



ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO DE CULTURA Y TURISMO DEL
MUNICIPIO DE LURUACO

2019 - 2024

SAMARA MONTES CAÑAS

TUTOR: BEATRIZ DIAZ SOL AÑO

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICA Y HOTELERA

TRABAJO DE GRADO

IX SEMESTRE

BARRANQUILLA, ATLANTICO

2018

2018

**ACTUALIZACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURISTICO Y CULTURAL DE
MUNICIPIO DE LURUACO**

SAMARA MONTES CAÑAS

**Trabajo investigativo como opción de grado para optar al título de Administración de
Empresas Turística y Hotelera**

UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL CARIBE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

LURUACO, ATLANTICO

TABLA DE CONTENIDO

INDICE DE FIGURAS.....	iv
INDICE DE TABLAS.....	iv
RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
1. ATECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	4
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
2. OBJETIVOS	6
2.1 OBJETIVO GENERAL	6
2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	6
3. JUSTIFICACIÓN	7
4. DELIMITACIÓN	9
4.1 DELIMITACIÓN TEMATICA	9
4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL	9
4.3 DELIMITACIÓN ESPACIAL	9
5. METODOLOGIA	10
5.1 ENFOQUE METODOLÓGICO.....	10
5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	11
6. MARCO REFERENCIAL.....	13
7. MARCO CONCEPTUAL.....	16
8. MARCO LEGAL.....	22
9. GENERALIDADES.....	24
9.1 UBICACIÓN GEOGRAFICA:	24
9.2 DATOS HISTORICOS:	25
9.3 EDUCACIÓN:	27
9.4 SALUD:	27
9.5 TRANSPORTE:.....	28
9.6 CULTURA Y RECREACIÓN:	29
9.7 HOSPEDAJE Y GATRONOMIA:	30
9.8 SERVICIOS PÚBLICOS:	31
9.9 PLANTA TURÍSTICA.....	32

10.	SITIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE LURUACO	33
	10.1 SITIOS NATURALES.....	33
	10.2 PATRIMONIO CULTURAL – PATRIMONIO INMATERIAL.....	33
	10.3 INMUEBLES Y MUEBLES.....	33
	10.4 FESTIVIDADES Y EVENTOS.....	33
11.	DESCRIPCION DE LOS SITIOS TURISTICOS.....	34
	11.1 LA LAGUNA DE SAN JUAN DE TOCAGUA	34
	11.2 LA LAGUNA DE LURUACO	34
	11.3 LA CUEVA DE LA MOJANA.....	35
	11.4 CARNAVAL DE LURUACO	35
	11.5 FESTIVAL DE LA AREPA DE HUEVO	35
	11.6 ARTESANIAS	36
	11.7 PARAJE DE VENTAS	36
	11.8 EL TITI CABECI BLANCO	36
	11.9 NUEVO PARADOR Y MIRADOR TURISTICO	37
12.	MATRIZ DOFA	38
	12.1 DEBILIDADES	38
	12.2 OPORTUNIDADES.....	41
	12.3 FORTALEZAS.....	42
	12.4 AMENAZAS.....	44
13.	ESTRATEGIAS	47
	13.1 ESTRATEGIAS, DEBILIDADES CON AMENAZAS (NEGATIVO CON NEGATIVO).....	47
	13.2 ESTRATEGIAS, FORTALEZAS CON AMENAZAS (POSITIVO CON NEGATIVO)	49
	13.3 ESTRATEGIAS, OPORTUNIDADES CON DEBILIDADES (POSITIVO CON NEGATIVO).....	50
	13.4 ESTRATEGIAS, OPORTUNIDADES CON FORTALEZA (POSITIVO CON POSITIVO)	51
14.	ESTRATEGIAS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO	53
	14.1 CORTO PLAZO:	53
	14.2 MEDIANO PLAZO	55
	14.3 LARGO PLAZO	57
15.	MISIÓN, VISIÓN, LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	59
16.	ACTUALIZACION DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS.....	60
17.	FORMULARIOS GENERALES	76

18. PLAN DE ACCION LURUACO.....	79
19. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	99
BIBLIOGRAFÍA.....	101

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Localización de Luruaco en el Atlántico.....	24
Figura 2. Mapa de Luruaco.....	25
Figura 3. Matriz DOFA.....	38
Figura 4. Misión, Visión, Líneas y Objetivos Estratégicos.....	59

INDICE DE TABLAS

TABLA 1. LAGUNA DE LURUACO.....	61
TABLA 2. LAGUNA SAN JUAN DE TOCAGUA	62
TABLA 3. RESERVA DE LOS MONOS TITIS CABECIBLANCO	63
TABLA 4. CUEVA DE LA MOJANA	64
TABLA 5. VIVEROS CASEROS	65
TABLA 6. AREPA DE HUEVO.....	66
TABLA 7. ARTESANIAS DE SAN JUAN DE TOCAGUA	67
TABLA 8. ARTESANIAS DEL CENTRO URBANO DE LURUACO	68
TABLA 9. ARTESANIAS DE LOS LÍMITES.....	69
TABLA 10. ESTATUA DE LA VENDEDORA DE AREPA CON HUEVO.....	70
TABLA 11. CLUB NAUTICO DEL CARIBE	71
TABLA 12. PARADOR Y MIRADOR TURISTICO.....	72
TABLA 13. FESTIVAL DE LA AREPA CON HUEVO	73
TABLA 14. CARNAVAL DE LURUACO	74
TABLA 15. FESTIVAL DEL DULCE	75
TABLA 16. FORMULARIO PATRIMONIO MATERIAL E INMATERIAL.....	76
TABLA 17. FORMULARIO FESTIVIDADES Y EVENTOS.....	76
TABLA 18. FORMULARIO SITIOS NATURALES.....	77
TABLA 19. FORMULARIO INMUEBLE Y MUEBLE.....	77
TABLA 20. CUADRO RESUMEN	78
Tabla 21. Plan de Acción Año 1	79
Tabla 22. Plan de Acción Año 1	80
Tabla 23. Plan de Acción Año 1	81

Tabla 24. Cronograma Año 1.....	82
Tabla 25. Plan de Acción Año 2.....	83
Tabla 26. Plan de Acción Año 2.....	84
Tabla 27. Plan de Acción Año 2.....	85
Tabla 28. Cronograma Año 2.....	86
Tabla 29. Plan de Acción Año 3.....	87
Tabla 30. Plan de Acción Año 3.....	88
Tabla 31. Plan de Acción Año 3.....	89
Tabla 32. Cronograma Año 3.....	90
Tabla 33. Plan de Acción Año 4.....	91
Tabla 34. Plan de Acción Año 4.....	92
Tabla 35. Plan de Acción Año 4.....	93
Tabla 36. Cronograma Año 4.....	94
Tabla 37. Plan de Acción Año 5.....	95
Tabla 38. Plan de Acción Año 5.....	96
Tabla 39. Plan de Acción Año 5.....	97
Tabla 40. Cronograma Año 5.....	98

RESUMEN

Esta actualización del plan de desarrollo turístico y cultural del municipio de Luruaco fue desarrollado para optar al título de Administradora de Empresas Turística y Hotelera, el cual fue ejecutado para el Municipio de Luruaco, Ubicado en el departamento del Atlántico, realizado en un término de (5) meses, desde Julio 27 hasta Noviembre 30 del 2018.

Lo que se busca con este trabajo es que el Municipio de Luruaco se desarrolle turística y culturalmente.

Se realizó un Plan Estratégico el cual se compone de una matriz DOFA, unos objetivos y una Misión y Visión, se hizo un levantamiento de atractivos y seguidamente una calificación de su estado para el turismo, se realizó un plan de acción a 5 años en el cual se tomaron las estrategias propuestas en el plan estratégico y se agruparon en tres grandes objetivos, Aumentar y fidelizar a los turistas a través de productos y servicios de calidad internacional, diseño y puesta en marcha de productos turísticos con valor agregado y propender por el desarrollo profesional, personal y social de todos los gestores y hacedores el turismo.

INTRODUCCIÓN

Este documento de plan de desarrollo de cultura y turismo tiene su origen en las propuestas del ministerio de cultura y la ley 397/97, que es el sistema de gestión cultural nos proponen la elaboración de planes de desarrollo como mecanismo coherente que debemos emprender para lograr altos niveles de desarrollo cultural y turístico de los municipios.

Sus planteamientos están basados en el fundamento de nacionalidad que nos da la constitución política colombiana, para lograr tal propósito se requiere precisamente de mecanismos de planeación y gestión desde el ámbito municipal a las diferentes esferas gubernamentales.

La cultura de por si creativa debe proponer herramientas constructivas en la comunidad de Luruaco, desde luego no mirando la cultura desde el herrado concepto de las artes, si no desde lo que el hombre hace en su paso por la tierra, por ello Luruaco debe aprovechar todos los potenciales con los que cuenta para generar ocupación del tiempo libre, igualmente interrelacionar todos los sectores sociales, pues la cultura tiene unas características transversales intrínsecas.

Este plan está ligado al desarrollo del ecoturismo el agroturismo, el turismo rural, por las diferentes afinidades que estos sectores tienen, Luruaco debe hacer mano de sus recursos naturales y de sus costumbres, como la gastronomía, los mitos y leyendas, las artesanías, su riqueza histórico-cultural, entre otros, con el fin de generar empleo y de fomentar mecanismos financieros que permitan altos niveles de la educación, factor determinante para lograr seres humanos más sensibles y eficientes para la sociedad.

Los diagnósticos y propuestas en su mayoría fueron recogidos en el foro de cultura realizado en el municipio de Luruaco el día 15 de julio del año 2000, en la cual se recogieron las propuestas para el plan nacional de desarrollo cultural, la presencia en Luruaco fue masiva y las propuestas ricas y diversas, por lo cual nutren este documento, aunados a esta fuente de información se realizaron salidas de campo y la reunión para el levantamiento de la matriz DOFA, en el año 2018, permitiendo actualizar y complementar la información.

En las diferentes reuniones, charlas, diálogos se ha notado como el pueblo de Luruaco está preocupado por la falta de cultura ciudadana de las nuevas generaciones, por tal razón se propone unas reflexiones en la comunidad para que surjan unas propuestas tendientes a madurar las inicialmente descritas en este documento.

1. ATECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es una herramienta muy importante para el desarrollo económico de cualquier lugar, es aquel que se entiende como parte de un fenómeno social de desplazamiento de personas de un lugar a otro con el objetivo de recrearse, divertirse o trabajar, se encarga de hacer que el producto se promocione, se venda y se posicione para que se convierta en un destino prometedor, el cual debe corresponder a la calidad que hoy en día los turistas demandan, el turismo determina el consumo de variedad de bienes, servicios, entre ellos transporte, alojamiento, comidas y entretenimiento.

Hoy en día existe una gran competencia por atraer a la mayor cantidad de turistas, cada destino para ofrecer calidad en sus productos o servicios necesita contar con una imagen positiva o negativa, ya sea creada por ellos o adquirida a través del tiempo.

Debido a su posición estratégica sobre una de las principales vías del departamento del Atlántico, punto de penetración a importantes regiones del mismo y a la riqueza de sus recursos naturales, Luruaco cuenta con un portafolio de atractivos turísticos, naturales y de servicios el cual se puede rejuvenecer ya que tiene el potencial para ser vendido tanto al turismo nacional como internacional.

La falta de inversión y de organización han sido unas de las causas que han afectado el progreso de este municipio, el deterioro de sus atractivos, la ausencia de programas promocionales de turismo, la carencia de infraestructura turística, la falta de programas de ecoturismo, agroturismo entre otros, hace que no se tenga un buen mantenimiento de los atractivos y una oferta

organizada y garantizada, esto evita el crecimiento y fortalecimiento en el turismo en el municipio.

Desafortunadamente, la mayoría de los municipios del atlántico no son tan reconocidos por los turistas nacionales como internacionales, esto impide distinguirse de los demás al no poder destacar sus riquezas, tanto culturales como naturales, esto representa un problema para el desarrollo económico del municipio, ya que al no darse a conocer sus índices de turismo, que son bajos, igual que sus ingresos, por lo anterior los posibles inversionistas no se ven interesados en esto, generando desempleo e ocasionando así su estancamiento económico y desperdiciando así su industria turística.

Por lo anterior este Plan de desarrollo turístico cultural pretende desarrollar las bases para crear campañas promocionales y promocionar este municipio como un destino turístico de la zona atlántica de Colombia y de esta forma con una imagen positiva poder desarrollarse económicamente atrayendo a todo público interesado en conocer y disfrutar de un ecoturismo y un turismo cultural.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tanto contribuirá al Municipio de Luruaco la Actualización del plan de desarrollo turístico y cultural?

2. OBJETIVOS

2.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar la actualización del plan de desarrollo turístico y cultural del municipio de Luruaco como una herramienta para fortalecer el turismo mediante una planificación adecuada.

2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- 2.2.1 Hacer el levantamiento de información secundaria y revisión del plan en el año 2018.
- 2.2.2 Actualizar el inventario de atractivos turísticos basado en la metodología del ministerio de industria, comercio y turismo e identificar a que grupo pertenece, sitios naturales, inmuebles y muebles, patrimonio cultural material e inmaterial o festividades y eventos.
- 2.2.3 Realizar la Matriz DOFA, donde se identifican las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas y establecer las estrategias necesarias para la gestión del turismo.
- 2.2.4 Diseñar el cronograma del plan de Acción 2019- 2024.

3. JUSTIFICACIÓN

El turismo es una herramienta que contribuye al desarrollo local, regional y nacional, al mejoramiento de la calidad de vida, a la protección de los recursos tanto naturales como culturales, al fortalecimiento de la identidad cultural y de las culturas particulares y a la creación de puestos de trabajo.

Este plan de desarrollo turístico y cultural del municipio de Luruaco se desarrolla en una comunidad rica en recursos naturales, en manifestaciones culturales y gastronómicas que son la carta de presentación de este municipio que está en la lucha por mantener su identidad.

En el aspecto turístico se quiere atraer más turistas tanto nacionales como internacionales, por medio del plan de acción en el que se establecen unas estrategias para realizar a cinco años para explotar el turismo en el municipio, donde la estrategia se convierte en una meta, a esa meta se le aplica una acción a cumplir, se le da un indicador y una medida de control y la prioridad que tiene esa meta para el municipio, con estas estrategias se busca mejorar todos los servicios turísticos que tiene el municipio para atraer a más turista, hacerlos sentir como en casa y que puedan disfrutar de un turismo natural y cultural, además de una amplia gastronomía y eventos culturales para el deleite del visitante.

En el aspecto cultural se quiere fortalecer los valores, las tradiciones, las creencias, las manifestaciones artísticas a través de la música y el arte, también se quiere resaltar nuestra gastronomía tradicional, fortalecer nuestra identidad en turismo y cultura.

En lo educativo se quiere formar a los jóvenes, generar en ellos cultura turística desde la escuela y que se apropien de ella, “el colegio amigo de turismo San José formará estudiantes sensibilizados frente a la importancia y los riesgos sociales, ambientales, culturales y económicos

del turismo, generando un conocimiento y una aplicación de la ética para el sector, que forje una sociedad capaz de enfrentar y actuar ante sí misma y ante otras sociedades con responsabilidad.”

(Mincit, programa colegios amigos del turismo, 2011)

Los objetivos de todo lo que implica trabajar en estas áreas son mejorar los sitios de mayor interés en el municipio, dar a conocer el municipio por sus sectores turísticos y gastronómicos, fortalecer la planeación y gestión ecoturística del municipio, preservar los recursos naturales y culturales, considerando la capacidad de carga social y ambiental y la sensibilidad de un medio ambiente natural y cultural con la práctica turística, trabajando en la comunidad con la elaboración de proyectos.

4. DELIMITACIÓN

4.1 DELIMITACIÓN TEMÁTICA

Actualización del Plan de Desarrollo turístico y cultural del municipio de Luruaco.

4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL

Este plan se llevó a cabo durante el segundo cuatrimestre del año 2018.

4.3 DELIMITACIÓN ESPACIAL

La zona geográfica donde se realizó la Actualización del Plan de Desarrollo turístico y cultural fue en el Municipio de Luruaco, ubicado en el Departamento del Atlántico.

5. METODOLOGIA

5.1 ENFOQUE METODOLÓGICO

Este proyecto esta aplicado a la metodología cualitativa de tipo descriptivo, trabajado de manera inductiva, esto significa que explica primero los datos y luego los generaliza, se examinan y a partir de esto se generan conceptos.

Este método cualitativo es una herramienta apropiada para profundizar en esta Actualización del plan de desarrollo turístico y cultural del municipio de Luruaco, Los autores Blasco & Pérez (2007:25), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas. (Pérez, 2012)

La metodología cualitativa utiliza una variedad de instrumentos para recoger información de datos no estandarizados, no efectúa una medición numérica y dichos datos consisten en describir situaciones de diversa índole: eventos, personas y comportamientos observables, documentos, cartas, imágenes, registros o entrevistas, acerca de diferentes temáticas con actitudes, comportamientos, cultura e historia de vida, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes. (Todd, Nerlich, & McKeown, 2004) (Hernández., Fernández-Collado., & Baptista., 2006) (Freyle, 2010)

5.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. (Deobold B. Van Dalen, 1981)

El tipo de investigación que se aplicó para este proyecto es de tipo Analítico-Descriptivo, la observación y descripción son elementos primordiales que van en la misma línea de la metodología mencionada.

Teniendo en cuenta lo anterior el estudio descriptivo mide y recoge información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos y variables a los que se refieren y el estudio analítico se utiliza como la forma más fácil para la comprensión de estos. (Hernández., Fernández-Collado., & Baptista., 2006) (Dankhe, 1989).

