



PLAN SECTORIAL TURÍSTICO DE LEBRIJA



2019' - 2025
AMBIENTE, VIDA Y DESARROLLO

**PLAN SECTORIAL DE TURISMO
DE LEBRIJA, SANTANDER 2018-2022**

“LEBRIJA UN DESTINO POR DESCUBRIR

SERGIO ALONSO VALENZUELA ISABELLA

Alcalde Municipal Lebrija

LUZ AMPARO GÓMEZ PRADA

Secretaría de Desarrollo Social y Económico de Lebrija

OFICINA DE TURISMO

Zaira Karina Pinzón Alfonso

Ángela Pérez Garay

INVESTIGACION Y TEXTOS:

JOSÉ DEL CARMEN MOGOLLÓN OSORIO

Corporación Cultural y Social de Lebrija CORCUSOL

Ángela Pérez Garay

Zaira Karina Pinzón Alfonso

José Miguel Hernández González

Angie Lorena Rojas Bayona

Plan de Desarrollo “AMBIENTE, VIDA Y DESARROLLO” 2016-2019.

DISEÑO GRAFICO Y EDICION:

Zaira Karina Pinzón Alfonso

Lebrija, Santander., Marzo de 2019

AGRADECIMIENTOS:

El presente Plan de Desarrollo Sectorial Turístico se ha logrado gracias al apoyo de la administración Municipal de Lebrija y de la secretaria de Desarrollo Social y económico, Consejo Municipal de Turismo, Cámara de Comercio Seccional Lebrija, Prestadores de Servicios Turísticos, Corporación Cultural y Social de Lebrija, Comunidad en General y Policía de Turismo.

El equipo consultor expresa sus agradecimientos a la administración local del municipio de Lebrija y los funcionarios involucrados en el proceso, por el apoyo y acompañamiento continuo en la formulación y diseño del presente Plan Sectorial Turístico, de igual forma a los empresarios turísticos actuales del municipio y comunidad en general, partícipes en la elaboración del presente documento.

Un agradecimiento muy especial a los siguientes personajes:

- **SERGIO ALONZO VALENZUELA ISABELLA.**
Alcalde del Municipio de Lebrija
- **LUZ AMPARO GÓMEZ PRADA.**
Secretaria de desarrollo social y económico
- **ZAIRA KARINA PINZON ALFONSO**
Asesor y Editor Plan Sectorial de Turismo de Lebrija
Gestora Turística – Oficina de Turismo
- **ÁNGELA PÉREZ GARAY**
Asesor Plan Sectorial de Turismo de Lebrija
Gestora Turística – Oficina de Turismo
- **JOSE DEL CARMEN MOGOLLON OSORIO**
Asesor e Investigador; Corporación Cultural y Social de Lebrija
- **DORIS INÉS PRADA.**
Directora de la cámara de comercio seccional de Lebrija
- **BERNARDO JOSEPH TRUJILLO**
Asesor Plan Sectorial. Unidades Tecnológicas de Santander
- REPRESENTANTES CONSEJO MUNICIPAL DE TURISMO DE LEBRIJA
- PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS
- POLICÍA DE TURISMO
- COMUNIDAD EN GENERAL DE LEBRI

PLAN SECTORIAL DE TURISMO
DE LEBRIJA, SANTANDER 2018-2022
“LEBRIJA UN DESTINO POR DESCUBRIR

INDICE

PRESENTACIÓN	5
NORMATIVIDAD	6
1. ESTRATEGIAS PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE LEBRIJA, SANTANDER 2018-2022 “LEBRIJA UN DESTINO POR DESCUBRIR	14
1.1 Planificación Turística y Ordenamiento Territorial	15
1.2 Corredores Turísticos	15
1.3 seguridad Turística	16
1.4 Turismo Sostenible y Responsable	17
1.5. Educación Turística	17
1.6. Formalización y Productividad	18
1.7 Promoción Eficiente para la productividad Turística	19
1.8. Turismo Interno, Social, Comunitario y Accesible para Todos	20
DIAGNOSTICO DE LEBRIJA COMO DESTINO TURISTICO.....	21
MODELOS DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EN LEBRIJA.....	23
Análisis de los Factores de Competitividad	23
Macro Entorno Turístico	24
Micro Entorno Turístico.....	25
ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION.....	26
INVENTARIO DE RECURSOS NATURALES Y CULTURALES.....	27
D.O.F.A	39
GESTION DEL DESTINO	43
VISION	43
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	44
Líneas Estratégicas Relacionales De La Cadena Sectorial	44
.1 Innovación Y Diseño:.....	44
2 Proveeduría:.....	44
3 Producción Y Prestación.....	45
4 Logística Y Transporte:	45
5 Manejo De Mercado:	46
6 Intereses En El Sector Turístico	46
INFRAESTRUCTURA TURISTICA	48
Transporte.....	51
Aéreo	51
Transporte Terrestre	51
Transporte Urbano	52
Alojamiento	54
Restaurantes.....	56
Agencias De Viajes	58
Servicios Turísticos Complementarios.....	59
Espacios Recreacionales	60

POTENCIALES PRODUCTO TURISTICOS	61
Cadenas productivas con proyección turística.....	61
Pesca artesanal	61
Cadena productiva de piña	62
BANCO DE PROYECTOS	62
Metodología propuesta.....	62
Método Amiba – Proceso De Migración De Negocios	63
Ideas De Proyectos Individuales Propuestos.....	65
Ideas Colectivas De Proyectos Para Proponer Por El Sector Turístico De Lebrija Al Fondo De Promoción Turística Nacional.	66
Ideas Identificadas De Proyectos A Desarrollar Por El Sector Turístico De Lebrija	66
Recorrido Por Los Senderos De La Guerra de Los Mil Días.....	66
La Ruta Piedra Del Indígena	67
CONCLUSIONES	67
BIBLIOGRAFIA	68
ANEXOS	71
Anexo 1 Encuestas Operadores Turísticos	71
Resultados de Hoteles.....	71
Resultados de Encuestas Restaurantes:.....	73
Resultados de Encuestas Parques Interactivos	74
Resultados de Encuestas Transporte	74
Anexo 2 Capacitaciones.....	75
Primera Capacitación “Normatividad y Legislación Turística”	75
Segunda Capacitación con Policía de Turismo y Cámara de Comercio.....	75
Capacitación de Policía de Turismo y Cámara de Comercio sobre ESCNNA	76
Socialización de Ruta Urbana (Niños, Cámara de Comercio y Operadores Turísticos)	77
Socialización de Caminatas Eco turísticas con Comunidad.....	79
Validación de Rutas Palonegro y Cantabria (Cámara de Comercio, Arquitectos, Operadores Turísticos y Comunidad en General).....	80
Anexo 3. Encuesta Preferencia Turística.....	83
3.1 Resultados Encuesta Preferencia Turística.....	86
Anexo 4. Metodología de Gestión	91
Actividades Realizadas.....	91
Conformación De Trabajo	91
Gestión Con La Cámara De Comercio Seccional Lebrija	91
Entrega Invitaciones A Sector Hotelero Y Gastronómico	92
Capacitación Cámara De Comercio Girón	93
Preparación Charla A Operadores Del Sector Turístico	93
Reunión Con Los Operadores Del Sector Turístico Hotelero Y Gastronómico.....	93
Anexo 6. Ciclo De Formación Sena.....	95
Anexo 8. Conceptualización Turística - Matriz De Relevancia	99
Anexo 9 Rutas Propuestas	100

.... LEBRIJA UN DESTINO POR DESCUBRIR...

PRESENTACIÓN

El sector turístico en Colombia está tomando una fuerza mayor convirtiéndose en un importante factor para la economía del país y de sus regiones. Siendo para el 2019 el segundo sector generador de divisas en Colombia sobrepasando otras actividades económicas por las que se reconoce el país como el café, las flores y el Petróleo, es tan importante el auge y crecimiento del turismo en Colombia que el gobierno lo declaró como “El nuevo Petróleo de Colombia”.

El turismo a generado 1.902.940 empleos directos según estadísticas del 2018 y de igual forma con la llegada de turistas extranjeros genero divisas al país por un valor superior a USD 6.000 millones, al tiempo que el turismo domestico es decir el turismo nacional crece.

El marco conceptual que se estableció, a partir de las opciones estudiadas y propuestas por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, consistió en tener un plan que contemplará los aspectos y criterios metodológicos y fundamentales de competitividad, planeación estratégica y de gestión sostenible.

De esta manera el municipio de Lebrija, ubicado en departamento de Santander la provincia Metropolitana, a escasos minutos de la capital santandereana, desea potenciar su economía a través del sector turístico y por medio de esta movilizar su identidad.

Para la ejecución del Plan Sectorial Turístico de Lebrija 2018- 2022, se tiene como referente las experiencias de otras regiones en el sector, que permiten desde diferentes miradas la creación de una dinámica propia para Lebrija y su gente. Además, se articula desde el gobierno local, la participación de instituciones como la FONTUR, Secretaria de Turismo del Departamento, Cámara de Comercio, Servicio Nacional de Aprendizaje –SENA, Universidades, Policía Nacional de Turismo, empresarios y comunidad interesada en el turismo. La participación de la población, dará la posibilidad de canalizar esfuerzos y generar apropiación para materializar las estrategias creadas, construyendo la posibilidad de aumentar el desarrollo económico y turístico en el municipio.

Considerando lo mencionado, la Administración Municipal presenta el Plan de Desarrollo Turístico de Lebrija Santander 2018- 2022, como resultado del trabajo mancomunado entre servidores públicos, prestadores de servicios turísticos, comunidad y consejo municipal de turismo y entidades como: Corcusol, Camara de comercio Seccional Lebrija, trabajo orientado a la conservación y fortalecimiento de los recursos naturales, paisajísticos, históricos y culturales con que cuentan los Lebrijenses, un trabajo hecho con la gente y para la gente.

“FORTALECER, PROMOVER Y PROMOCIONAR EL SECTOR TURÍSTICO, CULTURAL, HISTÓRICO Y ECOLÓGICO EN EL MUNICIPIO DE LEBRIJA

El departamento de Santander está dividido en 87 municipios, agrupados en seis (6) provincias: Comunera, García Rovira, Guanenta, Mares, Soto y Vélez. El municipio de Lebrija, ubicado en el departamento Santander a 15 Km de Bucaramanga, su capital; limita con los departamentos de Cesar, Norte de Santander, Boyacá, Antioquia y Bolívar. El municipio cuenta con importantes vías de conexión nacional, terrestres y aéreas, ya que en su territorio se ubica el aeropuerto internacional Palonegro.

Además, tiene relevantes sitios de interés turístico; fuentes hídricas: cascadas de San Pacho, Pozo de la dicha, Pico del Águila, etc.; sitios de importancia históricas: Ruinas de Cantabria, Cruz de Palonegro, etc. Lebrija se encuentra en el área de influencia del importante proyecto de Isagem, Represa de Topocoro, el cual ha posesionado a Santander como un destino turístico de gran preferencia.

En el último año, la administración municipal ha centrado su apoyo a diferentes programas y proyectos artísticos y culturales; visibilizándose en el sector turístico la ausencia de un programa que articule propuestas que permitan al sector posesionarse como base de la economía de los Lebrijense. Es importante que se implementen acciones que empoderen a la población directamente relacionada, donde se aborden contenidos de gestión, formación, apoyo, acompañamiento, seguimiento, consolidación y circulación de productos turísticos, artesanales y patrimoniales. Para tal fin, se debe consolidar una propuesta de responsabilidad social y gubernamental que incluya un enfoque integral que favorezca al sector turístico, promoviendo eventos, talleres y encuentros que se articulen con actividades artísticas y culturales, brindando de esta manera espacios de sano esparcimiento a la comunidad. Además, esto permite que el gobierno local avance en el cumplimiento de metas plasmadas en su plan de desarrollo.

NORMATIVIDAD

A continuación, se describe la Ley 300 de 1996, LEY GENERAL DE TURISMO:

TÍTULO III- Planeación del sector turístico- CAPÍTULO I

Del plan nacional de desarrollo y del plan sectorial de turismo

ARTICULO 16. Elaboración del plan sectorial de turismo. El Ministerio de Desarrollo Económico, siguiendo el procedimiento establecido por el artículo 339 de la Constitución Política para la elaboración del plan nacional de desarrollo, preparará el plan sectorial de turismo en coordinación con el Departamento Nacional de Planeación y las entidades territoriales, el cual formará parte del plan nacional de desarrollo, previa aprobación del CONPES.

El proyecto de plan será presentado al consejo superior de turismo para su concepto.

El plan sectorial de turismo contendrá elementos para fortalecer la competitividad del sector, de tal forma que el turismo encuentre condiciones favorables para su desarrollo en los ámbitos social, económico, cultural y ambiental.

La participación territorial en la elaboración del plan sectorial de turismo seguirá el mismo mecanismo establecido en el artículo 9º numeral 1º de la Ley 152 de 1994 para la conformación del Consejo Nacional de Planeación.

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

En 2006, se generan algunas modificaciones a la ley anterior:

Ley 1101 de 2006 MODIFICA ALGUNOS ARTICULOS DE LA LEY 300

Contribución Parafiscal para la promoción del Turismo

- Impuesto con destino al turismo como inversión social
- Prestadores de servicios turísticos que se deben registrar
- Registro Nacional de Turismo y recaudo de la contribución parafiscal para la promoción del turismo
- Fomento a la actividad turística
- Banco de proyectos turísticos

En 2012, se implementa una nueva ley para delimitar el “objeto, importancia y principios de la actividad turística”:

Ley 1558 de 2012.

- Se crean los Comités locales para la Organización de las Playas, integrados por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, Dirección General Marítima y la respectiva autoridad distrital o municipal, que tendrán como función la de

establecer franjas en las zonas de playas destinadas al baño, al descanso, a la recreación, a las ventas de bienes de consumo y a la prestación de otros servicios relacionados con las actividades de aprovechamiento del tiempo libre que desarrollen los usuarios de las playas.

- El Gobierno Nacional podrá destinar anualmente el recaudo del impuesto de timbre para que, a través del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, se desarrollen programas de inversión social mediante proyectos de competitividad turística en las comunidades en condición de vulnerabilidad.
- Únicamente los prestadores de servicios turísticos debidamente inscritos en el Registro Nacional de Turismo podrán ser beneficiarios de los incentivos tributarios y fiscales consagrados a su favor en disposiciones de orden nacional, departamental, distrital o municipal y que tenga por fin estimular, apoyar o promover la actividad turística.
- El Fondo de Promoción Turística se llamará a partir de ahora Fondo Nacional de Turismo – Fontur- y tendrá como función principal el recaudo, la administración y ejecución de recursos para la infraestructura turística, promoción y la competitividad Turística, así como el recaudo del Impuesto al turismo.
- Los bienes inmuebles con vocación turística incautados o que les fuere extinguido el dominio debido a su vinculación con procesos por delitos de narcotráfico, serán administrados o enajenados por el Fondo Nacional de Turismo o la entidad pública que este contrate.
- Créase la Medalla al mérito turístico, la cual tendrá como fin reconocer los servicios especiales y distinguidos, prestados al turismo a través del tiempo, por las personas naturales o jurídicas y que será otorgada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.

En 2001, se dispone la ley de “lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual de menores”:

Ley 679 del 2001. Esta ley tiene por objeto dictar medidas de protección contra la explotación, la pornografía, el turismo sexual y demás formas de abuso sexual con menores de edad, mediante el establecimiento de normas de carácter preventivo y sancionatorio, y la expedición de otras disposiciones en desarrollo del artículo 44 de la Constitución.

Adiciones a la ley 679 de 2001:

Ley 1336 del 2009 por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes.

Resolución 3840 del 2009 Por la cual establece el Código de Conducta y se dictan otras disposiciones. Que el artículo ° de la Ley 1336 del 21 de julio de 2009, "por medio de la cual se adiciona y robustece la Ley 679 de 2001, de lucha contra la explotación, la pornografía y el turismo sexual con niños, niñas y adolescentes", establece la obligación para los prestadores de servicios turísticos de adoptar un modelo de Código de Conducta, que promueva políticas de prevención y evite la utilización y explotación sexual de niños, niñas y adolescentes en la actividad turística.

En 2008, se establecen normas de seguridad en piscinas:

Ley 1209 del 2008. Por medio de la cual se establecen normas de seguridad en piscinas. El Congreso de Colombia DECRETA: CAPÍTULO I. DISPOSICIONES GENERALES. Artículo 1º. Objeto. La presente ley tiene por objeto establecer las normas tendientes a brindar seguridad y adecuar las instalaciones de piscinas con el fin de evitar accidentes, problemas de salud y proteger la vida de los usuarios de estas, sin perjuicio de lo que dispongan otras normas que, con carácter concurrente, puedan serles de aplicación. Artículo 2º. Ambito de Aplicación. El ámbito de esta ley se extiende a todas las piscinas de uso colectivo que, con independencia de su titularidad pública o privada, se ubiquen en el territorio nacional. Artículo 3º. Propiedades Privadas Uni-habitacionales. En el caso de las piscinas en propiedades privadas uni-habitacionales, estas deberán

incorporarse si ya existen o incluir en su construcción futura, los sensores de movimiento o alarmas de inmersión y el sistema de seguridad de liberación de vacío.

Decretos de Industria, Comercio y Turismo:

Decreto 355 de 2017. "Por el cual se modifican los artículos 1, 3, 5 Y 7 del Decreto 945 de 2014, el cual reglamentó la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística de que trata el artículo 11 de la Ley 1558 de 2012".

Circular 002 de 2016 "Cobro IVA por servicios prestadores"

Circular 003 de 2016 "Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo

Decreto 297 de 2016 "Por el cual se reglamenta la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos, establecida en el literal d) del artículo 481 del Estatuto Tributario, modificado por el artículo 55 de la Ley 1607 de 2012"

Resoluciones que reglamentan el turismo:

- ❖ **Resolución 135 de 2016** - "Por la cual se dicta el Código de Ética de la Profesión de Guionaje o Guianza Turística y se deroga la Resolución N° 221 del 8 de abril de 1999"
- ❖ **Resolución 148 de 2015.** Por la cual se reglamente el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.
- ❖ **Resolución 2877 de 2015** "Por la cual se conforma el Comité Interno de Proyectos del Fondo Nacional de Turismo – FONTUR- y se establecen sus funciones"
- ❖ **Resolución No. 3160 de 05 de octubre de 2015** "Por la cual se establecen los requisitos para la certificación en Normas Técnicas Sectoriales obligatorias y voluntarias por medio de la plataforma virtual para la certificación en calidad turística".
- ❖ **Resolución 3860 de 2015** "Por la cual se reglamenta el cumplimiento de las Normas Técnicas Sectoriales expedida por las Unidades Sectoriales de

Normalización para las actividades del denominado Turismo de Aventura y la Sostenibilidad Turística” que deroga las Resoluciones 0405 de 2014 y 0148 de 2015.

**PLAN SECTORIAL DE TURISMO
DE LEBRIJA, SANTANDER 2018-2022
“LEBRIJA UN DESTINO POR DESCUBRIR**

DIAGNOSTICO SECTOR TURISMO LEBRIJA

El presente plan tiene como objetivo emprender acciones estratégicas que permitirán fortalecer el sector turístico del municipio en el tiempo de vigencia del mismo; dado que el Municipio de Lebrija está incursionando en este importante sector. A continuación se cita textualmente del Plan de Desarrollo 2016 – 2019 “Ambiente, Vida y Desarrollo”, las metas que la Administración Municipal estableció para este periodo:

“Plan de Desarrollo 2016 – 2019 “Ambiente, Vida y Desarrollo”

Metas- Sector Turismo Plan de Desarrollo 2016 – 2019 “Ambiente, Vida y Desarrollo”

Las acciones citadas en esta línea estrategia están encaminada a dar cumplimiento a las metas trazadas en el Plan de Desarrollo entorno al sector turístico del Municipio

“ UNIDAD 9 DIMENSION:ECONOMICA (Hace referencia a las competencias que debe desarrollar el Municipio en generación productiva y valor agregado, competitividad, innovación empresarial y emprendimiento; desarrollo económico local ...En este sentido el municipio orienta esfuerzos en la construcción de sistemas productivos, turísticos...)

9.1 LINEA ESTRATEGICA: PROMOCION DESARROLLO

9.1.2 Programa Turismo

Objetivo: Fomentar el desarrollo del turismo como construcción de paz, desarrollo económico. Cultural, impulsando el cuidado del medio ambiente, armonizado a los programas regionales de negocios verdes en coordinación con la CDMB.

Metas:

9.1.2.1 Construir 1 Monumento Turístico y/o cultural y/o cartel de bienvenida que incentive el turismo en el Municipio.

9.1.2.2 Elaborar e implementar el Plan Sectorial turístico del Municipio.

9.1.2.3 Crear, adecuar, mantener y promocionar 1 ruta turística ecológica; turismo de aventura, turismo cultural e histórico, que genere desarrollo turístico en el Municipio, armónico con el medio ambiente.

9.1.2.4 Realizar la promoción de diferentes actividades culturales y festividades a nivel regional y nacional.

9.1.2.5 Realizar 1 capacitación al año a sector comercio, sector hotelero sector transporte y población en general en atención al turista, urbanismo y civismo entre otros, en asocio con el SENA u otras instituciones afines.

9.1.2.6 Gestionar recursos para el adecuamiento de los diferentes sitios turísticos en el municipio ante las turísticas mediante departamento, la nación y cooperación gestión. Internacional

9.1.2.7 Apoyar 1 exposición de muestras de productos locales de microempresarios y muestra apoyadas artesanal, en el marco de la feria o festividades.

9.1.2.8 Realizar 1 campaña pedagógica innovadora de cultura ciudadana- turística, donde se incentive pedagógicas realizadas la limpieza, el orden, el respeto y la amabilidad en el municipio.

9.1.2.9 Gestionar 1 estrategia de desarrollo turístico y otros sectores, aprovechando las desarrolladas mediante potencialidades del municipio (doble calzada, gestión. proyecto HidroSogamoso, ampliación del aeropuerto Palonegro) ofertando los parajes turísticos propios del municipio; a nivel nacional, departamental, internacional con entidades públicas y/o privadas.

	2011	2015
Estrategia de Promoción Turística de Lebrija	0	1
Capacitación a sectores vinculados al turismo	0	1
Construcción. Adecuación de sitio turístico	0	1

Fuente 1: Informe de Empalme

De acuerdo con el informe de empalme del año 2015 se debe articular la secretaria de deporte, cultura y turismo con el banco de proyectos Municipal u oficina de planeación y obras públicas.

