1. Embellecimiento y enlucimiento de espacios que enriquezcan la experiencia del visitante realizados.	Realizar embellecimiento y enlucimiento de espacios que enriquezcan la experiencia del visitante, los cuales podrán ser: jardinerías, escenarios para fotografía, entre otros.
6. Estudio, diseño y adecuación de miradores municipales.	1. Estudios y diseños para miradores municipales realizados.	Realizar los estudios y diseños para miradores municipales.
	2. Miradores municipales adecuados.	Adecuación de miradores municipales buscando crear espacios de encuentro social.

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción No 5. Fortalecimiento Institucional

Objetivo: Transformar el sector turístico y fortalecer esquemas de colaboración y corresponsabilidad para aprovechar el potencial turístico.

Proyectos	Indicador	Metas
1. Promover la creación de empresas turísticas, mediante los incentivos establecidos en el estatuto de rentas (50% en impuestos de industria y comercio).	1. Incentivos de descuento de impuestos para proyectos que apoyen la actividad turística promovida.	Promover el programa de incentivos de descuento de impuestos para proyectos que apoyen la actividad turística, de acuerdo al estatuto de rentas del Municipio.
2. Apoyo a proyectos y convenios de integración institucional.	1. Alianzas estratégicas públicas o privadas, local o regional para fortalecer el turismo apoyadas.	Participar y apoyar la consolidación de alianzas estratégicas públicas o privadas, para fortalecer el turismo.
3. Creación de una red de información para la seguridad turística.	1. Proyecto para la recuperación del cable aéreo formulado	Formular un proyecto para la recuperación del cable aéreo.
4. Apoyo a la Policía de Turismo.	1. Red de información y seguridad turística con prestadores de servicios turísticos creada.	Crear la red de información y seguridad turística con prestadores de servicios turísticos.
	2. Acciones realizadas para el mejoramiento y funcionamiento del servicio de la Policía de Turismo	Articular acciones para el mejoramiento y funcionamiento del servicio de la Policía de Turismo.
5. Acciones de control y sensibilización para formalización de la actividad turística.	1. Implementación de la estrategia de prevención de Explotación Sexual y Comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNA) con los prestadores turísticos.	Implementar con los prestadores de servicios turísticos. la estrategia de prevención de Explotación Sexual y Comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNA)
	2. Control anual a prestadores, operadores y servicios complementarios de turismo apoyados.	Con el apoyo de la policía de turismo y otros entes, realizar 2 controles anuales a prestadores, operadores y servicios turísticos para la verificación de los requisitos mínimos de la prestación del servicio.
6. Promoción y fortalecimiento de la gastronomía local y del gremio de artesanos.	1. Festival de artesanos y gastronomía "Ocaña turística" institucionalizado.	Institucionalizar el festival de artesanos y gastronomía "Ocaña turística".
	2. Estrategia implementada para promocionar e impulsar la gastronomía local como herramienta para fomentar el turismo.	Implementar una estrategia para promocionar e impulsar la gastronomía local.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36