Por esta razón se hace uso de herramientas como el formato único para la elaboración de inventarios turísticos, la elaboración de los inventarios es una prioridad para el país en tanto que la ley 300 de 1996 y la ley 1101 de 2006 establecen la obligación de actualizar dicha Información (Mincit, 2010), la función de los inventarios de Atractivos Turísticos es recolectar, organizar y evaluar el potencial de los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio seleccionando aquellos que se pueden mejorar y posteriormente incluir en el diseño de productos turísticos. Estos atractivos se pueden clasificar en: Patrimonio Cultural (Patrimonio material, patrimonio inmaterial), inmuebles y muebles, festividades y eventos, grupos de especial interés y sitios naturales como (montañas, llanuras, costas litorales, tierras insulares, lugares de caza y

pesca, áreas protegidas, aguas subterráneas, entre otras. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Republica de Colombia, 2010)

La Matriz de Análisis DOFA define los aspectos internos y externos que favorecen o impiden el desarrollo turístico del municipio, evalúa factores positivos y negativos, siendo esta una herramienta sencilla que permite saber la situación actual del municipio y por consecuente generar estrategias para brindar una solución adecuada a los problemas encontrados, estas se establecen a corto, mediano y largo plazo y se les da una prioridad en las que el municipio deberá irlas implementando y desarrollando.

A partir de las estrategias que se establecen en la matriz DOFA y según la prioridad que se les da se construye la Misión que se genera a partir de las estrategias a corto plazo y la Visión que se crea a partir de las estrategias a mediano y largo plazo y se establecen unas líneas estratégicas y unos objetivos estratégicos.

Para la elaboración del plan de acción estos objetivos estratégicos se convierten en una meta, a la cual se le aplica una acción, el lugar en el que se va a realizar, que tipo de recurso se necesita, ya sea humano, tiempo o financiero, que actores están involucrados para la realización de esa meta, quien es el responsable, a que plazo se establece esa meta, ya sea en un tiempo establecido o permanentemente a lo largo de los cinco años en que está establecido el plan, se le asigna un presupuesto si lo requiere, se le asigna un indicador y una medida de control y una prioridad..

6. MARCO REFERENCIAL

La elaboración de los inventarios turísticos es una prioridad para que el país en tanto que la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006 establecen la obligación de actualizar dicha información, el propósito principal es generar una herramienta de utilidad, que facilite el trabajo a los actores regionales y municipales de turismo y propicie el dialogo armónico con miras a la diversificación y consolidación de los productos competitivos. (Mincit, Ministerio de Industria y Comercio, 2016)

Este proyecto de Investigación está desarrollado en base a proyectos que van en la misma línea temática de formulación de planes de desarrollo turísticos en diferentes países, desde lo nacional a lo internacional. En general están desarrollados en Colombia y Perú, cada uno sirve como guía para esta Actualización del plan de desarrollo Turístico y Cultural del Municipio de Luruaco.

Uno de los proyectos que se tomó como referencia fue el del municipio de la “Calera, (Cundinamarca)”, este tuvo como objetivo el desarrollo sostenible de la actividad turística, que es la actividad básica para el sustento de las familias de ese municipio.

Este plan se basó en las encuestas realizadas a la comunidad urbana y rural, así como los talleres aplicados a los mismos y como resultado de dicho trabajo, se obtuvo el análisis DOFA (análisis de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), de cuyo resultado nace el Plan de desarrollo turístico “ la Calera Turística 2010 – 2020”, El cual planea, programa, y define el destino del municipio, respecto a una de las fuentes de trabajo más importantes y productivas a nivel mundial; El Turismo.

El Plan de Desarrollo Turístico 2010 – 2020 asegura un desarrollo sostenible y sustentable a partir de la capacitación de sus gentes en turismo y del aprovechamiento sostenible de los recursos culturales y naturales que tiene el municipio. (Calera, 2010)

EL segundo trabajo de investigación que sirvió como referencia fue la “Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible” elaborado por Karen Inés Fasabi Huamán en Lima-Perú en el año 2014, tuvo como objetivo la elaboración de un documento de trabajo que proporcionó al distrito una visión más clara y actual de la situación, proponiendo acciones que se pueden poner en marcha para responder a las necesidades de la población y de los visitantes, para prever los cambios del entorno y mejorando la posición que ha adquirido en el campo turístico.

El tipo de investigación fue descriptiva a que consiste en la caracterización de hechos, fenómenos y grupos, con el fin de establecer su estructura o comportamiento y exploratoria ya que el lugar fue poco estudiado.

Para el plan del desarrollo distrito de “San Jerónimo de Surco” se realizó un diagnóstico así como, un inventario de atractivos y recursos turísticos, se evaluó la planta turística, los servicios complementarios, la percepción de la experiencia de viaje de los visitantes, el nivel de organización de la comunidad.

Los resultados esperados para este trabajo fueron posicionar al distrito de San Jerónimo de Surco como destino turístico cercano a Lima, reconocido por su actividad turística sostenible, con participación de la comunidad y atractivo para visitantes responsables con su entorno. (Karén, 2014)

El tercer trabajo de investigación “Plan Estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región de Cusco” presentado Por Hollman Sepúlveda, Rafael Basurto Y Yuri Vizcarra de la Pontificia Universidad Católica del Perú en Santiago de Surco, Perú en el año 2010, tuvo como objetivo el impulso del turismo en la Región de Cusco a través de la elaboración de un plan estratégico con diversas recomendaciones a corto y largo plazo.

El tipo de investigación de ese proyecto fue cualitativa descriptiva. Se describió el estado de la zona a través de la información obtenida por expertos de turismo, libros académicos, revistas de turismo, tesis, etc. Por medio de lo anterior, se determinó el estado de la Región de Cusco respecto al turismo. (Sepúlveda, Basurto, & Vizcarra, 2010).

7. MARCO CONCEPTUAL

Este plan municipal de cultura y turismo está basado en los conceptos más aproximados de cultura, políticas, metas, estrategias, objetivos, programas, proyectos y presupuestos que los más connotados estudiosos de estos temas han expuesto a nivel universal, también define conceptos con relación a este tipo de proyectos para facilitar la comprensión al momento de aplicarlo.

Es así como se toma la definición de **Cultura** como un conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias». (UNESCO, 2001)

De igual forma una **Política** es definida como “un conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social.” (García Canclini 1989, 25).

Un **Atractivo** es un factor físico y cultural que reúnen las condiciones para ser integrados de inmediato a los productos turísticos. (MINCIT, 2010)

Destino de atracción Turística: los municipios que poseen atracciones naturales, monumentales, socioculturales o que atraen visitantes por su relevancia, y los que reciben en un momento determinado del año un número significativo de visitantes, pernoctando o no, en relación con su población. (Balanzá, Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales, 2004)

El **Destino turístico** es una unidad territorial con vocación turística delimitada espacialmente en la que se cuenta con capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de gestión,

enfocados a lograr su sostenibilidad. Se caracteriza por la presencia de algunos de los siguientes componentes: atractivos, servicios o facilidades, infraestructura básica, actores públicos, privados o demanda turística, como conjunto de bienes y servicios ofrecidos al visitante o turista con valor agregado, en la zona y por diversos grupos humanos, entre los cuales se encuentra la población residente. (Ministerio de Industria, 2014)

Ecoturismo: abierto a diferentes interpretaciones pero comúnmente denotando viajes ecológicamente sostenibles y visitas para disfrutar y apreciar la naturaleza, el cual promueve la conservación, teniendo un bajo impacto de los visitantes e incluye la participación de la comunidad local. Está generalmente enfocado en actividades de pequeña escala en áreas bien definidas, usualmente debajo de alguna forma de protección, y en la retención de la tradición local. (Medlik, 2003)

Un **Inventario** es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región. (MINCIT, 2010)

El **Impacto ambiental** es un término que define el efecto que produce una determinada acción humana sobre el medio ambiente. Los efectos pueden ser positivos o negativos y se pueden clasificar en efectos sociales, efectos económicos, efectos tecnológico-culturales y efectos ecológicos. (Ministerio Industria, 2018)

El **Impacto sociocultural** es un efecto que produce una determinada acción humana sobre las tradiciones, costumbres y formas de vida de las comunidades y sitios de interés histórico y cultural de una zona o región determinada, dicho impacto puede ser positivo o negativo. (Ministerio Industria, 2018)

El **Impacto económico** es un efecto que produce el desarrollo de actividades económicas en un grupo determinado. Estos impactos pueden ser positivos o negativos. (Ministerio Industria, 2018)

Un **Municipio Turístico** es aquel que por los atractivos naturales, las manifestaciones de la cultura local (legado histórico- cultural, arquitectura típica, usos y costumbres de la población y sus expresiones artísticas) y/o atractivos hechos y gerenciados por el hombre (museos, parques temáticos, eventos especiales) que posee en su territorio, constituye un foco de atracción turística. (Acerenza, 2008)

El **Patrimonio natural** tiene características naturales que consisten en formaciones físicas y biológicas de valor universal excepcional desde el punto de vista estético o científico; formaciones geológicas o fisiográficas y hábitats de especies animales amenazadas y plantas con un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o conservación; los sitios naturales o áreas de valor universal importante desde el punto de vista de la ciencia, conservación o de belleza natural (basado en UNESCO convención de la protección del patrimonio natural y cultural 1972). (Medlik, 2003).

El **plan** es el resultado del proceso de planificación. Es el documento que fundamenta y en el cual se deja constancia de las decisiones tomadas durante el proceso de planificación. La finalidad básica del plan es la optimización de los recursos disponibles y, una vez alcanzada ésta, la orientación del comportamiento de las personas en el sentido de obtener los resultados deseados. En consecuencia, todo plan debe reunir dos requisitos fundamentales: a. Describir acciones a ejecutar y sus resultados. b. constituir un vehículo formal de coordinación. (Banco Interamericano de Desarrollo, 1979)

Entiéndase por **Planificación** el proceso generalizado que no depende del campo de acción al cual se aplica. Se utiliza tanto para la adopción de decisiones que envuelvan pocas variables y opciones de fácil identificación, como también para el análisis de sistemas complejos, a nivel nacional o internacional. (Banco Interamericano de Desarrollo, 1979)

Un Producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructura y organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado y consumido en el destino turístico, lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde el lugar de origen y su posterior retorno al sitio de partida. (Fredy & Ramirez, 2008) (Ministerio Industria, 2018)

Los **Recursos Naturales** son recursos proporcionados por la naturaleza y disponibles para el uso humano, incluyendo por ejemplo: animales, plantas, escenarios naturales. Una distinción se dibuja entre los recursos renovables y no renovables. Los primeros son inagotables y capaces de renovarse pero podría ser negativamente afectado, ejemplo: aire y agua por contaminación; el último es finito e irremplazable, ejemplo: minerales y suelos. (Medlik, 2003)

Ruta: Se entiende como el eje vial que conecta dos o más centros turísticos emisores o receptores importantes, que contienen distintos atractivos y facilidades a lo largo del recorrido. (caribe., 2000)

Turista (o visitante que pernocta)

Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como *turista* (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación. (OMT)

Turismo Cultural En un sentido estricto, son vacaciones de especial interés, esencialmente motivadas por intereses culturales, como viajes y visitas a sitios históricos y monumentos,

museos y galerías, muestras artísticas y festivales, como también el estilo de vida de las comunidades. En un sentido amplio, se incluyen también actividades con un contenido cultural como partes de los viajes y visitas con una combinación de objetivos. (Medlik, 2003)

Turismo de Patrimonio: Turismo de interés especial en la visita de lugares con valor cultural y de patrimonio. (Medlik, 2003)

Turismo Rural turismo con un enfoque en destinos del campo. A pesar de que no es un fenómeno nuevo, el desarrollo del turismo rural ha estado recibiendo mucha atención en los recientes años como un medio de ingreso y empleo, generación y diversificación de las economías locales. (Medlik, 2003)

Turismo sostenible: emerge del concepto de desarrollo sostenible, como se define en el Informe de Brundtland, el término puede ser aplicado para todas las formas de turismo que están en armonía con sus ambientes físicos, sociales y culturales a largo plazo.

La organización Mundial de Turismo define al turismo sostenible como un modelo de desarrollo económico que está diseñado para: mejorar la calidad de vida de la comunidad anfitriona, proporcionar una experiencia de alta calidad para el visitante, y mantener la calidad del medioambiente del cual ambos dependen tanto la comunidad anfitriona como el visitante. (Medlik, 2003)

Visitante: Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que

pernocta), si su *viaje* incluye una pernoctación, o como visitante del día (*o* excursionista) en caso contrario. (OMT)

Este mismo documento refiere que los programas obedecen al plan y por ende a la ley, se restringen a un campo de actuación más específico y a su aplicación se orienta hacia una determinada área del que hacer, donde fija las pautas que determinan o clasifican el alcance de las acciones en esa área. Los proyectos son la parte operativa, la materialización del proceso de planeación, ellos definen métodos concretos, técnicas, procedimientos, recursos, distribución en espacio y tiempo de las acciones que hacen posible y real lo planteado en el discurso inicial.

8. MARCO LEGAL

La Actualización del plan de desarrollo turístico y cultural del municipio de Luruaco tiene como fundamento legal las siguientes normas:

1. Constitución Política Nacional de 1991: En la norma de normas se le da una gran importancia a la cultura. La diversidad cultural y étnica, la obligación de proteger las riquezas culturales, y la participación de las personas en la toma de decisiones que afecten a la cultura, hacen parte de los principios constitucionales (Artículos 1, 2,7 y 8.).

Dentro de la parte dogmática de esta, se estableció un capítulo sobre los derechos “sociales, económicos y culturales”; el cual contiene el aprovechamiento del tiempo libre como derecho (artículo 52), la cultura como parte importante la formación educativa del individuo (artículo 67), la obligación del Estado de promover y fomentar el acceso a la cultura (artículo 70) y la protección del patrimonio cultural de la Nación (artículo 72). Además, tiene especial relevancia como justificación constitucional de este proyecto, el artículo 71, donde se establece que en los planes de desarrollo económico y social se deberá incluir el fomento a la cultura.

2. Ley 300 de 1996 Conocida también como “Ley General de Turismo”. Se establecen regulaciones sobre el servicio de turismo como el concepto de “prestadores de servicio de turismo”, quienes hacen parte de esa categoría, sus obligaciones, el registro nacional de turismo, algunos incentivos tributarios, etc. Por otro lado se dictan disposiciones sobre la organización del crecimiento turístico por de su promoción y planes de desarrollo. Esta ley ha sido modificada por la ley 1101 de 2006 y la 1558 de 2012, entre otras normas.

3. Ley 397 de 1997 Conocida también como “Ley General de Cultura”. En esta norma se establecen lineamientos sobre la preservación, promoción y vigilancia del patrimonio cultural de la Nación; y la creación de entidades encargadas de hacer valer esta regulación, como el ministerio de cultura, el cual es creado a partir de esta norma. Esta norma permanece vigente, pero no sin haber sido modificada a través de los años por otras leyes como la 1185 de 2008, 1379 de 2010, 1675 de 2013 y la 1882 de 2018, entre otras.

9. GENERALIDADES

9.1 UBICACIÓN GEOGRAFICA:

El municipio de Luruaco se encuentra situado al sur occidente del Departamento del Atlántico, a orillas de la laguna con su mismo nombre y al margen de la carretera de la Cordialidad, punto equidistante entre el Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla y el Distrito Turístico de Cartagena, a 74 Km, del primero y a 65 Km, del segundo, lo que hace fácil la comercialización de sus productos, ya sea que se distribuya en cualquiera de las dos ciudades, su área urbana 0.49 Km² y área Rural 201.51 Km². Luruaco limita por el norte con el Municipio de Piojo, al sur con el Municipio de Repelón, al este con el Municipio de Sabanalarga y por el oeste con el Departamento de Bolívar. Está distribuido en Rural y Urbano, en la parte Rural posee los siguientes Corregimiento, Caserío y Vereda., Sus coordenadas son 10°36'39" N 75°08'36" O



Figura 1. Localización de Luruaco en el Atlántico

Fuente: Wikipedia, 2018

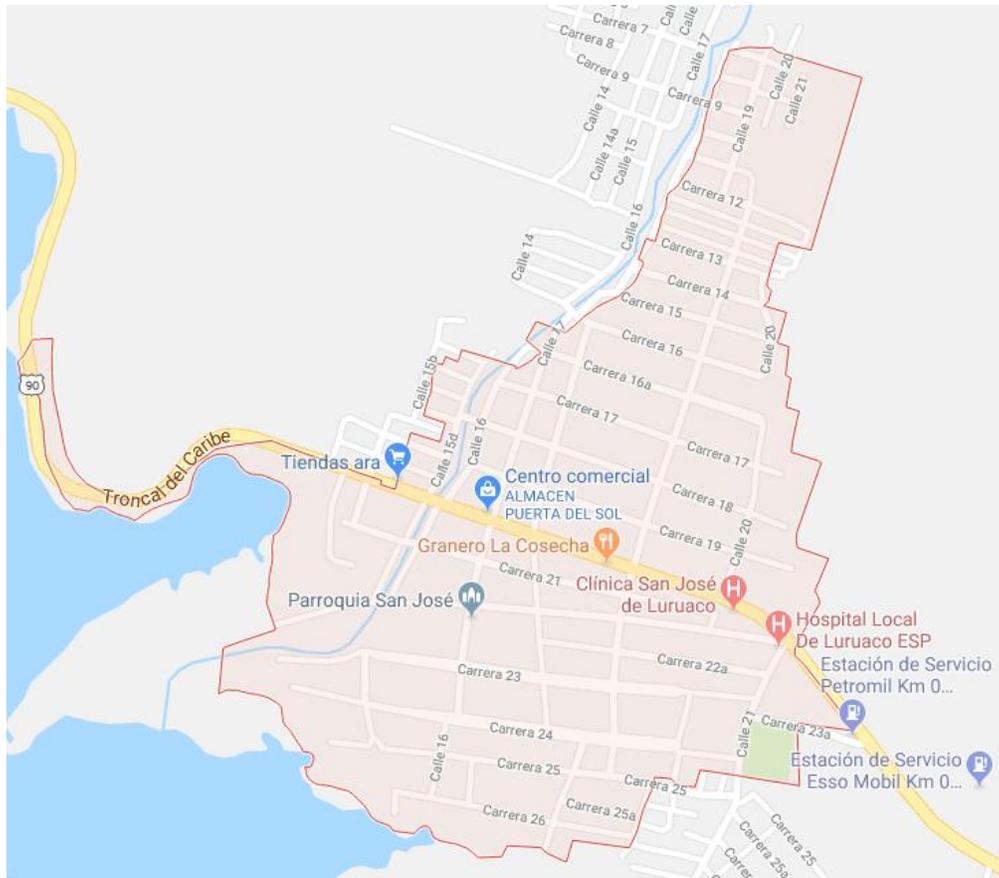


Figura 2. Mapa de Luruaco
Fuente: Google Maps, 2018

9.2 DATOS HISTORICOS:

Antes de la llegada de los Españoles, Luruaco se encontraba habitado por Indígenas de la Tribu Mocana, sus territorios fueron entregados en encomiendas sucesivamente a Españoles y a partir de los años 1770 se formó un sitio “libres” resultado de la descomposición de la encomienda y llegada de los generosos negros cimarrones, huidos de las estancias vecinas y de los que no eran capturados en las campañas de destrucción de palenque ordenada por la corona Española. Estos negros probablemente eran de origen angoleños, congolés o bantú.