Se debe actualizar la caracterización de personas jurídicas y naturales del sector tales como hoteles, restaurantes, guías turísticos, construyendo una guía Turística para fomentar la asociación y gestionar proyectos con organizaciones privadas y públicas de orden regional y nacional como: FONTUR, Min Industria, Comercio y Turismo, Cámara de Comercio, Universidades; para lograr capital semilla a iniciativas de emprendimiento, capacitación en propuestas innovadoras, mejoramiento del servicio al cliente y portafolio turístico.

De acuerdo con la ley 1558 de 2012, que enuncia: **“los Municipios deben propiciar la creación del Consejo Municipal de Turismo”** que a la fecha de empalme no se habría conformado y se debe conformar con la base de datos existente a la fecha.”

1. ESTRATEGIAS PLAN SECTORIAL DE TURISMO DE LEBRIJA, SANTANDER 2018-2022 “LEBRIJA UN DESTINO POR DESCUBRIR

Es importante resaltar que la tercera industria que más divisas le genera al país es el turismo, superando productos agroindustriales como el café y el banano. Con base a esto, diferentes regiones del país le están apostando al sector para ser más sostenibles y competitivos a nivel nacional e internacional.

Para mantenerse en el mercado, las regiones deben diseñar un plan sectorial de turismo, donde se contemple un minucioso inventario con los atractivos naturales, arqueológicos y culturales de su espacio geográfico, de esta forma se oferta, impulsa y promociona su territorio como atractivo turístico.

Por tal razón, el municipio de Lebrija debe avanzar, siendo indispensable el diseño e implantación de un Plan Sectorial de Turismo, que le permita identificar, proteger, y promover los atractivos turísticos, para posesionar al municipio en el mercado del turismo departamental y nacional.

El presente Plan de Turismo emprende acciones que dan cumplimiento a las metas del Plan de Desarrollo, Sin embargo, pro Sector Turismo pone nuevas acciones que permitirá un trabajo continuo durante los años de vigencia del presente plan sectorial. De esta forma el documento adopta 6 líneas estratégicas que el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo presento en el Plan Sectorial Turístico Nacional 2018-2022”POR UN TURISMO QUE CONSTRUYE PAIS”, con sus respectivas metas y acciones, se detallan a continuación:

1.1 Planificación Turística y Ordenamiento Territorial

El Municipio de Lebrija tiene características en su territorio que configura los recursos y atractivos que ofrece, donde los recursos culturales y naturales son parte esencial de la oferta disponible para los visitantes. sumado a los productos y establecimientos que brindan servicios turísticos así como la infraestructura que facilita la visita de los turistas como: las vías, los servicios públicos, servicio de transporte señalización, entre otros, factores que los turistas tienen en cuenta a la hora de realizar actividades de ocio y esparcimiento. Por lo tanto garantizar una oferta de servicios y atractivos de calidad aprovecha el potencial de un territorio y permite la adecuada planeación del territorio.

De igual forma es importante garantizar la seguridad y la formalidad de algunas zonas estratégicas para el desarrollo de actividades de promoción y actividades turística. Es el caso de zonas que incumplen los pilares de un atractivo sostenible por su informalidad e incumplimiento de normas; ejemplo de ello puede ser a invasión de forma ilegal, servicios de baja calidad y la inseguridad (situaciones de atracos, acosos).

En ese sentido se proponen 4 líneas de acción, detalladas a continuación:

- 1.1.1 Incluir en el plan de desarrollo turístico de Lebrija atractivos identificados en el ámbito histórico, cultural y natural.
- 1.1.2 Establecer una Matriz de Sostenibilidad a largo plazo de cada atractivo identificado en el Municipio de Lebrija.
- 1.1.3 Articulación de trabajo con entidades de control a prestadores y operadores turísticos del Municipio, que garantice la formalidad y calidad de los servicios.
- 1.1.4 Plan maestro de Desarrollo Turístico para los principales atractivos del Municipio, como: Ruinas de Cantabria, Cruz de Palonegro.

1.2 Corredores Turísticos

En el año 2016 el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo trabajo con las Gobernaciones del país, establecieron como estrategia de promoción 12 corredores turísticos que incluyen todas las regiones del país, trabajo público y privado que se ejecuta en materia de turismo en el país.

Por lo anterior, el presente documento busca articular al Municipio de Lebrija como primera estancia al programa de la Gobernación de Santander, 87 Razones para conocer Santander, como estrategia de promoción y comercialización del destino, con vocación complementaria de ser incluido en el corredor turístico del oriente. Igualmente, esta estrategia busca aumentar el promedio de permanencia de los turistas y el consumo de los servicios que se oferta el Municipio. Por lo tanto se recomienda adoptar las siguientes acciones:

1.2.1 Activación del Consejo Consultivo de Turismo de Lebrija, mediante acuerdo, y generar de igual forma un Reglamento Interno e cual cada representante debe cumplir a cabalidad.

1.2.2 Crear plan de trabajo concertado con el Consejo Municipal de Turismo de Lebrija con objetivos y cumplimientos de ellos mismos superiores al 50% anualmente.

1.2.3 Articular al Municipio como primera estancia al Programa “87 razones para conocer Santander”

1.2.4 Promocionar, Diseñar e implementar Rutas Turísticas temáticas en el Municipio.

1.3 seguridad Turística

Considerando que la seguridad del destino es una de las condiciones fundamentales para la competitividad del Municipio con otros destinos, es necesario implementar mecanismos de coordinación con entidades competentes y comunidad que logren que la actividad turística que realicen los turistas en el destino sea segura y confiable, consolidando de esta manera la confianza y valor del destino. Por lo anterior este plan considera la siguientes acciones:

1.3.1 Matriz de seguridad turística 2018-2023, herramienta fundamental que prioriza los atractivos turísticos del Municipio en el tema de seguridad que abarca todas las situaciones articulando las instituciones participantes y competentes en el turismo.

1.3.2 Fortalecimiento de presencia de Policía de Turismo en los atractivos del Municipio y acompañamiento en operaciones de control.

1.3.3 Creación de línea de Atención al turista (PIT)

1.3.4 Información verídica y responsable al turista.

1.3.5 Control y Prevención de prácticas informales e ilegales de prestadores de servicios turísticos.

1.4 Turismo Sostenible y Responsable

El Turismo Sostenible se concibe como un modelo de desarrollo de los pilares que entiende la sostenibilidad: Económico, Social y Ambiental, Se debe trabajar por una gestión integral de los atractivos para ello se requiere la concientización de las personas receptoras de turismo , es decir los establecimientos que ofrecen los servicios internos del municipio y del turista en el respeto y generación del menor impacto en el medio natural, económico y social de las zonas que ofertan en el Municipio.

Este plan considera las siguientes acciones encaminadas a consolidar un turismo sostenible y responsable en Lebrija:

- 1.4.1 Fortalecimiento de estrategias de prevención con entidades competentes, como:
Prevenición de la Explotación Sexual Comercial de Niños, Niñas y Adolescentes - ESCNNA, Trafico Ilicito de Flora y Fauna y del patrimonio cultural.
- 1.4.2 Trabajo con Presidentes de Accion Comunal de las veredas en las que se identificaron atractivos turísticos para el mejoramiento del manejo de basuras y el mantenimiento de ellos mismos, actividades que posicionan las veredas y aumenta la competitividad.
- 1.4.3 Fomento de la responsabilidad y sostenibilidad empresarial, en materia de transferencia de conocimiento, capacitaciones de Normatividad turística vigente, entre otras
- 1.4.4 Adopcion de estrategias concretas que promuevan las artesanías del municipio.

1.5. Educación Turística

La educación y capacitación de personal para el fortalecimiento del sector turístico en Lebrija, debe ser orientado a altos estándares de calidad y de turismo internacional en el que el turista y el sostenimiento de los atractivos turísticos sea la prioridad en la capacitación. Además, en línea con la tendencia del turismo a nivel mundial. Cabe resaltar que, según el crecimiento del turismo en el país, se requiere cada vez un mejor y mayor recurso humano.

En consecuencia, esta línea está dirigida a realizar gestión para capacitar a prestadores de servicios turísticos y comunidad interesada del municipio de Lebrija en el fortalecimiento del sector en el territorio, e implementando en los colegios del Municipio el programa “Colegios

Amigos del Turismo” que se compone de instituciones educativas que se comprometen a liderar proyectos de formación en turismo para sus alumnos, promoviendo de igual forma la cultura e historia de una región. El programa ha sido tan exitoso que 235 colegios del país, 233.000 estudiantes y más de 900 profesores han sido capacitados en temas de turismo en el país.

Objetivos de orientación:

1.5.1 Generar espacios de capacitación para prestadores de servicios turísticos en: aplicación de buenas prácticas en sus establecimientos, introducción al turismo, manejo de información turística, planificación turística y de paquetes turísticos.

1.5.2 Vincular Colegios del Municipio en el programa “Colegios Amigos del Turismo”- CAT

1.5.3 Fortalecer el programa de media técnica con el SENA en los colegios del Municipio de Lebrija.

1.5.4 incluir en los colegios con vocación turística la cátedra de cultura turística en la que se permita generar sensibilidad del cuidado de atractivos turísticos, la historia y cultura del Municipio.

1.5.5 promover el uso de programas, aplicaciones y medios tecnológicos inmersos en el turismo para prestadores de servicios turísticos.

1.6. Formalización y Productividad

El crecimiento del Turismo Sostenible en el Municipio de Lebrija se debe enfocar en la productividad aprovechando al máximo los recursos naturales y culturales que tiene Lebrija con ideas sofisticadas e innovadoras, acordes con las tendencias mundiales del turismo y la formalización de aquellos que prestan servicios sin ninguna evidencia legal para ejecutar actividades del sector:

1.6.1 Garantizar las condiciones para que el sector turístico en el municipio de Lebrija sea una fuente importante de crecimiento económico.

1.6.2 Disminuir los índices de informalidad, que permite brindar un servicio de calidad a los turistas.

1.6.3 Incluir procesos eficaces y eficientes que permitan atraer turistas y posicionar la marca Turística de Lebrija.

1.6.4 Promover la innovación de productos Turísticos que permita el desarrollo empresarial de los prestadores de servicios turísticos del Municipio.

1.6.5 Promover el acceso a fuentes alternativas de financiamiento e inversión incluyendo las nuevas tendencias del turismo en el Municipio.

1.6.6 Incentivar la investigación y el desarrollo de la industria turística en el Municipio de Lebrija.

1.6.7 Promover la empleabilidad y la formalización laboral en el sector turístico con perfiles adecuados.

1.6.8 Generación de operativos conjuntos con entidades pertinentes como la policía de Turismo y Secretaria de Gobierno del Municipio de Sensibilización, Vigilancia Control y verificación del RNT a prestadores de servicios turísticos con el ánimo de combatir la informalidad.

1.6.9 Generación de campañas estratégicas que promuevan la formalización turística por medios de comunicación locales.

1.7 Promoción Eficiente para la productividad Turística

Contar con información verídica y actualizada de los atractivos y prestadores turísticos del Municipio es de gran relevancia para promocionar el Municipio Facilitando de esta forma la divulgación de los atractivos y prestadores de servicios turísticos. Para ello se debe tener en cuenta las tendencias tecnológicas, innovadoras y creativas para la promoción.

1.7.1 Fortalecer la Información Turística verídica y eficiente del Municipio de Lebrija para la toma de decisiones de los turistas antes, durante y después de visitar el Municipio.

1.7.2 Desarrollar estudios del Mercado Turístico identificando los nichos de mercado con entidades pertinentes como la Cámara de Comercio Seccional Lebrija.

1.7.3 Realizar Promoción Nacional e Internacional efectiva del Municipio en diferentes escenarios y eventos como ANATO y con entidades como: FONTUR, PROCOLOMBIA.

1.7.3 Integrar al Municipio de Lebrija en el Programa departamental “87 Razones para Visitar Santander”

1.8. Turismo Interno, Social, Comunitario y Accesible para Todos

Esta línea pretende aumentar el potencial e identificación del territorio de los Lebrijenses, Incentivando a que conozcan los atractivos Turísticos, Culturales e Históricos y reconozcan la importancia de conocer y fomentar en el voz a voz o por diferentes medios de comunicación el Municipio de Lebrija. Lo anterior permite la apropiación del territorio y la importancia de valorar y preservar el patrimonio natural y cultural de Lebrija.

De igual Manera, el fomentar la apropiación del territorio de forma global es decir que sea accesible para toda la población: Adultos Mayores, pensionados, jóvenes rurales, LGTBI, personas con recursos económicos limitados, personas con discapacidad y necesidades especiales. “son segmentos de la población clave en el mercado turístico” las acciones que hacen parte de este componente son:

1.8.1 Generar capacitaciones de divulgación del nuevo “Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, Herramientas y Buenas Practicas” a los interesados en el turismo del Municipio

1.8.2 Socialización en Colegios Amigos del Turismo y Jóvenes en General del Municipio de los programas y beneficios que el Ministerio de Industria, Comercio Y turismo otorga , ofreciendo tarifas diferenciales en el marco del programa Tarjeta Joven

1.8.3 Brindar asistencia técnica a las comunidades para la generación de emprendimiento turístico comunitario en las veredas identificadas con potencial.

1.8.4 Gestionar acciones que permitan que personas con recursos económicos limitados conocer el Municipio de Lebrija, su Cultura e Historia.

DIAGNOSTICO DE LEBRIJA COMO DESTINO TURISTICO

Observaciones y reflexiones iniciales:

- ❖ Lebrija cuenta con riquezas naturales y culturales vitales para potencializar el desarrollo turístico.
- ❖ El municipio tiene una ubicación geográfica muy estratégica, ya que tiene una distancia de 15 km de Bucaramanga, 3 km del aeropuerto internacional Palonegro y 35.8 Km del embalse de Topocoro.
- ❖ cuenta con destinos para la práctica de actividades de aventura como los deportes náuticos, cabalgatas, senderismo, ciclismo, parapente entre otros, el Municipio tiene una ventaja competitiva en la región ya que son destinos con trayectoria en el turismo de aventura y cuenta con los sitios adecuados para desarrollar estas actividades.
- ❖ La topografía de la región ofrece variedad de destinos, su clima templado y sus paisajes, permiten el desarrollo del turismo.
- ❖ El territorio Lebrijense fue espacio de encuentro, de resguardo y de batalla. En la vereda Palonegro, se disputó la Guerra de los mil días o batalla de Palonegro, donde se enfrentaron conservadores y liberales (*godos y cachiporras*).
- ❖ En las diferentes fases de investigación desarrolladas desde la Corporación CORCUSOL, se han hallado documentos, fotografías, lugares y piezas representativas elaboradas por indígenas y habitantes de la región. Para resguardar estos objetos de manera adecuada, se deben crear alianzas con instituciones públicas (Ministerio de Cultura, Ejército Nacional, etc.) y privadas, que capaciten para su conservación.
- ❖ Existe una amplia oferta gastronómica centrada en comida auténtica de la región.
- ❖ Lebrija es un territorio muy visitado por grupos de caminantes y ciclistas de montaña. Además, las personas que desean compartir espacios y momentos en ambientes familiares, naturales y culturales, encuentran en el municipio un destino perfecto.
- ❖ Los Lebrijense se caracterizan por su amabilidad y cordialidad con los visitantes. Actualmente, la administración municipal está desarrollando una ardua labor de investigación para identificar, organizar, reconocer y acondicionar los sitios considerados turísticos para ofertar el destino a nivel regional y nacional.
- ❖ Es importante que se preserven las tradiciones de la región.

- ❖ Se requieren puntos estratégicos de información turística en el municipio, para orientar y ubicar a turistas.
- ❖ Es necesario facilitar información general de los atractivos turísticos.
- ❖ Se deben implementar estrategias que faciliten el acceso del visitante a los atractivos turísticos (vías, transporte, etc.). Creando espacios de inclusión para la población en condición de discapacidad.
- ❖ Para velar por la seguridad de los turistas y el cuidado de los diferentes sitios, es fundamental crear alianzas con la policía de turismo del municipio.
- ❖ Las condiciones sanitarias de los atractivos deben ser las mejores para evitar inconvenientes, cuidando así la imagen del municipio ante los turistas. La protección de las fuentes hídricas debe ser el eje principal de la propuesta.
- ❖ Generalmente los turistas tienen como patrón establecido en sus viajes a pueblos, una visita a los parques y a las iglesias, ya que estos acercan a la cultura y las tradiciones de los habitantes de cada territorio. Lebrija, cuenta con uno de los parques más representativos de la región y su iglesia es una perfecta representación de su fe católica.
- ❖ Identificar a los operadores turísticos (hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte, etc.) que ejercen la actividad en el municipio para realizar un estudio de oferta y demanda.

La percepción de la comunidad sobre el turismo, es un elemento fundamental para lograr un verdadero desarrollo local de los destinos turísticos o potencialmente turísticos. Los proyectos enfocados en el sector, deben promover la participación de la población local, para prevenir o solucionar las problemáticas que se surjan. Durante la realización de este documento, se revisaron antecedentes teóricos y metodológicos de diferentes estudios de percepción de la comunidad en relación con la importancia del turismo como eje articulador del desarrollo local, a partir de la protección y aprovechamiento de su patrimonio natural y cultural.

MODELOS DE COMPETITIVIDAD DEL SECTOR EN LEBRIJA

Análisis de los Factores de Competitividad

En la planeación turística, la competitividad del destino y sus productos, son considerados elementos claves para el cumplimiento de objetivos propuestos en el plan. No podría ser de otra manera, ya que se debe tener en cuenta que la transacción económica por la compra de bienes y servicios es la esencia misma de la actividad. La competitividad está también en el centro de la planificación sustentable de la actividad turística, pues sin ingresos no es posible el mantenimiento de los recursos ni la mejora de la calidad de vida de los residentes. Para planificar las acciones que incidan en la mejora de la competitividad turística de un destino no se puede pensar en actuar simultáneamente sobre todos los factores de competitividad. Existen distintas fases en las que primero se afecta a un tipo de factores generales, para propiciar la posibilidad de aplicar a otros elementos más directamente relacionados con la actividad turística. Por ejemplo, la competitividad en cuanto a la accesibilidad, inicia con la accesibilidad general, para poder sustentar una accesibilidad turística.

Históricamente han existido otros modelos de desarrollo turístico, donde la prioridad ha sido la infraestructura y la inversión internacional, restándosele importancia a los esfuerzos que permitan mejorar las condiciones de vida de la población local. Estos modelos de desarrollo exógeno, han generado grandes expectativas en diferentes poblaciones, aumentando su optimismo para mejorar sus opciones de empleo y por ende sus condiciones económicas, pero por el contrario se han enfrentado a situaciones de desplazamiento o privatización de bienes patrimoniales, naturales o culturales de sus territorios. La perspectiva anterior, no es compatible con la actual legislación, ni con los objetivos centrales de organizaciones públicas y privadas del país, por lo cual se considera necesario e indispensable establecer un modelo de desarrollo, que renueve la competitividad turística, enfocándola en el progreso del territorio y de la población local, como componente determinante de la competitividad. Posiblemente el primer peldaño en esta cadena de acciones planificadas para mejorar la competitividad turística y territorial, sea encaminar acciones para eliminar los niveles de pobreza extrema, después de erradicar dichos niveles, será más productivo enfocar esfuerzos a la promoción de una actividad turística que pretenda conseguir sustentabilidad. El proceso se desarrollará de manera progresiva, puesto que a medida que se cumplan las metas y los logros, se trazaran nuevos objetivos, mejorando así las posibilidades para dar a conocer los destinos de forma más competitiva, como se muestra en el siguiente cuadro:

Fases del desarrollo	Competitividad territorial	Competitividad turística
FASE1	Generación de empleo a la comunidad	Inicio de la competitividad
FASE 2	Organización de la comunidad.	Conceptualización y aporte de saberes y experiencias
FASE 3	Consolidación de normas y condiciones de convivencia. Planeamiento territorial. Mejora de la protección ambiental y patrimonial	Planeamiento sustentable de la actividad turística
FASE 4	Mejor la infraestructura en el municipio	Acciones de promoción genérica del destino
FASE 5	Desarrollo de la Educación y Capacitación	Mejorar en las capacitaciones en materia turística
FASE 6	Consolidación del sistema económico.	Posibilidades de desarrollo turístico cultural y endógeno
FASE7	Mejora general de los servicios públicos	Acceso a la excelencia en los servicios turísticos
FASE 8	Mejorar las condiciones de cobertura en los medios de comunicación como las diferentes redes	Mejora del transporte turístico

Tabla 2. Fases para la mejora de la competitividad turística

Este esquema de priorización facilita la toma de decisiones y evita recurrir a complejas consideraciones de interrelación de factores. Cuando se trata de planificar destinos turísticos ya consolidados. El municipio de Lebrija, es un destino turístico emergente, sin posicionamiento claro en el mercado, el cual requiere un esquema planeación minucioso a través de acciones estratégicas y genéricas que permita crear altos niveles de competitividad. Enfocando dichas acciones en el aprovechamiento de un turismo sustentable, reconociendo las potencialidades de recursos atractivos que existente en el territorio. El esquema propuesto facilita la aplicabilidad de propuestas programáticas, el establecimiento y control de indicadores, lograrlo que el municipio tenga posicionamiento como destino turístico.

Macro Entorno Turístico

Tradicionalmente la planificación turística del municipio ha estado ligada a la planificación turística departamental. Actualmente, se pretende hacer alianzas entre instituciones públicas y privadas, centrando el interés en la identificación de sectores productivos y en acciones estratégicas requeridas para el fortalecimiento y consolidación de los sectores existentes, y con un impacto evidente en la región, como es el caso específico de la REPRESA DE TOPOCORO, donde existe una visión de desarrollo que incluye la riqueza étnica, cultural y biodiversa. Por ello, es importante que se realice un esfuerzo para promover, incentivar e

impulsar la creación de productos enfocados en resaltar las potencialidades del municipio, evitando las iniciativas genéricas que no han logrado situar al municipio como destino turístico, al combinar los valores generales del departamento: turismo de aventura, etnoturismo y turismo de naturaleza, con otros productos más viables y con mayor crecimiento.