13.1.4 Metas del docenio

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Docenio	Metas anuales											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 1: Desarrollo de productos turísticos	Proyecto No 1. Diseño e implementación de experiencias, actividades o nuevos servicios turísticos novedosos que permitan innovar en la oferta turística de Ocaña (Nuevas formas de actividades para vivir la ciudad como rutas, circuitos, itinerarios, planes, entre otras).													
	Meta 1: Desarrollar cuatro recorridos temáticos anuales para la realización de las experiencias turísticas del municipio de Ocaña	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Meta 2. Investigación y desarrollo de guiones para los recorridos temáticos.	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Meta 3. Validación de los recorridos temáticos.	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Meta 4. Diseño y desarrollo de actividades que conlleven a la vinculación efectiva de las poblaciones en la cadena de valor del sector turismo.	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Proyecto No 2. Creación de clúster turístico.													
	Meta 1: Crear un clúster turístico en el docenio.	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Proyecto No 3. Creación del punto de información turística (PIT) y garantizar su funcionamiento													
	Meta 1: Crear un Punto de Información Turístico físico y uno virtual.	2	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Meta 2: Garantizar el funcionamiento anual de los puntos de Información Turística (Físico y virtual)	22	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Proyecto No 4. Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos													
	Meta 1: Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos.	5	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
	Proyecto No 5. Perfeccionar el producto de aviturismo en el municipio de Ocaña.													
Meta 1: Generar capacidades para el desarrollo del turismo de avistamiento de aves en la reserva natural Hormiguero de Torcoroma de Proaves, a través de la promoción y comercialización de un Circuito Aviturismo.	6	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Decenio	Cronograma											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 2: Marketing Turístico	Proyecto No 1. Creación de la marca turística Ocaña.													
	Meta 1: Crear la marca turística de Ocaña en el decenio.	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Proyecto No 2. Diseño e implementación de un plan de mercadeo y promoción turística.													
	Meta 1: Diseño, producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso para la promoción de los productos y servicios turísticos del municipio.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Financiación de pauta publicitaria / planes de medios requeridos para poner en marcha campañas y elementos de publicidad y promoción en actividades turísticas.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 3: Elaborar y mantener actualizada una guía turística durante el decenio	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 3. Aunar esfuerzos con entidades públicas y privadas para realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.													
	Meta 1: Realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
	Proyecto No 4. Implementar una aplicación web de turismo y cultura													
	Meta 1: Creación de una página web turística	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Meta 2: Garantizar el funcionamiento anual de la página web turística	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 5. Fortalecimiento de las Tics en la industria turística.													
	Meta 1: Implementar una estrategia anual de marketing digital y uso de las TIC que vincule a los empresarios turísticos.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Realizar una (1) capacitación anual a prestadores de servicios turísticos para sistematización y tecnificación de las operaciones de sus empresas.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 3: Participar en la vitrina de ANATO para promocionar el turismo local.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Decenio	Cronograma											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 2: Marketing Turístico	Proyecto No 6. Promoción y realización de festividades y eventos.													
	Meta 1: Diseñar anualmente un plan de medios para las festividades y eventos turísticos, culturales y deportivos.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Realizar anualmente un encuentro cultural de talla internacional, Nacional o Regional.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 3: Realizar anualmente festividades culturales de orden Municipal con el objetivo de impulsar el turismo.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 4: Realizar anualmente un festival turístico, artesanal y gastronómico de orden departamental y/o Municipal.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 7. Instalación de promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en los paraderos.													
	Meta 1: Instalar anualmente promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en dos (2) de los paraderos.	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Proyecto No 8. Campañas de fomento al turismo responsable y sostenible.													
	Meta 1: Articular con la Unidad Técnica Ambiental la realización de una campaña anual sobre el cuidado de los recursos naturales y de cultura ciudadana en los sitios turísticos.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Vincular anualmente a estudiantes de secundaria de las diferentes instituciones del municipio, para capacitarlos en turismo responsable y sostenible.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 9. Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio.													
Meta 1: Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio, durante el decenio.	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Docenio	Cronograma											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 3: Recursos humanos y capacitación	Proyecto No 1. Diseño y gestión de proyectos para educación en turismo.													
	Meta 1: Realizar gestión para la vinculación de instituciones educativas al programa (colegios amigos del turismo) durante el docenio.	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Proyecto No 2. Fortalecimiento de las habilidades de las personas vinculadas al sector turístico, que contribuya a potencializar y especializar la prestación de los servicios y/o generar nueva oferta de ciudad.													
	Meta 1: Articular con el SENA y/o Instituciones de Educación Superior seis (6) programas técnicos, tecnólogos o profesionales en relación al turismo.	6	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0
	Meta 2: Realizar gestión para la creación de la Asociación del gremio de hoteleros durante el docenio.	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Meta 3: Diseñar e implementar anualmente un Plan de capacitación y sensibilización a los operadores turísticos de Ocaña.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 3. Diseño e implementación de un plan de capacitación y sensibilización turística.													
	Meta 1: Realizar una capacitación anual a los artesanos.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Articular con el SENA u otras instituciones formaciones complementarias y/o capacitaciones orientadas a mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 3: Implementar anualmente una campaña de sensibilización para apropiación del turismo a comunidad y turistas.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 4: Realizar un taller y/o capacitación anual de las potencialidades turísticas del municipio, dirigido a todos los prestadores, operadores y o servicios complementarios	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Meta 5: Realizar dos veces al año, actividades de rescate de tradiciones culturales con niños y jóvenes del municipio.	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Decenio	Cronograma											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 3: Recursos humanos y capacitación	Proyecto No 4. Apoyo a procesos de investigación local y regional.													
	Meta 1: Apoyar la realización de 3 investigaciones en áreas relacionadas con la actividad turística y cultural.	3	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0
	Proyecto No 5. Fomento y promoción al emprendimiento e innovación turística													
	Meta 1: Crear y fortalecer un Fondo de apoyo al emprendimiento turístico	10	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 6. Apoyar en el diseño de un plan de fortalecimiento de los guías turístico del municipio de Ocaña.													
	Meta 1: Apoyar en el diseño de un plan de capacitación a los guías turísticos con tarjeta profesional y que tengan operación en el municipio para ofrecer servicios de calidad a los visitantes de Ocaña.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Decenio	Cronograma											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 4: Infraestructura turística	Proyecto No 1. Adecuación y mejoramiento de rutas de senderismo													
	Meta 1: Elaborar un plan de manejo y de recuperación de las rutas de senderismo como: (Camino de Herradura al santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Reserva Hormiguero de Torcoroma).	3	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
	Proyecto No 2. Realizar un estudio para la creación de un centro turístico.													
	Meta 1: Identificación de aliados estratégicos para la construcción de un centro turístico.	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Proyecto No 3. Diseño e implementación de un proyecto de señalización turística.													
	Meta 1: Diseñar e implementar un proyecto de señalización turística	3	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
	Proyecto No 4. Adecuación, intervenciones y mantenimiento de los atractivos turísticos.													
	Meta 1: Adecuaciones, intervenciones físicas, remodelaciones no estructurales y adaptación de las instalaciones para la prestación exclusiva de servicios turísticos, tales como: adecuación de senderos con materiales amigables con el medio ambiente.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 5. Apoyo al desarrollo de nuevas ideas de negocios para diversificar las empresas del sector turístico de la ciudad													
	Meta 1: Realizar embellecimiento y enlucimiento de espacios que enriquezcan la experiencia del visitante, los cuales podrán ser: jardinerías, escenarios para fotografía, entre otros.	8	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1
	Proyecto No 6. Estudio, diseño y adecuación de miradores municipales.													
	Meta 1: Realizar los estudios y diseños para miradores municipales.	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Meta 2: Adecuación de miradores municipales buscando crear espacios de encuentro social.	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción	Proyecto / Meta	Metas en el Decenio	Cronograma											
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
No 5. Fortalecimiento Institucional	Proyecto No 1. Promover la creación de empresas turísticas, mediante los incentivos establecidos en el estatuto de rentas (50% en impuestos de industria y comercio).													
	Meta 1: Promover el programa de incentivos de descuento de impuestos para proyectos que apoyen la actividad turística, de acuerdo al estatuto de rentas del Municipio.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 2. Apoyo a proyectos y convenios de integración institucional.													
	Meta 1: Participar y apoyar la consolidación de alianzas estratégicas públicas o privadas, para fortalecer el turismo.	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 3. Creación de una red de información para la seguridad turística.													
	Meta 1: Formular un proyecto para la recuperación del cable aéreo.	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Proyecto No 4. Apoyo a la Policía de Turismo													
	Meta 1: Crear la red de información y seguridad turística con prestadores de servicios turísticos.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Articular acciones para el mejoramiento y funcionamiento del servicio de la Policía de Turismo.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Proyecto No 5. Acciones de control y sensibilización para formalización de la actividad turística.													
	Meta 1: Implementar con los prestadores de servicios turísticos. la estrategia de prevención de Explotación Sexual y Comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNA)	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Meta 2: Con el apoyo de la policía de turismo y otros entes, realizar 2 controles anuales a prestadores, operadores y servicios turísticos para la verificación de los requisitos mínimos de la prestación del servicio	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
	Proyecto No 6. Promoción y fortalecimiento de la gastronomía local y del gremio de artesanos.													
Meta 1: Institucionalizar el festival de artesanos y gastronomía "Ocaña turística".	11	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Meta 2: Implementar una estrategia para promocionar e impulsar la gastronomía local.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37

13.1.5 Plan plurianual de inversiones

Línea de acción/ Proyecto / Meta	Total	Costo anual (\$ millones)											
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Línea de acción No 1: Desarrollo de productos turísticos	\$ 873.666.666												
Proyecto No 1. Diseño e implementación de experiencias, actividades o nuevos servicios turísticos novedosos que permitan innovar en la oferta turística de Ocaña (Nuevas formas de actividades para vivir la ciudad como rutas, circuitos, itinerarios, planes, entre otras).	436	19	32	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
Meta 1: Desarrollar cuatro recorridos temáticos anuales para la realización de las experiencias turísticas del municipio de Ocaña	301	16	20	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Meta 2. Investigación y desarrollo de guiones para los recorridos temáticos.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Meta 3. Validación de los recorridos temáticos.	12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Meta 4. Diseño y desarrollo de actividades que conlleven a la vinculación efectiva de las poblaciones en la cadena de valor del sector turismo.	111	1	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Proyecto No 2. Creación de clúster turístico.													
Meta 1: Crear un clúster turístico en el docenio.	GESTIÓN												
Proyecto No 3. Creación del punto de información turística (PIT) y garantizar su funcionamiento	437,66	21,66	26	48	30	32	34	36	38	40	42	44	46
Meta 1: Crear un Punto de Información Turístico físico y uno virtual.	31,66	11,66	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Meta 2: Garantizar el funcionamiento anual de los puntos de Información Turística (Físico y virtual)	406	10	26	28	30	32	34	36	38	40	42	44	46
Proyecto No 4. Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos													
Meta 1: Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos.	GESTIÓN												
Proyecto No 5. Perfeccionar el producto de aviturismo en el municipio de Ocaña.													
Meta 1: Generar capacidades para el desarrollo del turismo de avistamiento de aves en la reserva natural Hormiguero de Torcoroma de Proaves, a través de la promoción y comercialización de un Circuito Avituristico.	GESTIÓN												