Luego de la creación del Departamento del Atlántico Luruaco quedo dentro de la jurisdicción de Sabanalarga, en calidad de Corregimiento, era un pequeño poblado carente de servicios públicos cuyos habitantes se dedicaban a la agricultura y la pesca. Y fue la construcción de la carretera la Cordialidad, a mediados de los años 30, factor fundamental para que esta población iniciara un acelerado proceso de desarrollo Económico, social y urbanístico.

El día 16 de Mayo de 1953, después de una entusiasta campaña entre sus habitantes liderada por el reverendo **PEDRO PABLO CORTEZ** es elevado a la categoría de Municipio, mediante decreto 153, lo que originó una lucha jurídica con el Municipio de Sabanalarga, por su independencia, que terminó con la reafirmación de su calidad de Municipio el 23 de Diciembre de 1960, a través de la ordenanza 145 de 1960, emanada de la Asamblea del Departamento.

Luruaco es un Municipio, en cuya conformación étnica predomina el Mestizo, y presencia de la población negra, cuenta aproximadamente con 27.000 habitantes que se dedican a actividades agrícolas, pesca y un intenso comercio formal e informal que se desarrolla en los márgenes de la Carretera , convirtiéndola en centro abastecedor de toda la región.

Se cuenta con la laguna de Luruaco, San Juan de Tocagua y parte del embalse del Guajaro, utilizadas para el consumo de agua potable, para la pesca artesanal y también es utilizada como medio de transporte. (Llanos Torregrosa, 2001)

CORREGIMIENTOS: Péndales, Arroyo de Piedra, Palmar de Candelaria, San Juan de Tocagua, Santa Cruz.

CASERIO: Barrigón y Socavón, Mates, Agua Hedionda, San Benito y el Limón.

VEREDAS: La Puntica, Los Limites y Socavón.

9.3 EDUCACIÓN:

El Municipio de Luruaco cuenta con seis (6) establecimientos educativos en la Cabecera y nueve (9) en la zona rural. Estos centros brindan a sus habitantes, incluyendo el área urbana y rural, la básica primaria, el grado cero y Hogares Comunitarios.

En la básica secundaria, el Municipio cuenta con cuatro (4) establecimientos de básica primaria y dos de bachillerato en el casco urbano todos oficiales.

En la Zona Rural existen dos planteles educativos que ofrecen hasta undécimo grado y están ubicados en Santa Cruz y los Péndales, en los Corregimientos de Arroyo de Piedra y Palmar de Candelaria existe uno en cada población en la básica ampliada y preparándose para brindar un servicio educativo hasta undécimo grado de bachillerato, por otra parte, San Juan de Tocagua, La Puntica, Socavón y Barrigón se brinda solamente la básica primaria.

El municipio cuenta con una institución educativa llamada San José, inscrita al programa nacional, amigos del turismo, con ejes transversales en el tema de ecoturismo y turismo cultural.

9.4 SALUD:

El Municipio de Luruaco posee un moderno Hospital de primer nivel denominado Empresa Social del Estado, ubicado en la cabecera Municipal y cinco puestos de Salud distribuidos en los corregimientos, que dependen del hospital local. En el hospital se atienden cirugías menores, partos, hospitalizaciones, hidratación, terapia respiratoria, control prenatal, control de crecimiento, programa de prevención y promoción de la salud, urgencias las 24 horas y programas especiales de enfermedades infectocontagiosas en la zona urbana.

En el área rural se prestan servicios de consulta externa, control prenatal, control de crecimiento y desarrollo, vacunación y primeros auxilios en los puestos de salud. Además cuenta con tres

centros de salud privados, ubicados en la cabecera Municipal, Clínica San José, Ciamec y Clínica Luruaco. La Cobertura de atención a la comunidad que prestan estas instituciones está proyectada en un 80% de la Comunidad.

En el Municipio hay una dirección local de Salud que maneja, ordena y dirige las actividades del Plan de Atención Básica (PAB), régimen subsidiado, sisben y programas sociales que están encaminados a garantizar la atención y bienestar de toda la población.

9.5 TRANSPORTE:

Luruaco se localiza en el margen de la carretera principal la Cordialidad que se encuentra en perfecto estado. Es el punto equidistante entre en Distrito Industrial y Portuario de Barranquilla y el Distrito Turístico de Cartagena, a 74 Km. del primero y a 65 Km. del segundo, su cabecera Municipal se encuentra comunicado por una red vial en buen estado con todos los corregimientos, igualmente por caminos a sus veredas.

Se puede encontrar una línea de buses adscrito a la Empresa Expreso Colombia en la ruta Luruaco – Barranquilla y Viceversa y también está la línea de buses de la empresa de puerto Colombia

Desde el terminal de Transporte de Barranquilla se puede tomar hacia Luruaco autobuses de las Empresas Brasilia, Wayuu, Transporte González, la Costeña, Rápido Ochoa, Coopetran, Unitransco, Torcoroma y la Veloz. Entre otros, que cruzan por la carretera la Cordialidad. También se puede llegar a Luruaco por la vía a Cartagena que está a solo 45 minutos en autobuses de las mismas de las mismas empresas antes mencionada.

También desde Luruaco salen buses hacia Barranquilla y Sabanalarga, además de automóviles que cubren la ruta a los diferentes Corregimiento.

9.6 CULTURA Y RECREACIÓN:

Sin lugar a dudas Luruaco es Centro de actividad cultural, se está construyendo una Nueva y moderna Casa de la Cultura, la anterior fue derrumbada para hacer una nueva con mejores instalaciones, va a tener programas de enseñanza de Artes Plásticas, Danzas Folclóricas, teatro y música en las modalidades de Banda y Guitarra, va a tener en su infraestructura una Sala para Artes Plástica y otra para artes escénicas, una sala para Reuniones y capacitaciones Comunitarias en todo los temas.

Cuenta con un programa llamado “Cine a la calle”, se realiza cada 15 días, el contenido que se presenta es cine arte, comedia, entre otros, las actividades de proyección artística se hacen en parques, canchas, plaza y escenarios escolares, se requiere una plaza de eventos culturales, Gastronómicos, Turísticos y Agrícolas.

Existe una Biblioteca dotada de 2500 libros aproximadamente, los cuales en su mayoría son donados por el gobierno Nacional y otro por el Departamento y la Alcaldía Municipal.

Requiere de actualización de libros existente pocos tomos de artes. Cuenta con dos salas de lectura, una oficina y dos unidades sanitarias, auditorio, sala infantil, sala de consulta general, sala de exposición y una sala de sistemas de computación.

El Deporte se organiza a través de la Coordinación municipal de Deportes; las modalidades deportivas que más se practican son el Futbol, Micro futbol, el Béisbol, el softbol y el baloncesto; no se tiene en cuenta el deporte náutico, a pesar que cuenta con muy buenos puertos de agua.

La infraestructura deportivo es buena, pues se encuentran canchas para futbol, el béisbol y el baloncesto. Esto tanto en la zona rural como la urbana, se presentan deficiencias en la tecnificación de las modalidades deportivas.

9.7 HOSPEDAJE Y GATRONOMIA:

El municipio en cuanto a infraestructura hotelera, cuenta con un hotel LLAMADO LA ESPAÑOLA ubicado sobre la carretera la Cordialidad, con una capacidad para 20 personas. También cuenta con el CLUB NÁUTICO DE CARIBE, localizado a un kilómetro de Luruaco en la Carretera que conduce a Cartagena, se realizan prácticas de Esquí náutico, posee cabañas con capacidad para 30 personas, servicio de restaurante, bar, piscina y un hermoso balneario con vista a la laguna.

También cuenta con un hotel y restaurante “VILLA CAMPESTRE DONDE ÍNGRID”, ubicado en el kilómetro 1.50 vía Luruaco Barranquilla, veintiséis (26) habitaciones, de las cuales 8 están ocupadas permanentemente, aire acondicionado y con ventilador, de una dos y tres camas, el restaurante cuenta con comida corriente y a la carta, carne asada, frita, en bistec, pollo frito, guisado, hígado, chorizo, etc. y comidas especiales como pescado, conejo, carnero, bandeja paisa, ajiaco, sobrecarriaga.

Igualmente se halla la finca de descanso DOÑA PINA, un lugar con capacidad para 50 personas. En habitaciones con ventilador y aire acondicionado, tiene además, los servicios de restaurante, piscina, pesca, lancha, caballo y esquí náutico.

En cuanto a la Gastronomía, Luruaco ofrece una gran variedad de comida caribeña. Sobre la Carretera de la cordialidad se halla el paraje de ventas donde se encuentran ubicados los vendedores de la famosa Arepa con Huevo. Además de estas delicias también se puede consumir las carimañolas, los buñuelos, las empanadas, los chicharrones de Cerdo, las chuletas que se sirven acompañadas de yuca o patacones, por otra parte se comercializan los productos agrícolas de la Región, como el plátano, yuca, ñame, maíz, patilla, corozo, mango, tamarindo, limones melones, pescado y carnes.

Las ventas no están organizadas, requieren de mecanismos higiénicos y seguridad para el visitante, además de promoción.

9.8 SERVICIOS PÚBLICOS:

El servicio de aseo del municipio de Luruaco es prestado por la empresa de servicios “ACUACOR” y la de agua potable es prestada por la empresa “ACUASUR”, (Aguas del sur), esta empresa abastece al municipio, utilizando como fuente la laguna de Luruaco. La clase de tratamiento que se le da al agua es de tipo físico, químico y de cloración.

La captación del agua está proyectada tomarla del canal del dique, para mejorar la calidad y dejar que la laguna recupere su capacidad de abastecimiento.

El municipio cuenta con un sistema de alcantarillado en la parte urbana casi en un 90%, en la parte rural no cuenta con este sistema, pero hay un proyecto para su construcción, la mayoría de las viviendas están dotadas de tazas sanitarias con sus respectivas pozas sépticas y las letrinas.

En cuanto a la energía eléctrica el 90% de la población urbana y rural cuenta con este servicio, pero se presentan cortes de imprevisto muy seguidos. Igualmente se cuenta con: el servicio de gas natural domiciliario, prestado por la empresa gases del caribe.

En el municipio funciona una emisora comunitaria, “LURUACO STEREO” con una potencia de 250 vatios y con una cobertura total sobre el municipio. Presta servicio a la comunidad con los clasificados, y se construye en un importante canal en el cual se transmiten programas estatales como el de oficina para la mujer y la infancia, el ICA, etc.

El servicio de teléfono local es prestado por Movistar, tanto para la cabecera municipal como para el área rural, hay servicios de telefonía celular con antena de las empresas Tigo, claro y movistar.

En lo bancario, hay dos cajeros, uno del banco agrario y otro de Bancolombia, hay una oficina regional de banco agrario y un PAC de Bancolombia.

El servicio de televisión por cable lo ofrecen telecable y DIRECTV.

9.9 PLANTA TURÍSTICA

Luruaco es un municipio con un gran potencial turístico natural (la laguna de Luruaco, la laguna de SAN JUÁN DE TOCAGUA, , la cueva de LA MOJANA, viveros, cerros, lomas) por tal razón deberá dotarse de una infraestructura y mantenimiento adecuado en las zonas de despliegue turístico. De igual manera el nivel categorías: danza, pintura, teatro y música. Existen también campos deportivos, discotecas, una variedad gastronómica. Y en general una cadena de suministros que el turismo local, nacional e internacional pueden disfrutar.

10. SITIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO DE LURUACO

10.1 SITIOS NATURALES

- ❖ Ciénaga san juan de Tocagua.
- ❖ La ciénaga de Luruaco.
- ❖ Cueva de la Mojana.
- ❖ Reserva de los monos Titi Cabeciblanco.
- ❖ Viveros caseros (Corregimiento los Péndales).

10.2 PATRIMONIO CULTURAL – PATRIMONIO INMATERIAL

- ❖ Arepa e huevo.
- ❖ Artesanías de San juan de Tocagua.
- ❖ Artesanías del centro Urbano de Luruaco.
- ❖ Artesanías de los límites.

10.3 INMUEBLES Y MUEBLES

- ❖ Paraje de ventas de arepas con huevo de la región.
- ❖ Estatua la vendedora de arepa e huevo.
- ❖ Club náutico del caribe
- ❖ Parador turístico y mirador turístico.

10.4 FESTIVIDADES Y EVENTOS

- ❖ Carnaval de Luruaco.
- ❖ Festival de la arepa de huevo.
- ❖ Festival del dulce

11. DESCRIPCION DE LOS SITIOS TURISTICOS

11.1 LA LAGUNA DE SAN JUAN DE TOCAGUA

Se encuentra ubicada en el corregimiento de San Juan de Tocagua, en este cuerpo de agua se puede practicar la pesca artesanal y visitar la isla de los pájaros. Allí crecen y venden la enea y el junco para la elaboración de las esteras y esterillas respectivamente. Actividades históricas y tradicionales. No posee infraestructura turística ni ningún tipo de servicio que pueda ofrecer al visitante.

11.2 LA LAGUNA DE LURUACO

Este hermoso cuerpo de agua se encuentra ubicado en el casco urbano y abastece de este líquido a toda la población. Tiene una extensión aproximada de 230 hectáreas, en medio de un impresionante paisaje natural y en ella hay una gran variedad de fauna como garzas, patos silvestres, pájaros y el hermoso Martín pescador.

Peces entre los que podemos encontrar: la mojarra tilapia o lora, la cachama, la mojarra amarilla, la lisa y el sábalo, utilizadas para el consumo de la población.

Esta laguna posee una serie de leyendas como la de la lamparita y el caballo sin cabeza, Actualmente la laguna no posee infraestructura turística, no se le hace ninguna clase de mantenimiento.

11.3 LA CUEVA DE LA MOJANA

Se encuentra ubicada en el norte del embalse del Guájaro en el corregimiento de Arroyo de Piedra, a esta cueva se le atribuyen varias leyendas indígenas. En este mismo corregimiento se pueden conocer las minas de piedra caliza y arena para construcción. Hasta allí se llega por la carretera de la cordialidad, esta cueva no presenta ninguna clase de mantenimiento.

11.4 CARNAVAL DE LURUACO

El carnaval de Luruaco con identidad local es una fiesta multicolor, desarrolla disfraces, comparsas y música a partir de los temas que identifican a la comunidad de Luruaco como son los temas gastronómicos, artesanales, agricultura tradicional y ciertos productos, las personas hacen o componen comparsas a partir de estos elementos y diseñan los vestuarios, se realiza un día antes del carnaval de Barranquilla.

11.5 FESTIVAL DE LA AREPA DE HUEVO

El festival de la arepa de huevo se realiza el último puente del mes de julio, dependiendo que del día festivo dedicado a san pedro (Cuya fiesta oficial se celebra el 29 de Junio), se hace con todas las portadoras de la tradición de la arepa de huevo de Luruaco, se realizan un concurso de la arepa de huevo tradición, innovación, arepa de huevo multiformas, llega muchos turistas tanto nacionales como internacionales, se realiza por tres días en el cual hay una variada programación artística y cultural.

Este festival nació en el año de 1988 con el fin de rendirle un homenaje al producto que tanto contribuye a la economía del municipio.

11.6 ARTESANIAS

Las artesanías del corregimiento de san juan de Tocagua, son desarrolladas en fibra naturales llamadas eneas y junco, son realizadas por un grupo de mujeres que por tradición realizaba las esteras, hoy en día realizan una variedad de gama de productos que va desde lo ornamental hasta lo utilitario como muebles como sillas, pufs, canastos, centros de mesas, han tenido impactos de diseño de innovación y son vendidas a nivel nacional.

Las artesanías de los límites están creadas en bolsas recicladas, se tejen en croché y las artesanías propias del centro urbano del municipio de Luruaco son elaboradas en totumo tallado.

11.7 PARAJE DE VENTAS

El paraje de ventas está ubicado sobre la carretera de la cordialidad en donde se pueden ofrecer arepas con huevo que son un atractivo para habitantes y turistas. También se puede deleitar de las carimañolas, buñuelos, las chuletas y chicharrones de cerdo. Este paraje de ventas carece de una buena estructura, no presenta sistemas de higiene ni seguridad. Para su recuperación se ha presentado un proyecto a la red de solidaridad social, el cual ya está viabilizado y aprobado.

11.8 EL TITI CABECI BLANCO

Es un pequeño primate que únicamente habita en los bosques tropicales del Caribe colombiano y que se encuentra en peligro crítico de extinción, como resultado de la dramática deforestación de su hábitat natural y de su caza para el comercio ilegal de especies silvestres como mascotas. El Titi Cabeciblanco (*Saguinus oedipus*) es la especie bandera de los bosques tropicales.

11.9 NUEVO PARADOR Y MIRADOR TURISTICO

El parador turístico de Luruaco es una obra concebida para brindar servicios de restaurante, cafetería, recreación para niños, la práctica de canotaje y kayak, paseos en lancha en la laguna de Luruaco que está en frente, igualmente tiene un espacio dedicado a la venta y promoción de artesanías de la localidad, venta de la arepa de huevo

Cuenta con un mirador turístico a 132 peldaños donde se puede apreciar toda la amplitud de la laguna de Luruaco.