Por tal motivo, se hacía necesaria la consolidación de un plan sectorial de turismo, basado en la planificación de objetivos a partir de las particularidades propias del municipio. Permitiendo que se aprovechen las ventajas competitivas que se hacen evidentes al realizarse una aproximación diagnóstica a la realidad turística de Lebrija, como se observa a continuación:

- 1) Concentración de servicios turísticos de alojamiento, gastronomía que ya se comercialización en el municipio y están legalmente registrados en el RNT
- 2) Lebrija es también el principal medio de comunicaciones del Departamento ya que comunica a los diferentes departamentos del país, por vía terrestres, aéreas
- 3) Concentración en los centros educativos para la capacitación del personal y la especialización de profesionales, en lo que respecta al turismo.
- 4) Existencia de sitios atractivos en excelentes condiciones, para ofertar servicios de calidad orientados al turismo de aventura
- 5) En el municipio existen sitios y recursos naturales (fuentes hídricas, reservas naturales como TAGUA, fincas ecológicas, objetos arqueológicos, etc.) que contribuirían con la recepción de población turística.

Micro Entorno Turístico

La competitividad turística de un destino no depende directamente de la situación de las entidades prestadoras de servicios, sino de la calidad de los productos que son ofrecidos en el mercado turístico. Sin embargo, al realizarse algunas mejoras estas entidades, se va a mejorar de manera directa el producto. Para analizar la competitividad, se han tomado los productos y destinos que actualmente consumen con mayor frecuencia los turistas que visitan el municipio, de la siguiente manera:

- Descanso, esparcimiento y recreación

- Turismo cultural e histórico
- Turismo de observación: riquezas naturales
- Turismo náutico, fluvial, marítimo
- Turismo de negocios, eventos

Se debe tener en cuenta que la mayoría de ellos son productos no organizados, que se adquieren a través de canales de venta informales como páginas web. En el caso de Lebrija, el municipio cumple un papel de centro de llegada y distribución turística hacia otros destinos del departamento de Santander.

En el mercado existen numerosas entidades que ofertan productos a destinos turísticos del municipio, entre los cuales está la Batalla de Palonegro como suceso determinante para el país y el recorrido por el espejo de agua de la represa de Topocoro. Sin embargo, como se ha visto en el análisis del sistema turístico, los prestadores de servicios turísticos están relativamente satisfechos con ofrecer otros destinos turísticos que existen en la localidad, dirigidos especialmente a viajeros de paso.

ESTRATEGIAS DE PROMOCION Y COMERCIALIZACION

Recientemente ha organizado con la Secretaría de Desarrollo Económico y social, ha supuesto un proceso de voluntad política de la Alcaldía hacia potenciar el turismo como medio eficiente de desarrollo para el territorio municipal. También la inclusión de algunos proyectos con proyección turística. Así como las directrices del plan de Desarrollo y el Programa de Gobierno, son cambios que están orientados en el mismo sentido de potenciar la importancia del turismo en la economía del municipio.

Sin embargo aún depende de los proyectos y actuaciones orientadas desde la Gobernación de Santander, que se presentan ante otras instancias públicas nacionales promover el desarrollo turístico, para nuestro municipio de Lebrija.

Estrategias:

Desarrollar un sistema de promoción que permita el posicionamiento del producto y oferta turística en el mercado departamental, nacional e internacional, Por medio de:

Promoción Física: Brochures, Afiches, Pancartas, Revistas, Pendones, Punto de Información Turística, Rutas Turísticas

Promoción Visual: TV Lebrija, Accaple TV, Videos turísticos.

Promoción Auditiva: Emisora La Voz de Lebrija, Entrevistas.

Uso de las TICs

INVENTARIO DE RECURSOS NATURALES Y CULTURALES

Lebrija cuenta con sitios de interés turístico que enriquecen el municipio y a sus pobladores, los tipos de turismo que se pueden desarrollar son:

Turismo de Naturaleza: es un estilo del turismo alternativo diferente al turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sostenibilidad.

- Cascadas San Pacho (La Tigra, La San Joaquinera)- Vereda San Pacho



- Cascada las Margaritas – Vereda San Gabriel



- Cascada Las Aguilas- Vereda Conchal(Puente Bocas)



- Quebrada la Laja (El Chorreron)
- Pozo Caracolíes



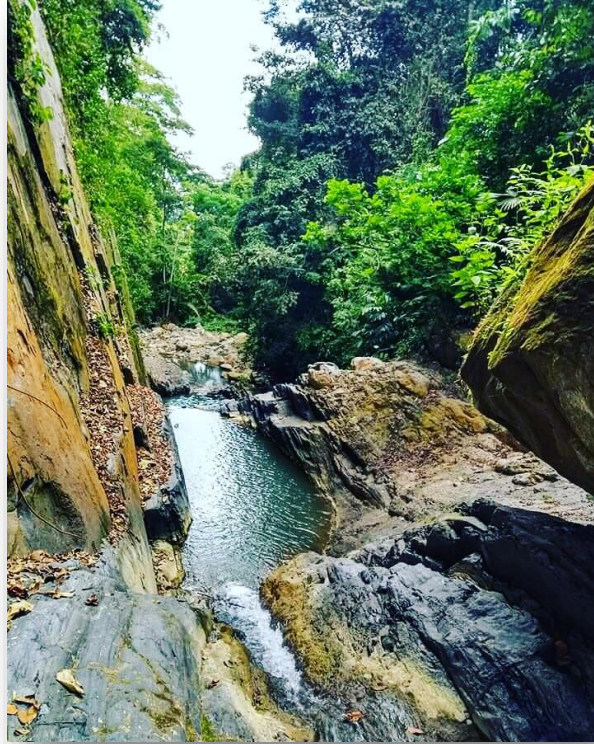
- Cascada (River Green)



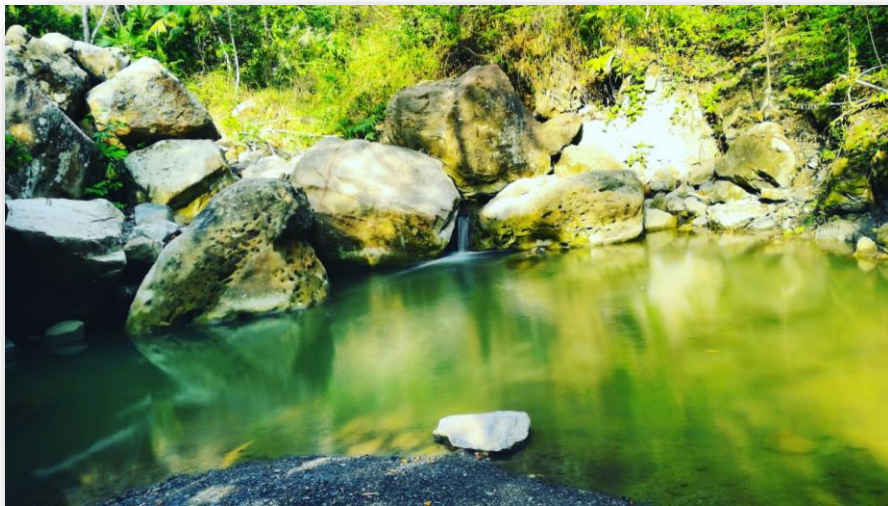
- Pozo del Amor



- Pozo Canoas



- Pozo Perezoso



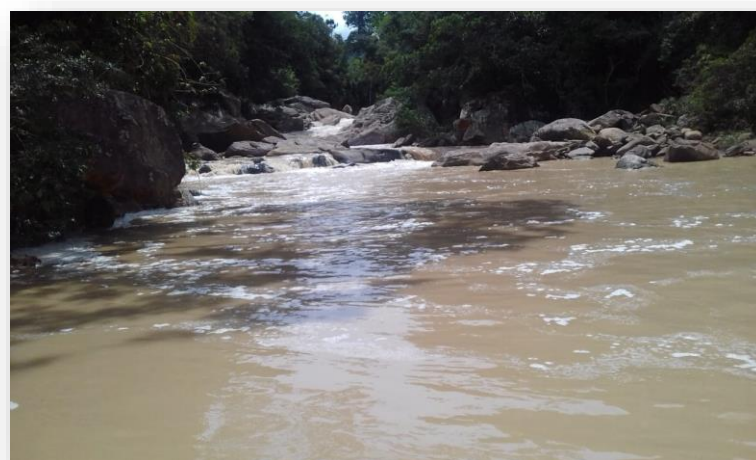
- Pozo El Jacuzzi



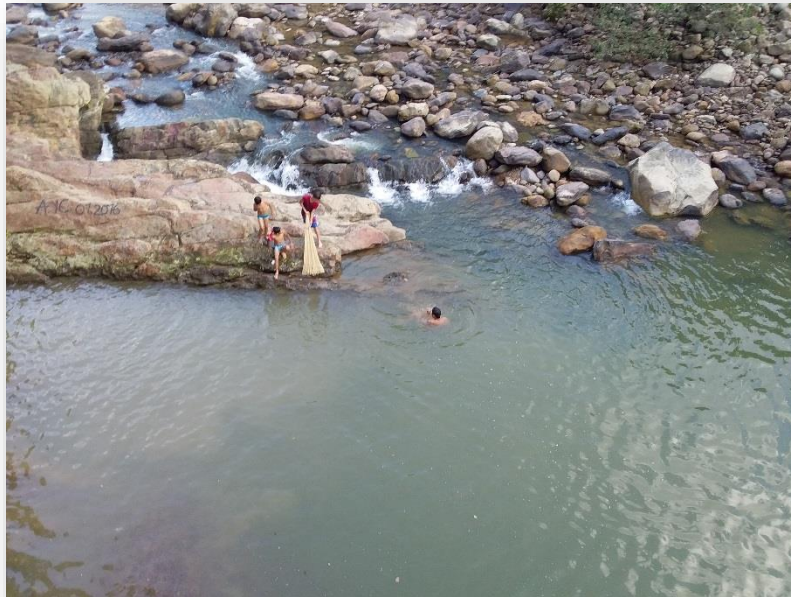
- Cascada la Mariposa



- Pozo La Dicha
- El Salto



- Uribe Uribe



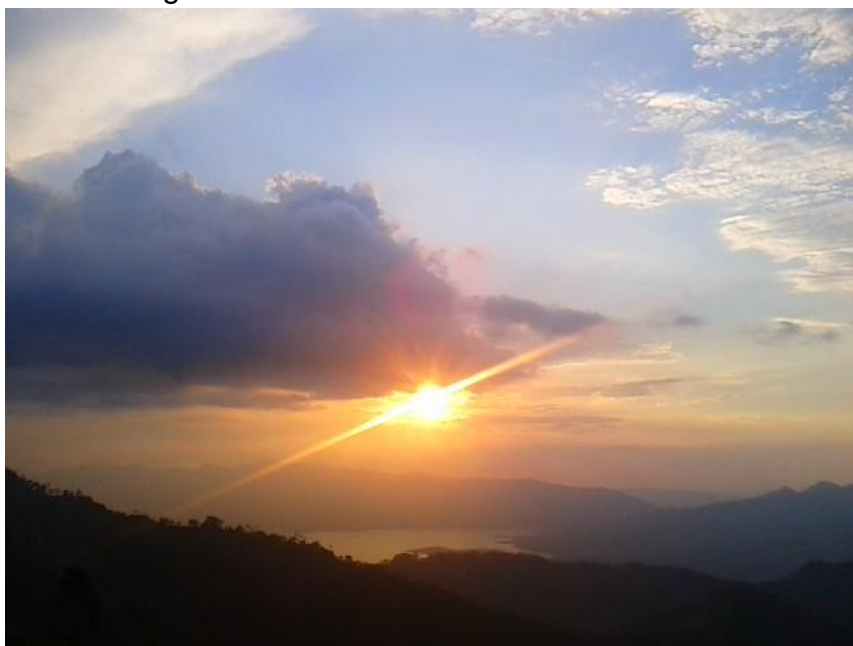
- Pozo el Indio –La Victoria
- Cueva del Chulo
- Cueva la Escondida

Turismo Ecológico (Rutas Ecológicas)

- Camino a la Tagua



- Ruta Ecológica Pozo de la Dicha
- Ruta Ecológica San Gabriel



- Ruta Ecológica Villamaria (La Puente)
- Ruta de la Piña (La Aguada)
- Ruta Ciclomontañística y paisajística “La Renta”



- Ruta Ciclomontañística y paisajística “Uribe Uribe”



- Ruta Ciclomontañística, Histórica y paisajística “Conchal - Vanegas”





Turismo Cultural e Histórico: corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

- Feria Nacional de la Piña
- Ruta Historica y Religiosa “Cantabria”



- Ruta Historica “Palonegro”



- Conmemoración Batalla de Palonegro
- Celebración Día de la Santandereanidad



- Festival de Teatro Lebrija
- Estaciones Ferrocarril: Chuspas, Conchal y Vanegas.



Turismo Religioso: a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. Históricamente las ciudades que han sido y siguen siendo objeto de peregrinaje son Jerusalén, La Meca y Roma.

- Fiesta San Pedro Apóstol
- Semana Santa
- Fiesta Virgen del Carmen
- Fiesta de San Isidro
- Fiesta Corpus Cristi

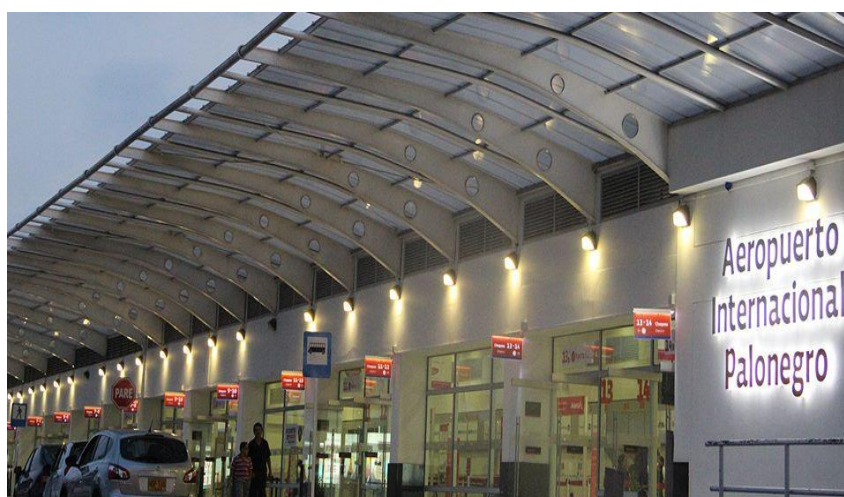
Turismo Gastronómico: Otra de las motivaciones al momento de desplazarse puede ser el deleitar el paladar y conocer los platos típicos de las regiones.

- Vereda La Renta (Guanabazo, Arepa de Chocó)
- Paseo de las Frutas (Dulces, Mermeladas, Helados de Frutas)

- Piedra El Indigena



- Aeropuerto Internacional Palonegro



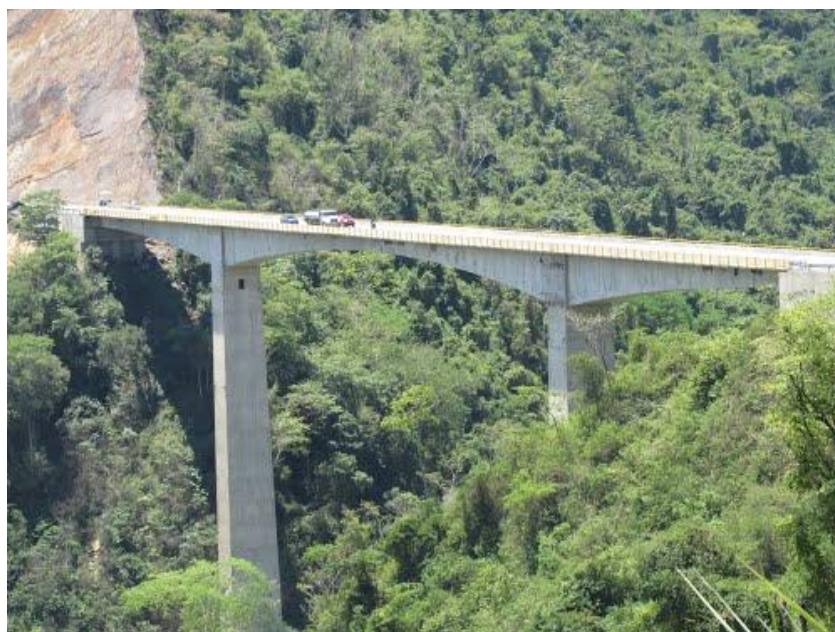
- ***Represa de Topocoro***



- **Puente del Tablazo**



- ***Puente Pujámanes***



- ***Puente la Molinilla***



DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • El municipio de Lebrija actualmente no es un destino turístico significativo a nivel nacional ni departamental. • La actividad turística no repercute de gran manera en la economía del municipio y su importancia es poco sentida por la población local. • Los índices de pobreza son elevados y desvían la imagen del municipio, ya que para un adecuado desarrollo turístico se debe establecer un ambiente social sostenible. • Carencias en materia de servicios públicos que limitan la capacidad de crecimiento de la actividad turística. • Falta de ordenamiento territorial claro y con enfoques turísticos • Problemas ambientales derivados de la inadecuada disposición final de residuos sólidos. • Falta de coordinación interinstitucional, a nivel departamental y al interior de estructuras administrativas del municipio. • Falencias en la capacitación específica de empresarios y emprendedores turísticos. • Enfoque de los prestadores de servicios hacia mercados con escasa incidencia y rentabilidad turística. • Problemas ambientales significativos centrados en el área urbana. • Deforestación y desertización en las áreas rurales. • Problemas de percepción de seguridad en algunas zonas. • Escaso uso de las Tics en la comercialización turística. 	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de recursos naturales de elevado valor en el territorio municipal • Existencia de tradiciones y cadenas productivas para propiciar el desarrollo de una gastronomía propia con proyección turística. • Clima atractivo y excelente situación geográfica para el desarrollo de turismo náutico. • Relaciones históricas privilegiadas con el área rural y urbana. • Mejoras significativas en materia de servicios públicos. • Identificación de Lebrija como centro de distribución turística para el resto del departamento de Santander. • Existencia de instrumentos actualizados de planeación, incluido el presente Plan Sectorial de Turismo. • Existencia de programas nacionales de apoyo a infraestructura turística con proyección sobre el municipio Lebrija. • Aumento en la demanda de productos turísticos más significativos para el municipio.

FORTALEZAS	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • La REPRESA TOPOCORO tiene buenas condiciones y con gran capacidad de carga, 75 mil kilómetros de aguas arriba de su desembocadura con el magdalena y 62 kilómetros aguas abajo. • Buenas conexiones terrestres y aéreas. • Existencia de infraestructuras turísticas de alojamiento, gastronomía y servicios de comercialización turística. • Existencia de proyectos de inversión en infraestructura turística de alojamiento en la represa Topocoro. • Tradiciones culturales y recursos patrimoniales de alto valor. • Amplia programación de eventos culturales relevantes a nivel nacional: FERIA DE LA PIÑA. • Amabilidad y buena disposición hacia el turista por parte de la población local. • Nuevas estructuras administrativas enfocadas al desarrollo turístico del municipio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de soluciones efectivas a los problemas de seguridad en algunas áreas rurales y urbanas. • Retrasos en la ejecución de las grandes infraestructuras viales: ruta del cacao. • Problemas para el suministro de agua derivados del cambio climático. • Visión restringida del desarrollo turístico que se enfoque en productos poco rentables o de escasa demanda. • Peligro de banalizar el desarrollo turístico sin acogerse a sistemas de certificación y garantía en calidad y sustentabilidad

Tabla 4. DOFA

Lineamientos estratégicos

Las estrategias propuestas son el resultado de los objetivos y las conclusiones de la matriz DOFA, sujetas a revisión y consenso en los talleres de planeación participativa. Para mayor claridad en los planes y programas se han elaborado estos lineamientos estratégicos que orientan el plan hacia acciones concretas, realistas y de resultados inmediatos, para ajustar el desfase existente entre el valor e importancia de los recursos, los atractivos y la realidad del negocio turístico del municipio de Lebrija. El enfoque de los programas se basa en una doble línea estratégica:

- En primer lugar, conseguir resultados inmediatos en cuanto al aumento del número de turistas recreativos y el incremento del gasto por turista.
- En segundo lugar, se establecen bases políticas, estructurales y empresariales para el desarrollo de producto enfocados a los recursos y atractivos existentes,

teniendo en cuenta segmentos de mercado más exigentes, incluso de procedencia internacional.

Paralelo a estas líneas estratégicas, se hace necesario profundizar en la planeación territorial, dirigida especialmente a áreas rurales para promover un ordenamiento organizado donde se impida la explotación y el deterioro de las reservas naturales, que no han sido utilizadas turísticamente, enfocando sus negocios hacia las líneas programáticas y objetivos de la planificación turística diseñada para el caso concreto de Lebrija.

La seguridad ha avanzado notablemente, pero se debe cambiar la percepción mediática que se tiene sobre el municipio, por acontecimientos que marcaron una época de violencia, los esfuerzos de comunicación deben estar dirigidos a la opinión pública y por ende a los turistas interesados en el territorio Lebrijense.

El Enfoque estratégico para resultados inmediatos en el diagnóstico turístico del municipio se pone de manifiesto que el municipio de Lebrija es en este momento sería centro principal de prestación de servicios turísticos, comerciales y complementarios, y cuenta con la mejor conectividad por tierra y por vía aérea. El Plan debe enfocarse en primer lugar en aprovechar y potenciar este papel, enfocando los productos para potenciar el papel de Lebrija como punto de llegada y centro de distribución turística del departamento desde el aeropuerto Palonegro. Esto sería para potenciar el papel del municipio y enfocar los esfuerzos de la administración municipal y de los empresarios y emprendedores en tres frentes que pueden resultar decisivos a la hora de atraer nuevos turistas:

- Crear productos atractivos para fines de semana, festivos y vacaciones.
- Ampliar la visita de los turistas cuando llegan al municipio por cuestiones de negocios.
- Situar a Lebrija en el mapa turístico colombiano, como destino turístico independiente del resto del departamento de Santander.

Para ello será necesario reorientar algunos de los programas y actividades ya en marcha para incluir en ellos la visión y las propuestas del plan sectorial de

turismo en materia de ordenamiento territorial, mejora de servicios y proyección del municipio hacia las instituciones del gobierno nacional en cuanto a la financiación de nuevos proyectos y el aumento de la presencia al municipio en los foros económicos y de comunicación como uno de los destinos turísticos decisivos para el futuro del departamento.

A este respecto es importante destacar que Lebrija no puede presentarse como una potencia turística que busca fortalecerse, sino, como se indicó en el documento, como un modelo novedoso de desarrollo social y mejorar de las condiciones de vida de la población, tomando el turismo sostenible como principal desarrollo económico.