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción/ Proyecto / Meta	Total	Costo anual (\$ millones)											
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Línea de acción No 2: Marketing Turístico	\$ 1.187.000.000												
Proyecto No 1. Creación de la marca turística Ocaña.	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Meta 1: Crear la marca turística de Ocaña en el decenio.		0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Proyecto No 2. Diseño e implementación de un plan de mercadeo y promoción turística.	278	20	23	23,0	23	23,0	24	23,5	24	23,5	24	24,0	24
Meta 1: Diseño, producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso para la promoción de los productos y servicios turísticos del municipio.	120	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Meta 2: Financiación de pauta publicitaria / planes de medios requeridos para poner en marcha campañas y elementos de publicidad y promoción en actividades turísticas.	119	9	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Meta 3: Elaborar y mantener actualizada una guía turística durante el decenio	39	1	3	3	3	3	3,5	3,5	3,5	3,5	4	4	4
Proyecto No 3. Aunar esfuerzos con entidades públicas y privadas para realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.													
Meta 1: Realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.	GESTIÓN												
Proyecto No 4. Implementar una aplicación web de turismo y cultura	42	8,75	2,5	2,5	2,5	2,75	3	3	3	4	3,5	3,5	3,5
Meta 1: Creación de una página web turística	6,75	6,75	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Meta 2: Garantizar el funcionamiento anual de la página web turística.	35	2	2,5	2,5	2,5	2,75	3	3	3	4	3,5	3,5	3,5
Proyecto No 5. Fortalecimiento de las Tics en la industria turística.	55	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Meta 1: Implementar una estrategia anual de marketing digital y uso de las TIC que vincule a los empresarios turísticos.	GESTIÓN												
Meta 2: Realizar una (1) capacitación anual a prestadores de servicios turísticos para sistematización y tecnificación de las operaciones de sus empresas.	GESTIÓN												
Meta 3: Participar en la vitrina de ANATO para promocionar el turismo local.	55	0	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Proyecto No 6. Promoción y realización de festividades y eventos.	762	35	43	45	52	55	62	65	72	75	82	85	91
Meta 1: Diseñar anualmente un plan de medios para las festividades y eventos turísticos, culturales y deportivos.	252	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32
Meta 2: Realizar anualmente un encuentro cultural de talla internacional, Nacional o Regional.	100	0	5	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Meta 3: Realizar anualmente festividades culturales de orden Municipal con el objetivo de impulsar el turismo.	240	15	16	16	18	18	20	20	22	22	24	24	25
Meta 4: Realizar anualmente un festival turístico, artesanal y gastronómico de orden departamental y/o Municipal.	170	10	10	10	12	12	14	14	16	16	18	18	20
Proyecto No 7. Instalación de promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en los paraderos.													
Meta 1: Instalar anualmente promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en dos (2) de los paraderos.	GESTIÓN												
Proyecto No 8. Campañas de fomento al turismo responsable y sostenible.													
Meta 1: Articular con la Unidad Técnica Ambiental la realización de una campaña anual sobre el cuidado de los recursos naturales y de cultura ciudadana en los sitios turísticos.	GESTIÓN												
Meta 2: Vincular anualmente a estudiantes de secundaria de las diferentes instituciones del municipio, para capacitarlos en turismo responsable y sostenible.	GESTIÓN												
Proyecto No 9. Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio.	20	0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0
Meta 1: Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio, durante el decenio.		0	0	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción/ Proyecto / Meta	Total	Costo anual (\$ millones)											
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Línea de acción No 3: Recursos humanos y capacitación	\$ 160.000.000												
Proyecto No 1. Diseño y gestión de proyectos para educación en turismo.													
Meta 1: Realizar gestión para la vinculación de instituciones educativas al programa (colegios amigos del turismo) durante el docenio.	GESTIÓN												
Proyecto No 2. Fortalecimiento de las habilidades de las personas vinculadas al sector turístico, que contribuya a potencializar y especializar la prestación de los servicios y/o generar nueva oferta de ciudad.													
Meta 1: Articular con el SENA y/o Instituciones de Educación Superior Seis (6) programas técnicos, tecnólogos o profesionales en relación al turismo.	GESTIÓN												
Meta 2: Realizar gestión para la creación de la Asociación del gremio de hoteleros durante el docenio.	GESTIÓN												
Meta 3: Diseñar e implementar anualmente un Plan de capacitación y sensibilización a los operadores turísticos de Ocaña.	GESTIÓN												
Proyecto No 3. Diseño e implementación de un plan de capacitación y sensibilización turística.													
Meta 1: Realizar una capacitación anual a los artesanos.	GESTIÓN												
Meta 2: Articular con el SENA u otras instituciones formaciones complementarias y/o capacitaciones orientadas a mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos.	GESTIÓN												
Meta 3: Implementar anualmente una campaña de sensibilización para apropiación del turismo a comunidad y turistas.	GESTIÓN												
Meta 4: Realizar un taller y/o capacitación anual de las potencialidades turísticas del municipio, dirigido a todos los prestadores, operadores y o servicios complementarios	GESTIÓN												
Meta 5: Realizar dos veces al año, actividades de rescate de tradiciones culturales con niños y jóvenes del municipio.	GESTIÓN												

Proyecto No 4. Apoyo a procesos de investigación local y regional.	60	0	0	0	15	0	0	20	0	0	0	25	0
Meta 1: Apoyar la realización de 3 investigaciones en áreas relacionadas con la actividad turística y cultural.		0	0	0	15	0	0	20	0	0	0	25	0
Proyecto No 5. Fomento y promoción al emprendimiento e innovación turística	100	0	0	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Meta 1: Crear y fortalecer un Fondo de apoyo al emprendimiento turístico		0	0	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Proyecto No 6. Apoyar en el diseño de un plan de fortalecimiento de los guías turístico del municipio de Ocaña.													
Meta 1: Apoyar en el diseño de un plan de capacitación a los guías turísticos con tarjeta profesional y que tengan operación en el municipio para ofrecer servicios de calidad a los visitantes de Ocaña.	GESTIÓN												