12. MATRIZ DOFA

La matriz DOFA es una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier objeto de estudio en un determinado momento, permite obtener un cuadro de la situación actual del objeto de estudio, útil para la toma de decisiones, por lo que se aconseja que se realicen análisis sucesivos (Talacon, 2006)

	OPORTUNIDADES (O) Realizar un listado de las oportunidades.	AMENAZAS (A) Realizar un listado de la amenazas
FORTALEZAS (F) Realizar un listado de las fortalezas	ESTRATEGIAS (FO) Usar fortalezas para tomar ventaja de las oportunidades	ESTRATEGIAS (FA) Usar fortalezas para evadir amenazas
DEBILIDADES (D) Realizar un listado de las debilidades	ESTRATEGIAS (DO) Superar debilidades tomando ventajas de las oportunidades	ESTRATEGIAS (DA) Minimizar debilidades y evitar amenazas

Figura 3. Matriz DOFA

12.1 DEBILIDADES

1. Ausencias de programas promocionales e informativos que den a conocer las riquezas culturales y naturales con las que cuenta el municipio.
2. Poca promoción del municipio en internet, medios impresos, digitales, radio, tv, dar a conocer las actividades para hacer en el municipio de manera constante y masiva.
3. Poca visibilidad a nivel nacional e internacional.
4. El municipio no está preparado para el turismo internacional de alto poder adquisitivo.
5. Desconocimiento del manejo del turismo internacional.

6. Carencia de infraestructura turística
7. Falta de programas de ecoturismo, agroturismo y turismo cultura.
8. Las artesanías no tiene un punto de venta.
9. Falta de información del municipio y de sus proyectos.
10. Falta de Wi-fi.
11. Falta de guías bilingües.
12. No tienen sentido de pertenencia con la importancia del patrimonio.
13. Falta de limpieza en las calles.
14. Deficiencia en la atención al público en general.
15. Pocos o casi nula la conexión con los otros productos turísticos del departamento.
16. Falta de organización en la parte de gastronomía y buenas prácticas de manufactura en sus productos.
17. No existe una oferta de sus productos de manera organizada.
18. Deficiencia en la gestión administrativa.
19. Falta de recursos calificados.
20. Poca formación del personal, falta de capacitaciones.
21. Juventud sin sentido de pertenencia.
22. Escases en la materia prima, los campesinos no cuentan con ayuda para sus productos.
23. Los productos se consiguen a muy alto costo.
24. Bajo nivel educativo de la comunidad.

25. Falta de bilingüismo.
26. Bajo nivel de operadores turísticos.
27. No tienen prestadores de servicios turísticos en turismo náutico.
28. Falta de organización en el sector turístico.
29. Ausencia de metodología en el diseño y desarrollo de proyectos turísticos.
30. No hay caracterización del perfil del tipo de turista, no hay información de visitas al municipio.
31. No está definida la capacidad de carga de los productos turísticos.
32. Inexistencia de cultura turística en los habitantes del municipio.
33. La mayoría de sus recursos naturales no tienen un buen estado de conservación.
34. Poca inversión en el sector.
35. No existen campañas de promoción turística ni piezas promocionales.
36. No hay una caracterización clara de la planta turística.
37. Falta de reglamentación de la Actividad Turística.
38. Escasa oferta hotelera en el sector.
39. Deficiencia en la accesibilidad a los sitios turísticos.

12.2 OPORTUNIDADES

1. Apoyo de la alcaldía, secretaria de turismo y departamento local.
2. Diseño y creación de la marca del municipio.
3. Declaratoria de Patrimonio cultural inmaterial de la gastronomía tradicional de Luruaco, entre esas la arepa con huevo.
4. Festival perteneciente a la REGCO (Red de eventos gastronómicos de Colombia).
5. Gastronomía reconocida a nivel mundial.
6. El municipio cuenta con dos cajeros automáticos, un banco agrario, un PAC.
7. La actividad turística es potencial fuente de ingreso y empleo para la comunidad.
8. La actividad turística permitirá la visualización de los valores culturales y biológicos de la zona (Bosque seco tropical del Titi Cabeciblanco).
9. El municipio tiene un festival gastronómico posicionado en el Top of Mind de Colombia y está inscrito en la red de eventos gastronómicos.
10. Proximidad con la Ciudad de Cartagena, Ciudad turística de Colombia reconocida a nivel mundial.
11. Ruta del Guáimaro, proyecto agroecológico de reforestación, seguridad alimentaria y producción sostenible.
12. Nuevo Parador turístico de Luruaco.
13. Construcción del Servicio nacional de aprendizaje (SENA) al lado del parador turístico.
14. Interés de la gobernación del atlántico para desarrollar el turismo como actividad en el municipio.
15. Espontaneidad en los habitantes para participar en eventos culturales.
16. Posibles alianzas con otros municipios para promover el turismo en Luruaco.

17. Variedad de oferta de atractivos turísticos, con posible inclusión en programas y proyectos de mejoramiento turístico.
18. Los atractivos naturales ofrecen condiciones geográficas óptimas para el desarrollo de actividades de aventura.
19. Riqueza hídrica.
20. Aprovechamiento de las ciénagas de Luruaco y san juan de Tocagua para practicar deportes náuticos.
21. El municipio puede crear y diseñar sus propios proyectos.
22. El municipio puede crear Alianzas con agencias para vender paquetes turísticos.
23. Cercanía de otros municipios con vocación turística.
24. Personas alegres, emprendedoras, amables.
25. Carreteras en buen estado.
26. Las artesanas en la vereda de los límites están formadas en turismo comunitario, atención al cliente y elaboración de rutas.
27. Capacidad de firmar nuevos convenios con otras facultades de la universidad Autónoma del Caribe.
28. Existen adecuados mecanismos de promoción para el ecoturismo en el Municipio.
29. SENA como aliado estratégico en formación.

12.3 FORTALEZAS

1. Municipio con mucho potencial turístico.
2. Buena gastronomía.
3. Potencial eco turístico y en turismo comunitario.
4. Laguna en buen estado.

5. Proyecto Titi Cabeciblanco, tiene una oferta de turismo de investigación.
6. Tradiciones gastronómicas, recursos naturales, lagunas, bosques.
7. Cuentan con recursos naturales en buen estado de conservación.
8. Senderos ecológicos, artesanías.
9. Avistamiento de aves.
10. Calidad, garantía, innovación.
11. Municipio alegre, emprendedor, dedicados.
12. Entrega, pasión y compromiso del secretario de cultura y turismo del municipio.
13. Buena oferta de hoteles y restaurantes, algunos cuentan con RTN.
14. Hotel organizado, limpio con buena atención y calidad en el servicio.
15. Los visitantes acuden a las actividades turísticas y se van con una buena imagen del municipio.
16. El municipio cuenta con buen servicio de alojamiento y restaurantes.
17. Colegio amigo del turismo (San José).
18. ASOCALIM (Asociación de campesinos) tiene una oferta turística clave.
19. Posicionamiento gastronómico a nivel regional.
20. Una visión clara de la secretaria de turismo de las necesidades y posibilidades de desarrollo turístico del municipio.
21. Buenas relaciones con la subsecretaria de turismo de la gobernación del departamento.
22. El Municipio cuenta con un Club Náutico.
23. EL Club Náutico cuenta con Cabañas, servicio de restaurante, bar, piscina, balneario con vista a la laguna.

24. Luruaco cuenta con una oficina dedicada al turismo, secretaria de cultura, recreación y turismo.
25. Convenio entre la universidad Autónoma del Caribe y el municipio de Luruaco.
26. Tiene la marca registrada denominada arepa de huevo en la súper intendencia de industria y comercio.

12.4 AMENAZAS

1. Deterioro de los recursos naturales, como consecuencia de la no realización de programas de protección y preservación del medio ambiente.
2. Los proyectos a nivel nacional no se ajustan a las necesidades del municipio.
3. Los prestadores de servicios turísticos no tienen el Registro nacional de turismo (RTN).
4. Baja calidad en la prestación de los servicios públicos (acueducto y alcantarillado).
5. Mala infraestructura de los vendedores de arepa de huevo.
6. Debido a ser propiedad privada, no hay acceso al área natural del mono titi Cabeciblanco.
7. Deficiencia en entidades bancarias.
8. No cuentan con un puesto de información turística.
9. Bajo desarrollo en los métodos de prestación de servicios turísticos.
10. Exceso de basuras en las calles
11. Mal manejo de los residuos.
12. Lugar de paso, las personas solo pasan a comer arepa con huevo.

13. Bajo conocimiento de los servicios del gobierno departamental a los habitantes de Luruaco.
14. Falta de espacios de promoción turística en las principales ciudades del país y el exterior.
15. Falta de diseño de rutas.
16. Deficiente señalización turística y en general.
17. Pocos espacios dedicados al arte.
18. Carencia de museos en donde se mantengan los elementos que hacen parte de la historia e identidad de la región.
19. Falta de cultura ciudadana.
20. Bajos niveles de calidad en el aspecto artístico, como lo es; la música, las artesanías, el teatro y la danza. En comparación con poblaciones vecinas al municipio de Luruaco.
21. Falta de presupuesto para promocionar, pocos recursos financieros.
22. Falta de afluencia de transporte nocturno.
23. Por la falta de afluencia en el transporte nocturno los visitantes tienen que devolverse temprano, muy pocos se quedan a pernoctar.
24. La afluencia de visitas solo es en tiempo de fiestas.
25. Falta de inversión estatal en infraestructura.
26. Los jóvenes graduados del colegio san José, pocos se dedican a la actividad turística.
27. Deficiencia en el servicio de acueducto y luz eléctrica.
28. Inexistencia de empresas dedicadas a la prestación de servicios de deportes de aventura.

29. Pocas vías de acceso al municipio.
30. Desarrollo de la actividad turística de forma desorganizada de tal manera que no genere empleos e ingresos justos para el municipio.
31. Posible deterioro de los atractivos naturales debido al incremento del número de turistas.
32. Deficiencia de empresas prestadoras de servicios afines al turismo.
33. Los proyectos a nivel nacional no se ajustan a las necesidades del municipio.
34. Deficiencia en los servicios conexos.

13. ESTRATEGIAS

13.1 ESTRATEGIAS, DEBILIDADES CON AMENAZAS (NEGATIVO CON NEGATIVO)

1. **(D: 1; A: 8)** Crear programas promocionales e informativos que den a conocer las riquezas culturales y naturales que tiene el municipio.
2. **(D:13, 33; A:10,11)** Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.
3. **(D:13; A:1)** Crear programas de programas de protección y preservación del medio ambiente.
4. **(D: 2; A:8, 14, 21)** Hacer mejor manejo de las redes sociales y publicar actividades turísticas para hacer en el municipio para mantener informada a las personas.
5. **(D:8; A:17, 20)** Buscar puntos estratégicos para vender las artesanías para que los visitantes puedan adquirirlas.
6. **(D:38; A:9, 22, 23)** Generar mecanismos que impulsen el crecimiento de la oferta hotelera en el municipio.
7. **(D:35; A: 21)** Hacer campañas de promoción al turismo
8. **(D:16; A:5)** Seguir capacitando y brindando apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura) y servicio de atención al cliente.
9. **(D:12, 21; A:26)** Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.
10. **(D:20; A:19)** Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.

11. **(D:8, 18, 20; A:30)** Capacitar a las artesanas en la elaboración de presupuestos, identificación de costos y gastos para la realización de sus productos.
12. **(D:5, 20; A:9)** Sensibilizar y capacitar a la comunidad receptora para el servicio turístico de calidad.
13. **(D: 16; A: 5)** Reubicar a los productores de la arepa de huevo en sitios más seguros y limpios, como lo son cubículos con las condiciones máximas de seguridad para que el producto no entre en contacto con las bacterias y gérmenes que se encuentran en el ambiente.
14. **(D:18; A:1)** Crear mecanismos de sostenibilidad de los recursos que son materia prima para los productos turísticos (Productos alimenticios, artesanías, etc.)
15. **(D:20, 22; A:1)** Capacitar frecuentemente a las artesanas y pescadores en la protección de la laguna de Tocagua, proporcionándoles conocimiento y herramientas para la extracción de las materias primas utilizadas para la fabricación de sus artesanías, puesto que estas provienen de la laguna.
16. **(D:35; A:13)** Organización de programas de difusión para dar a conocer los productos internos del municipio y los servicios del gobierno departamental.
17. **(D:23; A:5)** Regular el costo de venta de los productos para generar más ventas y por ende más ingresos.
18. **(D:31; A:31)** Definir la capacidad de carga de los atractivos turísticos del municipio de Luruaco.
19. **(D:18; A:4)** Acelerar el proyecto de la construcción del sistema de alcantarillado para el municipio en la parte rural.

20. **(D:5; A:13)** Propiciar acercamientos con los programas del ministerio de cultura, la secretaria de cultura departamental, el fondo mixto de cultura y el comité de promoción turística del atlántico.

13.2 ESTRATEGIAS, FORTALEZAS CON AMENAZAS (POSITIVO CON NEGATIVO)

1. **(F:20; A:25)** Generar valor agregado en los productos artesanales que les permita fortalecer la competitividad de los mismos con proyecciones de exportación.
2. **(F:22; A:24)** Mantener la apertura del club náutico semanalmente, difundir mediante medios de comunicación, el servicio de alojamiento, puesto que el club cuenta con cabañas y piscinas dispuestas a hospedar a las personas cuando lo necesiten.
3. **(F:17; A: 26)** Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.
4. **(F:1; A:2)** Buscar o crear proyectos con potencial turístico que se ajusten a las necesidades del municipio.
5. **(F:13; A:3)** Generar campañas de formalización de los prestadores de servicios turísticos del municipio para obtener el RTN (Registro nacional de turismo) ya que es obligatorio para su operación.
6. **(F:5; A:6)** Crear un proyecto para que los turistas puedan acceder al área del mono titi y puedan observar toda su naturaleza, el avistamiento de las demás especies que habitan esta área y a la vez se siga preservando esta especie en peligro de extinción.
7. **(F: 20; A:24)** Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.

13.3 ESTRATEGIAS, OPORTUNIDADES CON DEBILIDADES (POSITIVO CON NEGATIVO)

1. **(O: 12; D: 2)** Creación de una página web donde compartan información del municipio, de las actividades que se pueden realizar, las fechas de las fiestas, etc.
2. **(O:13; D:7)** Crear programas de capacitación en Ecoturismo y Guianza Turística a través del SENA.
3. **(O:7; D:11)** Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.
4. **(O:17; D: 39)** Generar valor agregado en los productos artesanales que les permita fortalecer la competitividad de los mismos con proyecciones de exportación.
5. **(O:7, 14; D:8)** Construir un sitio específico y/o un mercado de artesanías en donde los vendedores puedan exhibir sus productos con todos los permisos y regulaciones en cuanto a higiene y legalidad existentes.
6. **(O:22; D:15)** Generar una conexión con los productos turísticos de otros municipios aledaños y crear paquetes.
7. **(O: 21; D: 3)** Formular proyectos para búsqueda de fuentes de financiación externas.
8. **(O:8; D:4)** Aplicar encuestas a los turistas tanto nacionales como internacionales que nos visiten para medir la imagen que se tiene del municipio y orientarlo hacia directrices planteadas.
9. **(O:5, 17, 18; D:17)** Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.
10. **(D:4; O:1, 3)** Embellecer urbanamente el municipio de Luruaco para el turismo.
11. **(D:4; O:17)** Diseñar productos con valor agregado como su oferta cultural y gastronómica en busca del turismo experiencial y sostenible.
12. **(D:1; O:27)** En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.

13.4 ESTRATEGIAS, OPORTUNIDADES CON FORTALEZA (POSITIVO CON POSITIVO)

1. **(O:12; F:2, 11, 16)** Venta de productos innovadores, elaboración de muestras de consumo en tamaño miniatura para llevar, arepas con huevo, carimañolas, etc.
2. **(O: 13; F:1, 11)** Crear convenios especiales con el SENA para capacitaciones específicas en el área de turismo.
3. **(O:7; F:3)** Diseñar campañas de promoción con perspectiva nacional e internacional, enfocados en ecoturismo, turismo cultural, etc.
4. **(O:7; F:15)** Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.
5. **(O:22; F:1, 3, 7, 8, 13)** Crear alianzas con las agencias de viaje para vender el municipio al turismo y atraer turistas.
6. **(O:20; F:22)** Generar mecanismos para impulsar la práctica de deportes náuticos en los cuerpos de agua del municipio.
7. **(O:20; F:7)** Construcción de muelles turísticos en la laguna san juan de Tocagua para que el turista tenga una experiencia más cerca con el sitio natural y pueda visitarlo o ir a practicar algún deporte.
8. **(O:24; F:14; 16)** Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.
9. **(O:18; F:9)** Crear rutas para que los turistas puedan disfrutar del avistamiento de aves y especies.
10. **(O:23; F:23, 24)** Crear rutas con municipios aledaños para vender un paquete de turismo y que el turista pueda conocer los diferentes municipios del Atlántico.

11. **(O: 11; F: 18)** Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional, este festival cuenta con actividades con enfoque artístico, cultural, gastronómico y académico y es organizado por la asociación de campesinos ASOCALIM.
12. **(O:7, 17, 19; F:3, 18)** Crear una cooperativa de pescadores en donde se preste el servicio de Guianza turística en las lagunas de Luruaco, y se dé a conocer la historia de este municipio y sus corregimientos; si bien este servicio actualmente es prestado, no se encuentra formalizado.
13. **(O:27; F:25)** Fortalecer o hacer uso de los convenios interadministrativos entre la autónoma y el municipio de Luruaco.

14. ESTRATEGIAS A CORTO, MEDIANO Y LARGO PLAZO

Con el fin de establecer la misión, la visión y los objetivos del plan de desarrollo se han organizado las estrategias en la categorías de Corto, Mediano y Largo plazo, teniendo como criterio organizar el tiempo en que pueden ser ejecutadas las diferentes estrategias, teniendo en cuenta que este plan está enfocado a lo largo de 5 años.

La Misión se identifica con las estrategias a corto plazo, la visión se identifica con las estrategias a mediano y largo plazo.

14.1 CORTO PLAZO:

1. **(D: 1; A: 8)** Crear programas promocionales e informativos que den a conocer las riquezas culturales y naturales que tiene el municipio.
2. **(D:13, 33; A:10,11)** Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.
3. **(D: 2; A:8, 14, 21)** Hacer mejor manejo de las redes sociales y publicar actividades turísticas para hacer en el municipio para mantener informada a las personas.
4. **(D:8; A:17, 20)** Buscar puntos estratégicos para vender las artesanías para que los visitantes puedan adquirirlas.
5. **(D:16; A:5)** Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).
6. **(D:8, 18, 20; A:30)** Capacitar a las artesanas en la elaboración de presupuestos, identificación de costos y gastos para la realización de sus productos.
7. **(D:35; A:13)** Organización de programas de difusión para dar a conocer los productos internos del municipio y los servicios del gobierno departamental.