Los programas y actividades que requieren de una coordinación son, en principio:

- La renovación del Plan de Ordenamiento Territorial –POT
- La Veeduría ciudadana sobre los procesos adelantados por la concesionaria RUTA DEL CACAO y la Aeronáutica civil.
- La formalización del presente Plan Sectorial de Turismo ante el ministerio de Industria, Comercio y Turismo.
- La concreción del Plan de desarrollo de turismo náutico para la represa de TOPOCORO
- La aceleración de los proyectos de reconstrucción de bienes patrimoniales con el ministerio de Cultura, para socializar los acontecimientos de la “Batalla de Palonegro” o “La Guerra de los Mil Días”.
- Integrar a las comunidades de la zona baja y a los organismos representativos de las comunidades en el proceso de desarrollo turístico.

Enfoques estratégicos para medio plazo, las líneas maestras del plan sectorial se enfocan en varios programas propuestos:

- La mejora de la seguridad en las zonas rurales y especialmente en la REPRESA HIDROELECTRICA DE TOPOCORO

El diseño y creación de productos más competitivos y que aprovechen los valores naturales, culturales y patrimoniales del municipio de Lebrija.

-la comunicación y mercadeo para posicionar en largo y medio plazo al municipio dentro de la oferta turística competitiva en el departamento

- La sustentabilidad ambiental, social y empresarial de la actividad turística en el destino.

GESTION DEL DESTINO

Lebrija ha tenido un avance en cuestión de turismo ya que la gente del área metropolitana vienen hacer visita a los diferentes pozos que hay en el municipio. En la situación actual, la presencia de los diferentes turistas que viene a conocer LA REPRESA HIDROSOGAMOSO, semana a semana que vienen de los diferentes habitantes adicionales de la área metropolitana y de las distintas regiones del país a conocer nuestro municipio. Una presión adicional sobre los servicios. Es decir en conjunto la ampliación de la actividad turística solo supondría un aumento de 7.6% de la población con un esquema de consumo que se centra en los servicios públicos básicos,

Otra afectación del turismo será la necesidad de prever en el POT los terrenos necesarios para la ampliación de la planta turística. También en este caso, el modelo de gestión elegido minimizaría tanto la ocupación territorial (con preferencia dentro de las áreas urbanas, en este momento poco ordenadas. Se va a tener un crecimiento de consumos de servicios públicos y de generación de cierto tipo de residuos se verá, en consecuencia, compensado con el esfuerzo de gestión ambiental necesariamente asociado a la promoción turística que se pretende emprender en el Municipio de Lebrija.

VISION

“Al 2025, convertir en realidad un nuevo modelo de desarrollo que solucione situaciones de exclusión social y de pobreza, que genere condiciones para

aprovechar la situación geoestratégica para el comercio regional y la biodiversidad, que reactive la economía para orientarla hacia un crecimiento y desarrollo sostenible, de competitividad y de democratización de la propiedad. Un modelo que afiance los valores culturales y promueva la riqueza ambiental; que potencie, articule y dinamice el territorio para que funcione como un sistema, que genere políticas públicas regionales, y que fortalezca la capacidad de investigación, innovación de desarrollo tecnológico a partir de la construcción de una renovación social basada en el conocimiento.”

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Líneas Estratégicas Relacionales De La Cadena Sectorial



.1 Innovación Y Diseño:

- ❖ Cámara de comercio
- ❖ Oficinas e instituciones municipales
- ❖ Agencias de viajes
- ❖ Hoteles
- ❖ Casa de la cultura
- ❖ Clientes
- ❖ Alcaldía
- ❖ Asociaciones
- ❖ Colegios

2 Proveeduría:

- ❖ Artesanos
- ❖ GREMIOS: federación nacional de cacaoteros
- ❖ Restaurantes

- ❖ Transporte
- ❖ Hoteles
- ❖ Bares
- ❖ Fincas
- ❖ Operadores turísticos

3 Producción Y Prestación

- ❖ Hoteles
- ❖ Guías
- ❖ Arrendadores de vehículos
- ❖ Policía
- ❖ Iglesia
- ❖ Centro de recreación
- ❖ Casinos
- ❖ Salas de internet
- ❖ Discotecas
- ❖ Centro de información turística
- ❖ Artesanías
- ❖ Bancos(cajeros)
- ❖ Bomberos
- ❖ Defensa civil
- ❖ Hospital
- ❖ Clínica
- ❖ Campesinos
- ❖ Farmacias
- ❖ Comercio

4 Logística Y Transporte:

- ❖ Taxis
- ❖ Busetas
- ❖ Bicicletas
- ❖ Avientas
- ❖ Aviones

- ❖ Semovientes
- ❖ Transporte público local
- ❖ Internet
- ❖ Agencias de viajes
- ❖ Infraestructura
- ❖ Secretaria de desarrollo social
- ❖ Ferias
- ❖ Página web informativas

5 Manejo De Mercado:

- ❖ Agencias de viaje
- ❖ Prestadores y Operadores Turísticos
- ❖ Asociaciones
- ❖ Cámaras de Comercio
- ❖ Alcaldías
- ❖ Oficinas Municipales de Turismo(secretaria de desarrollo social)
- ❖ ANATO
- ❖ Agencias de Viajes mayoristas y minoristas
- ❖ Aerolíneas
- ❖ Agencias de Viajes
- ❖ Promoción y publicidad por Página Web
- ❖ Ferias Turísticas
- ❖ Visitas Turísticas

6 Intereses En El Sector Turístico

- ❖ Imagen.
- ❖ Unificar la cadena productiva.
- ❖ Compartir experiencias exitosas con los diferentes sectores.
- ❖ Mejorar la operación del servicio de la práctica de los deportes de aventura.
- ❖ Innovar en el sector turístico del departamento
- ❖ Tener una oferta competitiva.
- ❖ Vivir la cultura del servicio.

- ❖ Acreditarnos a nivel nacional e internacional.
- ❖ Mantener una buena ocupación hotelera.
- ❖ Mantener mi imagen del negocio permanente en mi servicio.
- ❖ Identidad socio-cultural del destino turístico y sus productos.
- ❖ La imagen del hotel.
- ❖ Bienestar social y calidad de vida.
- ❖ Promocionar las artesanías de la región a nivel nacional e internacional.
- ❖ Mejorar la calidad de vida y el bienestar de los artesanos.
- ❖ Mejorar calidad hotelera.
- ❖ Ser parte de una organización turística que nos dé mayor fortaleza en nuestros productos.
- ❖ Incluir más personas en la red.
- ❖ Promoción – publicidad.
- ❖ Capacitación.
- ❖ Integrar a las personas comprometidas en el turismo
- ❖ Promoción y publicidad efectiva.
- ❖ Organización y unión.
- ❖ Salud, dinero e imagen.
- ❖ Conciencia
- ❖ Conocimiento.
- ❖ Alineamiento de las entidades que promueven el mejoramiento del turismo pertenezco.
- ❖ Integrar a las personas comprometidas en el turismo.
- ❖ Actitud de servicio.
- ❖ Visualizar las debilidades con respecto a la competencia nacional e internacional.
- ❖ Estrategia de mercado unificado.
- ❖ Buscar asesoría en innovación y capacitación.
- ❖ Sentido de pertenencia.

INFRAESTRUCTURA TURISTICA

Como resultado de las entrevistas realizadas y las apreciaciones de los consultores expertos durante los trabajos de campo del diagnóstico, se ha elaborado el siguiente cuadro de la situación de competitividad de los distintos productos:

Productos y familias de productos	Accesibilidad al mercado	Relación calidad /precio	Tendencias del mercado	Clientes actuales y potenciales
Turismo ecológico	Principal producto del municipio	Precios baratos. Escasa calidad de los servicios e instalaciones	Expansión de turismo ecológico con matices culturales y de naturaleza en la represa Topocoro potencial de Lebrija para el desarrollo de este producto.	Actuales municipios cercanos Potenciales Familias y grupos entre 25 y 45 años con poder adquisitivo medio y medio alto. A largo plazo turismo internacional.
Turismo gastronómico	Producto que ha venido desarrollando activamente	Hay escasa presencia de la gastronomía local en la oferta existente. Problemas de profesionalidad y manejo saludable de alimentos.	Producto en aumento de interés. Se corre el riesgo de su desaparición	Actuales Sólo es consumido por turistas ya en el destino. Potenciales Producto con gran potencial y soporte de cadenas productivas locales
Turismo en eventos culturales	Viajes organizados individualmente. Funcionan entre grupos de aficionados que suelen repetir visita anualmente a un sitio determinado, Lebrija cuenta con un número de eventos, considerados atractivos turísticos.	Crean problemas de saturación un día. Precios muy elevados durante los días del evento, empeorando la relación entre la calidad y los precios.	Estos eventos necesitan de relación conceptual con el resto de recursos turísticos del destino para ampliar las temporadas.	Actuales Público Departamental. Cercanos. Público especializado para determinados tipos de eventos: música y folclor (festivales musicales y teatro, ferias).
Comercio de artesanías	Falta de un espacio propio de venta	La relación calidad precios	Producto en crecimiento siempre que	Actuales Turismo regional medio

	continúa. Inclusión en otros paquetes turísticos de distintos interés.	muy alta. Falta mejora el diseños y productos para su aumento	se encuentren con autenticidad , diseño	y medio alto. También fuera del destino. Ligado a la represa TOPOCORO
Agroturismo	Existe potencial en turismo ganadero.	Escaso desarrollo de producto. Precios variados.	Producto de atractivo minoritario	Actuales Mercado local. Potencial Alternativa rural ligada a valores de naturaleza,
Turismo de observación de la naturaleza				
Turismo en y reservas naturales	Oferta dispersa entre varios operadores locales. Solo se ofrece el recorrido por la Tagua Y Topocoro. Paseo de día. Observación de aves, peces, flora	Falta de control de los Servicios improvisados, lanchas en malas condiciones sin permisos. Dificultad para armar paquetes completos con Guianza	Producto en alza. Problemas de seguridad. Producto con capacidad de carga.	Actuales Grupos locales los fines desimanan. Mercado Regional y nacional para la represa de Topocoro.
Turismo acuático, náutico, marítimo				
Turismo fluvial y acuático	Existe alguna oferta de navegación en velero por el la represa de Topocoro. Poca o nula difusión.	Falta organización de producto. Precios desordenados y variables.	. Producto con potencial para pequeñas comunidades u veredas que cuentan con corrientes fluviales...	Actuales Público nacional. Potencial para público internacional en zonas seguras. Potencial Atractivo con potencial como producto complementario
Turismo náutico	Creciente publicidad para productos náuticos ligados al viento Falta infraestructura (embarcaderos, puertos).	Falta difusión del producto. Excelentes condiciones de viento para la práctica de estos deportes. Falta organización del	Producto sensible a la seguridad. Faltan instalaciones	Actuales Público especializado en deportes náuticos ligados al viento. Turistas de aventura. Escuelas de entrenamiento. Potencial Público

		producto y ampliación de la oferta que se da en la represa de Topocoro		nacional e internacional.
Pesca artesanal	Producto que se vende esporádicamente por los pescadores de la zona.	Falta de organización y elementos de seguridad	Se requiere un protocolo de condiciones para el producto	Potencial Producto complementario o El de naturaleza.
Turismo activo				
Senderismo	Potencial en algunas zonas interiores aun sin organizar en la represa Topocoro.	Falta organización del producto.	Producto sensible a los problemas de seguridad. Faltan mapas, guías y geo referencias. Existe una amplia competencia en otros municipios.	Pocos clientes actuales Potencial. Segmento de viajeros interesados en el senderismo en áreas "únicas"

Tabla Capacidad y estructura de la oferta y Análisis de la demanda actual y potencial.



Transporte

Aéreo



Aeropuerto Internacional Palonegro

Este medio de transporte es clave para el desarrollo turístico del Municipio, pues la conexión estratégica para el turismo exterior y nacional de medio y alto poder adquisitivo. Lebrija cuenta con el aeropuerto internacional, “PALONEGRO”, se le hicieron las diferentes reformas para más capacidad de carga de pasajeros, mejorar su infraestructura ampliación y mejoras de sus instalaciones, pero la conectividad aérea es buena

Se tiene los diferentes vuelos una conexión con Pereira, Barranquilla. Medellín, Bogotá y una conexión internacional cada semana a Panamá. Ha habido intención de ampliar estas rutas. El presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Bucaramanga, Juan Camilo Beltrán Domínguez confirmó a Caracol Radio que es casi un hecho la apertura de una ruta aérea entre esta capital y el estado de la Florida, en Estados Unidos. Aún falta por concretar dicha ruta. En este momento ante la demanda pasajes muchos viajeros prefieren desplazarse por vía aérea, ya que se obtienen buenos precios y se llega más rápido al destino.

Transporte Terrestre



Terminal de Transportes de Bucaramanga

En cuanto a rutas terrestres, varias compañías conectan al departamento de Santander con otros departamentos con eficiencia con distintos puntos como Bogotá y la costa Caribe, Medellín, Valledupar, con empresas como Coopetran, Berlinas, Omega, Bolivariano también se puede conectar con rutas incluso a la Frontera ecuatoriana. Venezuela.

Cuenta con un terminal de transportes muy eficiente y cómodo queda a 45 minutos del municipio de Lebrija, tiene una excelente locaciones es amplio. Con una flota de buses de ultimo modelos, para la comodidad de los pasajeros.

Transporte Urbano



Trasporte Intermunicipal "TransLebrija"

Transportes Lebrija Limitada

es una empresa de transporte intermunicipal de pasajeros que en la actualidad cuenta con una moderna estación de servicios; le da garantía a todos sus clientes con la prestación de un servicio eficiente, oportuno, con

calidad y seguridad en el transporte de pasajeros; cumpliendo a cabalidad con todas las normas legales, capacitación y un excelente manejo de selección de operadores, con una moderna y amplia flota de equipo de transporte terrestre y modernas instalaciones, con el fin de brindar un servicio con calidad y eficiencia para la comunidad local e interdepartamental.

Moviliza los diferentes pasajeros a la capital santandereana, que van hacer sus diligencias a Bucaramanga, los diferentes estudiantes que van a las universidades

Servicios

- Transporte Intermunicipal
- Transporte Especial
- Estación de Servicio Mobil Translebrija
- Serviteca Translebrija
- Transporte Fluvial
- Agencia de Viajes

Coontranspalonegro Ltda.



Figura 31 Transporte Interveredal TransPalonegro

Es una cooperativa de Transporte Público Colectivo de pasajeros ubicada en la Cra. 9 No.8-32 en el Municipio de Lebrija – Santander, creada con

personería jurídica en el año 1989 en cabeza del SR. VICENTE RODRIGUEZ PLATA.

Inicio con vehículos informales como camionetas de estacas; en este año se creo la cooperativa con un potencial aproximado de 120 socios. En el año 1995 fue disminuyendo la base de datos mediante perdida de investidura como asociados y por incumplimiento en los pagos. Cootranspalonegro inicio la solicitud de capacidad transportadora a la alcaldía municipal para 6 buses y 2 busetas y en consenso con los asociados y con el fin de incrementar los activos se decidió comprar un predio para las instalaciones de las oficinas.

En el año 1998 el señor alcalde NORBERTO VASQUEZ VILLAREAL de este periodo solicito mediante una resolución el cambio del parque automotor de particular a público, basado en el decreto 1557. La cooperativa debió inscribirse en la cámara de comercio para que esta quedara regida bajo los parámetros exigidos por la ley. Con el registro de la cooperativa y con toda la documentación legal se solicitó al municipio la capacidad transportadora para 25 vehículos de servicio público colectivo el cual fue aprobado 14 rutas rurales con sus respectivas frecuencias mediante la resolución No. 008 del 24 de mayo del 2000.

Alojamiento

Lebrija cuenta con 15 establecimientos hoteleros formalizados, aunque algunos no tienen actualizado el RNT. De ellos se han visitado o se han realizado pruebas de consumo en 13 establecimientos de alojamiento.

Establecimiento	Valoración			
	RNT	Habitación	Camas	Ser. Cliente
Hotel Mónaco	x	41	49	10
Hotel Prados de la serranía	x	28	35	10

Hotel central	x	14	16	10
Hotel aquí me quedo	x	30	30	10
Hotel Caserón de Piedra				
Hotel Palonegro	x			10
Hotel cascada real	x	27	32	10
Hotel julianita	x	10	10	10
Hotel Ecoturístico Sueños Del Paraíso				
Hotel Antana	x	13	15	10
Lebrija confort	x	28	32	
Hotel valle de los ángeles	x	12	15	10
Hotel guayacanes	-	25	30	7
TOTAL	11	234	270	

Se hizo pruebas de consumo se deduce que todos los promedios están por debajo del punto neutral (3), que los peor valorados son las habitaciones y la atención al cliente y el servicio ofrecido y que existe una aproximación razonable al ajuste a las categorías sugeridas.

La planta hotelera formal cuenta con aproximadamente 250 habitaciones y una capacidad variable entre 200 y 400 camas. Los índices de ocupación son relativamente buenos, no todos son turistas. Encontramos una lista de precios al público muy elevada para las prestaciones recibidas, que perjudica al viajero frente a estos clientes “institucionales” que reciben mejores ofertas. La disposición del personal de servicio no llega a suplir las deficiencias en instalaciones y, sobre todo, en equipamientos.

Aunque la planta hotelera se ha venido modernizando y existen los operadores hoteleros han hechos las diferentes inversiones para aumentar el número de habitaciones y camas, como demuestran los resultados del análisis, los estándares de calidad son bajos en algunos hoteles del municipio y se puede apreciar, salvo algunas excepciones, la improvisación y falta de conocimientos específicos de propietarios, emprendedores que incursionan en la hotelería. Existe además una oferta informal que puede

llegar al 5% de las camas disponibles, segmento que paradójicamente está más orientado a los turistas que toman a Lebrija como punto de partida y centro de actividades de descanso

Restaurantes



Se han realizado pruebas de consumo y visitas a 25 establecimientos

ESTABLECIMIENTOS
Restaurante Casero la 7
Restaurante Rey
Restaurante D&S
Restaurante San Res
Restaurante Brisas

Restaurante Rancho Nuevo
Restaurante Caserón De Piedra
Restaurante La Renta
Restaurante Brisas De México
Restaurante El Taxista
Restaurante MIRAZUR
Restaurante Carnes Prada
Restaurante Astilla
Restaurante Puerto Llanera
Restaurante PERY
Restaurante Los Potrillos
Restaurante Marambi
Restaurante Rancholoco
Restaurante Brisas
Restaurante Reika
Restaurante Bufalo&Beef
Restaurante Castillo Pizza Paraiso

Restaurante La Renta
Restaurante Guayacanes

A excepción de los restaurantes situados en el casco urbano y a las afuera del municipio, que tienen en la mira la clientela turística, la mayoría de los restaurantes están dirigidos a la población local. El promedio de valoración sobre 15 puntos posibles se queda en el punto medio, lo que es coherente con el enfoque del sector principalmente dirigido al público local.

Las pruebas de consumo realizadas indican que el punto más flojo es la atención al cliente, destacando el ajuste a la tipología de restaurante que supera el punto medio de satisfacción y la comida regional que está presente en la mayoría de los menús, ya sean menús corrientes o a la carta. Un análisis rápido de las instalaciones de cocina, muchas de ellas a la vista, indica que existen carencias importantes en cuanto al manejo saludable de los alimentos. Se trata de un aspecto habitual en establecimientos basados en la experiencia en cocina casera pero con escasa capacitación del personal. Aunque la mayoría de los restaurantes cuentan con platos típicos de la cocina regional, En este sentido los restaurantes más turísticos son san res y D&S. en la plazoleta encontramos las diferentes comidas rápidas que son muy apetecidas por los turistas.

Agencias De Viajes

Aunque algunos ofrecen servicios generales, la mayoría son agentes comercializadores de paquetes hacia el resto del departamento y algunos incluyen en su portafolio algunos paquetes para los diferentes municipios y algunos departamentos colombiano.

Agencias de viajes	RNT
LebriTours	x
Corporación Juventudes Presentes SAS	x

TranLebrija Travel	
Agencia de viajes Despensa Popular	

De la muestra de las agencias comercializadoras analizadas, se ven grandes diferencias entre algunos prestadores con una valoración únicamente tienen operación en temporada. La clave de estas diferencias está en la variedad de los servicios ofrecidos, el servicio al cliente y las instalaciones que ofrecen al público, incluyendo servicios personalizados complementarios a los simples paquetes. Destacan que el fuerte son las excursiones hacia Santa Marta, Cartagena, eje cafetero. Motivaciones que van desde el etnoturismo, turismo de aventura, y un turismo religioso.

Servicios Turísticos Complementarios

Nombre comercial	Tipo de servicio
cootransportugal	Taxi
Translebrija tours	buses
Parque Interactivo Lebrilandia	Parque Interactivo
Parque Interactivo Cuzamanes	Parque Interactivo
Centro Comercial Coomultrasan	Centro comercial
José Miguel Hernández	Guía Turístico
Represa sas	Trasporte Fluvial
Discoteca Betania	Discoteca
Hawai	Discoteca
Ferrosantander	Parque Interactivo
El Deportista	Discoteca

Aunque aparece en el destino una amplia gama de servicios complementarios que pueden apoyar la estancia de turistas en el municipio y la organización de

otros productos hay que señalar que en su mayoría están dirigidos al público local o a los visitantes.

A pesar de los enfoques hacia el turismo de naturaleza y el etnoturismo, la plaza de mercado tradicional presentan un estado no muy buena, ya que para el tipo de cliente hacia el que se quiere crecer, son importantes los productos tradicionales y la seguridad en la alimentación.

Un producto complementario destacado lo ofrecen las empresas de taxis que atienden a un segmento de demanda que viaja por conocer todo sobre la batalla de PALONEGRO Y TOPOCORO que por conectividad y comodidad prefiere pernoctar en Lebrija.

Espacios Recreacionales

Espacio público recreacional pasivo y activo: está configurado por el parque central —ubicado frente a la Iglesia y la Alcaldía—, por los parques construidos en el barrio La Popa y Campo alegre. Igualmente, existe el parque de San Pablo, que se está configurando para Área recreacional pasiva del municipio, ubicada sobre la vía regional, a 2 Km. de la cabecera municipal, el cual no se contabiliza en este rubro. En la tabla 8 se presentan los sitios para la recreación pasiva y activa del municipio.