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción/ Proyecto / Meta	Total	Costo anual (\$ millones)											
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Línea de acción No 4: Infraestructura turística	\$ 70.000.000												
Proyecto No 1. Adecuación y mejoramiento de rutas de senderismo													
Meta 1: Elaborar un plan de manejo y de recuperación de las rutas de senderismo como: (Camino de Herradura al santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Reserva Hormiguero de Torcoroma).	GESTIÓN												
Proyecto No 2. Realizar un estudio para la creación de un centro turístico.													
Meta 1: Identificación de aliados estratégicos para la construcción de un centro turístico.	GESTIÓN												
Proyecto No 3. Diseño e implementación de un proyecto de señalización turística.													
Meta 1: Diseñar e implementar un proyecto de señalización turística	GESTIÓN												
Proyecto No 4. Adecuación, intervenciones y mantenimiento de los atractivos turísticos.													
Meta 1: Adecuaciones, intervenciones físicas, remodelaciones no estructurales y adaptación de las instalaciones para la prestación exclusiva de servicios turísticos, tales como: adecuación de senderos con materiales amigables con el medio ambiente.	GESTIÓN												
Proyecto No 5. Apoyo al desarrollo de nuevas ideas de negocios para diversificar las empresas del sector turístico de la ciudad													
Meta 1: Realizar embellecimiento y enlucimiento de espacios que enriquezcan la experiencia del visitante, los cuales podrán ser: jardinerías, escenarios para fotografía, entre otros.	GESTIÓN												
Proyecto No 6. Estudio, diseño y adecuación de miradores municipales.	70	0	0	0	20	50	0	0	0	0	0	0	0
Meta 1: Realizar los estudios y diseños para miradores municipales.	20	0	0	0	20	0	0	0	0	0	0	0	0
Meta 2: Adecuación de miradores municipales buscando crear espacios de encuentro social.	50	0	0	0	0	50	0	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

Línea de acción/ Proyecto / Meta	Total	Costo anual (\$ millones)											
		2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034
Línea de acción No 5. Fortalecimiento Institucional	\$ 230.000.000												
Proyecto No 1. Promover la creación de empresas turísticas, mediante los incentivos establecidos en el estatuto de rentas (50% en impuestos de industria y comercio).													
Meta 1: Promover el programa de incentivos de descuento de impuestos para proyectos que apoyen la actividad turística, de acuerdo al estatuto de rentas del Municipio.	GESTIÓN												
Proyecto No 2. Apoyo a proyectos y convenios de integración institucional.													
Meta 1: Participar y apoyar la consolidación de alianzas estratégicas públicas o privadas, para fortalecer el turismo.	GESTIÓN												
Proyecto No 3. Creación de una red de información para la seguridad turística.	30	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Meta 1: Formular un proyecto para la recuperación del cable aéreo.		0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Proyecto No 4. Apoyo a la policía de Turismo													
Meta 1: Crear la red de información y seguridad turística con prestadores de servicios turísticos.	GESTIÓN												
Meta 2: Articular acciones para el mejoramiento y funcionamiento del servicio de la Policía de Turismo.	GESTIÓN												
Proyecto No 5. Acciones de control y sensibilización para formalización de la actividad turística.													
Meta 1: Implementar con los prestadores de servicios turísticos. la estrategia de prevención de Explotación Sexual y Comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNA)	GESTIÓN												
Meta 2: Con el apoyo de la policía de turismo y otros entes, realizar 2 controles anuales a prestadores, operadores y servicios turísticos para la verificación de los requisitos mínimos de la prestación del servicio	GESTIÓN												

Proyecto No 6. Promoción y fortalecimiento de la gastronomía local y del gremio de artesanos.	200	5	15	16	16	17	17	18	18	19	19	20	20
Meta 1: Institucionalizar el festival de artesanos y gastronomía "Ocaña turística".	110	0	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
Meta 2: Implementar una estrategia para promocionar e impulsar la gastronomía local.	90	5	5	6	6	7	7	8	8	9	9	10	10
TOTAL	\$ 2.520.666.666	109,416	146,5	243,5	208,5	230,75	211,5	218,5	208,5	216	226,5	258,5	242,5

Tabla 38

Fuente: Elaboración propia

Las inversiones para la implementación del Plan de Desarrollo Turístico en el primer año los esfuerzos se deberán enfocar en el alistamiento institucional para la ejecución de actividades enmarcadas en el plan de desarrollo municipal vigente. A partir del año 2 en adelante los integrantes del Consejo municipal de turismo en conjunto con él o la Secretario (a) de Educación, Cultura y Turismo deberán conformar mesas de trabajo con la próxima administración municipal con el objetivo de apropiar recursos para la financiación de actividades permanentes del Plan.

13.1.6 Plan de implementación

El Plan de Implementación inicia con la socialización del Plan de Desarrollo Turístico de Ocaña para comunicar y buscar alianzas en torno a objetivos comunes. Teniendo en cuenta que la coordinación y ejecución de la mayoría de proyectos del Plan está a cargo de la administración municipal, se requiere el fortalecimiento de esta instancia a través de la apropiación de recursos económicos y técnicos destinados para cada una de las líneas de acción que contiene el presente documento, de igual forma se necesita la contratación de un equipo de profesionales que estén a cargo de la Coordinación de Turismo y del Punto de información Turística quienes en conjunto con el Secretario (a) de Educación, Cultura y Turismo, lideraran el plan de acción de cada una de las actividades propuestas para el cumplimiento de las metas en los próximos doce (12) años. El equipo profesional que se conforme deberá capacitarse en temas de turismo y prepararse para liderar el plan de acción, en el cual se definen los actores en torno a los cuales se deberán construir alianzas estratégicas, definir roles y planes de trabajo para la ejecución del citado Plan de Desarrollo Turístico.

En la medida en que se ejecuta el plan de acción se deberá realizar seguimiento y evaluación, proceso en el cual surge una necesaria retroalimentación y adaptación

de acuerdo con el contexto y las metas alcanzadas. Lo anterior se sintetiza en la siguiente figura:



Figura 8. Resumen del Plan de Implementación

Coordinación y articulación interinstitucional para la implementación del Plan

Rol de los actores y aliados por nivel de gobierno:

Nivel Nacional

* En Colombia el marco institucional y de política en materia turística está liderado fundamentalmente por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, MinCIT, a través del Viceministerio de Turismo, entidad ejecutora y evaluadora de planes y programas para mejorar la competitividad y sostenibilidad de los productos y destinos turísticos y promover el turismo doméstico y receptivo. Igualmente ejercer la coordinación necesaria para llevar el Registro Nacional de Turismo, el Sistema de Información Turística y lo relacionado con la calidad y certificación de la prestación de servicios de alojamiento. Es importante destacar la formulación, ejecución, evaluación y seguimiento del Plan Sectorial de Turismo, en conjunto con las entidades competentes de los sectores público y privado.