8. **(D:23; A:5)** Regular el costo de venta de los productos para generar más ventas y por ende más ingresos.
9. **(D:31; A:31)** Definir la capacidad de carga social y ambiental de los atractivos turísticos del municipio de Luruaco.
10. **(F:22; A:24)** Mantener la apertura del club náutico semanalmente, difundir mediante medios de comunicación, el servicio de alojamiento, puesto que el club cuenta con cabañas y piscinas dispuestas a hospedar a las personas cuando lo necesiten.
11. **(F: 20; A:24)** Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.
12. **(O: 12; D: 2)** Creación de una página web donde compartan información del municipio, de las actividades que se pueden realizar, las fechas de las fiestas, etc.
13. **(O:12; F:2, 11, 16)** Venta de productos innovadores, elaboración de muestras de consumo en tamaño miniatura para llevar, arepas con huevo, carimañolas, etc.
14. **(O:7; F:15)** Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.
15. **(O:24; F:14; 16)** Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.
16. **(O:18; F:9)** Crear rutas para que los turistas puedan disfrutar del avistamiento de aves y especies.
17. **(O: 11; F: 18)** Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional, este festival cuenta con actividades con enfoque artístico, cultural, gastronómico y académico y es organizado por la asociación de campesinos ASOCALIM.

18. **(O:7, 17, 19; F:3, 18)** Crear una cooperativa de pescadores en donde se preste el servicio de Guianza turística en las lagunas de Luruaco, y se dé a conocer la historia de este municipio y sus corregimientos; si bien este servicio actualmente es prestado, no se encuentra formalizado.
19. **(D:1; O:27)** En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.
20. **(O:7; D:11)** Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.

14.2 MEDIANO PLAZO

1. **(D:35; A: 21)** Crear campañas de promoción al turismo.
2. **(D:12, 21; A:26)** Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.
3. **(D:20; A:19)** Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.
4. **(D:5, 20; A:9)** Sensibilizar y capacitar a la comunidad receptora para el servicio turístico de calidad.
5. **(D: 16; A: 5)** Reubicar a los productores de la arepa de huevo en sitios más seguros y limpios, como lo son cubículos con las condiciones máximas de seguridad para que el producto no entre en contacto con las bacterias y gérmenes que se encuentran en el ambiente.
6. **(D:20, 22; A:1)** Capacitar frecuentemente a las artesanas y pescadores en la protección de la laguna de Tocagua, proporcionándoles conocimiento y herramientas para la extracción de las materias primas utilizadas para la fabricación de sus artesanías, puesto que estas provienen de la laguna.

7. **(D:18; A:4)** Acelerar el proyecto de la construcción del sistema de alcantarillado para todo el municipio.
8. **(D:5; A:13)** Propiciar acercamientos con los programas del ministerio de cultura, la secretaria de cultura departamental, el fondo mixto de cultura y el comité de promoción turística del atlántico.
9. **(F:17; A:26)** Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.
10. **(F:1; A:2)** Buscar o crear proyectos con potencial turístico que se ajusten a las necesidades del municipio.
11. **(F:13; A:3)** Generar campañas de formalización de los prestadores de servicios turísticos del municipio para obtener el RTN (Registro nacional de turismo) ya que es obligatorio para su operación.
12. **(F:5; A:6)** Crear un proyecto para que los turistas puedan acceder al área del mono titi y puedan observar toda su naturaleza, el avistamiento de las demás especies que habitan esta área y a la vez se siga preservando esta especie en peligro de extinción.
13. **(O:13; D:7)** Crear programas de capacitación en Ecoturismo y Guianza Turística a través del SENA.
14. **(O:7, 14; D:8)** Construir un sitio específico y/o un mercado de artesanías en donde los vendedores puedan exhibir sus productos con todos los permisos y regulaciones en cuanto a higiene y legalidad existentes.
15. **(O:8; D:4)** Aplicar encuestas a los turistas tanto nacionales como internacionales que nos visiten para medir la imagen que se tiene del municipio y orientarlo hacia directrices planteadas.

16. **(O:22; F:1, 3, 7, 8, 13)** Crear alianzas con las agencias de viaje para vender el municipio al turismo y atraer turistas.
17. **(O:20; F:7)** Adecuación del muelle turístico en la laguna de Luruaco para la práctica de deportes.
18. **(O:23; F:23, 24)** Crear rutas con municipios aledaños para vender un paquete de turismo y que el turista pueda conocer los diferentes municipios del Atlántico.
19. **(D:13; A:1)** Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.
20. **(O:5, 17, 18; D:17)** Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.

14.3 LARGO PLAZO

1. **(D:38; A:9, 22, 23)** Generar mecanismos que impulsen el crecimiento de la oferta hotelera en el municipio.
2. **(D:18; A:1)** Crear mecanismos para la sostenibilidad de los recursos que son materia prima para los productos turísticos (productos alimenticios, artesanías, etc.).
3. **(F:20; A:25)** Generar valor agregado en los productos artesanales que les permita fortalecer la competitividad de los mismos con proyecciones de exportación.
4. **(O:17; D: 39)** Construir vías de acceso y senderos que permitan la accesibilidad a los atractivos turísticos.
5. **(O:22; D:15)** Generar una conexión con los productos turísticos de otros municipios aledaños y crear paquetes.
6. **(O: 21; D: 3)** Formular proyectos para búsqueda de fuentes de financiación externas.
7. **(D:4; O:1, 3)** Embellecer urbanamente el municipio de Luruaco para el turismo.
8. **(O:17; D:4)** Diseñar productos con valor agregado como su oferta cultural y gastronómica en busca del turismo experiencial y sostenible.

9. **(O: 13; F:1, 11)** Crear convenios especiales con el SENA para capacitaciones específicas en el área de turismo.
10. **(O:7; F:3)** Diseñar campañas de promoción con perspectiva nacional e internacional, enfocados en ecoturismo, turismo cultural, etc.
11. **(O:20; F:22)** Generar mecanismos para impulsar la práctica de deportes náuticos en los cuerpos de agua del municipio.

15. MISIÓN, VISIÓN, LÍNEAS Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

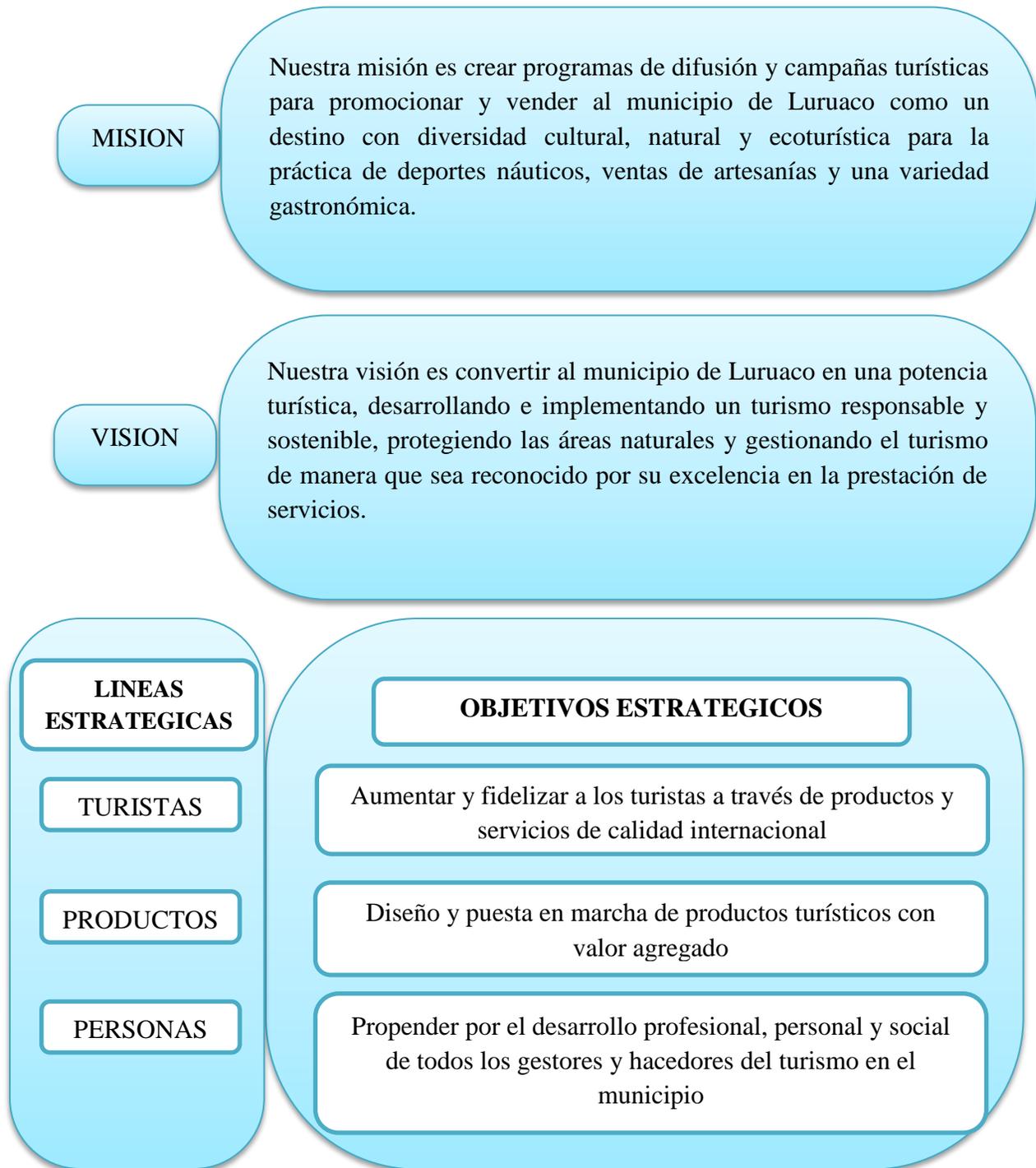


Figura 4. Misión, Visión, Líneas y Objetivos Estratégicos
Fuente: Elaboración propia

16. ACTUALIZACION DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS

Para la Actualización y realización de los Formatos de Atractivos turísticos, se revisó los inventarios de Atractivos realizados anteriormente por la Universidad Autónoma de Caribe en el año 2011, se extrajeron 5 Formatos de Atractivos turísticos que ya habían sido levantados por estudiantes de la Universidad con la metodología del viceministerio.

Los atractivos turísticos del municipio de Luruaco que ya habían sido elaborados son: la Arepa con huevo, La Laguna de Luruaco, La cueva de la Mojana, la Reserva de los monos titis, la Laguna de San Juan de Tocagua

A partir de estos formatos se sacó un listado de los atractivos turísticos que no habían sido levantados, se hizo una visita de campo en el cual se visitó cada uno de los atractivos turísticos del municipio, se llenaron en campo cada una de los formatos, dándole la valoración a los formatos de cada atractivo.

A continuación se presentan los formatos de los atractivos turísticos del municipio de Luruaco.

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS

TABLA 1. LAGUNA DE LURUACO

**FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES**

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	LAGUNA DE LURUACO				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	La Puntica				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Via la Cordialidad, vereda La puntica				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	1.9. Tipo de Acceso
				Ferreo	<input type="checkbox"/>
				Aereo	<input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	2.4.3				
2.2. Descripci3n:					
<p>Este hermoso cuerpo de agua se encuentra ubicado en el casco urbano y abastece a toda la poblacion. tiene una extencion aporximadamente de 230 hectareas, en medio de un impresionante paisaje natural yen ella hay una gran variedad de fauna como garzas, patos silvestres, pajaros, el hermoso martin pescador. Podemos encontrar peces como la mojarra, tilapia, lora, la cachama, la mojarra amarilla, la lisa y el sabalo, utilizandos para el consumo de la poblacion.</p> <p>Actualmente la laguna no posee infraestructura turistica, no tiene ninguna clase de mantenimiento y se encuentra en deterioro.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Sin contaminacion del aire (10)	10				
Sin contaminacion del agua (10)	8				
Sin contaminacion visual (10)	10				
Estado de conservacion (10)	7				
Sin contaminacion sonora (10)	9				
Diversidad (10)	10				
Singularidad (10)	7				
Subtotal	61				
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12				
TOTAL	73				
			Fuente: Elaboraci3n propia		
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	

TABLA 2. LAGUNA SAN JUAN DE TOCAGUA

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	LAGUNA SAN JUAN DE TOCAGUA				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Juan de tocagua				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Via la puntica - Palmar de Candelaria - Hibacharo.				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo
				<input type="checkbox"/>	Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	2.4.3				
2.2. Descripci3n:	<p>En esta laguna se puede practicar la pesca artesanal y visitar la isa de los pajaros. Alli crecen y venden la enea y el junco para la elaboracion de las esteras y esterillas que son artesanias que son artesanias t3picas, se encuentran tambien innovadoras sillas tejidas en fibra natural.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Sin contaminacion del aire (10)	8				
Sin contaminacion del agua (10)	7				
Sin contaminacion visual (10)	9				
Estado de conservacion (10)	6				
Sin contaminacion sonora (10)	7				
Diversidad (10)	8				
Singularidad (10)	8				
Subtotal	53				
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12				
TOTAL	65				
Fuente: co.geoview.info					
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	



Fuente: co.geoview.info

TABLA 3.RESERVA DE LOS MONOS TITIS CABECIBLANCO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	RESERVA DE LOS MONOS TITIS CABECIBLANCO				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Parque Regional Los Rosales				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo
				<input type="checkbox"/>	Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	2.10.1.2				
2.2. Descripci3n:	<p>Es un bosque biodiverso, catalogado como uno de los reductos mas importantes de bosque seco tropical en el atlantico. Cuenta con mas de 2.000 hectareas en las que habitan entre 500 especies del mono titi, el tucan, entre otros.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Sin contaminacion del aire (10)	10				
Sin contaminacion del agua (10)	8				
Sin contaminacion visual (10)	10				
Estado de conservacion (10)	7				
Sin contaminacion sonora (10)	9				
Diversidad (10)	10				
Singularidad (10)	8				
	Subtotal	62			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12				
	TOTAL	74			
Fuente: Lachachara.org					
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	



Fuente: lachachara.org

TABLA 4. CUEVA DE LA MOJANA

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	CUEVA DE LA MOJANA				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Arroyo de Piedra				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Casco urbano de Arroyo de piedra				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo <input type="checkbox"/> Aereo <input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	2.12.1				
2.2. Descripci3n:					
<p>Se encuentra ubicada a 67 km de Barranquilla, en el norte del embalse del guajaro en el corregimiento de arrollo de piedra, a esta cueva se le atribuyen varias leyendas indigenas, entre ellas la leyenda de la Mojana, esta historia se ha transmitido de generaci3n en generaci3n. Lo que dicen las personas mayores es que se trataba de una mujer bella, que tena una cabellera larga y cargaba una peineta de oro en la mano. Su intenci3n siempre era atraer a los j3venes, Pero cuando ellos se acercaban, los evadía y desaparecía por entre las piedras, comenta Julio Mercado Roca, de 70 años, nativo del corregimiento. Es este mismo corregimiento se pueden conocer las minas de piedra caliza y arena para construcci3n.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD		PUNTAJE			
Sin contaminacion del aire (10)		10			
Sin contaminacion del agua (10)		8			
Sin contaminacion visual (10)		8			
Estado de conservacion (10)		5			
Sin contaminacion sonora (10)		7			
Diversidad (10)		8			
Singuralidad (10)		8			
Subtotal		54			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)		6			
TOTAL		60			
		Fuente: Revistas.elheraldo.co			
DILIGENCIADO POR:		SAMARA MONTES		FECHA: 28- 10 - 2018	

TABLA 5. VIVEROS CASEROS

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES

1. GENERALIDADES											
1.1. Nombre	VIVEROS CASEROS										
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Corregimiento de los Pendales										
1.5. Administrador o Propietario											
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Corregimiento de los Pendales										
1.7. Telefono/Fax											
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso							
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	Ferreo	Aereo						
1.11. Indicaciones para el acceso											
2. CARACTERISTICAS											
2.1.Codigo Asignado	2.9										
2.2. Descripci3n:	<p>Los viveros caseros se hayan en el corregimiento de los pendales y Santa Cruz, son plantas ornamentales, frutales y maderables, arboles frutales como el mango y las frutas tropicales, se encuentran en los patios de las casas y pueden ser adquiridas por los turistas y los habitantes locales.</p>										
											
						3. PUNTAJES DE VALORACION					
						CALIDAD	PUNTAJE				
						Sin contaminacion del aire (10)	10				
						Sin contaminacion del agua (10)	10				
						Sin contaminacion visual (10)	10				
						Estado de conservacion (10)	10				
						Sin contaminacion sonora (10)	9				
						Diversidad (10)	9				
						Singularidad (10)	6				
Subtotal	64										
SIGNIFICADO											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6										
TOTAL	70										
Fuente: Elaboracion propia.											
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018							

TABLA 6. AREPA DE HUEVO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	AREPA DE HUEVO				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Paraje de venta via Cordialidad				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	x	Acuatico	Ferreo	Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	1.6.2				
2.2. Descripci3n:	<p>Es una fritura elaborada con masa de maiz Amarillo, rellena con huevo y en sus variaciones con carne molida. Su textura es crujiente con sal, su forma es redonda, caliente y elaborada artesanalmente. Es acompa1ada con diferentes salsa picantes, guacamole, chimichurri o y suero.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Colectiva (14)	14				
Tradicional (14)	14				
Anonima (14)	14				
Espontanea (14)	14				
Popular (14)	14				
	Subtotal	70			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	18				
	TOTAL	88			
Fuente: Guiatodo.com.co					
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	