ITEM	ÁREA M2
Cancha de Fútbol	24.000
Zona polideportivo junto a cancha de fútbol	1.750
Espacio Público de San Jorge, uso deportivo	510
El Gallego	6.000
Polideportivo Campo Alegre	544
Polideportivo Maria Paz	392
Polideportivo La Popa	544
TOTAL	TOTAL 33.740

Espacios Recreacionales

QUEBRADAS/ PARQUES	ÁREA M2
a Angula	51.306
Buena Vista	11.419
Las Raíces	46.408
La Popa	16.905

El Chirilí*	18.629
Las Mirilas*	8.070
Parque la Popa	583
Parque principal	6.400
Parque Campo Alegre	787
TOTAL	160.507

Parques y quebradas urbanas

- **Zonas recreativas rurales.** Las zonas recreativas rurales son de uso colectivo, que sirven como centros para la práctica de deportes y para la recreación activa, constituyen equipamiento básico de los centros poblados y las cabeceras de las veredas. En tal sentido existe un gran déficit en el campo.

- **Zonas verdes rurales.** Constituyen los espacios públicos verdes localizados en las cabeceras veredales y caseríos; se clasifican como zonas verdes rurales los parques veredales. Son prácticamente inexistentes y se hallan en pésimo estado. El parque de San Pablo se halla ubicado junto a la escuela del mismo nombre, sobre la carretera que de la cabecera municipal se dirige hacia la capital del departamento.

POTENCIALES PRODUCTO TURISTICOS

Cadenas productivas con proyección turística

En los trabajos de campo y entrevistas con personalidades se han detectado tres cadenas productivas que pueden suponer oportunidades de negocio para completar o crear productos turísticos específicos relacionados con ellas.

Pesca artesanal



Pesca Artesanal

En este momento la mayoría de la pesca obtenida por los pescadores aledaños a la represa Topocoro es vendida en la vía que de Barrancabermeja conduce a Bucaramanga, también se vende a intermediarios para su venta fuera del municipio a bajo precio. Par uso gastronómico en los diferentes restaurantes de la localidad pescado muy apetecido por los turistas, ya que es casado en el rio Sogamoso.

Cadena productiva de piña

Esta cadena productiva está ligada al producto de piña que se está utilizando en la gastronomía tradicional de la región .y se lleva a cabo el proceso de papel de piña.



Fincas cultivadas en piña

Existen varias fincas piñeras que ofrecen servicios turísticos, sobre todo para eventos y fiestas particulares. Sin embargo por los valores del paisaje y las especiales tradiciones de sembrado de piña en lo urbano, podrían convertirse en una alternativa para turismo rural en el municipio de Lebrija.

BANCO DE PROYECTOS

Metodología propuesta

La metodología para la construcción del banco de proyectos de turismo surgió como una iniciativa para dar respuesta a las necesidades de los actores vinculados al turismo en Lebrija. El proceso se realizó mediante un taller de trabajo que permitió

identificar ideas de proyectos que se presentaron y gestaron en el marco del desarrollo del Plan Sectorial Parcial de Turismo. Para este logro, se diseñó una ficha técnica que permitió orientar la formulación de proyectos con el propósito de identificar las condiciones y características de Cada uno, dar difusión de las iniciativas exitosas y no exitosas, para conocerlas, aprender de ellas, mejorarlas y hacer un uso eficiente y eficaz de los recursos públicos o privados.

Método Amiba – Proceso De Migración De Negocios

La dinámica de las razones básicas de las empresas en los diferentes sectores productivos, plantea el desarrollo de una estructura de movilidad que permita transformar los ejes de negocio actuales, de acuerdo a los emprendimientos de las empresas y al descubrimiento de los desequilibrios de mercado existentes.

Para ello se ha diseñado el Método Amiba, el cual permite la exploración y la movilización y la posterior migración de los negocios. El proceso planteado en este método tiene como base la Curiosidad, lo cual asocia necesariamente un proceso constante de identificación de aspectos y Hecho que por su novedad motiven y atraigan. Cuando el proceso del método se aplica, se activan todos los sensores que posee una empresa, identificando, aproximándose y determinando los centros de interés.

El método por ello implica moverse entre el corazón del negocio, los negocios desarrollados a partir del que hacer (ya qué estamos en esto...) y los negocios oportunidad. En el primer espacio debe ser clara la Razón de Ser de la empresa y su negocio; en el segundo debe ser claro aquellas labores y negocios que se han desarrollado a la sombra del negocio eje, y que han agregado valor a la compañía; en el último espacio debe tenerse en cuenta que el “curiosear” puede llevar a identificar nuevas realidades, que requieren de nuevas ideas. Por lo tanto el estar en uso del método puede producir un primer momento de generación de ideas y proyectos, lo cual no debe angustiar, por el contrario es una muestra de la conciencia construida sobre la realidad y la apropiación de esta.

Ideas Colectivas De Propuestas De Proyectos A Desarrollar

1. *Objetivo general:*

Adecuar la infraestructura vial y turística para las regiones de Lebrija y sus alrededores.

Objetivos específicos:

- Señalizar los atractivos y servicios turísticos del municipio de Lebrija
- Construir los puertos de embarque y desembarque de canotaje en la REPRESA TOPOCORO.
- Mejoramiento y pavimentación de las carreteras de la ruta TOPOCORO en LEBRIJA para el acceso a los diferentes sitios turísticos.

2. Objetivo general:

Posicionar el destino turístico de Aventura en el mercado turístico nacional e internacional

Objetivos específicos:

- Realizar una investigación de mercado para identificar los segmentos o público cual sea el objetivo.
- Definir contenido y estrategias de plan de comunicación para la promoción y publicidad.
- Identificación y valoración técnica de los productos turísticos.

3. Objetivo general:

Implementar normas técnicas de seguridad en la práctica de deportes extremos y de aventura

Objetivos específicos:

- Capacitar el recurso humano en las normas técnicas de seguridad, pertinentes a cada actividad.
- Elaborar protocolos de seguridad visibles para los usuarios.
- Verificar la calidad y buen estado de los equipos para la práctica de los deportes de aventura, certificados y homologados por autoridades competentes para cada actividad.

4. Objetivo general:

Recuperar la identidad histórica y cultural de la zona turística de la región para motivar al turista.

Objetivos específicos:

- Estudiar y analizar los escritos y tradiciones populares.
- Elaborar material de divulgación sobre la identidad histórica y cultural de Lebrija.
- Realizar talleres de sensibilización en los diferentes planteles educativos y comunidad en general para enseñanza del material elaborado.

Ideas De Proyectos Individuales Propuestos

1. Objetivo general:

Consolidar una empresa de turismo cenas románticas en Lebrija

Objetivos específicos:

- ✓ Identificar a nuestros aliados estratégicos del departamento antes de finalizar el año 2018.
- ✓ Diseñar paquetes turísticos de cenas románticas e integración con la naturaleza en el mes de marzo del 2018.
- ✓ Desarrollar una estrategia de mercado nacional y llevarla a cabo en el año 2018.

2. Objetivo general:

Pedir al alto gobierno nacional se atienda y se dé pronta solución a la urgente necesidad de transporte escolar con vehículos con capacidad y confort para nuestra comunidad estudiantil.

Objetivos específicos:

- ✓ Gestionar ante el gobierno del nivel nacional la donación de bus (1) para el transporte de la comunidad educativa
- ✓ Ofrecer bienestar y mejor oportunidad tanto a la comunidad estudiantil, como a la comunidad en general para acceder a los servicios educativos que ofrecemos y prestamos desde cada una de las sedes.
- ✓ Procurar un mejoramiento muy significativo en cobertura y calidad educativa de la institución.

Ideas Colectivas De Proyectos Para Proponer Por El Sector Turístico De Lebrija Al Fondo De Promoción Turística Nacional.

- I. Elaboración de un Folleto (video, guía turística, afiche, postales) del Plan Sectorial de Turismo de Lebrija.
- II. Eco desafío competencia deportes de aventura en Junio de 2019
- III. Proyecto para la conformación de una entidad que asocie a las diferentes agremiaciones de la región de Lebrija que está a su vez haga del comité Empresario de Turismo que se tiene en la Cámara de Comercio de Lebrija o Bucaramanga.

Ideas Identificadas De Proyectos A Desarrollar Por El Sector Turístico De Lebrija

Recorrido Por Los Senderos De La Guerra de Los Mil Días

(Turismo de aventura, ecoturismo y turismo cultural)

- i. Recorrer los caminos reviviendo de esta manera la guerra de los mil días, caminos reales que llegan a la REPRESA TOPOCORO de los comercializadores de pescado, y frutas.
- ii. Apreciar la apropiación y mejora de los espacios geográficos que nuestros abuelos e indígenas habitaron en la región de la cabaña.
- iii. Vivir la experiencia del recorrido por la ruta Palonegro-Cantabria-Lebrija-Paraguay-cabaña-Topocoro en distintos medios de transporte ya sea simplemente a pie, en mula, en bicicleta, acompañado por guías o en carro.

La Ruta De La Piña (Agroturismo)

Un recorrido donde las historias se entrelazan con la magia, a medida que se recorre el proceso de la siembra, el cuidado preparación y elaboración de los diferentes dulces, postres, jugos, bocadillos, mermeladas, batidos, guarapillo, aperitivos, pasa bocas y no solo eso de los productos que pueden ser derivados de la piña como: el papel de piña, bolsas de piña entre otros.

La Ruta Piedra Del Indígena

Recorrido donde la historia de nuestros antepasados, se revive al observar los jeroglíficos que dejaban los indígenas en la época para comunicarse o simplemente para plasmar vivencia e historias o para comunicasen con otras tribus.

CONCLUSIONES

En el trabajo realizado se logró identificar algunas falencias con respecto al diseño del plan sectorial turístico de Lebrija, que nombramos a continuación:

- Se identificó que los Prestadores de Servicios Turísticos de Lebrija están interesados en potenciar el Sector Turístico, vinculándose a actividades y capacitaciones que la administración promueva para el fortalecimiento y desarrollo del sector en el municipio, se recomienda seguir la gestión para capacitar a los empresarios del sector con entidades como SENA y CAMARA DE COMERCIO.
- Formular proyectos entorno al producto insignia de Lebrija “LA PIÑA”, Ejemplos: Parques Interactivos de la piña, fincas agroturísticas enfocadas a la producción y comercialización de la piña, articulación de mujeres cabezas de hogar para diseño y comercialización de artesanías entorno a la piña, elección del plato típico de Lebrija.
- Sensibilización a comunidades para el cuidado y conservación de los atractivos del Municipio, con la campaña: “Preservación y Conservación de los Atractivos Turísticos de Lebrija”.
- Gestionar ante el Ministerio de Cultura y Ministerio de Industria, Comercio y Turismo para declarar atractivos históricos y culturales, inmuebles y muebles como patrimonio.
- Trabajar en Jornadas pedagógicas de preservación y conservación de los atractivos turísticos y de conceptos afines al turismo.
- Seguir el trabajo articulado con la Policía de turismo y entidades a fines del turismo para el fortalecimiento del Sector.

- Articular la Escuela Municipal de Artes de Lebrija y La Plataforma de Juventudes con el Sector Turístico

BIBLIOGRAFIA



1. Lebrija,(2016-2019)PLAN DE DESARROLLO Ambiente, Vida y Desarrollo, Recuperado: <http://www.lebrija-santander.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion-Gestion-y-Control.aspx>
2. Corporación Cultural y Social de Lebrija (Diciembre 2016).Revista Patrimonio, Edición 2.Lebrija, Americam Graf.
3. Corporación Cultural y Social de Lebrija (Septiembre2014).Revista Patrimonio, Edición 1.Lebrija, Americam Graf.
4. Martínez Garnica, A., & Guerrero Rincón, A. (1995). La Provincia de Soto. Orígenes de sus Poblamientos Urbanos. Bucaramanga : Publicaciones UIS
5. Alcaldía de Lebrija. (29, diciembre de 2003). Oficialización del escudo que representa el municipio de Lebrija. [066] Recuperado <http://www.lebrija-santander.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion-Gestion-y2Control.aspx>
6. Mantilla R. (diciembre 2003). Libro Lebrija, Lebrija evocación de su Pasado, pg. 19-98.Bucaramanga; Armonía Impresiones Ltda.
7. Viviescas P, (Nov 2008) Al rescate del tesoro Guane, Especial para El Espectador -Entrevista/ a arqueólogo Gilberto Cadavid. Recuperado de: <https://www.elespectador.com/impreso/articuloimpreso93212-al-rescate-del-tesoroguane>
8. Mogollón J.(2016).Proyecto “Difusión y Apropiación del Patrimonio Cultural “Lebrijense” del Municipio de Lebrija. Bucaramanga
9. Ley 300 (Julio1996), LEY GENERAL DE TURISMO. Recuperado de: <https://www.anato.org/sites/default/files/Ley300de1996-Actualizada2006.pdf>

10. Ley 1101 de 2006 (Nov 22 2006) MODIFICA ALGUNOS ARTICULOS DE LA LEY 300, Recuperado de :
file:///D:/Familias%20en%20Accion/Downloads/Ley_1101_de_2006.pdf
11. Ley 1558 de 2012. (Jul 10 2012), Recuperado de :http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1558_2012.html
12. NTS-Turismo Sostenible1 (Abr302013) Recuperado de:
http://www.mincit.gov.co/publicaciones/5249/nts_-_turismo_sostenible_1
13. Mara R. (julio2008) Modelos de Competitividad para Destinos Turísticos en el Marco de la Sostenibilidad. España. Recuperado de:
<http://www.scielo.br/pdf/rac/v12n3/09.pdf>
14. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2008) Fases para la mejora de la competitividad turística. Bogotá. Recuperado de:
<http://www.mincit.gov.co/loader.php?lServicio=Documentos&lFuncion=verPdf&id=56953&name=SistemaIndicadores.pdf&prefijo=fil>
15. Nicolau I. (2013), EL ENTORNO DE MARKETING TURÍSTICO, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante. España. Recuperado de :
<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/2/Tema%202.pdf>
16. Baidal I, Antoni j. (2000) Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofía y realidades, Investigaciones Geográficas, Universidad de Alicante, España. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/176/17602303.pdf>
17. Barrios A. (noviembre 2011), Ecoturismo y Sostenibilidad: Una revisión bibliográfica. Pág. 20 a 35. Universidad Internacional de Andalucía, España. Recuperado de:
http://citur.linktic.com/upload/publications/documentos/231.Ecoturismo_y_Sostenibilidad_Una_revision_bibliografica.pdf
18. Ministerio de Industria Comercio y Turismo. (Enero 2016), Inventarios Turísticos, Recuperado de:
http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16387/inventarios_turisticos

19. Lineamientos de política para el sector Industria y Comercio+
20. Cámara de Comercio de Bucaramanga (2006) PLAN SECTORIAL PARCIAL DE TURISMO DE SANTANDER – EJE AVENTURA, Recuperado de: <http://gidrot.com/materials/docs/sec/10.pdf>
21. Lebrija, (2003) Plan de Ordenamiento Territorial –POT, Recuperado de: <http://www.lebrija-santander.gov.co/Transparencia/Paginas/Planeacion-Gestion-y-Control.aspx>
22. CAMARA DE COMERCIO –Operadores Turísticos de Lebrija (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viajes)
23. Jacqueline Díaz. (2018). Docente Unidades Tecnológicas de Santander. Bucaramanga
24. Trujillo Bernardo. (2018). Docente Unidades Tecnológicas de Santander. Bucaramanga
25. MORALES M. (2018), Corrección Documental, Trabajadora Social, Universidad Industrial De Santander.
26. Plan de desarrollo turístico del valle del cauca.(2012), Recuperado de: 186.Plan_de_desarrollo_turistico_del_Valle_del_Cauca (1)
27. Plan Sectorial de Jordán, Recuperado de
28. Plan sectorial de Riohacha.(2013) recuperado de: PLAN SECTORIAL DE TURISMO RIOHACHA 2013- 2022.pdf
29. Plan sectorial parcial de turismo de Santander-eje de aventura.(2006), Recuperado de: Microsoft Word - Plan Sectorial de Turismo.doc

ANEXOS

Anexo 1 Encuestas Operadores Turísticos

		SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONOMICO ALCALDIA MUNICIPAL DE LEBRIJA PROYECTO PARA EL FORTALECIMIENTO DEL TURISMO DE LEBRIJA			
		ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO Y HOSPEDAJE HOTEL			
CENTRO VACACIONAL		CAMPAMENTO TURISTICO		COMERCIALIZADORA	
OTROS TIPOS DE HOSPEDAJE NO PERMANENTE		ALBERGUE REFUGIO HOSTAL ALOJAMIENTO RURAL APARTA HOTEL		OTORA Y COMERCIALIZA	
No. DE HABITACIONES		No. DE CAMAS			
MAYORISTAS		AGENCIA DE VIAJES		ESTABLECIMIENTO DE GASTRONOMIA Y SIMILARES BAR	
OPERADORAS				RESTAURANTE	
Y DE TURISMO				BARY RESTAURANTE EMPRESAS CAPTADORAS DE AHORRO PARA VIAJES Y DE SERVICIOS TURISTICOS	
OFICINA DE REPRESENTACION TURISTICA				CONCESIONARIO DE SERVICIOS TURIST	
OPERADORES PROFESIONALES DE CONGRESOS FERIAS Y CONVENCIONES				EMPRESA DE TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR	
ARRENDADORES DE VEHICULOS PARA TURISMO NACIONAL E INTERNACIONAL				TRANSPORTE TERRESTRE AUTOMOTOR DEPRADORES DE CHIVAS	
USUARIOS OPERADORES DESARROLLADORES E INDUSTRIALES EN ZONAS FRANCAS				OTROS ANEXAR RESOLUCION MINTRANSPORTE No.	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO DE COMERCIO:				Nombre representante, propietario:	
DIRECCION DEL ESTABLECIMIENTO:					
MUNICIPIO:				DEPARTAMENTO:	
TELEFONO FIJO:				TELEFONO CELULAR:	
CORREO ELECTRONICO:				TOTAL EMPLEADOS DIRECTOS	
DIRECCION DE NOTIFICACIONES:				TOTAL EMPLEADOS INDIRECTOS	
NIT del establecimiento:					
TIPO DE ORGANIZACIÓN A LA CUAL PERTENECE (seleccione solo una opción)					
CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR		<input type="checkbox"/> EMPRESA UNIPERSONAL		<input type="checkbox"/> SOCIEDAD EN COMANDI	
SOCIEDAD ANONIMA		<input type="checkbox"/> SOCIEDAD COLECTIVA		<input type="checkbox"/>	
SOCIEDAD LIMITADA		<input type="checkbox"/> OTRO		<input type="checkbox"/>	
Inicio de actividades DD/MM/AAA					
Pertenece a alguna agremiación del sector? SI___ NO___ CUAL:					
Tarifas hoteleras		HASTA \$30. HASTA \$50. HASTA \$70.000 SUPERIOR A \$70.000			
habitacion normal		<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>			
habitacion de preferencial		<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>			

Formato de Encuesta Aplicada a Operadores Turísticos

Resultados de Hoteles

A continuación se exponen los resultados de la encuesta hecha a los Hoteles del Municipio de Lebrija sobre la oferta de camas habitaciones y precios de sus productos.



Resultados de Tarifas Hoteleras de Lebrija

El **Hotel Mónaco** es el que tiene la tarifa más alta entre los Hoteles encuestados tiene un precio de estadía de una noche de **\$50.000** mientras el **hotel Julianita** tiene una tarifa más económica **\$20.000**.



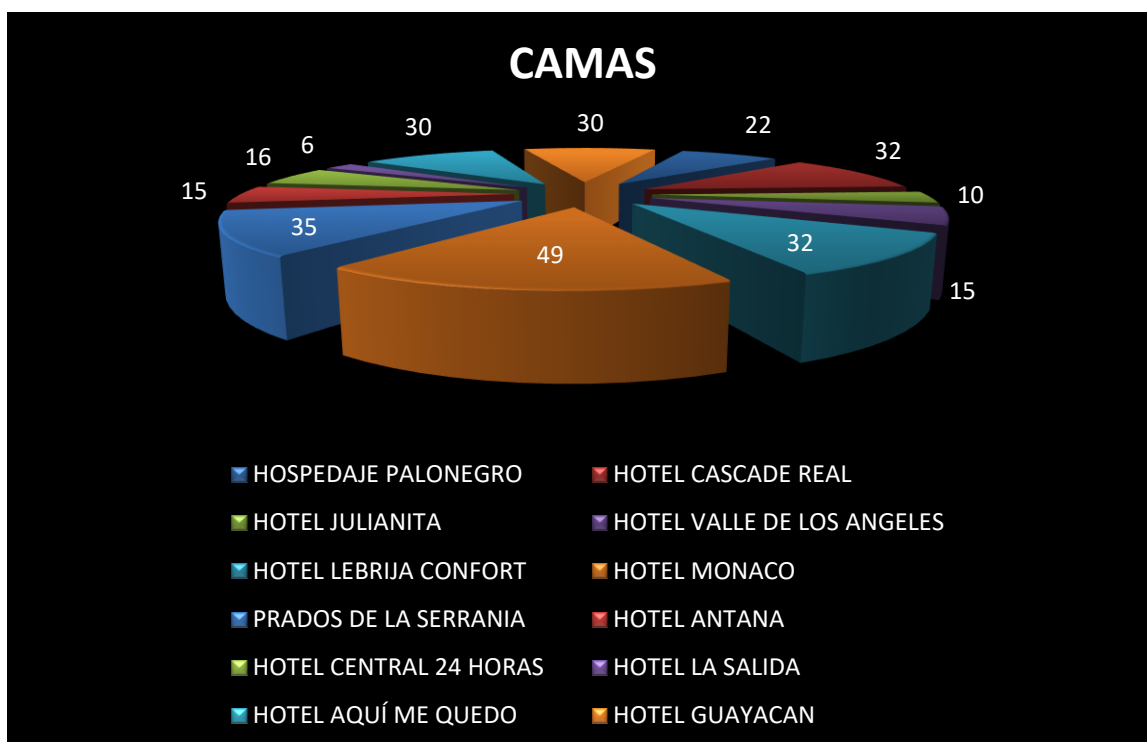
Resultados de Habitaciones por Hotel

El hotel que cuenta con más habitaciones de los encuestados es el **Hotel Mónaco (41)** y el que menos habitaciones oferta es el **Hotel La Salida (6)** y el **Número total de habitaciones en Lebrija 231**.



Figura 48 Resultados de Promedio de los Precios de Habitaciones de Hoteles

Solo los hoteles Mónaco, Valle de los Ángeles, Prados de la Serranía y el Hotel Lebrija Confort ofrece en su portafolio de servicios las habitaciones con precio preferencial. El Hotel Mónaco es el que tiene un precio más elevado \$100.000 y los tres hoteles restantes tienen un precio igual de \$50.000.