* El Consejo Superior de Turismo funciona como soporte para la coordinación de las acciones derivadas de la ejecución de la política de turismo.

* ProColombia, patrimonio autónomo administrado por Fiducoldex, lidera la promoción de las exportaciones y del turismo internacional, así como las acciones necesarias para ejecutar el Plan Estratégico Exportador y el

fortalecimiento de la estrategia de competitividad y productividad del país.

* FONTUR, patrimonio autónomo administrado FIDUCOLDEX para el manejo de los recursos provenientes de la contribución parafiscal para la promoción y competitividad del turismo, de acuerdo con los lineamientos de la política turística definidos por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Sus recursos se destinan con el requisito de la presentación de proyectos y sus aportes se efectúan sobre la base de cofinanciación, salvo las excepciones contempladas en la ley y las que extraordinariamente autoricen su Comité Directivo

* BANCOLDEX cuya gestión se enfoca en fomentar las exportaciones, apoyar la productividad y la competitividad con énfasis en las Mipymes. El programa Colombia Responde incluye herramientas financieras para ofrecer soluciones a las principales afectaciones por el COVID 19.

* FIDUCOLDEX, sociedad de economía mixta, filial de BANCOLDEX, presta servicios fiduciarios con énfasis en comercio exterior con recursos de los accionistas para atender las necesidades del mercado.

* FINDETER, brinda asistencia técnica a las entidades beneficiarias y financia con contrapartidas programas y proyectos de infraestructura, mantenimiento y dotación de diferentes sectores (vial, saneamiento básico, educación, salud, otros), además de la financiación del Plan Sectorial de Turismo.

* La Policía de Turismo se encarga de la vigilancia, control e información relacionada con la actividad.

* Colombia Productiva lidera el tema de capacidades técnicas a los empresarios.

* iNNpulsa Colombia es la unidad del Gobierno Nacional creada para promover la innovación empresarial y el emprendimiento dinámico como motores para la competitividad y el desarrollo regional. Su línea de apoyo integral denominada "iNNpulso Naranja", reúne esfuerzos en 8 programas para potenciar el crecimiento de emprendimientos y empresas innovadoras que hagan parte de las industrias creativas y culturales. Esta iniciativa se realiza en el marco de las políticas del Consejo Naranja liderado por Ministerio de Cultura.

* El Ministerio de Cultura proporciona asesoría, financiación e incentivos a programas y proyectos culturales. Protege, conserva y divulga el Patrimonio Cultural de la Nación, al tiempo que promueve el desarrollo cultural y el acceso de la comunidad a los bienes y servicios culturales.

* El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA es también actor fundamental con sus programas de formación, capacitación y apoyo a la innovación y el emprendimiento.

Nivel Departamental

* En el nivel departamental son actores determinantes la Gobernación del Norte de Santander, cuya autonomía se enfoca a la planificación y promoción del desarrollo económico y social dentro de su territorio a través de la Consejería Departamental para el agenciamiento del desarrollo turístico:

* CORPONOR en el ámbito de ejecución de políticas en materia de regulación, desarrollo sostenible, vigilancia y protección ambiental.

*El SENA Regional de Norte de Santander como ejecutor de las políticas de formación y capacitación y emprendimiento.

Local - Alcaldía Municipal

* La Secretaría de Educación, Cultura y Turismo con recursos económicos y técnicos.

* La Cámara de Comercio de Ocaña cumple un rol de articulador de esfuerzos regionales a través de proyectos clave.

* Concejo Municipal con el estudio y aprobación de proyectos de acuerdo.

* Consejo Municipal de turismo como órgano consultivo para la coordinación, acompañamiento y seguimiento a la ejecución del Plan.

13.1.7 Plan de acción

Proyecto / Meta	Responsable	Aliados Estratégicos	Cronograma												Indicador	Metas	
			2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032	2033	2034			
Línea de acción No 1: Desarrollo de productos turísticos																	
Proyecto No 1. Diseño e implementación de experiencias, actividades o nuevos servicios turísticos novedosos que permitan innovar en la oferta turística de Ocaña (Nuevas formas de actividades para vivir la ciudad como rutas, circuitos, itinerarios, planes, entre otras).																	
Desarrollar cuatro recorridos temáticos anuales para la realización de las experiencias turísticas del municipio de Ocaña	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Alcaldías Municipales de Ábrego, La Playa de Belén, El Carmen y Río de Oro - Comité de Cafeteros - Diócesis de Ocaña	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Rutas Turísticas	48
Investigación y desarrollo de guiones para los recorridos temáticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Guiones	48	
Validación de los recorridos temáticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Documento de recorridos validados	48	
Diseño y desarrollo de actividades que conlleven a la vinculación efectiva de las poblaciones en la cadena de valor del sector turismo.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Consejo Municipal de Turismo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Actividades	48	

Proyecto No 2. Creación de clúster turístico.																
Crear un clúster turístico en el docenio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Universidades U.F.P.S.O - FESC - Consejo Municipal de Turismo - Cámara de Comercio de Ocaña - SENA			X										# Clúster	1
Proyecto No 3. Creación del punto de información turística (PIT) y garantizar su funcionamiento																
Crear un Punto de Información Turístico físico y uno virtual.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Fontur	X		X										# PIT creados	2
Garantizar el funcionamiento anual de los puntos de Información Turística (Físico y virtual)	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Gobernación del Norte de Santander	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	PIT en funcionamiento	22
Proyecto No 4. Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos																
Promover alianzas con otros municipios a través de la firma de convenios, destinados al desarrollo de productos turísticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Asociación de Municipios del Catatumbo, Provincia de Ocaña y Sur del Cesar del Catatumbo, Provincia de Ocaña y Sur del Cesar			X		X		X		X		X		# Convenios	5

Proyecto No 5. Perfeccionar el producto de aviturismo en el municipio de Ocaña.																
Generar capacidades para el desarrollo del turismo de avistamiento de aves en la reserva natural Hormiguero de Torcoroma de Proaves, a través de la promoción y comercialización de un Circuito Avituristico.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo - Unidad Técnica Ambiental	Corponor		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Circuitos	6
Línea de acción No 2: Marketing Turístico																
Proyecto No 1. Creación de la marca turística Ocaña.																
Crear la marca turística de Ocaña en el docenio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Fontur - Consejo Municipal de Turismo			X										# Marca creada	1
Proyecto No 2. Diseño e implementación de un plan de mercadeo y promoción turística.																
Diseño, producción, edición, emisión y reproducción de material audiovisual e impreso para la promoción de los productos y servicios turísticos del municipio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Material audiovisual e impreso	12
Financiación de pauta publicitaria / planes de medios requeridos para poner en marcha campañas y elementos de publicidad y promoción en actividades turísticas.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12
Elaborar y mantener actualizada una guía turística durante el decenio	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Operadores Turísticos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Guía actualizada	12