Fuente: Guiatodo.com.co

TABLA 7. ARTESANIAS DE SAN JUAN DE TOCAGUA

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL											
1. GENERALIDADES											
1.1. Nombre	ARTESANIAS DE SAN JUAN DE TOCAGUA										
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	San Juan de Tocagua										
1.5. Administrador o Propietario											
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	San Juan de Tocagua										
1.7. Telefono/Fax											
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	2 km		1.9. Tipo de Acceso								
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo						
				<input type="checkbox"/>	Aereo						
1.11. Indicaciones para el acceso											
2. CARACTERISTICAS											
2.1. Codigo Asignado	1.6.10										
2.2. Descripci3n:	<p>Las Artesanias de san juan de tocagua se elaboran con fibras naturales llamadas eneas y junco, son realizadas por un grupo de mujeres que por tradici3n realizaba las esteras, hoy en d3a realizan una variedad de gama de productos que va desde lo ornamental hasta lo utilitario, muebles como sillas, puff, canastos, centros de mesas, han tenido impactos de dise1o de</p>										
											
						3. PUNTAJES DE VALORACION					
						CALIDAD			PUNTAJE		
						Colectiva (14)			10		
						Tradicional (14)			12		
						An3nima (14)			10		
						Espont3nea (14)			12		
Popular (14)			14								
Subtotal			58								
SIGNIFICADO											
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)			12		Fuente: Elaboracion propia						
TOTAL			70								
DILIGENCIADO POR:		SAMARA MONTES		FECHA: 28- 10 - 2018							

TABLA 8. ARTESANIAS DEL CENTRO URBANO DE LURUACO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS										
TURISTICOS FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	ARTESANIAS DEL CENTRO URBANO DE LURUACO									
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco									
1.5. Administrador o Propietario										
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Luruaco									
1.7. Telefono/Fax										
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso						
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	Ferreo	Aereo					
1.11. Indicaciones para el acceso										
2. CARACTERISTICAS										
2.1. Codigo Asignado	1.6.10									
2.2. Descripci3n:	<p>Las artesanías son propias del centro urbano del municipio de Luruaco, son elaboradas en totumo tallado.</p>									
										
3. PUNTAJES DE VALORACION										
CALIDAD						PUNTAJE				
Colectiva(14)						14				
Tradicional (14)						10				
An3nima (14)						10				
Espont3nea (14)						12				
Popular (14)						12				
Subtotal						58				
SIGNIFICADO										
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12									
TOTAL	70									
	Fuente: Elaboracion propia									
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018						

TABLA 9. ARTESANIAS DE LOS LÍMITES

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO INMATERIAL					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	ARTESANIAS DE LOS LIMITES				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Los Limites				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicación					
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo <input type="checkbox"/> Aereo <input type="checkbox"/>
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1.Codigo Asignado	1.6.10				
2.2. Descripcion:	<p>Las artesanias de los limites estan creadas con bolsas de plastico recicladas, su forma de elaboracion es tejidas a mano en croché.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Colectiva(14)	12				
Tradicional (14)	10				
Anónima (14)	10				
Espontánea (14)	14				
Popular (14)	10				
	Subtotal	56			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6				
	TOTAL	62			
Fuente: Elaboracion propia					
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	



TABLA 10. ESTATUA DE LA VENDEDORA DE AREPA CON HUEVO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS TURISTICOS FORMULARIO 1. INMUEBLES Y MUEBLES					
1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	ESTATUA DE LA VENDEDORA DE AREPA DE HUEVO				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Troncal 20, via la Cordialidad				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	Ferreo	Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	1.5.2.3				
2.2. Descripci3n:					
Esta estatua es un homenaje a las hacedoras de arepas con huevo, que son las portadoras de la tradici3n.					
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Estado de Conservaci3n (21)	15				
Constituci3n del Bien (21)	15				
Representatividad General (28)	22				
	Subtotal	52			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6				
	TOTAL	58			
			Fuente: Elaboraci3n propia		
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	

TABLA 11. CLUB NAUTICO DEL CARIBE

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. INMUEBLES Y MUEBLES

1. GENERALIDADES				
1.1. Nombre	CLUB NAUTICO DEL CARIBE			
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco			
1.5. Administrador o Propietario	Raul Beltran			
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Lago Luruaco			
1.7. Telefono/Fax	3114189148			
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	1 km de luruaco		1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuatico	<input type="checkbox"/> Ferreo	<input type="checkbox"/> Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso				
2. CARACTERISTICAS				
2.1. Codigo Asignado	1.1.4.5			
2.2. Descripci3n:	<p>Localizado a un kil3metro de Luruaco en la Carretera que conduce a Cartagena, se realizan pr3cticas de Esqu3 n3utico, posee cabañas con capacidad para 30 personas, servicio de restaurante, bar, piscina , cancha de tenis y un hermoso balneario con vista a la laguna.</p>			
CALIDAD	PUNTAJE			
Estado de Conservacion (21)	18			
Constitucion del Bien (21)	16			
Representatividad General (28)	22			
Subtotal	56			
SIGNIFICADO				
Local(6) Regional(12) Nacional(18) Internacional(30)	12			
TOTAL	68			
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES		FECHA: 28- 10 - 2018	



TABLA 12. PARADOR Y MIRADOR TURISTICO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. INMUEBLES Y MUEBLES

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	PARADOR Y MIRADOR TURISTICO				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Troncal del Caribe, Luruaco, Atlantico				
1.7. Telefono/Fax	3016454573				
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo
				<input type="checkbox"/>	Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado					
2.2. Descripci3n:	1.1.4.4				
<p>El parador turístico de Luruaco es una obra concebida para brindar servicios de restaurante, cafetería, recreación para niños, la práctica de canotaje y kayak, paseos en lancha en la laguna de Luruaco que está en frente, igualmente tendrá un espacio dedicado a la venta y promoci3n de artesanías de la localidad, venta de la arepa de huevo, Cuenta con un mirador turístico a 220 peldaños donde se puede apreciar toda la amplitud de la laguna de Luruaco.</p>					
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Estado de Conservaci3n (21)	21				
Constituci3n del Bien (21)	18				
Representatividad General (28)	26				
Subtotal	65				
SIGNIFICADO					
Local(6) Regional(12) Nacional(18) Internacional(30)	12				
TOTAL	77				
			Fuente: Elaboraci3n propia		
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES		FECHA: 28- 10 - 2018		

TABLA 13. FESTIVAL DE LA AREPA CON HUEVO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	FESTIVAL DE LA AREPA CON HUEVO				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco				
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Por la via la cordialidad				
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)				1.9. Tipo de Acceso	
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	Ferreo	Aereo
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	1.7.1.3				
2.2. Descripci3n:	<p>El festival de la arepa con huevo congrega 70 se1oras portadoras de la tradici3n para que expongan y participen por los premios de la arepa de mejor sabor tradicional, arepa de huevo innovaci3n, arepas multiformas y la mejor mesa de fritos del festival, adem3s programaci3n cultura en tarima, presentaciones de comparsas, danzas, grupos musicales, recorridos por los sitios turisticos como la laguna y la cueva de la mojana.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Organizaci3n del evento (30)	24				
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)	17				
Beneficios economicos locales (20)	17				
	Subtotal	58			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12				
	TOTAL	70			
Fuente: Secretario de turismo					
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018	



TABLA 14. CARNAVAL DE LURUACO

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES											
1.1. Nombre	CARNAVAL DE LURUACO										
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Luruaco										
1.5. Administrador o Propietario											
1.6. Direccion/ Ubicaci3n	Principales calles de luruaco										
1.7. Telefono/Fax											
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	1.9. Tipo de Acceso										
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuatico	<input type="checkbox"/>	Ferreo						
				<input type="checkbox"/>	Aereo						
1.11. Indicaciones para el acceso											
2. CARACTERISTICAS											
2.1. Codigo Asignado	1.7.1.2										
2.2. Descripci3n:	<p>El Carnaval de luruaco con identidad local busca crear comparsas y disfraces a partir de temas que sean propios de la cultura de luruaco, desde la agricultura, la gastronomia o las artesanias y se realiza un dia antes del carnaval de Barranquilla.</p> <p>Su recorrido se hace por las principales calles de luraco y termina con un concierto en el estadio de futbol y la premiaci3n de los grupos de danzas comparsas y disfraces.</p>										
											
						3. PUNTAJES DE VALORACION					
						CALIDAD	PUNTAJE				
						Organizaci3n del evento (30)	20				
						Beneficios socioculturales para la comunidad (20)	15				
						Beneficios econ3micos locales (20)	10				
						Subtotal	45				
						SIGNIFICADO					
						Local(6) Regional(12) Nacional(18) Internacional(30)	6				
TOTAL	51										
Fuente: Luruaco.atlantico.gov.co											
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES			FECHA: 28- 10 - 2018							

TABLA 15. FESTIVAL DEL DULCE

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACION DE INVENTARIOS
TURISTICOS FORMULARIO 1. FESTIVIDADES Y EVENTOS

1. GENERALIDADES					
1.1. Nombre	FESTIVAL DEL DULCE				
1.2. Departamento	Atlantico	1.3. Municipio	Luruaco		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad					
1.5. Administrador o Propietario					
1.6. Direccion/ Ubicación					
1.7. Telefono/Fax					
1.8. Distancia (desde el municipio mas cercano)	1.9. Tipo de Acceso				
	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/> Acuatico	Ferreo	Aereo	
1.11. Indicaciones para el acceso					
2. CARACTERISTICAS					
2.1. Codigo Asignado	1.7.2.9				
2.2. Descripcion:	<p>El festival del dulce tradicional se realiza en los dias de semana santa en la plaza central, reúne a 30 mujeres portadoras de la tradicion, el evento es gestionado por el consejo comunitario Kusuto Ma-Gende,. Los visitantes pueden degustar dulces tales como, mango, papaya, guandul, coco, mungo mungo, entre otros.</p>				
3. PUNTAJES DE VALORACION					
CALIDAD	PUNTAJE				
Organización del evento (30)	23				
Beneficios socioculturales para la comunidad (20)	15				
Beneficios economicos locales (20)	17				
	Subtotal	55			
SIGNIFICADO					
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	12				
	TOTAL	67			
DILIGENCIADO POR:	SAMARA MONTES		FECHA: 28- 10 - 2018		



17. FORMULARIOS GENERALES

TABLA 16. FORMULARIO PATRIMONIO MATERIAL E INMATERIAL

Formulario 1. Patrimonio Cultural - Patrimonio Material Inmueble - Bienes Culturales					
Departamento / Municipio		Atlántico / Juan de Acosta			
N°	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
1	AREPA DE HUEVO	1.6.2	80	PARAJE DE VENTA VIA CORDIALIDAD	Estado del atractivo: Excelente
					Acceso: Excelente
					Significado: Nacional
2	ARTESANIAS DE SAN JUAN DE TOCAGUA	1.6.10	76	SAN JUAN DE TOCAGUA	Estado del atractivo: Bueno
					Acceso: Bueno
					Significado: Regional
3	ARTESANIAS DEL CENTRO URBANO DE LURUACO	1.6.10	70	LURUACO	Estado del atractivo: Bueno
					Acceso: Bueno
					Significado: Regional
4	ARTESANIAS DE LOS LIMITES	1.6.10	62	CORREGIMIENTO DE LOS LIMITES	Estado del atractivo: Bueno
					Acceso: Bueno
					Significado: Local
Diligenciado Por: Samara Montes Cañas				Fecha: Noviembre 21/ 2018	

TABLA 17. FORMULARIO FESTIVIDADES Y EVENTOS

Formulario 2. Festividades y Eventos					
Departamento / Municipio		Atlántico / Juan de Acosta			
N°	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
1	CARNAVAL DE LURUACO	1.7.1.2	51	Luruaco	Estado del atractivo: Bueno
					Acceso: Bueno
					Significado: Local
2	FESTIVAL DE LA AREPA CON HUEVO	1.7.1.3	70	Luruaco	Estado del atractivo: Excelente
					Acceso: Bueno
					Significado: Regional
3	FESTIVAL DEL DULCE	1.7.2.9	67	Luruaco	Estado del atractivo: Excelente
					Acceso: Bueno
					Significado: Regional
Diligenciado por: Samara Montes Cañas				Fecha: Noviembre 21/ 2018	

TABLA 18. FORMULARIO SITIOS NATURALES

Formulario 3. Sitios Naturales					
Departamento / Municipio		Atlántico / Juan de Acosta			
N°	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
1	LAGUNA DE LURUACO	2.4.3	73	POR LA VIA LA CORDIALIDAD	Estado del atractivo: Bueno Acceso: Excelente Significado: Regional
2	LAGUNA SAN JUAN DE TOCAGUA	2.4.3	65	POR LA VIA LA CORDIALIDAD	Estado del atractivo: Bueno Acceso: Bueno Significado: Regional
3	RESERVA DE LOS MONOS TITIS CABECIBLANCO	2.10.1.2	74	POR LA VIA LA CORDIALIDAD	Estado del atractivo: Bueno Acceso: Bueno Significado: Regional
4	CUEVA DE LA MOJANA	2.12.1	60	POR LA VIA LA CORDIALIDAD	Estado del atractivo: Malo Acceso: Malo Significado: Local
5	VIVEROS CASEROS	2.9	70	POR LA VIA LA CORDIALIDAD	Estado del atractivo: Bueno Acceso: Bueno Significado: Local
Diligenciado Por: Samara Montes				Fecha: Noviembre 21/ 2018	

TABLA 19. FORMULARIO INMUEBLE Y MUEBLE

Formulario 4. Bienes Culturales - Inmuebles y Muebles					
Departamento / Municipio		Atlántico / Juan de Acosta			
N°	Nombre	Código	Calificación	Ubicación	Características
1	ESTATUA DE LA VENDEDORA DE AREPA CON HUEVO	1.5.2.3	58	Luruaco	Estado del atractivo: Bueno Acceso: Bueno Significado: Local
2	CLUB NAUTICO DEL CARIBE	1.1.4.5	68	Luruaco	Estado del atractivo: Bueno Acceso: Excelente Significado: Regional
3	PARADOR Y MIRADOR TURISTICO	1.1.4.4	77	Via la cordialidad	Estado del atractivo: Excelente Acceso: Excelente Significado: Regional
Diligenciado Por: Samara Montes Cañas				Fecha: Noviembre 21/ 2018	

TABLA 20. CUADRO RESUMEN

INVENTARIO TURISTICO - CUADRO RESUMEN														
Nombre	Codigo	A	B	C	D	E	F	G	CAILIF.	Loc.	Reg.	Nal.	Int.	Calif. Total
Laguna de Luruaco	2.4.3	10	8	10	7	9	10	7	61		12			73
Laguna San Juan de Tocagua	2.4.3	8	7	9	6	7	8	8	53		12			65
Reserva de los Monos Titis Cabeciblanco	2.10.1.2	10	8	10	7	9	10	8	62		12			74
Cueva de la Mojana	2.12.1	10	8	8	5	7	8	8	54	6				60
Viveros Caseros	2.9	10	10	10	10	9	9	6	64	6				70
Arepa con Huevo	1.6.2	14	14	14	14	14			70			18		88
Artesanias de San Juan de Tocagua	1.6.10	10	12	10	12	14			58		12			70
Artesanias del centro urbano de Luruaco	1.6.10	14	10	10	12	12			58		12			70
Artesanias de los limites	1.6.10	12	10	10	14	10			56	6				62
Estatua de la vendedora de arepa con huevo	1.5.2.3	15	15	22					52	6				58
Club Nautico del Caribe	1.1.4.5	18	16	22					56		12			68
Parador y Mirador Turistico	1.1.4.4	21	18	26					65		12			77
Carnaval de Luruaco	1.7.1.2	20	15	10					45	6				51
Festival de la arepa con huevo	1.7.1.3	24	17	17					58		12			70
Festival del Dulce	1.7.2.9	23	15	17					55		12			67
Diligenciado Por: Samara Montes Cañas									Fecha: Noviembre 21/2018					

18. PLAN DE ACCION LURUACO
Tabla 21. Plan de Acción Año 1

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Aumentar y Fidelizar a los turistas a través de productos y servicios de calidad internacional.	Crear programas promocionales e informativos que den a conocer las riquezas culturales y naturales del municipio	Diseñar programas promocionales	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Secretario de turismo del municipio, Agencias de Publicidad	Secretaria de Turismo	4 meses	\$ 3.000.000	Programas Creados	Aprobaciones de las Campañas	Alta
	Hacer mejor manejo de redes sociales, publicar actividades turísticas para hacer en el municipio para mantener informada a las personas	Publicar las actividades turísticas del municipio	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Secretario de turismo, Community Manager	Secretaria de Turismo	3 meses	\$ 1.200.000	Seguimiento a las redes sociales	Aprobacion de la informacion publicada	Media
	Organización de programas de difusión para dar a conocer los productos internos del municipio y los servicios	Crear Cmpañas de difusión	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de publicidad, Community Manager y secretaria de turismo	Secretaria de Turismo	5 Meses	\$ 2.500.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Alta
	Mantener la apertura del club náutico semanalmente, difundir en medios de comunicación, el servicio de alojamiento.	Difundir los servicios de Alojamiento y demas servicios	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Community Manager	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 1.500.000	Seguimiento al aumento de visitas	Seguimiento a las camapñas de promocion y al aumento de visitas prograssivamente	Alta
	Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.	Recolectar informacion de la percepcion del turista	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	Permanente	\$	Seguimieto de los mecanismos de recoleccion	Aplicación de los mecanismos	Alta
	Creación de una página web donde compartan información del municipio, de las actividades, fechas, fiestas, etc.	Crear pagina web del municipio	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de publicidad, Community Manager	Secretaria de Turismo	4 meses	\$ 1.000.000	Programa creado	Aprobacion de pagina web	Alta
	Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio	Evaluar la imagen de los turistas sobre el municipio	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	Permanente	\$	Numero de evaluaciones	Seguimiento de las evaluaciones	Media
	Promocionar el festival del guisamaro para recibir más turismo nacional e internacional.	Crear Campañas de promoción.	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de Publicidad	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 1.700.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Media
	En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.	Verificar la presencia de la Marca de la arepa con huevo en todas las campañas	Luruaco	Humano y financiero	Community Manager, secretario de turismo	Alcaldia y Secretaria de turismo	Permanente	\$ 1.200.000	Numero de camapñas al año.	Seguimiento a la marca.	Alta