Resultados de Numero de Camas por Hotel

El Hotel que más oferta de camas tiene en el municipio es el **Hotel Mónaco (49)** y el que menos camas tiene en su portafolio de servicios es el **Hotel La Salida(6)**. **Total de camas en el municipio 262.**

Como conclusión general de la encuesta podemos observar que la oferta hotelera del Municipio es buena.

Resultados de Encuestas Restaurantes:

<p>✚ Casero la 7a Dueño: Mónica Domínguez Prada. Lugar: Carrera 7ma, N° 10-55, Centro. Teléfono: 3186886604 – 6567624.</p>	<p>✚ La Esquina del Rey Dueño: Reinaldo Hernández. Lugar: Carrera 11, N° 7-77 Esquina (Parque Principal). Teléfono: 3205830303 – 3013639929.</p>
<p>✚ Parrilla Mirador Dueño: Bertha Serrano. Lugar: Carrera 9, N° 8- 75 Piso 2. Teléfono: 3187081582</p>	<p>✚ La Lajita Dueño: Iván Rodríguez. Lugar: Calle 12, 15B 225 – Central. Teléfono: 3167427681.</p>
<p>✚ Pery Dueño: Yaneth Herrera. Lugar: Carrera 12, N° 11- 39, Centro. Teléfono: 3173394913.</p>	<p>✚ D&S Dueño: Dorademi Herrera Balderrama. Lugar: Calle 12, N° 8 -43, Centro. Teléfono: 6537768.</p>
<p>✚ La Terraza Dueño: Ana Sofía Gálvez. Lugar: Carrera 8, N° 11 – 88, Piso 2. Centro. Teléfono: 3102877310.</p>	<p>✚ Rancho Loco Dueño: Salvador Velasco Castañeda. Lugar: Calle 8, N° 9-40, Central. Teléfono: 3102877310.</p>
<p>✚ Plaza San Marcos Dueño: Marcos Muñoz Ardila. Lugar: Carrera 8, N° 10-46, Centro. Teléfono: 3219096072 – 3227097413.</p>	<p>✚ Marambi Dueño: Cristian Fernando Parra García. Lugar: Carrera 8, N° 11-80, Piso 3, Centro. Teléfono: 3177917462.</p>
<p>✚ Carnes Prada Dueño: Merardo Prada. Lugar: Teléfono:</p>	<p>✚ Comidas El Rodeo Dueño: Lida Maritza Prada Bayona. Lugar: Carrera 10, N° 9ª 09, La Esmeralda. Teléfono: 3005700234.</p>
<p>✚ La Bodega Dueño: Yuldor Fabián Gamboa Ardila.</p>	<p>✚ Búfalo American Beff Dueño: Diego Moreno.</p>

Lugar: Calle 10, N° 9-58, Centro. Teléfono: 3185041205.	Lugar: Calle 12, N° 11-70, Centro. Teléfono: 3212033739.
 Mirazur Picnic Dirección: frente a la pista del aeropuerto Palonegro (3,93 km) Celular:321 3716026	 Guayacán Dueño: Frank Haiver Hernández Dirección: Vía Barrancabermeja Teléfono: 3155093803
 La Renta Dueño: Alexander Lesmes Dirección: Vía Barrancabermeja Teléfono: 3176572088	 La Nueva Renta Dueño: Sonia Ramírez Dirección: Vía Barrancabermeja Teléfono :3187989003

Oferta de Restaurantes en Lebrija

La gastronomía santandereana ofrece una variedad de platos típicos como la pepitoria, el cabro, el mute santandereano, la arepa de Maíz pela ‘o “Santandereana”, que resaltan el sabor de nuestra tierra, reconocidos a nivel nacional e internacional como platos exóticos. Motivo que nos enorgullece como región.

Las Hormigas Culonas quizás Con una forma única de preparar y de comer este plato es considerado afrodisíaco, muchos vienen solo para probarlas y otros para conocer sus dones en el amor.

Resultados de Encuestas Parques Interactivos

CENTROS RECREATIVOS	
PARQUE INTERACTIVO CUZAMANES	Dirección: Vía al Aeropuerto Dueño: Javier Mendoza Teléfono :3167230995 Abierto fines de semana y festivos
PALMA BRAVA	Dirección: Vía Bucaramanga – Barrancabermeja Dueño: Luis Alfredo Riaño Teléfono: 3153733402 Abierto fines de semana y festivos

Resultados de Encuestas Transporte

ALKILAUTOS	Dirección: Aeropuerto Palonegro primer piso Dueño: Martha Roció Gallo Teléfono: 3219984898
COOTRANSPALONEGRO	Dirección: cra 9# 8-32 Administrador : Miguel Ángel Maldonado Teléfono: 3184635779 Servicio vereda de 5:30 am a 6:30 am
TRANSLEBRIJA LIMITADA	Dirección: Calle 12 a #17 -163 Administrador : Néstor Prada Rodríguez Teléfono: 3158875080 Servicio Municipal de 5:00 am a 10: 00 pm

Anexo 2 Capacitaciones

Primera Capacitación “Normatividad y Legislación Turística”.



Segunda Capacitación con Policía de Turismo y Cámara de Comercio





Capacitación de Policía de Turismo y Cámara de Comercio sobre ESCNNA





Socialización de Ruta Urbana (Niños, Cámara de Comercio y Operadores Turísticos)





Socialización de Caminatas Eco turísticas con Comunidad





SEMBRATÓN y CAMINATA

Hacia el Monumento Cruz de Palonegro

Celebraremos el Día de la Tierra y la Niñez

Fecha: 24 de Abril
 Hora: 8:00 a.m.
 Salida: Parque Principal

Validación de Rutas Palonegro y Cantabria (Cámara de Comercio, Arquitectos, Operadores Turísticos y Comunidad en General)







Anexo 3. Encuesta Preferencia Turística

1. ¿Tiene intenciones o deseos de viajar?

SI

NO

ESPECIFIQUE SU DESTINO

2. ¿En qué tipo de turismo desea incursionar?

Científico

Ecoturismo

De aventura

Cultural

Histórico

Religioso

Gastronómico

Sol y playa

3. ¿Cuál es el motivo por el cual desea realizar el viaje?

Descanso

Placer

Educación

Recreación

otro

Especifique

4. ¿Qué tipo de actividades desea realizar?

Bicicleta de montaña

Rutas a caballo

Senderismo

Rutas 4 X 4

Visitas guiadas

Excursión arqueológica

Avistamientos de vida silvestre

Riverafting

Sol y playa

5. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en su tour?

6. ¿Le gustaría conocer nuestros paquetes turísticos y promociones?

SI

NO

7. ¿En qué temporada desea realizar el tour?

Temporada alta. Noviembre – Marzo

Temporada baja. Abril - Octubre

8. Especifique el período y fecha de su viaje.

Enero - Marzo

Abril - Junio

Julio - Septiembre

Octubre – Diciembre

Indique fecha exacta (desde – hasta).

9. ¿Requiere la asistencia de un guía turístico responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación durante su viaje?

SI

NO

10. Confirme su forma de pago.

Efectivo

Visa

Master Card

Transferencia

Cheque de viajero

ENVIAR ENCUESTA

Qué actividades de aventura practica:

Rappel

Parapente

Salto en paracaídas

raftikayak

Globo

acuamoto

Alpinismo

Montañismo

Caminata

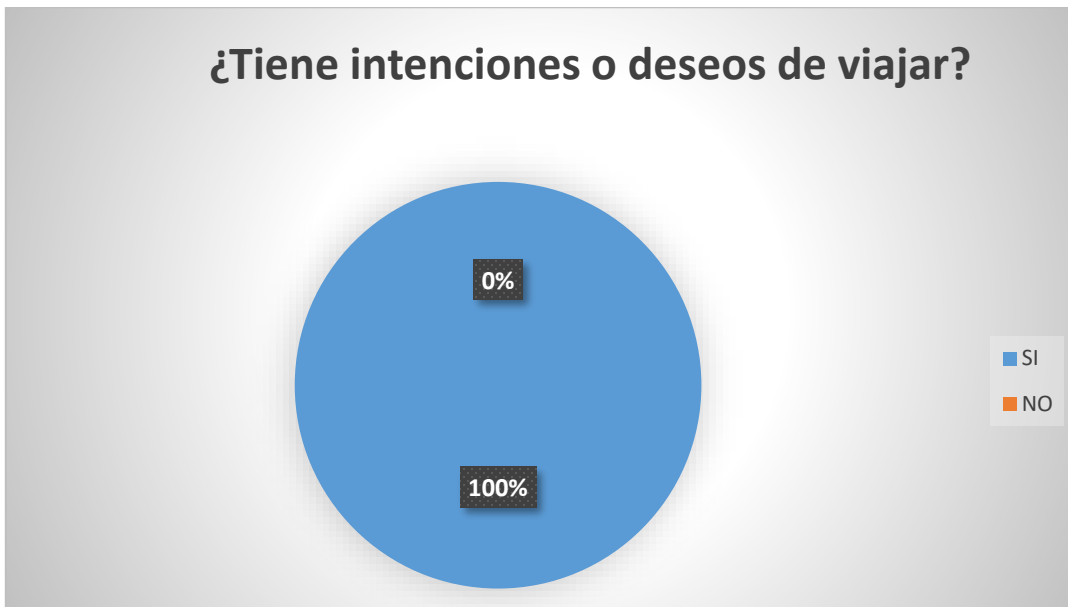
Camping cabalgata

Buceo

Otra cuál?

3.1 Resultados Encuesta Preferencia Turística

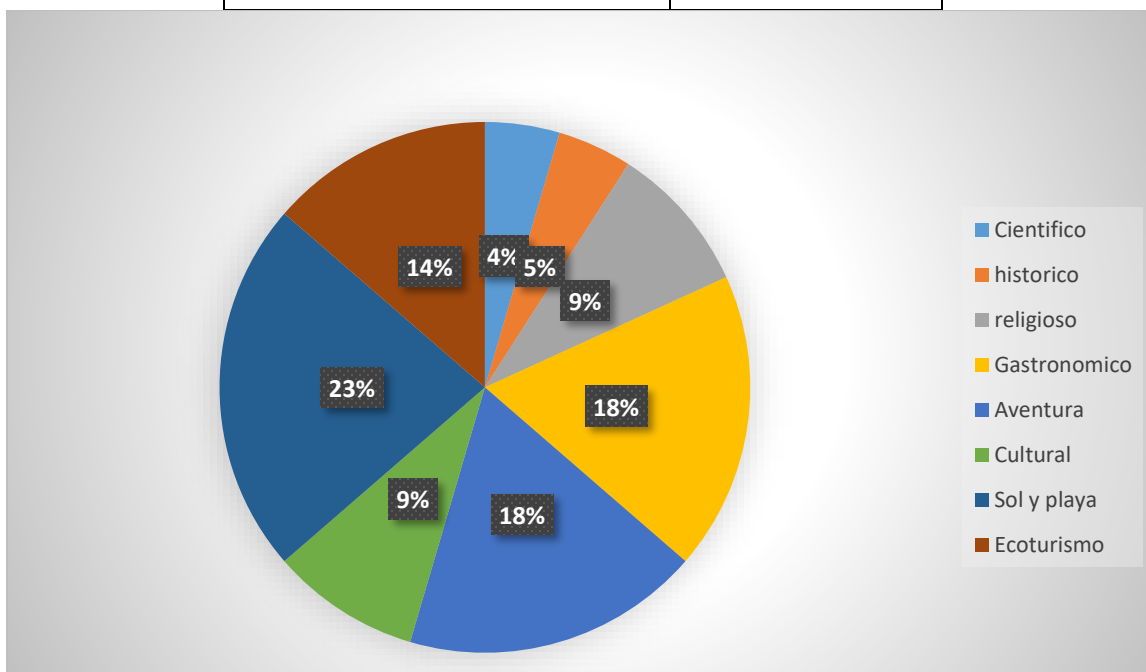
1. ¿Tiene intenciones o deseos de viajar?			
SI	11	NO	0



Figuras 50 Resultados de Encuesta de preferencias turísticas

El 100% de los encuestados tienen intenciones de viajar en este año 2018.

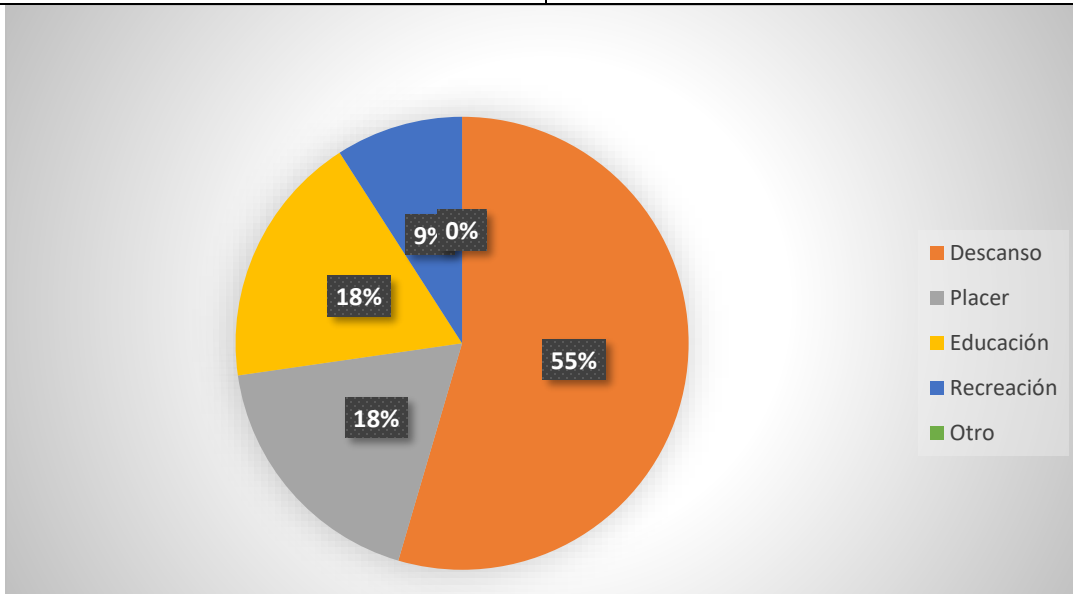
2. ¿En qué tipo de turismo desea incursionar?	
Científico	1
histórico	1
religioso	2
Gastronómico	4
Aventura	4
Cultural	2
Sol y playa	5
Ecoturismo	3



El 23% de los encuestados prefieren incursionar en turismo de aventura y tan solo el 4% de ellos prefieren el turismo científico.

3. ¿Cuál es el motivo por el cual desea realizar el viaje?

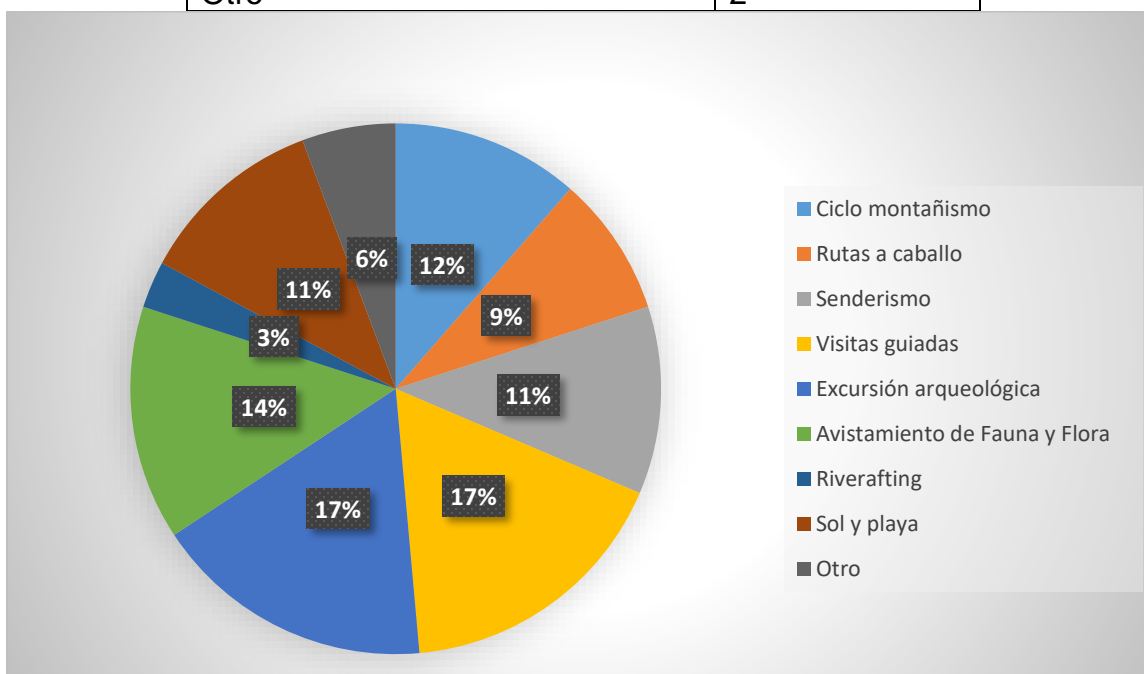
Descanso	6
Placer	2
Educación	2
Recreación	1
Otro	0



El 55% de los encuestados viajan por descanso, el 36% viajan por placer y educación.

4. ¿Qué tipo de actividades desea realizar?

Ciclo montañismo	4
Rutas a caballo	3
Senderismo	4
Visitas guiadas	6
Excursión arqueológica	6
Avistamiento de Fauna y Flora	5
Riverafting	1
Sol y playa	4
Otro	2

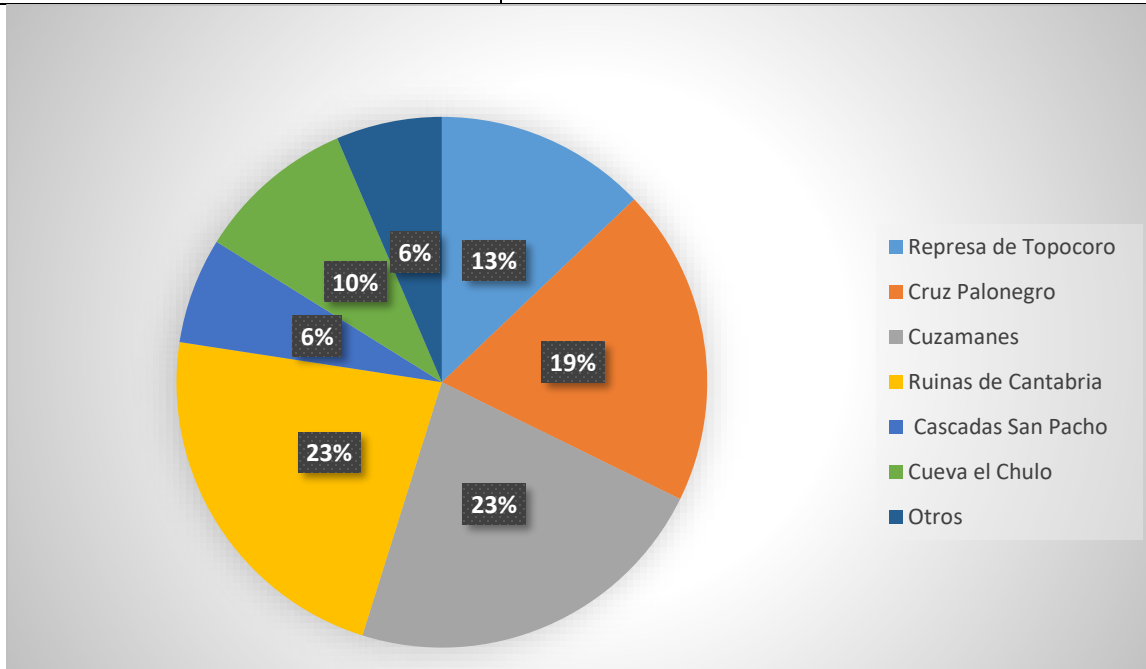


El 17 % de los encuestados les gustaría tener visitas guiadas y excursiones arqueológicas en sus viajes.