Proyecto No 3. Aunar esfuerzos con entidades públicas y privadas para realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.																	
Realizar un Fam Trip regional, buscando la promoción de la ciudad como un destino de experiencias.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Fontur - Gobernación Norte de Sder - Consejo Municipal de Turismo					X									# Fam Trip	1
Proyecto No 4. Implementar una aplicación web de turismo y cultura																	
Creación de una página web turística	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X													# Página Web	1
Garantizar el funcionamiento anual de la página web turística	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Actualizaciones	12
Proyecto No 5. Fortalecimiento de las Tics en la industria turística.																	
Implementar una estrategia anual de marketing digital y uso de las TIC que vincule a los empresarios turísticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	SENA - UFPSO - FESC		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	11
Realizar una (1) capacitación anual a prestadores de servicios turísticos para sistematización y tecnificación de las operaciones de sus empresas.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	SENA - Consejo Municipal de Turismo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Capacitaciones	12
Participar en la vitrina de ANATO para promocionar el turismo local.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña - Fontur - Gobernación Norte de Sder - Consejo Municipal de Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Vitrinas	11

Proyecto No 6. Promoción y realización de festividades y eventos.																		
Diseñar anualmente un plan de medios para las festividades y eventos turísticos, culturales y deportivos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12
Realizar anualmente un encuentro cultural de talla internacional, Nacional o Regional.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Asociación de Municipios del Catatumbo, Provincia de Ocaña y Sur del Cesar - Gobernación Norte de Sder		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Encuentros	11
Realizar anualmente festividades culturales de orden Municipal con el objetivo de impulsar el turismo.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Festividades	12
Realizar anualmente un festival turístico, artesanal y gastronómico de orden departamental y/o Municipal.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña - Gobernación Norte de Sder	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Festividades	12
Proyecto No 7. Instalación de promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en los paraderos.																		
Instalar anualmente promoción y publicidad sobre bienes de interés cultural y de los sitios turísticos del municipio en dos (2) de los paraderos.	Alcaldía - Secretaría de Movilidad		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	24

Proyecto No 8. Campañas de fomento al turismo responsable y sostenible.																		
Articular con la Unidad Técnica Ambiental la realización de una campaña anual sobre el cuidado de los recursos naturales y de cultura ciudadana en los sitios turísticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo - Unidad Técnica Ambiental	Corponor	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12
Vincular anualmente a estudiantes de secundaria de las diferentes instituciones del municipio, para capacitarlos en turismo responsable y sostenible.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Museo de la Gran Convención - Museo Antón García de Bonilla	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Capacitaciones	12
Proyecto No 9. Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio.																		
Realizar un estudio de capacidad de carga de los sitios turísticos del municipio, durante el docenio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Universidades (U.F.P.S.O - FESC) - Fontur - Consejo Municipal de Turismo - Gobernación Norte de Sder							X								# Estudios Contratados	1
Línea de acción No 3: Recursos humanos y capacitación																		
Proyecto No 1. Diseño y gestión de proyectos para educación en turismo.																		
Realizar gestión para la vinculación de instituciones educativas al programa (Colegios amigos del turismo) durante el docenio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	MinCIT		X													# CAT	1

Proyecto No 2. Fortalecimiento de las habilidades de las personas vinculadas al sector turístico, que contribuya a potencializar y especializar la prestación de los servicios y/o generar nueva oferta de ciudad.																	
Articular con el SENA y/o Instituciones de Educación Superior seis (6) programas técnicos, tecnólogos o profesionales en relación al turismo.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	SENA	X		X			X		X		X		X		# Programas	6
Realizar gestión para la creación de la Asociación del gremio de hoteleros durante el docenio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña			X											# Asociación creada	1
Diseñar e implementar anualmente un Plan de capacitación y sensibilización a los operadores turísticos de Ocaña.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Consejo Municipal de Turismo - SENA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Plan de Capacitación	12
Proyecto No 3. Diseño e implementación de un plan de capacitación y sensibilización turística.																	
Realizar una capacitación anual a los artesanos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña - SENA			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Capacitaciones	11
Articular con el SENA u otras instituciones formaciones complementarias y/o capacitaciones orientadas a mejorar la calidad en la prestación de servicios turísticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	SENA - Cámara de Comercio de Ocaña	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Formaciones Complementarias	12
Implementar anualmente una campaña de sensibilización para apropiación del turismo a comunidad y turistas.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña -SENA - UFPSO	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12

Realizar un taller y/o capacitación anual de las potencialidades turísticas del municipio, dirigido a todos los prestadores, operadores y o servicios complementarios	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña - SENA	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Talleres	12
Realizar dos veces al año, actividades de rescate de tradiciones culturales con niños y jóvenes del municipio.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Vigías del Patrimonio	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Actividades	24
Proyecto No 4. Apoyo a procesos de investigación local y regional.																	
Apoyar la realización de 3 investigaciones en áreas relacionadas con la actividad turística y cultural.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Universidades U.F.P.S.O - FESC - Consejo Municipal de Turismo - Cámara de Comercio de Ocaña					X			X					X	# Investigaciones	3
Proyecto No 5. Fomento y promoción al emprendimiento e innovación turística																	
Crear y fortalecer un Fondo de apoyo al emprendimiento turístico	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo - CEMPRENDO	Cámara de Comercio de Ocaña				X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Fondos de apoyo	10
Proyecto No 6. Apoyar en el diseño de un plan de fortalecimiento de los guías turístico del municipio de Ocaña.																	
Apoyar en el diseño de un plan de capacitación a los guías turísticos con tarjeta profesional y que tengan operación en el municipio para ofrecer servicios de calidad a los visitantes de Ocaña.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	SENA - Cámara de Comercio de Ocaña		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Plan de Capacitación	11