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22. Plan de Acción Año 1

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Diseño y puesta en marcha de productos turísticos con valor agregado	Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.	Crear las brigadas de limpieza	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo y Alcaldia	Secretaria de Turismo y Alcaldia	Permanente	\$	Numero de brigdas por año.	Seguimiento de las brigadas	Alta
	Buscar puntos estratégicos para vender las artesanías para que los visitantes puedan adquirirlas.	Ayudar a las Artesanas a encontrar puntos estrategicos para la venta de las artesanias	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo	Secretaria de Turismo	7 Meses	\$	Numero de puntos de venta de artesanias	Seguimiento de los puntos venta estrategicos	Media
	Regular el costo de venta de los productos para generar más ventas y por ende más ingresos.	Hacer diagnostico de los precios de venta y acuerdo para la regulación	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, empresarios	Secretaria de Turismo	8 Meses	\$	Convenio de regulacion de precios	Seguimiento a la implementación del convenio	Media
	Definir la capacidad de carga de los atractivos turísticos del municipio de Luruaco.	Cotizar y contratar a una persona o empresa que se encargue de definir la capacidad de carga	Luruaco	Humano, tiempo y financiero	Secretaria de Turismo	Secretaria de Turismo	4 meses	\$ 1.700.000	(Numero de atractivos definidos / Numero de atractivos existentes) * 100	Seguimiento del numero de atractivos definidos	Alta
	Crear rutas para que los turistas puedan disfrutar del avistamiento de aves y especies.	Proponer creacion de rutas	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo	Secretaria de Turismo	5 meses	\$	Numero de rutas creadas	Seguimiento a las rutas creadas	Media

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Plan de Acción Año 1

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Propender por el desarrollo profesional, personal y social de todos los gestores y hacedores del turismo	Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados /cantidad de cursos tomados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Capacitar a las artesanas en la elaboración de presupuestos, identificación de costos y gastos para la realización de sus productos.	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	12 meses	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Venta de productos innovadores, elaboración de muestras de consumo en tamaño miniatura para llevar	Incentivar la venta de productos innovadores	Luruaco	Humano y tiempo	Administradores del parador turístico, Secretaria de turismo	Secretaria de turismo	1 Mes	\$	Numero de productos propuestos y numero de productos diseñados	Creacion de los nuevos productos	Media
	Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.	Capacitaciones a los locales para que brinden un buen servicio	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Numero de capacitaciones por año	Seguimiento a las capacitaciones	Alta
	Crear una cooperativa de pescadores en donde se preste el servicio de guianza turística en las lagunas de Luruaco, se dé a conocer la historia de este municipio y sus corregimientos	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	9 Meses	\$	Numero de capacitaciones por año	Seguimiento a las capacitaciones	Media
	Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.	Averiguar los requisitos para tomar cursos de ingles en el sena, programar a los miembros y realizar los cursos	Luruaco	Humano y tiempo	SENA	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad cursos tomados/ Cantidad cursos programados)*100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Cronograma Año 1

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Crear programas promocionales e informativos que den a conocer las riquezas culturales y naturales del municipio.												
Hacer mejor manejo de redes sociales, publicar actividades turísticas para hacer en el municipio para mantener informada a las personas.												
Organización de programas de difusión para dar a conocer los productos internos del municipio y los servicios del gobierno departamental.												
Mantener la apertura del club náutico semanalmente, difundir mediante medios de comunicación, el servicio de alojamiento												
Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.												
Creación de una página web donde compartan información del municipio, de las actividades que se pueden realizar, las fechas de las fiestas, etc.												
Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.												
Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.												
En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.												
Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.												
Buscar puntos estratégicos para vender las artesanías para que los visitantes puedan adquirirlas.												
Regular el costo de venta de los productos para generar más ventas y por ende más ingresos.												
Definir la capacidad de carga de los atractivos turísticos del municipio de Luruaco.												
Crear rutas para que los turistas puedan disfrutar del avistamiento de aves y especies.												
Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).												
Capacitar a las artesanas en la elaboración de presupuestos, identificación de costos y gastos para la realización de sus productos.												
Venta de productos innovadores, elaboración de muestras de consumo en tamaño miniatura para llevar												
Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.												
Crear una cooperativa de pescadores en donde se preste el servicio de guianza turística en las lagunas de Luruaco, y se dé a conocer la historia de este municipio y sus corregimientos; si bien este servicio actualmente es prestado, no se encuentra formalizado.												
Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos												

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25. Plan de Acción Año 2

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Aumentar y Fidelizar a los turistas a través de productos y servicios de calidad internacional	Mantener la apertura del club náutico semanalmente, difundir mediante medios de comunicación, el servicio de alojamiento	Difundir los servicios de Alojamiento y demás servicios	Luruaco	Humano y tiempo	Community Manager	Secretaria de Turismo	10 Meses	\$	Seguimiento al aumento de visitas	Seguimiento a las campañas de promoción y al aumento de visitas progresivamente	Alta
	Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.	Recolectar información de la percepción del turista	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	Permanente	\$	Seguimiento de los mecanismos de recolección	Aplicación de los mecanismos	Alta
	Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio	Evaluar la imagen de los turistas sobre el municipio	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	Permanente	\$	Numero de evaluaciones	Seguimiento de las evaluaciones	Media
	Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional e internacional.	Crear Campañas de promoción.	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de Publicidad	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 3.000.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Media
	En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.	Verificar la presencia de la Marca de la arepa con huevo en todas las campañas	Luruaco	Humano y tiempo	Community Manager, secretario de turismo	Alcaldia y Secretaria de turismo	Permanente	\$ 1.200.000	Numero de campañas al año.	Seguimiento a la marca.	Alta
	Crear campañas de promoción al turismo.	Diseñar programas de promoción al turismo	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de publicidad, Community Manager, secretario de turismo	Community Manager	3 meses	\$ 3.000.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Plan de Acción Año 2

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Diseño y puesta en marcha de productos turísticos con valor agregado	Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.	Crear las brigadas de limpieza	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo	Secretaria de Turismo y Alcaldia	Permanente	\$	Numero de brigdas por año.	Seguimiento de las brigadas	Alta
	Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.	Diseñar programas de proteccion y preservación	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, Alcaldia,	Secretaria de Turismo y Alcaldia	Permanente	\$	Programas Creados	Aprobacione s del programa creado	Alta
	Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada	Hacer diagnostoco de la calidad de los productos y servicios y luego la estandarizacion de los servicios	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, empresarios	Secretaria de Turismo	Permanente	\$	Numero de Servicios estandarizados	Seguimiento de los servicios estandarizados	Alta
	Reubicar a los productores de la arepa de huevo en sitios más seguros y limpios, como lo son cubículos con las condiciones máximas de seguridad para que el producto no entre en contacto con las bacterias y gérmenes que se encuentran en el ambiente.	Acondicionar un lugar con las condiciones optimas para ventas de alimentos	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Alcaldia, Secretaria de turismo	Alcaldia	8 Meses	\$ 5.000.000	Numero de puntos de venta	Seguimiento de los puntos de ventas	Media
	Buscar o crear proyectos con potencial turístico que se ajusten a las necesidades del municipio.	Diseñar los proyectos	Luruaco	Humano y tiempo	Community Manager, Secretaria de turismo	Community Manager	8 Meses	\$	Numero de proyectos diseñados	Seguimiento a los proyectos diseñados	Media

Fuente: Elaboración propia

Tabla 27. Plan de Acción Año 2

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Propender por el desarrollo profesional, personal y social de todos los gestores y hacedores del turismo	Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.	Capacitaciones a los locales para que brinden un buen servicio	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Numero de capacitaciones por año	Seguimiento a las capacitaciones	Alta
	Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.	Crear una catedra sobre patrimonio cultural para implementar en los colegios amigos del turismo	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Sena, Colegio San José y Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$ 2.500.000	Catedra implementada	Seguimiento a la implementación de la catedra	Media
	Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.	Brindar capacitación a la comunidad	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Seguimiento al numero de capacitaciones realizadas	Alta
	Sensibilizar y capacitar a la comunidad receptora para el servicio turístico de calidad.	Averiguar los requisitos de los programas y programar capacitaciones en servicios turísticos	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	7 Meses	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Seguimiento al numero de capacitaciones realizadas	Media
	Capacitar frecuentemente a las artesanas y pescadores en la protección de la laguna de Tocagua, proporcionándoles conocimiento y herramientas para la extracción de la materia prima utilizada para la fabricación de sus artesanías.	Brindar capacitaciones en protección del medio ambiente	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	10 meses	\$	Cantidad de capacitaciones programadas / Cantidad de Cursos implementados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.	Averiguar los requisitos para tomar cursos de ingles en el sena, programar a los miembros y realizar los cursos	Luruaco	Humano y tiempo	SENA	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad cursos tomados/ Cantidad cursos programados)*100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28. Cronograma Año 2

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Mantener la apertura del club náutico semanalmente, difundir mediante medios de comunicación, el servicio de alojamiento												
Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.												
Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio												
Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional e internacional.												
En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.												
Crear campañas de promoción al turismo.												
Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.												
Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.												
Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.												
Reubicar a los productores de la arepa de huevo en sitios más seguros y limpios, como lo son cubículos con las condiciones máximas de seguridad para que el producto no entre en contacto con las bacterias y gérmenes que se encuentran en el ambiente.												
Buscar o crear proyectos con potencial turístico que se ajusten a las necesidades del municipio.												
Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).												
Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.												
Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.												
Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.												
Sensibilizar y capacitar a la comunidad receptora para el servicio turístico de calidad.												
Capacitar frecuentemente a las artesanas y pescadores en la protección de la laguna de Tocagua, proporcionándoles conocimiento y herramientas para la extracción de la materia prima utilizada para la fabricación de sus artesanías.												
Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.												

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 29. Plan de Acción Año 3

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Aumentar y Fidelizar a los turistas a través de productos y servicios de calidad internacional	Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.	Recolectar información de la percepción del turista	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldía	Alcaldía	Permanente	\$	Seguimiento de los mecanismos de recolección	Aplicación de los mecanismos	Alta
	Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.	Evaluar la imagen de los turistas sobre el municipio	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldía	Alcaldía	Permanente	\$	Numero de evaluaciones	Seguimiento de las evaluaciones	Media
	Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.	Crear Campañas de promoción.	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de Publicidad	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 1.700.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Media
	En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.	Verificar la presencia de la Marca de la arepa con huevo en todas las campañas	Luruaco	Humano y tiempo	Community Manager, secretario de turismo	Alcaldía y Secretaria de turismo	Permanente	\$ 1.200.000	Numero de campañas al año.	Seguimiento a la marca.	Alta
	Acelerar el proyecto de la construcción del sistema de alcantarillado para todo el municipio.	Verificar los adelantos de la obra	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Alcaldía, Arquitectos, Secretaria de Turismo,	Alcaldía	6 meses	\$	Seguimiento a la adjudicación de la obra	Seguimiento a la construcción del proyecto	Alta
	Aplicar encuestas a los turistas tanto nacionales como internacionales que nos visiten para medir la imagen que se tiene del municipio y orientarlo hacia directrices planteadas.	Evaluar las encuestas realizadas para medir la imagen de municipio	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo	Secretaria de Turismo	3 meses	\$	Numero de encuestas realizadas	Seguimiento a las encuestas	Media

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30. Plan de Acción Año 3

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Diseño y puesta en marcha de productos turísticos con valor agregado	Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.	Crear las brigadas de limpieza	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo y Alcaldía	Permanente	\$	Numero de brigdas por año.	Seguimiento de las brigadas	Alta
	Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.	Diseñar programas de protección y preservación	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaría de Turismo, Alcaldía,	Secretaría de Turismo y Alcaldía	Permanente	\$	Programas Creados	Aprobación del programa creado	Alta
	Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.	Hacer diagnostico de la calidad de los productos y servicios y luego la estandarización de los servicios	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaría de Turismo, empresarios	Secretaría de Turismo	Permanente	\$	Numero de Servicios estandarizados	Seguimiento de los servicios estandarizados	Media
	Propiciar acercamientos con los programas del ministerio de cultura, la secretaria de cultura departamental, el fondo mixto de cultura y el comité de promoción turística del Atlántico.	Firma de convenios con estos entes	Luruaco	Humano y tiempo	Ministerio de cultura, secretaria departamental, alcaldía y secretaria de turismo	Secretaría de turismo	8 meses	\$	Numero de convenios firmados	Seguimiento a la firma de los convenios	Media
	Construir un sitio específico y/o un mercado de artesanías en donde los vendedores puedan exhibir sus productos con todos los permisos y regulaciones en cuanto a higiene y legalidad existentes.	Acondicionar un lugar para la venta de artesanías	Luruaco	Humano, tiempo y financiero	Alcaldía y secretaria de turismo	Alcaldía	6 meses	\$ 12.000.000	Numero de puntos de venta de artesanías	Seguimiento de los puntos de venta estrategicos	Alta
	Adecuación del muelle turístico en la laguna de Luruaco para la práctica de deportes.	Formular obra para la adecuación del muelle y analizar la variables para medir la capacidad de realización	Luruaco	Humano y tiempo	Arquitectos, Autoridades locales, Secretaria de Turismo	Alcaldía	10 meses	\$	Decisión de construcción o no del muelle	Tener en cuenta las implicaciones legales del proceso	Alta

Elaboración: Fuente propia

Tabla 31. Plan de Acción Año 3

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Propender por el desarrollo profesional, personal y social de todos los gestores y hacedores del turismo	Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) * 100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.	Capacitaciones a los locales para que brinden un buen servicio	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Numero de capacitaciones por año	Seguimiento a las capacitaciones	Alta
	Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.	Mantener la Cstedia	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Sena, Colegio San José y Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Catedra creada	Seguimiento a la implementación de la catedra	Media
	Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.	Brindar capacitación a la comunidad	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) * 100	Seguimiento al numero de capacitaciones realizadas	Alta
	Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.	Mantener charlas de expertos en turismo	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, profesionales en turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Numero de charlas por año	Seguimiento a las charlas	Media
	Generar campaña de formalización de los prestadores de servicios turísticos del municipio para obtener el RTN (Registro nacional de turismo) ya que es obligatorio para su operación.	Diseñar campaña de formalización en RNT	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencia de publicidad, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	3 meses	\$ 3.000.000	Campaña Creada	Aprobación de la Campaña	Media
	Crear programas de capacitación en Ecoturismo y Guianza Turística a través del SENA.	Brindar capacitación a los prestadores de servicio turístico	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	5 Meses	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) * 100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.	Averiguar los requisitos para tomar cursos de ingles en el sena, programar a los miembros y realizar los cursos	Luruaco	Humano y tiempo	SENA	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad cursos tomados/ Cantidad cursos programados)* 100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Cronograma Año 3

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.												
Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.												
Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.												
En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.												
Acelerar el proyecto de la construcción del sistema de alcantarillado para todo el municipio.												
Aplicar encuestas a los turistas tanto nacionales como internacionales que nos visiten para medir la imagen que se tiene del municipio y orientarlo hacia directrices planteadas.												
Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.												
Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.												
Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.												
Propiciar acercamientos con los programas del ministerio de cultura, la secretaria de cultura departamental, el fondo mixto de cultura y el comité de promoción turística del atlántico.												
Construir un sitio específico y/o un mercado de artesanías en donde los vendedores puedan exhibir sus productos con todos los permisos y regulaciones en cuanto a higiene y legalidad existentes.												
Adecuación del muelle turístico en la laguna de Luruaco para la práctica de deportes.												
Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM												
Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.												
Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.												
Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.												
Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.												
Generar campaña de formalización de los prestadores de servicios turísticos del municipio para obtener el RTN (Registro nacional de turismo) ya que es obligatorio para su operación.												
Crear programas de capacitación en Ecoturismo y Guianza Turística a través del SENA.												
Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.												

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33. Plan de Acción Año 4

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Aumentar y Fidelizar a los turistas a través de productos y servicios de calidad internacional	Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.	Recolectar información de la percepción del turista	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldía	Alcaldía	Permanente	\$	Seguimiento de los mecanismos de recolección	Aplicación de los mecanismos	Alta
	Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.	Evaluar la imagen de los turistas sobre el municipio	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldía	Alcaldía	Permanente	\$	Numero de evaluaciones	Seguimiento de las evaluaciones	Media
	Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.	Crear Campañas de promoción.	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de Publicidad	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 1.700.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Media
	En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.	Verificar la presencia de la Marca de la arepa con huevo en todas las campañas	Luruaco	Humano y tiempo	Community Manager, secretario de turismo	Alcaldía y Secretaria de turismo	Permanente	\$ 1.200.000	Numero de campañas al año.	Seguimiento a la marca.	Alta

Elaboración: Fuente propia

Tabla 34. Plan de Acción Año 4

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Diseño y puesta en marcha de productos turísticos con valor agregado	Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.	Crear las brigadas de limpieza	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo y Alcaldía	Permanente	\$	Numero de brigadas por año.	Seguimiento de las brigadas	Alta
	Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.	Diseñar programas de protección y preservación	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaría de Turismo, Alcaldía,	Secretaría de Turismo y Alcaldía	Permanente	\$	Programas Creados	Aprobaciones del programa creado	Alta
	Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.	Hacer diagnóstico de la calidad de los productos y servicios y luego la estandarización de los servicios	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaría de Turismo, empresarios	Secretaría de Turismo	Permanente	\$	Numero de Servicios estandarizados	Seguimiento de los servicios estandarizados	Media
	Crear un proyecto para que los turistas puedan acceder al área del mono titi y puedan observar toda su naturaleza y el avistamiento de las demás especies que habitan esta área	Crear el proyecto, identificar aspectos como, permisos, implicaciones, aspectos legales por ser área protegida y analizar las variables para medir la capacidad de realización	Luruaco	Humano y tiempo	Autoridades locales, dueños de la reserva, MINICIT, Secretaría de Turismo	Secretaría de Turismo	10 Meses	\$	Decisión de creación del proyecto	Tener en cuenta implicaciones legales del proceso	Media
	Crear rutas con municipios aledaños para vender un paquete de turismo	Contratar un consultor para la creación de rutas	Luruaco	Humano, tiempo y Fianciero	Secretaría de turismo, alcaldía, empresa consultora	Alcaldía	10 Meses	\$ 4.000.000	(No. De rutas creadas/No. De rutas propuestas)*100	Mantener el concepto de turismo en el atlántico en las nuevas rutas	ALta
	Generar una conexión con los productos turísticos de otros municipios aledaños y crear paquetes.	Crear alianza con agencias de viaje, planear las fechas de realización y vender los paquetes	Luruaco	Humano, tiempo y Fianciero	Agencias operadoras, secretaria de turismo, Alcaldía	Alcaldía	Permanente	\$ 800.000	(No. De paquetes creados /No. De paquetes vendidos)*100	Revisar los paquetes mas vendidos anualmente	Alta
	Diseñar productos con valor agregado como su oferta cultural y gastronómica en busca del turismo experiencial y sostenible	Crear 3 nuevos productos	Luruaco	Humano, tiempo y Fianciero	Secretaría de turismo, asesores externos	Secretaría de Turismo	5 Meses	\$ 600.000	No. De productos diseñados/ No. De productos propuestos)*100	Crear 1 producto cada mes y medio	Baja
	Generar mecanismos para impulsar la práctica de deportes náuticos en los cuerpos de agua del municipio.	Diseñar campañas de promoción para impulsar la practica de los deportes	Luruaco	Humano, tiempo y Fianciero	Secretario de turismo del municipio, Agencias de Publicidad	Secretaría de Turismo	4 Meses	\$ 3.000.000	Campaña creada	Aprobación de la campaña	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Plan de Acción Año 4