5. Que atractivos turísticos de Lebrija conoce?

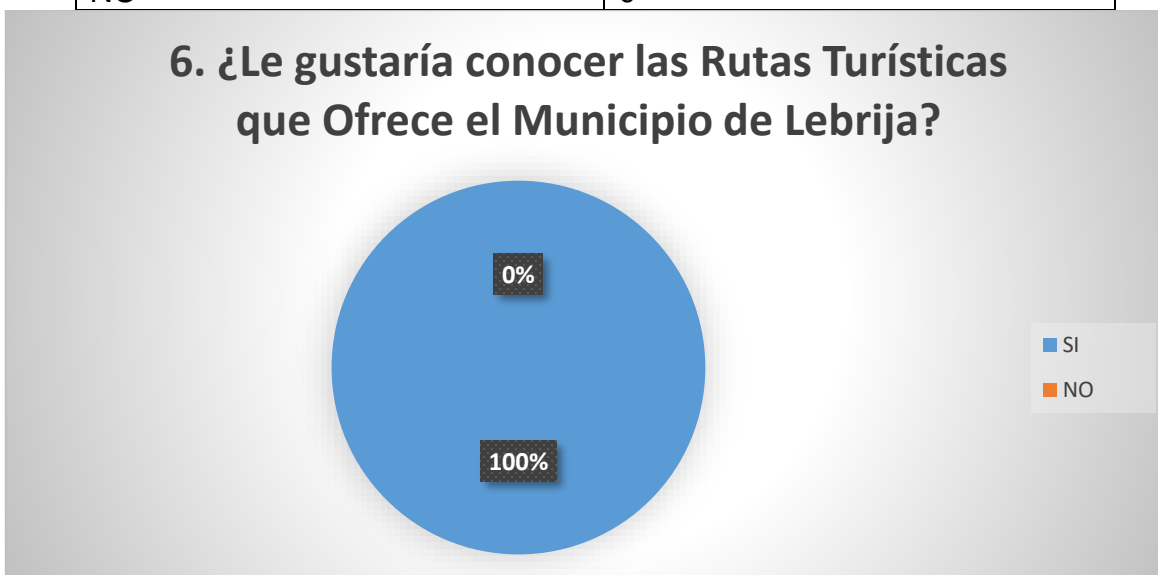
Represa de Topocoro	4
Cruz Palonegro	6

Cuzamanes	7
Ruinas de Cantabria	7
Cascadas San Pacho	2
Cueva el Chulo	3
Otros	2



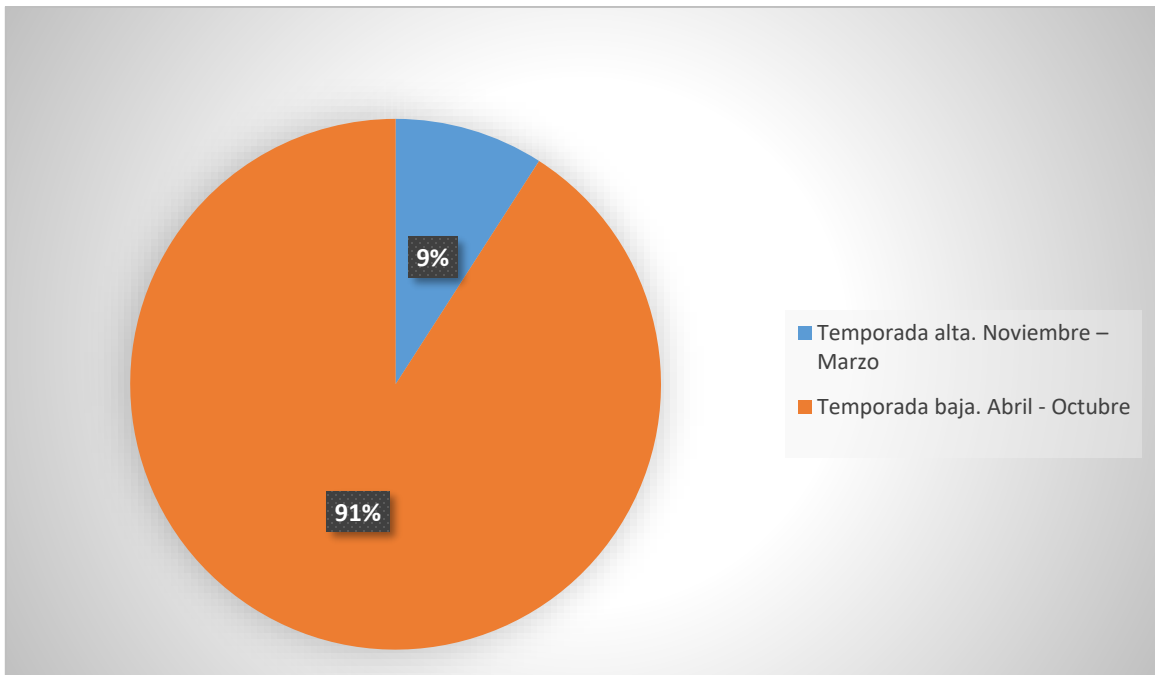
El 46% de los encuestados conoce el centro recreacional “Cuzamanes” y las “Ruinas de Cantabria” el 19% la cruz de Palonegro y tan solo el 6% las cascadas de san pacho de la vereda en San Gabriel

6. ¿Le gustaría conocer las Rutas Turísticas que Ofrece el Municipio de Lebrija?	
SI	11
NO	0



El 100 % de los encuestados les gustaría conocer los atractivos del municipio por medio de Rutas Turísticas.

7. ¿En qué temporada desea realizar el tour?	
Temporada alta. Noviembre – Marzo	1
Temporada baja. Abril - Octubre	10

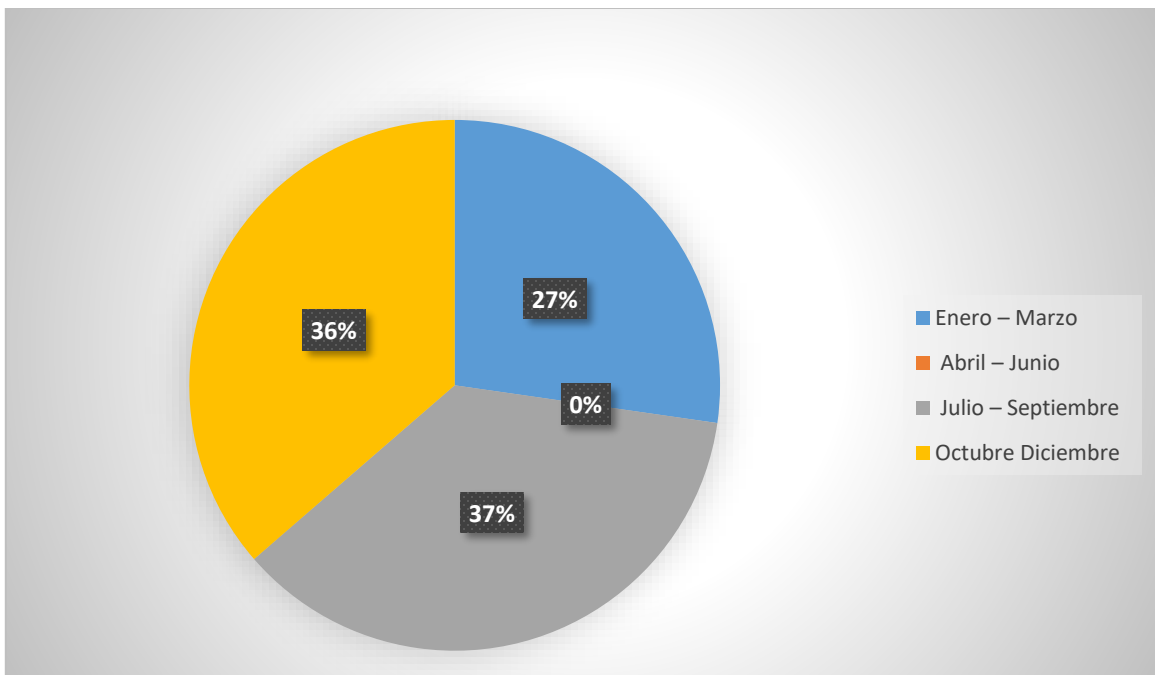


Figuras 50 Resultados de Encuesta de preferencias turísticas

El 91 % de la muestra les gusta viajar en temporada baja ya que no hay tantas masas de turistas y los precios son más bajos.

8. Especifique el período y fecha de su viaje.	
Enero – Marzo	3
Abril – Junio	0
Julio – Septiembre	4
Octubre Diciembre	4

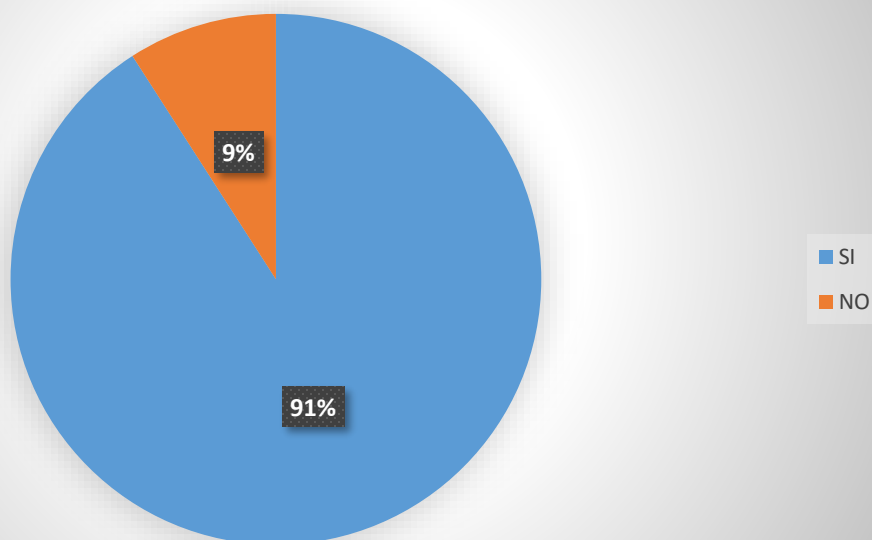
Tablas 30 Resultados de Encuesta de Preferencia Turística



El 37% de los encuestados prefieren viajar entre Julio y Septiembre.

9. ¿Requiere la asistencia de un guía turístico responsable de la recepción, asistencia, conducción, información y animación durante su viaje?	
SI	10
NO	1

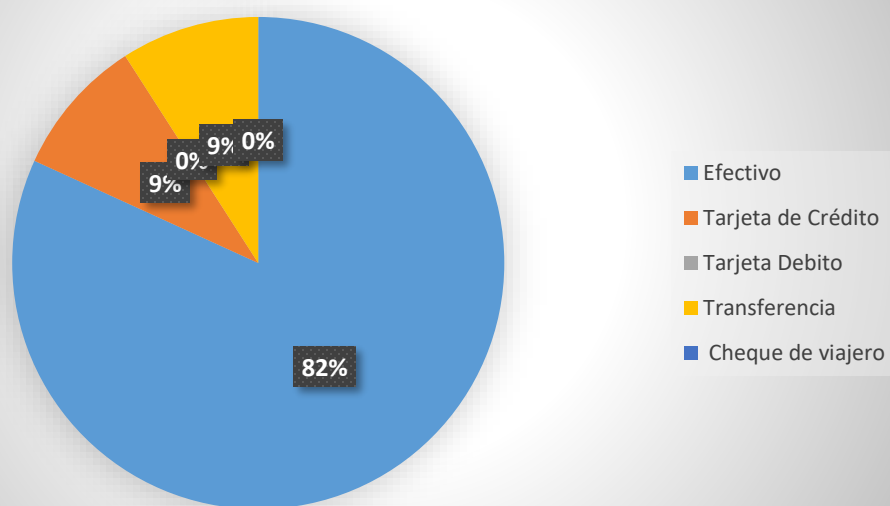
9. ¿Requiere un Guía?



El 91% de la población prefieren ser guiados por una persona en las rutas para instruirse y conocer más de los atractivos.

10. Confirme su forma de pago.

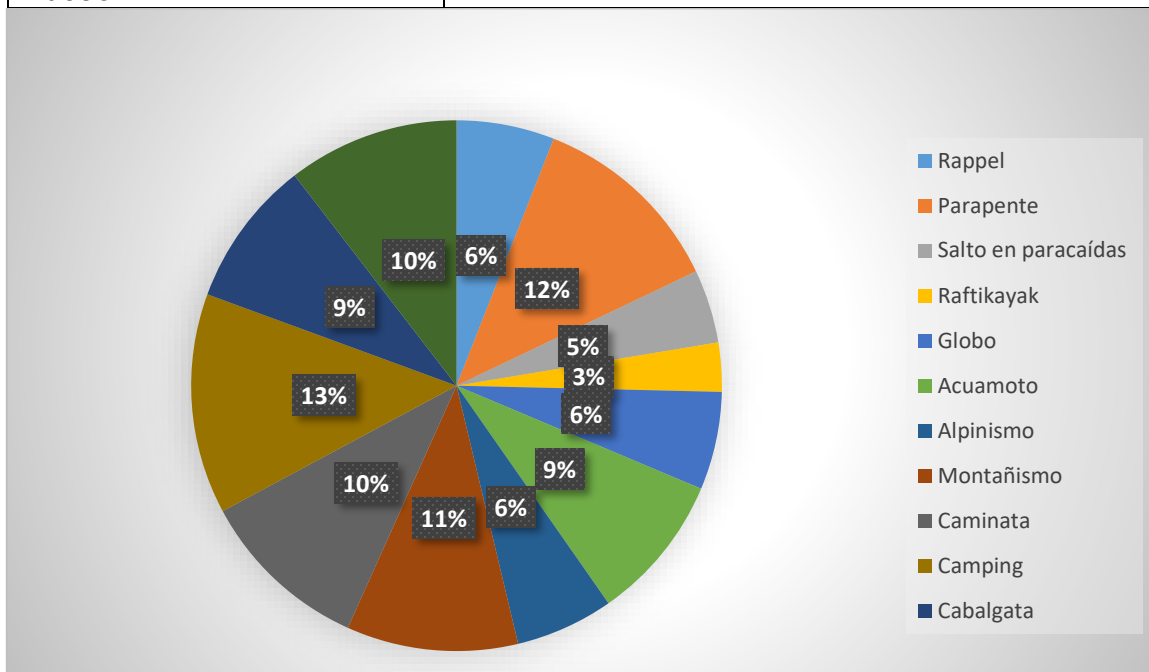
Efectivo	9
Tarjeta de Crédito	1
Tarjeta Debito	0
Transferencia	1
Cheque de viajero	0



El 82% de los encuestados prefieren el Efectivo como forma de pago, sin embargo el 18% restante les gusta pagar con tarjetas de redito o débito y no por transferencia o cheque viajero.

11. ¿Qué actividades de trismo de aventura le gustaría practicar:

Rappel	4
Parapente	8
Salto en paracaídas	3
Raftikayak	2
Globo	4
Acuamoto	6
Alpinismo	4
Montañismo	7
Senderismo	7
Camping	9
Cabalgata	6



El 13 % de los encuestados prefieren hacer senderismo que actividades de aventura como: Raftikayak, Globo, Rappel.

Anexo 4. Metodología de Gestión

Actividades Realizadas Conformación De Trabajo

Se conforma el equipo de trabajo para desarrollar la meta propuesta en el plan de desarrollo “AMBIENTE, VIDA Y DESARROLLO” para el periodo 2016- 2019 que implementa la alcaldía de Lebrija a cargo del señor alcalde **Sergio Alonso Valenzuela** del Municipio de Lebrija.

Meta: “Elaborar e implementar el plan sectorial de desarrollo turístico del municipio.”

El equipo que implementara esta meta está conformado por los siguientes integrantes: **José del Carmen Mogollón**, Representante legal CORCUSOL, **Ángela Pérez Garay** Tecnóloga en Gestión Turística, **José Miguel Hernández González** Tecnología en Guianza Turística (Aprendiz SENA), **Angie Lorena Rojas** Técnica ambiental, **Zaira Karina Pinzón Alfonso** Tecnóloga en Turismo Sostenible. Este equipo se conformó a los quince (15) días del mes de febrero del 2018.

Para este mismo día en el auditorio de la casa de la cultura del municipio de Lebrija el equipo se reunió con el señor Ludwig Barajas Representante de la fundación “**GUIAS DEL ORIENTE**” con el fin de recibir orientación sobre normatividad y legislación turística.

Gestión Con La Cámara De Comercio Seccional Lebrija

Se llevó a cabo una junta en las oficinas de la Cámara de Comercio de Lebrija, Con la Doctora Doris Prada, representante de la Cámara de Comercio Regional de Girón y el Señor José Mogollón Osorio en representación de la Administración Municipal de Lebrija, llevaron a cabo una reunión en la que se socializaron las metas del Plan

de Desarrollo de Lebrija y las acciones que se llevaran a cabo desde la Administración Municipal, también se contempla la posibilidad de articular trabajo con la Cámara de Comercio ya que este es el operador del Convenio que tiene como objetivo el diseño del Plan de Desarrollo del Embalse Topocoro, con la Gobernación de Santander, los Municipios de influencia del Embalse e Isagen.

La Doctora Doris Prada, representante de la Cámara de Comercio Regional de Girón se comprometió a gestionar una agenda conjunta para el desarrollo del plan sectorial turístico del municipio de Lebrija y en las que se compromete a:

- ❖ participar en las reuniones de las mesas de trabajo para el desarrollo del turismo de Lebrija.
- ❖ Apoyar en el diseño e impresión de Material Publicitario (Rutas de Interpretación Turística, Mapas y Folletos)



Entrega Invitaciones A Sector Hotelero Y Gastronómico

Se llevó a cabo la entrega de invitaciones a los operadores turísticos del sector hotelero, gastronómico y agencias de viaje, con el propósito de socializar las metas del plan de desarrollo de la Administración Sergio Alonso Valenzuela, y otros temas como: legislación turística y planteamiento de acciones para activar el sector turismo de Lebrija. Conformación de la Mesa de Trabajo para el Fortalecimiento del Turismo de Lebrija.



Capacitación Cámara De Comercio Girón

En Girón la cámara de comercio realizo una capacitación con artesanos de la región con el fin de apoyar e incorporar a los artesanos al corredor turístico.

Preparación Charla A Operadores Del Sector Turístico

Reunión Con Los Operadores Del Sector Turístico Hotelero Y Gastronómico

los prestadores de servicios turísticos de Lebrija (Hoteles, Restaurantes, Agencias de Viajes y transporte), cuentan con capacitaciones con Camtra de Comercio y Policia de Turismo sobre temas turísticos de gran relevancia, con el fin de constituir la Mesa de trabajo para el fortalecimiento del Turismo de Lebrija.

La reunión tenía como finalidad exponer las metas del sector turístico proyectadas en el Plan de Desarrollo del Municipio de Lebrija Santander denominado “**AMBIENTE, VIDA Y DESARROLLO**” para el periodo 2016-2019 del alcalde Sergio

Alonso Valenzuela Isabella, también en la reunión se informó acerca de la normatividad y la legislación del turismo, teniendo en cuenta las normas técnicas sectoriales (NTS-TS).

La reunión tuvo momentos acertados y de inconformismo de los operadores turísticos de la región (falta de atención a sus dudas e inquietudes y de capacitación en temas de turismo).

Los operadores turísticos expresaron sus inconformidades por los atropellos que han recibido de entidades encargadas de aplicar las normas de sostenibilidad (Nts ts) y piden el acompañamiento del gobierno y del personal que conforma el equipo de apoyo turístico de la Secretaría de Desarrollo Social y Económico respecto a temas que tienen que ver con sus negocios, los operadores turísticos se sienten más acompañados con la Administración Municipal que inicia por fin este trabajo de articulación y fortalecimiento del Sector Turístico de Lebrija.

Para el equipo de trabajo fue muy gratificante contar ya con la primera mesa de trabajo para el fortalecimiento del Turismo de Lebrija, y que en este caso el protagonista no fue el factor dinero, sino el interés por contribuir y aportar sinergia para organizar y lograr que Lebrija no sea un espectador en el desarrollo del Turismo y mucho menos un convidado de piedra sino un actor directo de este progresivo negocio sin chimeneas.

Lo principal de la reunión es conseguir generar en Lebrija un destino turístico de calidad y sostenible en el tiempo, prueba de ello son las inversiones realizadas por el sector Hotelero, gastronómico y recreacional con el que cuenta Lebrija en los últimos años.

Por este motivo para la Administración Municipal y para el Equipo de Gestor del Turismo de Lebrija trabajar día a día para potenciar el turismo en Lebrija logrando hacer del sector un motor de desarrollo económico y de progreso.

En Santander en la última década se ha convertido en un destino turístico para nacionales y extranjeros gracias a las inversiones y al aprovechamiento de las riquezas naturales, de aventura, de observación y demás potencialidades con que cuenta la región y las obras de gran arquitectura que nos han llevado a posicionarnos y a generar mayor bienestar para los santandereanos. Por este motivo Lebrija debe prepararse ya para el aprovechamiento de las oportunidades turísticas que se avecinan y la idea es potenciar el turismo en el pueblo, con pocos recursos o contemplando grandes inversiones de acuerdo a las necesidades de cada una de las ideas que se vayan compartiendo.

La Administración Municipal de Lebrija es consciente de la necesidad de preservar y difundir nuestros potenciales turísticos, el aprovechamiento de la ubicación estratégica en la que estamos, el aeropuerto con que contamos, la construcción de la doble calzada, la cercanía al embalse Topocoro, la despensa agrícola, nuestros paisajes, el patrimonio histórico con que contamos, el patrimonio natural del valle de Lebrija y todas las posibilidades socioeconómicas que tenemos y demás.

El inicio de labores turísticas están direccionadas en 6 metas precisas contempladas en el Plan de Desarrollo “**AMBIENTE, VIDA Y DESARROLLO**” para el periodo 2016-2019. Que son:

- A. Elaborar e implementar el plan sectorial de desarrollo turístico del municipio.
- B. Crear, adecuar, mantener y promocionar 1 ruta turística ecológica; turismo de aventura, turismo cultural e histórico, que genere desarrollo turístico en el municipio, armónico con el medio ambiente.
- C. Realizar 1 capacitación con sector comercio, sector hotelero sector transporte y población en general en atención al turista, urbanismo y civismo entre otros, en asocio con el SENA u otras instituciones afines.
- D. Gestionar recursos para el adecuamiento de los diferentes sitios turísticos en el municipio ante el departamento, la nación y cooperación internacional.
- F. Realizar 1 campaña pedagógica innovadora de cultura ciudadana- turística, donde se incentive la limpieza, el orden, el respeto y la amabilidad en el municipio.
- G. Realizar 1 programa de conservación y preservación del legado cultural tangible e in tangible del municipio.

Anexo 5. Mapa Turístico De Lebrija



Anexo 6. Ciclo De Formación Sena

Programas	Estudiantes
Contextualización del Turismo en espacios Locales-SENA Instructor: MAURICIO GELVEZ	Robinson Niño
	Angel Espinoza
	Maira Martinez
	Oswaldo Ortiz
	Henry Duran
	Ramon Diaz


	Wilson Jimenez	
	Jose Mogollon	
	Zaira Pinzon	
	Adriana Arciniegas	
	Monica Dominguez	
	Gilma Prada De Serrano	
	Claudia Patricia Granados	
	Jose Miguel Hernandez	
	Arbey Yordid Silva	
	Omar Diaz Prada	
	Gabriela Celis	
	Julian Montaguth	
	Jeynner Jose Sandoval Diaz	
	Nohora Clemencia Martinez Hernandez	
	Mayra Alejandra Soto Jurado	
	Yuli Maritza Valencia Gualdron	
	Alexander Diaz Maldonado	
	Gerardo Monsalve Cuadros	
	Oscar Espinosa Celis	
	Juan Carloa Amaya Amaya	
	Lizeth Mayerly Rueda Duran	
	Carmen Cecilia Herrera Esparza	
	Marlenis Vega Tobon	
	Leidy Katerine Pinto Agudelo	
	Ingmar Rojas Cala	
	Ludy Edilia Hernandez	
	Javier Herrera	
	Deisy Teheran Herrera	
	Durlandy Amaya	
	Maria Hugenia Suarez	
	Maria Patricia Casas Crespo	
	Juan Sneyder Hernandez Corzo	
	Javier Marquez	
	Martha Cecilia Alvarado	
	Olid Andrea Serrano Prada	

	Maria Olid Prada Olave	
	Maria Fernanda Sanchez	
	Elga Yohana Garrido	
	Mariela Jacome	
	Maria Ramos	
	Miguel Angel Maldonado Barrios	
	Lizeth Ramirez Leon	
	Johana Uribe Motta	
	Nestor Prada Rodriguez	
	Jorge Luis Suarez Rincon	
	Ivan Alfonso Rodriguez Herrera	

La oferta de formación en turismo es un valor clave para el potencial de desarrollo de Lebrija, en un entorno turístico caracterizado por una amplia competencia y por una exigencia creciente de calidad de servicio de calidad ambiental para lograr un puesto en el mercado turístico nacional.