Línea de acción No 4: Infraestructura turística																	
Proyecto No 1. Adecuación y mejoramiento de rutas de senderismo																	
Elaborar un plan de manejo y de recuperación de las rutas de senderismo como: (Camino de Herradura al santuario Nuestra Señora de las Gracias de Torcoroma, Reserva Hormiguero de Torcoroma).	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo - Unidad Técnica Ambiental - Planeación	Fontur - Gobernación del Norte de Santander			X				X					X		# Plan de recuperación	3
Proyecto No 2. Realizar un estudio para la creación de un centro turístico.																	
Identificación de aliados estratégicos para la construcción de un centro turístico.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo - Planeación	Fontur - Gobernación del Norte de Santander			X											# Estudios contratados	1
Proyecto No 3. Diseño e implementación de un proyecto de señalización turística.																	
Diseñar e implementar un proyecto de señalización turística	Secretaría de Movilidad	Fontur			X				X					X		# Señalizaciones realizadas	3
Proyecto No 4. Adecuación, intervenciones y mantenimiento de los atractivos turísticos.																	
Adecuaciones, intervenciones físicas, remodelaciones no estructurales y adaptación de las instalaciones para la prestación exclusiva de servicios turísticos, tales como: adecuación de senderos con materiales amigables con el medio ambiente.	Secretaría de Vías e Infraestructura - Unidad Técnica Ambiental	Fontur - Gobernación del Norte de Santander		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Intervenciones Realizadas	11

Proyecto No 5. Apoyo al desarrollo de nuevas ideas de negocios para diversificar las empresas del sector turístico de la ciudad																	
Realizar embellecimiento y enlucimiento de espacios que enriquezcan la experiencia del visitante, los cuales podrán ser: jardinerías, escenarios para fotografía, entre otros.	Secretaría de Vías e Infraestructura - Unidad Técnica Ambiental				X	X	X		X	X	X		X	X	# Embellecimientos realizados	8	
Proyecto No 6. Estudio, diseño y adecuación de miradores municipales.																	
Realizar los estudios y diseños para miradores municipales.	Secretaría de Planeación	Fontur - Gobernación Norte de Santander				X									# Estudios Contratados	1	
Adecuación de miradores municipales buscando crear espacios de encuentro social.	Secretaría de Planeación - Secretaría de Vías e Infraestructura	Fontur - Gobernación Norte de Santander					X								# Adecuaciones realizadas	1	
Línea de acción No 5. Fortalecimiento Institucional																	
Proyecto No 1. Promover la creación de empresas turísticas, mediante los incentivos establecidos en el estatuto de rentas (50% en impuestos de industria y comercio).																	
Promover el programa de incentivos de descuento de impuestos para proyectos que apoyen la actividad turística, de acuerdo al estatuto de rentas del Municipio.	Secretaría de Hacienda		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12	

Proyecto No 2. Apoyo a proyectos y convenios de integración institucional.																		
Participar y apoyar la consolidación de alianzas estratégicas públicas o privadas, para fortalecer el turismo.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Gobernación del Norte de Sder - Cámara de Comercio de Ocaña - Asociación de Municipios del Catatumbo, Provincia de Ocaña y Sur del Cesar - Fontur		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Actas	11
Proyecto No 3. Creación de una red de información para la seguridad turística.																		
Formular un proyecto para la recuperación del cable aéreo.	Secretaría de Planeación	Fontur - Gobernación Norte de Santander			X												# Estudios Contratados	1
Proyecto No 4. Apoyo a la policía de Turismo																		
Crear la red de información y seguridad turística con prestadores de servicios turísticos.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Policía de Turismo - Prestadores de servicio turístico - Gobernación Norte de Santander	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Redes de información	12
Articular acciones para el mejoramiento y funcionamiento del servicio de la Policía de Turismo.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo Secretaría de Gobierno	Policía de Turismo	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	#Actividades realizadas	12

Proyecto No 5. Acciones de control y sensibilización para formalización de la actividad turística.																	
Implementar con los prestadores de servicios turísticos. la estrategia de prevención de Explotación Sexual y Comercial de niños, niñas y adolescentes (ESCNA)	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Policía de Turismo - Prestadores de servicio turístico - MinCIT	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12
Con el apoyo de la policía de turismo y otros entes, realizar 2 controles anuales a prestadores, operadores y servicios turísticos para la verificación de los requisitos mínimos de la prestación del servicio	Alcaldía - Secretaría de Gobierno - Secretaría de Hacienda - Secretaría de Planeación	Policía de Turismo - Bomberos - IDS	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Prestadores de Servicio Turístico	24
Proyecto No 6. Promoción y fortalecimiento de la gastronomía local y del gremio de artesanos.																	
Institucionalizar el festival de artesanos y gastronomía "Ocaña turística".	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña - Gobernación Norte de Santander - Comité de Cafeteros		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Festivales	11
Implementar una estrategia para promocionar e impulsar la gastronomía local.	Alcaldía - Secretaría de Educación, Cultura y Turismo	Cámara de Comercio de Ocaña - Gobernación Norte de Santander - Comité de Cafeteros	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	# Campañas	12

Tabla 39

Fuente: Elaboración propia

14. Conclusiones y recomendaciones

La necesidad de generar un desarrollo armónico para el municipio de Ocaña se requiere que las administraciones públicas de turno, la academia y los sectores productivos del Municipio, se unan con el propósito de generar una o unas estrategias que permitan entrelazar a la comunidad y en general todos los sectores internos y externos del municipio, aprovechando los recursos naturales, religiosos y arquitectónicos que tiene para así lograr de manera sostenible un progreso para el Municipio y bienestar para la población. Por lo anterior se plantean las siguientes recomendaciones:

Contratar un profesional encargado únicamente para el área de turismo con el propósito de dirigir, fortalecer, promover e incentivar las políticas públicas, relacionadas con el sector de turismo; que busquen fortalecer el sector, como una herramienta de la cadena productiva del municipio con vocación turística, con aspectos religiosos y culturales.

Crear el punto de información turística siendo atendido por un profesional en guía de turismo, con el objetivo de brindar la información y orientación turística gratuita y actualizada, con relación a la oferta turística, cultural, recreativa y deportiva del municipio de Ocaña.

Fortalecer el Consejo Municipal de Turismo del municipio de Ocaña como organismo que impulse el fomento, desarrollo, promoción, competitividad del sector a través de mecanismos necesarios para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos municipales, resguardando el desarrollo sostenible y sustentable y la optimización de la calidad estableciendo los mecanismos de participación y concertación de los sectores públicos y privado en la actividad turística.

La Administración Municipal, a través de la Secretaría de Educación, Cultura y Turismo adelantará las acciones necesarias para adecuar la implementación del Plan de Desarrollo Turístico con la estructura funcional y operativa actual, sin perjuicio de las disposiciones legales que enmarcan su reestructuración.

El Plan con sus herramientas de apoyo deberá ser apropiado por los actores del sector turístico de acuerdo con los roles definidos en el Plan de Implementación y Plan de Acción y presentará un informe anual ante las instancias establecidas por la ley, que permita ejercer el control político y social al plan, una vez se apruebe.