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Propender por el desarrollo profesional, personal y social de todos los gestores y hacedores del turismo	Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.	Capacitaciones a los locales para que brinden un buen servicio	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Numero de capacitaciones por año	Seguimiento a las capacitaciones	Alta
	Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.	Crear una catedra sobre patrimonio cultural para implementar en los colegios amigos del turismo	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Sena, Colegio San José y Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Catedra implementada	Seguimiento a la implementación de la catedra	Media
	Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.	Brindar capacitacion a la comunidad	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Seguimiento al numero de capacitaciones realizadas	Alta
	Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.	Mantener charlas de expertos en turismo	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, profesionales en turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$	Numero de charlas por año	Seguimiento a las charlas	Media
	Formular proyectos para búsqueda de fuentes de financiación externas.	Diseñar los proyectos y darle seguimiento al cumplimiento	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de turismo, Empresas potenciales	Secretaria de turismo	8 meses	\$	No. De proyectos por año	Seguimiento a los proyectos	Media
	Crear convenios especiales con el SENA para capacitaciones específicas en el área de turismo	Proponer y firmar convenios	Luruaco	Humano tiempo y Fianciero	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaria de turismo	Permanente	\$ 60.000	No. de convenios firmados/ No. de convenios propuestos)* 100	Revisa y renovar convenios dependiendo del tiempo de duración	Alta
	Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.	Averiguar los requisitos para tomar cursos de ingles en el sena, programar a los miembros y realizar los cursos	Luruaco	Humano y tiempo	SENA	Secretaria de turismo	Permanente	\$	(Cantidad cursos tomados/ Cantidad cursos programados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36. Cronograma Año 4

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.												
Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.												
Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.												
En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.												
Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.												
Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.												
Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.												
Crear un proyecto para que los turistas puedan acceder al área del mono titi y puedan observar toda su naturaleza y el avistamiento de las demás especies que habitan esta área												
Crear rutas con municipios aledaños para vender un paquete de turismo												
Generar una conexión con los productos turísticos de otros municipios aledaños y crear paquetes.												
Diseñar productos con valor agregado como su oferta cultural y gastronómica en busca del turismo experiencial y sostenible												
Generar mecanismos para impulsar la práctica de deportes náuticos en los cuerpos de agua del municipio.												
Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).												
Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.												
Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.												
Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.												
Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.												
Formular proyectos para búsqueda de fuentes de financiación externas.												
Crear convenios especiales con el SENA para capacitaciones específicas en el área de turismo												
Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.												

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37. Plan de Acción Año 5

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Aumentar y Fidelizar a los turistas a través de productos y servicios de calidad internacional	Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.	Recolectar información de la percepción del turista	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	Permanente	\$	Seguimieto de los mecanismos de recoleccion	Aplicación de los mecanismos	Alta
	Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.	Evaluar la imagen de los turistas sobre el municipio	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	Permanente	\$	Numero de evaluaciones	Seguimiento de las evaluaciones	Media
	Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.	Crear Campañas de promoción.	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de Publicidad	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 1.700.000	Numero de campañas al año	Seguimiento a las campañas	Media
	En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.	Verificar la presencia de la Marca de la arepa con huevo en todas las campañas	Luruaco	Humano y tiempo	Community Manager, secretario de turismo	Alcaldia y Secretaria de turismo	Permanente	\$ 1.200.000	Numero de camapñas al año.	Seguimiento a la marca.	Alta
	Diseñar campañas de promoción con perspectiva nacional e internacional, enfocados en ecoturismo, turismo cultural, etc.	Diseñar las campaña publicitaria	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Community Manager, secretario de turismo	Secretaria de Turismo	Permanente	\$ 3.000.000	Numero de capañas al año	Seguimiento a las capañas	Media
	Crear alianzas con las agencias de viaje para vender el municipio al turismo y atraer turistas.	Crear una base de datos de agencias de viaje para convenios, proponer los convenios y firmar los convenios	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Agencias de viaje potenciales, secretaria de turismo	Secretaria de Turismo	Permanente		(No. De convenios firmados/ No. De convenios propuestos)*100	Revisa y renovar convenios dependiendo del tiempo de duración	Alta
	Generar mecanismos que impulsen el crecimiento de la oferta hotelera en el municipio.	Diseño de un modelo de incentivos tributrios para los hoteles	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de turismo, Alcaldia	Secretaria de turismo, Alcaldia	Permanente	\$	Seguimieto al modelo tributario	Aplicación de los mecanismos	Alta
	Crear mecanismos para la sostenibilidad de los recursos que son materia prima para los productos turísticos (productos alimenticios, artesanías, etc.).	Campañas de sencibilización, desarrollo y salvaguarda de los recursos	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Alcaldia, Secretaria de turismo	Alcaldia, Secretaria de turismo	Permanente	\$ 4.000.000	Numero de campañas al año	Segumiento a las campañas	Media
	Construir vías de acceso y senderos que permitan la accesibilidad a los atractivos turísticos.	Cotizar en tres empresas de construccion, contratar a una para realizar la obra	Luruaco	Humano y tiempo	Alcaldia	Alcaldia	10 meses	\$	Numero de contruscciones al año	Seguimiento a las contrucciones	Media
	Embellecer urbanamente el municipio de Luruaco para el turismo.	Restauración de parques y áreas publicas del municipio	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Alcaldia	Alcaldia	12 meses	\$ 80.000.000	Numero de contruscciones al año	Seguimiento a las contrucciones	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38. Plan de Acción Año 5

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Diseño y puesta en marcha de productos turísticos con valor agregado	Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.	Crear las brigadas de limpieza	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo	Secretaria de Turismo y Alcaldía	Permanente	\$	Numero de brigadas por año.	Seguimiento de las brigadas	Alta
	Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.	Diseñar programas de protección y preservación	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, Alcaldía,	Secretaria de Turismo y Alcaldía	Permanente	\$	Programas Creados	Aprobaciones de las Campañas	Alta
	Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.	Hacer diagnostico de la calidad de los productos y servicios y luego la estandarización de los servicios	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, empresarios	Secretaria de Turismo	Permanente	\$	Numero de Servicios estandarizados	Seguimiento de los servicios estandarizados	Media
	Generar una conexión con los productos turísticos de otros municipios aledaños y crear paquetes.	Crear alianza con agencias de viaje, planear las fechas de realización y vender los paquetes	Luruaco	Humano, tiempo y Fianciero	Agencias operadoras, secretaria de turismo, Alcaldía	Alcaldía	Permanente	\$ 800.000	(No. De paquetes creados /No. De paquetes vendidos)*100	Revisar los paquetes mas vendidos anualmente	Alta
	Generar valor agregado en los productos artesanales que les permita fortalecer la competitividad de los mismos con proyecciones de exportación.	Crear 3 productos nuevos	Luruaco	Humano, tiempo y Fianciero	Secretaria de turismo, asesores externos	Secretaria de Turismo	4 Meses	\$ 6.000.000	No. De productos diseñados/ No. De productos propuestos)*100	Crear 1 producto por mes	Baja

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Plan de Acción Año 5

OBJETIVO	META	ACCIONES	LUGAR	RECURSOS	ACTORES INVOLUCRADOS	RESPONSABLE	PLAZO	PRESUPUESTO	INDICADORES	MEDIDAS DE CONTROL	NIVEL DE PRIORIDAD
Propender por el desarrollo profesional, personal y social de todos los gestores y hacedores del turismo	Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).	Brindarles capacitaciones a través del SENA, convocar a las personas y Realizar el curso	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaría de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta
	Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.	Capacitaciones a los locales para que brinden un buen servicio	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaría de turismo	Permanente	\$	Numero de capacitaciones por año	Seguimiento a las capacitaciones	Alta
	Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.	Crear una catedra sobre patrimonio cultural para implementar en los colegios amigos del turismo	Luruaco	Humano, tiempo y Financiero	Sena, Colegio San José y Secretaria de Turismo	Secretaría de turismo	Permanente	\$	Catedra implementada	Seguimiento a la implementación de la catedra	Media
	Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.	Brindar capacitacion a la comunidad	Luruaco	Humano y tiempo	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaría de turismo	Permanente	\$	(Cantidad de cursos programados / Cantidad de cursos tomados) *100	Seguimiento al numero de capacitaciones realizadas	Alta
	Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.	Mantener charlas de expertos en turismo	Luruaco	Humano y tiempo	Secretaria de Turismo, profesionales en turismo	Secretaría de turismo	Permanente	\$	Numero de charlas por año	Seguimiento a las charlas	Media
	Crear convenios especiales con el SENA para capacitaciones específicas en el área de turismo	Proponer y firmar convenios	Luruaco	Humano tiempo y Fianciero	SENA, Secretaria de Turismo	Secretaría de turismo	Permanente	\$	No. de convenios firmados/ No. de convenios propuestos)*100	Revisa y renovar convenios dependiendo del tiempo de duración	Alta
	Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.	Averiguar los requisitos para tomar cursos de ingles en el sena, programar a los miembros y realizar los cursos	Luruaco	Humano y tiempo	SENA	Secretaría de turismo	Permanente	\$	(Cantidad cursos tomados/ Cantidad cursos programados)*100	Mantener siempre a los miembros capacitados	Alta

Fuente: Elaboración propia

Tabla 40. Cronograma Año 5

ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Generar mecanismos de recolección de información sobre la percepción del turista.												
Evaluar periódicamente la imagen percibida por los turistas que visitan el municipio con el fin de orientar la oferta hacia la demanda.												
Promocionar el festival del guáimaro para recibir más turismo nacional como internacional.												
En todas las actividades publicitarias mantener la marca de la arepa con huevo.												
Diseñar campañas de promoción con perspectiva nacional e internacional, enfocados en ecoturismo, turismo cultural, etc.												
Crear alianzas con las agencias de viaje para vender el municipio al turismo y atraer turistas.												
Generar mecanismos que impulsen el crecimiento de la oferta hotelera en el municipio.												
Crear mecanismos para la sostenibilidad de los recursos que son materia prima para los productos turísticos (productos alimenticios, artesanías, etc.).												
Construir vías de acceso y senderos que permitan la accesibilidad a los atractivos turísticos.												
Embellecer urbanamente el municipio de Luruaco para el turismo.												
Crear brigadas de limpieza para que las calles no estén tan llenas de basura.												
Crear programas de protección y preservación del medio ambiente.												
Ofrecer productos y servicios de calidad estandarizada.												
Generar una conexión con los productos turísticos de otros municipios aledaños y crear paquetes.												
Generar valor agregado en los productos artesanales que les permita fortalecer la competitividad de los mismos con proyecciones de exportación.												
Seguir capacitando y brindar apoyo a los productores de arepas de huevo callejeras con prácticas de BPM (Buenas prácticas de manufactura).												
Trato Agradable al turista por parte de los habitantes y los prestadores de servicios turísticos para hacerlos sentir bienvenidos y que vuelvan.												
Vincular a los jóvenes en la actividad turística para que desde jóvenes aprendan a valorar su patrimonio cultural y mantenerlos ocupados.												
Capacitar a la comunidad a través de la educación y la cultura.												
Generar buenos prescriptores enfocados en Turismo, teniendo como principal canal los colegios amigos del turismo para influir positivamente en los jóvenes.												
Crear convenios especiales con el SENA para capacitaciones específicas en el área de turismo												
Capacitar en el manejo del inglés a los prestadores de servicios turísticos.												

Fuente: Elaboración propia

19. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De acuerdo a la Actualización de este plan de Desarrollo turístico y cultural el municipio de Luruaco cuenta con tres potencialidades turísticas, en primer lugar el turismo gastronómico, gracias al reconocimiento que a través de los años ha tenido la arepa con huevo en sus diferentes variedades como la arepa de huevo con carne, con pollo, con pescado desmenuzado entre otras, está declarada patrimonio cultural inmaterial y tiene un plan especial de salvaguardia (PES), igualmente es tradición los dulces de frutas como el dulce de mango, de gandul, de papaya, piña, ñame y coco.

En segundo lugar se encuentra el ecoturismo con su maravilla natural como la flora y fauna, montañas, cuevas, avistamiento de aves, la riqueza hídrica como las lagunas con las que cuenta este municipio, también la especie del mono titi y toda su área de reserva natural protegida.

También tiene potencial en turismo de cultura debido a las artesanías del propio municipio y de sus corregimientos, las festividades y eventos que tiene el municipio para ofrecer durante el año como el festival de la arepa con huevo y el festival del dulce, el cual se deben mejorar y gestionar de mejor manera generando estrategias culturales que llamen la atención a este tipo de eventos.

Teniendo en cuenta estas potencialidades, con una apropiada dirección que le da el presente plan de desarrollo turístico cultural, este municipio cuenta con las herramientas suficientes para ser uno de los principales destinos turísticos de la región. Es necesario hacer una buena planificación ya que si el turismo se desarrolla de forma desorganizada puede generar impactos negativos que afectaran a toda la comunidad, a los empresarios y a los turistas, después de una buena planificación es necesario promocionar turísticamente al municipio.

El turismo tiene el potencial para generar empleo, convirtiéndose en una industria con proyección a futuro.

De la matriz DOFA podemos deducir que la mayoría de la comunidad local, los turistas y a nivel regional no conocen la oferta turística y todo los atractivos turísticos con los que cuenta el municipio, por lo cual se hace necesario implementar campañas de publicidad para darse a conocer todos sus productos y posicionar al municipio como un buen destino turístico, también se pudo deducir que la comunidad necesita capacitaciones en los diferentes productos turísticos para potenciar las ventas y para ofrecer un excelente producto o servicio con calidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. A. (2008). *Gestión Municipal del Turismo*. México: Trillas.
- Balanzá, I. M. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomson.
- Balanzá, I. M. (2004). *Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales*. Madrid: Thomson-Paraninfo.
- Banco Interamericano de Desarrollo, E. I. (1979). *Proyectos de Desarrollo*. México: Limusa.
- Calera, A. d. (2010). *Plan de desarrollo turístico de la Calera "La Calera turística"*. Obtenido de <http://www.lacalera-cundinamarca.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/Plan%20de%20Desarrollo%20Tur%3%ADstico%202010%20-%202020.pdf>
- caribe., F. p. (2000). *Turismo en el Atlántico, Diagnostico del sector*. Barranquilla: FUNDESARROLLO.
- Dankhe, G. L. (1989). Comunicación e Investigación. En G. L. Dankhe, & F.-C. Carlos, *La Comunicación Humana: Ciencia social* (págs. 385-454). México: McGraw-Hill.
- Deobold B. Van Dalen, C. M. (12 de Septiembre de 1981). *Manual de técnica de la investigación educativa*. Barcelona. Obtenido de <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Fredy, O., & Ramirez. (2008). *Producto Turístico*. Bogotá.
- Freyle, R. P. (2010). *Conceptos Básicos para la formulación y elaboración de proyectos de investigación en operación logística*. Barranquilla: Uniautónoma.
- Hernández., S. R., Fernández-Collado., C., & Baptista., L. P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- i, M. d. (s.f.).
- Karén, I. F. (2014). Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración de Turismo. *Formulación de un Plan Estratégico Turístico para el distrito de San Jerónimo de Surco que fomente su Desarrollo Turístico Sostenible*. Lima, Perú.
- Medlik, S. (2003). *Dictionary of Travel*. Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Mincit. (2010). Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16387/inventarios_turisticos

- MINCIT. (enero de 2010). *Ministerio de Comercio, Industria y Turismo*. Obtenido de MINCIT: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/>
- Mincit. (08 de Agosto de 2011). *programa colegios amigos del turismo*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16448/programa_colegios_amigos_del_turismo
- Mincit. (12 de Enero de 2016). *Ministerio de Industria y Comercio*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16387/inventarios_turisticos
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Republica de Colombia. (2010). *Mincit*. Obtenido de Inventarios Turísticos: http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16387/inventarios_turisticos
- Ministerio de Industria, C. y. (12 de 11 de 2014). *Destino Turistico*. Obtenido de Norma Técnica Sectorial NTS TS 001: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/>
- Ministerio Industria, C. y. (20 de 03 de 2018). *NORMA TÉCNICA SECTORIAL COLOMBIANA NTS – TS 003*. Obtenido de MINCIT: <http://www.mincit.gov.co/minturismo/>
- OMT. (2005-2007). *Glosario Basico de Turismo*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Pérez, B. &. (2012). *Eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia virtual: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html
- Selpuveda, H., Basurto, R., & Vizcarra, Y. (JUNIO de 2010). *PLAN ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN. SURCO, PERU.*
- Talacon, P. (2006). *calidad y gestión*. Obtenido de <https://calidadgestion.wordpress.com/2017/03/25/iso-90012015-matriz-foda-para-analisis-del-contexto/>
- Todd, Z., Nerlich, B., & McKeown, S. (2004). *Mixing methods in Psychology*. Hove: Psychology Press.
- UNESCO. (Noviembre de 2001). *Organización de las Naciones Unidas*. Obtenido de <http://www.un.org/es/globalissues/culture/>
- Néstor García Canclini, “Introducción. Políticas culturales y crisis de desarrollo: un balance latinoamericano”, en Néstor García Canclini, (coord.), *Políticas culturales en América Latina*, Grijalbo, México, 1989, 25.
- Licenciado Carlos Llanos Torregrosa, *Investigación de los datos históricos del municipio de Luruaco*, 2001