Teniendo en cuenta que el plan turístico, esta soportado en cinco líneas estratégicas, cada una con proyectos y metas a doce años, es importante que las próximas administraciones municipales a

través de sus Planes de desarrollo le apropien los recursos necesarios para que el plan de desarrollo turístico convencional Municipio de Ocaña, Norte de Santander (2023–2034) se lleve a cabo y cumpla con el objeto con el cual fue creado, así mismo podrá ser actualizado en los periodos que se estime conveniente, considerando para ello las metodologías establecidas por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

Respecto al presupuesto es pertinente establecer los momentos estratégicos, para hacer una evaluación la cual debe hacerse antes de finalizar el período fiscal, con el objeto de asegurar los recursos de inversión anual, que no afecte la ejecución de los proyectos y metas contenidos en el plan turístico.

Con relación a la estructura organizacional para abordar el proceso de ejecución del presente plan, es recomendable crear una instancia anclada al gobierno local, adscrita a la secretaría de Educación, Cultura y Turismo, que garantice tanto una visión transversal como el acceso inmediato a los responsables de cada una de las secretarías de la alcaldía, de igual forma la adecuación de esta estructura debe contribuir a institucionalizar, legitimar y dotar de respaldo los procesos de toma de decisión que se darán en materia de cooperación, como se dimensiona en cada una de las líneas de acción,

proyectos y metas que se han identificado para el territorio.

El municipio de Ocaña cuenta con un interesante potencial turístico que puede ser aprovechado a partir de la planificación, diseño y desarrollo de productos turísticos que articulen e integren adecuadamente a los actores involucrados en el desarrollo turístico (comunidad, entes gubernamentales y prestadores de servicios turísticos) para asegurar beneficios para el destino y su población local.

Por último, es importante la implementación de jornadas de capacitación dirigidos a los prestadores de servicios turísticos con el fin de asegurar un adecuado aprovechamiento turístico, la reducción o mitigación de impactos negativos provenientes de la actividad y el aumento de la calidad de la oferta turística.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía Municipal de Ocaña. (12 de Marzo de 2015). *Plan Básico de Ordenamiento Territorial*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020, de <http://www.ocana-nortedesantander.gov.co/planes/pbot-2015--proyecto-de-acuerdo-n-001>
- Colombia Productiva. (Noviembre de 2012). Obtenido de <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=56e56497-881d-41f6-b23c-4df2d0685f6b>
- Concejo Municipal de Ocaña. (7 de Diciembre de 2021). Proyecto de Acuerdo No 11.
- Congreso de la República. (20 de Julio de 1991). *Constitución Política de Colombia*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/constitucion_politica_1991.html
- Congreso de la República. (26 de Julio de 1996). *Ley 300 de 1996*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0300_1996.html
- Congreso de la República. (4 de Agosto de 2001). *Ley 679 del 3 de agosto de 2001*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2020, de https://www.icbf.gov.co/cargues/avance/docs/ley_0679_2001.htm
- Congreso de la República. (26 de Julio de 2006). *Ley 1046 del 26 de julio de 2006*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2020, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1046_2006.html#:~:text=Leyes%20desde%201992%20%2D%20Vigencia%20expresa%20y%20control%20de%20constitucionalidad%20%5BLEY_1046_2006%5D&text=Por%20medio%20de%20la%20cual,y%20se%20dictan%20otras%20disposic
- Congreso de la República. (22 de Noviembre de 2006). *Ley 1101 del 22 de noviembre de 2006*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2020, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1101_2006.html
- Congreso de la República. (30 de Julio de 2019). *Ley 1987 del 30 de Julio 2019*. Recuperado el 19 de Diciembre de 2020, de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1987_2019.html
- Congreso de la República. (31 de 12 de 2020). *Secretaría del Senado*. Obtenido de http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html

- FONTUR. (2012). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=58fc480a-7a27-4420-aac4-e72c8bcee437>
- FONTUR. (2022). Obtenido de <https://www.pitscolombia.com.co/es>
- FONTUR. (4 de Abril de 2022). Obtenido de [https://fontur.com.co/es/glosario?q=es/glosario#:~:text=Art%C3%ADculo%2020\),Turismo.,a\)%20Turismo%20emisor.](https://fontur.com.co/es/glosario?q=es/glosario#:~:text=Art%C3%ADculo%2020),Turismo.,a)%20Turismo%20emisor.)
- IICA. (2014). Guía para la formulación de planes de desarrollo turístico en territorios rurales. Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Ley 2068 de 2020. (s.f.).
http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_2068_2020.html.
- MinCIT . (Diciembre de 2018). *Ministerio de Comercio Industria y Turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=2ca4ebd7-1acd-44f9-9978-4c826bab5013>
- MinCIT. (Octubre de 2008). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/CMSPages/GetFile.aspx?guid=99fd4bce-d9ea-45a8-8787-be554f7a8627>
- MinCIT. (2021). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/politicas-del-sector-turismo/politica-de-turismo-cultural-1/14-09-21-politica-turismo-cultural-version-sociali.aspx>
- MinCIT. (2022). Obtenido de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/f7c53ff0-36c2-435b-884c-bb5e847f8866/Prestadores-de-servicios-turisticos-%E2%80%93-Definiciones.aspx>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (12 de Febrero de 2002). *Resolución 0119 de febrero 12 de 2002*. Recuperado el 16 de Diciembre de 2020, de <https://www.mincit.gov.co/getattachment/38683757-8f95-4714-921d-3a2fb1af009a/Resolucion-0119-de-2002-Por-la-cual-se-fijan-unas.aspx>
- Ministerio de Cultura. (11 de Abril de 2002). *Resolución No 0620 del 11 de Abril 2002*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2020, de http://www.avancejuridico.com/actualidad/documentosoficiales/2002/44778/r_mc_00620_2002.html
- Ministerio de Cultura. (22 de Marzo de 2006). *Resolución No 0620 del 11 de Abril 2002*. Recuperado el 17 de Diciembre de 2020, de

https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Normograma/docs/resolucion_mincultura_0395_2006.htm

OMT. (2002). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible/ecoturismo-areas-protegidas>

OMT. (2019). <https://www.unwto.org/es/etica-cultura-y-responsabilidad-social>.

OMT. (2019). Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>

OMT. (2019). Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Padilla Pérez, R. (2016). *Fortalecimiento de las cadenas de valor como instrumento de la Política Industrial, Libros de la cepal N° 123, Santiago de Chile, Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (un-cepal) y Deutsche Gesellschaft für Internationale Zus.*

Páez García, L. E. (2009). *Historia de la Región de ocaña*. Bogotá: Jaguar Group Producciones.

Presidencia de la República de Colombia, F. D. (2019). *Unidad Didáctica. Enfoque y Gestión Pública Territorial*. Bogotá D.C.

Terridata - Sistema de Estadísticas Terroitoriales. (2022). *Departamento Nacional de Planeación*. Ocaña.