NUEVOS CURSOS

- Manejo de Información Turística Regional
- Aplicación de Buenas Practicas en Establecimientos de Alojamiento y Hospedaje

			
N°	Nombre	Telefono	correo electronico
1	Giulia de Serna	310277988	
2	Mariela Jacome Quintero	3173054675	Maye1561@Outlook.com
3	Maria Olid Prada Olave	3183779646	OlidPrada@1111
4	Monica Ramirez Prada Prada	3175476285	restaurantecadeno@hotmail.com
5	Klara Liliana Martinez Gutierrez	312561160	4.4.e@outlook.com
6	Adriana Rocío Arriegas Castañeda	3168908115	adriencastaneda@gmail.com
7	Zaira Karina Páez Alfonso	3125462017	pinzazaira@hotmail.com
8	Juan Carlos Amaya Amaya	3165025255	escaepion23@hotmail.com
9	Lizeth MARYLY RUELA DURAN	3165025255	LIZETH10_95@hotmail.com
10	Maria Patricia Casas Crespo	3127989707	pape2341@hotmail.com
11	Martha C. Alvarado Diaz	3164614948	masa1566@hotmail.com
12	Maria Ramos Morales	3234834413	maritaramosmorales@gmail.com
13	Henry Duran Munillo	3208489217	Duramunillahenry@gmail.com
14	DURAN DY ANAYA Gomez.	3174809779	duranadi@hotmail.com
15	Javier Márquez Castillo	315-3650180	jmarquecastillo@hotmail.com
16	Carmen Cecilia Herrera Espinoza	3165024401	concehene16@hotmail.com
17	TUNGAR ROSAS Cala	3158979333	incaro.1@hotmail.com

18	Wilson David Montaguth	3204418169	J.David.montaguth99@gmail.com
19	Gabriela Alexandra Celis Ayala	3152255355	slendycoc@hotmail.com
20	Lizeth Yurany Ramirez Leon	3012147616	lizethramirez20204203@gmail.com
21	Carlos Daniel Ramirez Leon	3125501620	danizami203015@gmail.com
22	Angela Maldonado Barrios	3168681927	maldonado_27@hotmail.com
23	Geidy Katherine Pinto Agudelo	3202481570	gemelita2012@gmail.com
24	Osvaldo Valz Ortiz	3053248232	Simec.Ortiz@gmail.com
25	Claudia P. Guals	3008012458	claudiagmnada@tprms@hotmail.com
26	José Miguel Hernández González	3502352229	miguelito.1370@hotmail.com
27	Juan Sneider Hernández Corzo	3115563291	juansneiderhernandez@hotmail.com
28	Maria Fevenia Suarez Martinez	3157488890	maria.suarez29@hotmail.com
29	Robinson Niño Baez	3163977297	Robinsonbaez1983@gmail.com
30	Yadickis Vega T	3163053906	yadickisvega@yahoo.com
31	José Mayolón Osorio	3167900824	jomayolon@yahoo.com
32	Yoni Eduardo Díaz Huémez	3008655880	eduardosimp324@hotmail.com
33	Wilson Henríquez Gómez	1099369652	andresmenendez@outlook.com
34	Angel Espinosa	3183334618	Turismolebrija@hotmail.com
35			
36			
37			
38			

Anexo 7 Fotografías Curso de Turismo SENA



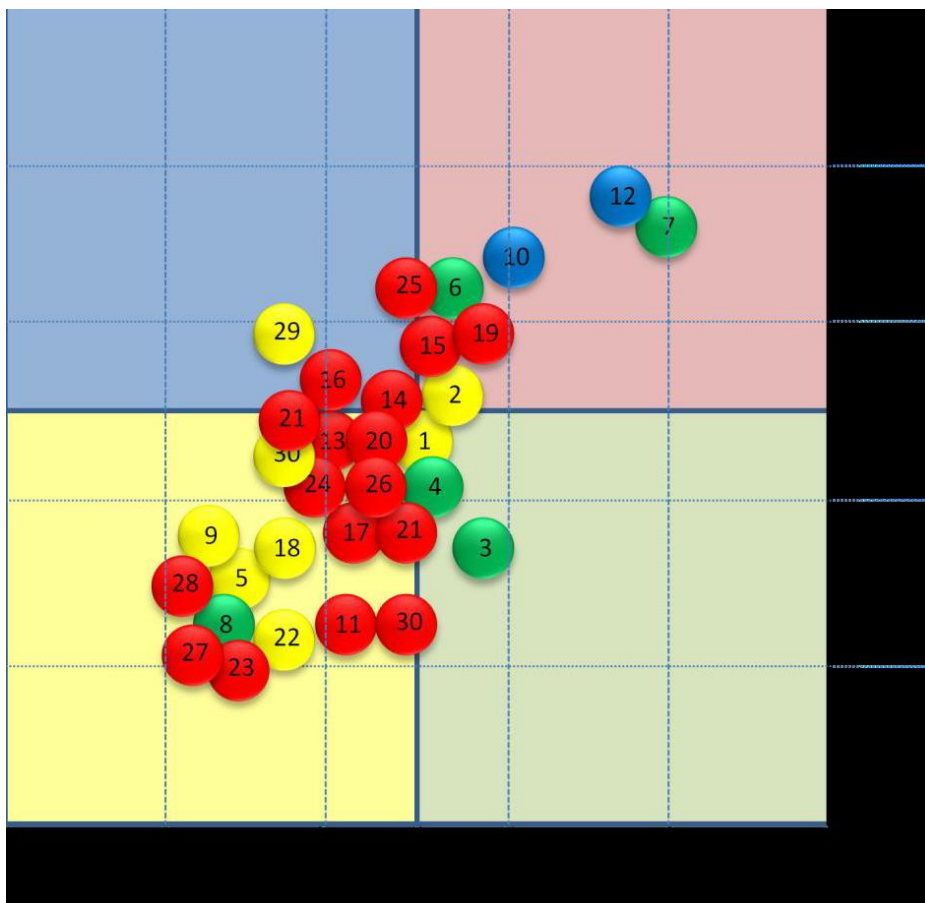


**Anexo 8. Conceptualización Turística - Matriz De Relevancia
Valoración del inventario por relevancia**

ATRACTIVO	POPULARIDAD
Ruinas de Cantabria	6
Pozo de la dicha	7
Balneario el gallego(angula)	7
Pico del águila	6
Mirador(aeropuerto)	7

Los valores señalados en rojo corresponden a los recursos y atractivos más valorados.

Matriz de Relevancia



Conceptualización turística de Lebrija

El análisis de la matriz de relevancia se deduce que los atractivos mejor valorados y que pueden servir de base para una conceptualización son recursos y atractivos naturales (6 y 7), étnicos (10 y 12) y culturales (2, 14, 15, 19 y 25) sin embargo también aparece bien situado el recurso (1). Hay que señalar que los recursos y atractivos que implican servicios turísticos en su contenido están en su mayoría muy poco valorados (botones verdes)

Se puede determinar que el concepto turístico de Lebrija. Es el de un destino cultural en el que además de los valores específicos de la cultura Lebrijense, destaca la presencia de recursos naturales de alto valor y la presencia de potencial para el desarrollo de productos turísticos de aventura basados en los atractivos y difusión de la cultura santandereana, sus costumbres y sus artesanías.

Como resumen de esas posibilidades Lebrija puede presentarse ante el mercado como “Lebrija, gente amable, piña dulce” Este concepto de “pueblo amable” incluye conceptos culturales, naturales y patrimoniales.

- Lebrija capital Piñera
- Lebrija gente amable

En este contexto, los sitios turísticos, son posiblemente el soporte para el producto con mayor potencial de crecimiento para el municipio, deberían venderse y organizarse en asociación con el concepto turístico principal, enriqueciendo los valores más elementales del descanso sobre la playa, con los derivados del concepto turístico y los argumentos interpretativos que caracterizarán ante el mercado al municipio.

Anexo 9 Rutas Propuestas

Considerando las características de los atractivos y recursos existentes en el Municipio Lebrija, para efectos de clasificar la oferta de acuerdo a los intereses,

gustos, tipo de actividad que realizan los turistas o visitantes, se definen las Rutas que se mencionan a continuación:

Ruta Palonegro

Introducción

Lebrija es un Municipio reconocido nacionalmente como “La Capital Piñera de Colombia”, en los años 50 fue su principal producto y esto motivo a que en los años 60 se celebrara las ferias de la piña que tuvieron gran trascendencia, sin embargo también sobresalen algunas historias y acontecimientos que ocurrieron a través de los años.

Hablar de Lebrija es hablar de Historia allí se configuro el epicentro final de la guerra de los mil días, en la vereda Palonegro. De esta forma se diseñó una ruta turística histórica que recopila la historia de la guerra de los mil días y lo ocurrido después de ella.

Llegar a Lebrija y no dejarse conquistar por el clima, la hospitalidad de su gente y sus tradiciones, es una tarea difícil. Este municipio es de esos lugares donde el que llega se amaña y el que se va lo extraña... Muchos visitantes se dejaron conquistar para siempre y encontraron en esta tierra: prosperidad, reconocimiento y éxito.

Tipo de Ruta: Regional

Duración: 3 Horas

Motivación: Combinación (Ecoturismo, Cultural)

Max y Min de turistas para la ruta: Min 20 Max 30

Tipos de Turismo: Turismo Histórico

Elevación: Lebrija (1.055 m), Aeropuerto Internacional Palonegro (1.188 m)

Generalidades La ruta Palonegro empieza en el casco urbano del Municipio de Lebrija dirigiéndose hacia el aeropuerto Internacional Palonegro por la vía que conecta Barrancabermeja y Bucaramanga el aeropuerto está a una distancia en carro de 8.2 km y un tiempo de 13 minutos. Se ascienden 1520 metros sobre el nivel del mar desde el casco urbano del municipio al aeropuerto internacional Palonegro.

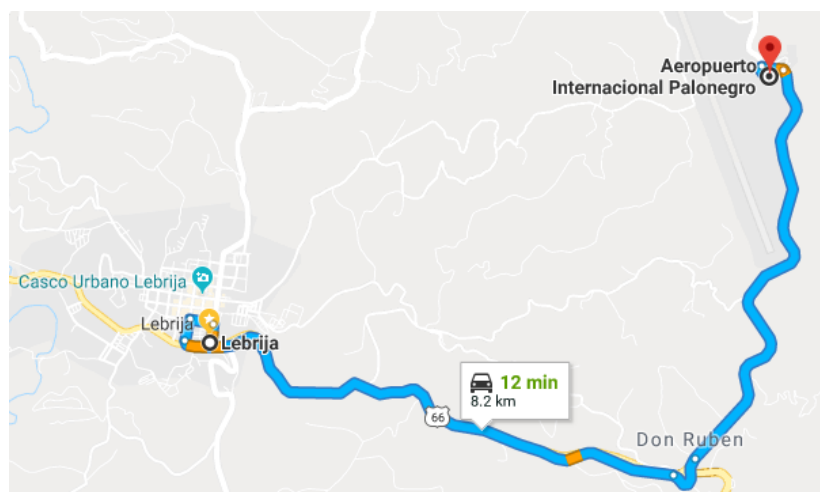


Figura 34 Trazo de Ruta Palonegro en Carro

A pie está a una distancia de 1 h 45 minutos por la vía Barrancabermeja Girón desviándose por el Edén.

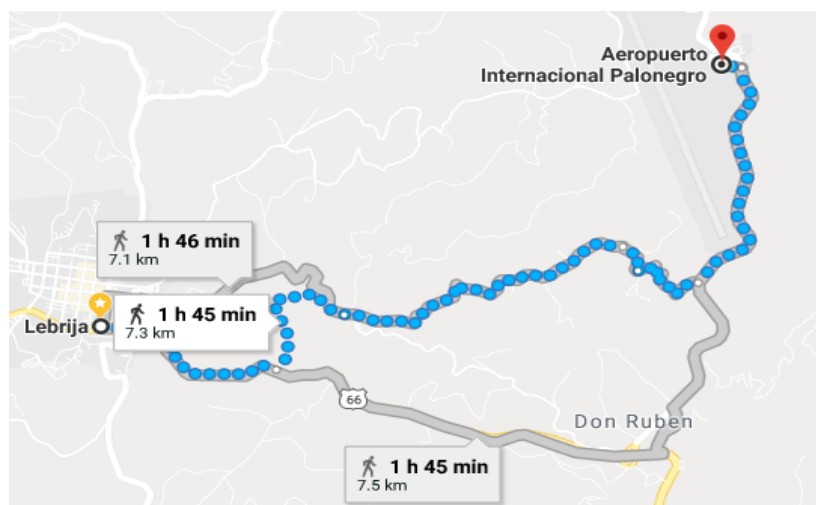


Figura 35 Trazo de Ruta Palonegro a Pie.

Atractivos Turísticos:

- **Aeropuerto Palonegro**
- **Casa San Pablo**
- **Obelisco “Monumento a los Héroes de la Batalla Palonegro”**
- **El Alto de Rubén**
- **Casa Hospital de la Revolución**

Reseña Histórica

Días Antes del 9 de mayo de 1900, el general José Rosario Díaz, envía a todos sus soldados a concentrarse en el poblado ubicado a menos de una legua de Palonegro, cinco de Rionegro, casi dos de Bucaramanga, y lengua y media de Girón. Este poblado llamado Lebrija, vendría a convertirse en un punto estratégico de movilidad, comunicación y acoplamiento de las tropas liberales al inicio y durante la batalla de Palonegro; en diversas ocasiones fue recuperada por el ejército legitimista y debido al riesgo que representaba estar en una posición tan baja, este daba a retiradas constantes del poblado. Antes del día 26 de mayo de 1900, cuando con sus últimas fuerzas los liberales trataban de mantenerse en pie, el ejército legitimista ordeno por última vez atacar frontalmente el caserío, para así poder rodear y apoderarse de Palonegro completamente.

Descripción de los atractivos a visitar:

- **La Casa San Pablo**

La noche del 11 de mayo de 1900 luego de haber iniciado la batalla de Palonegro, la décima división del ejército Conservador avanza y ocupo a la fuerza la llamada casa de San Pablo donde se encontraban el ejército liberal esta casa está ubicada entre boquerón y Lebrija allí se instaló el general y Jefe Prospero Pinzón.

No había transcurrido cinco minutos después desde la partida del General Pinzón, las tropas acababan de montar los puestos de guardia en el portón, cuando los hombres de Rosario Díaz, dieron su asalto con machete en mano, aniquilando a centinelas. Los asaltantes fueron rechazados y en su retirada dejaron muertos y heridos por el camino de Lebrija. Se salvó así el general –jefe de caer, al inicio de la batalla.

Ese día las tropas legitimistas lograron su objetivo: apoderarse del alto de Rubén, estableciéndose por el camino de Lebrija hasta la casa de san Pablo.

“Hoy en día esta finca pertenece a la Familia Villa frades habitantes nativos del municipio de Lebrija”

- **Aeropuerto Internacional Palonegro**

El Aeropuerto fue construido sobre el cerro donde se originó la batalla de Palonegro y para ello tuvieron que remover más de siete cerros y seis cañadas con profundidades superiores a 60 metros. Esta obra inicio en 1969 su torre de control tiene una altura de 34 metros equivalente a 10 pisos y la terminal de pasajeros se proyectó en 7000 metros cuadrados y una capacidad de embarque de 400 personas.

Esta instalación fue el remplazo del antiguo aeropuerto “Gómez Niño” que se encontraba Ubicado en el casco urbano de Bucaramanga (Real de Minas aún se conserva la torre de control de dicho aeropuerto) funciono por un lapso de 25 años sin embargo las limitaciones que presentaba por su ubicación fue el detonante para construir un nuevo aeropuerto. La inauguración se llevó a cabo en el mandato de Misael Pastrana y el vuelo inaugural lo llevo a cabo Avianca al mando del capitán Álvaro Barrera Gómez en un Boeing 727.



- **Obelisco “Monumento a los héroes de la batalla de Palonegro”**

Diciembre 19 del 2003 Placa del obelisco monumento a los héroes de la batalla de Palonegro.

La guerra de los mil días empezó el 11 de mayo de 1900 y termino el 26 de mayo del mismo con un saldo de más de 4.500 muertos y heridos entre ambos mandos sucesos que ocurrieron por las maltrechas relaciones que habían entre el gobierno del Doctor Manuel Antonio Sanclemente y su Vicepresidente José Manuel Marroquín, con el partido liberal, provocaron el holocausto de más de 80.000 jóvenes colombianos el partido liberal les llamo guerreristas dirigido por Uribe Uribe. En Palonegro quedó demostrada la masculinidad de los colombianos llegados de todas partes del país”

“El 11 de mayo de 1900 llegaron las avanzadas liberales a las estaciones de la cordillera de Santa Inés en inmediaciones de Bucaramanga y Lebrija aquí se dio inicio a la más prolongada batalla de la guerra de los mil días, quince días de combates en un frente de 26 kilómetros de trincheras pesadas a la agreste topografía de estos cerros de Palonegro aquí la victoria pendulaba con cada metro que avanzaba o retrocedía en donde los machetes hicieron calamidades entre los bandos. El ejército conservador estaba comandado por el General Prospero Pinzón y Enrique Arboleda, y el liberal por los generales Uribe Uribe, Benjamín Herrera y Gabriel Vargas Santos. Al tercer día de combate la carga del general Uribe Uribe casi le da la victoria al ejército Liberal pero ninguno cedió las posesiones y las bajas fueron numerosísimas de bando y bando. El cuarto día (Mayo 14) el General Clímaco Ortiz

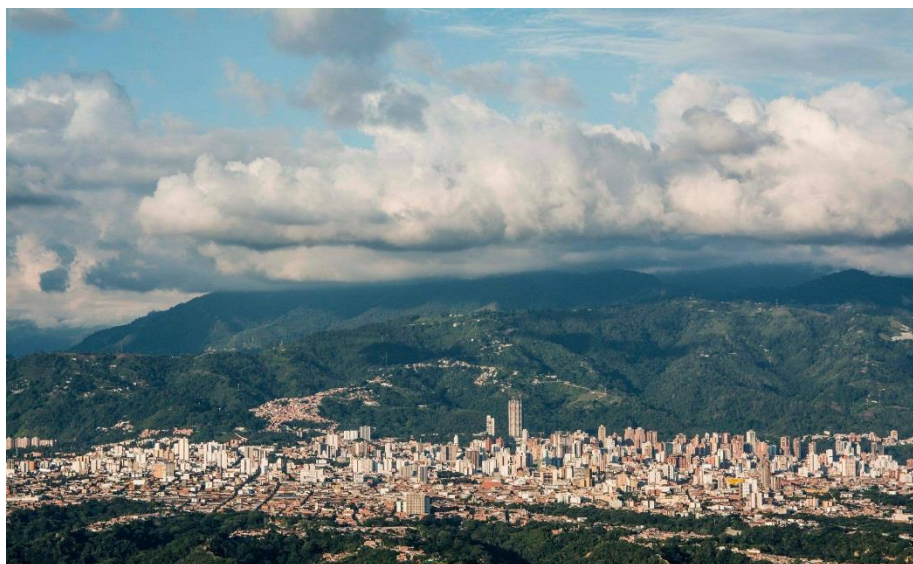
dio una larga que ocasiono estragos éntrelos liberales. Los liberales resistían y se luchaba cuerpo a cuerpo. Día Trece de combate comenzó la retirada el 26 de mayo termino la batalla de Palonegro con un saldo de más de 4500muertos y heridos entre ambos bandos en Palonegro quedo demostrada la masculinidad de los colombianos llegados de todos los rincones del país “Coronel Leónidas Flores

AGRADECIMIENTOS ESPECIALES POR SU CONTRIBUCION PARA ESTA OBRA A LAS ALCALDIAS DE: LEBRIJA, GIRON, PIEDECUESTA” – Placa del Obelisco a los héroes Caídos en La Batalla de Palonegro.



- **El Alto de Rubén**

El Alto de Rubén era una posición considerada como clave para el ingreso a Palonegro. A pesar de los intentos del ejército legitimista, por apoderarse del lugar a través del río de oro, este alto siempre perteneció al ejército liberal en batalla, pues su ubicación en Palonegro los ponía en ventaja para defenderlo; excepto a su retirada del campo de Palonegro hacia el 24 de mayo de 1900. En la actualidad, se ubica el conocido parador “El Mirador”.



- **Casa Hospital de la Revolución**

Desde el primer día de Batalla el 11 de mayo de 1900, las cargas de los batallones y los disparos de la artillería del gobierno, causaron más de 60 muertos y 43 heridos entre las filas de los rebeldes, ataque que mostró lo vulnerables que resultaban las casas de Palonegro. Por ello, al día siguiente, los jefes hicieron trasladar a los heridos, llevándolos 1.500 metros al norte a la casa de la Hacienda La Primavera,

buscaban tener a médicos y heridos a la vera del camino de Los Chorizos, en la vía de evacuación hacia Rionegro, amparados a retaguardia por un declive del terreno que los dejaba a salvo de los francotiradores y los observadores de las baterías enemigas.

El Ejército Liberal dispersó inicialmente sus heridos en diferentes casas aprovechando la espontánea solidaridad que casi todos los pobladores mostraban por su causa, pero cuando el número de heridos aumentó, al fijarse el lugar de batalla, los médicos del ejército desalojaron a los ocupantes de la casa de La Primavera, dirigiendo hacia ella el flujo de heridos. Desde ese día y durante el resto de batalla, el hogar de la familia Mantilla fue la "casa de ambulancia de la revolución", referida en partes militares como "Hospital de Sangre".



Recomendaciones

El clima en Lebrija es cálido y templado. Hay más precipitaciones en invierno que en verano en Lebrija, sin embargo, llueve durante todo el año. De acuerdo con Köppen y Geiger clima se clasifica como Csa (Clima templado de veranos secos y frescos. Es un clima mediterráneo en cuanto a las precipitaciones, pero con temperaturas más bajas). La temperatura aquí es en promedio 17.6 ° C.

- Por lo tanto, se recomienda a los turistas llevar siempre una sombrilla ya que el clima es muy cambiante.
- llevar protección solar, gafas de sol, protector labial y gorra para evitar insolaciones.
- En cualquier época del año llevar alguna prenda impermeable, incluso ropa de recambio si el tiempo es inestable.
- importante que nunca nos falte el agua, beber con cierta frecuencia, cada media hora aproximadamente, debemos llevar agua suficiente para no deshidratarnos.
- utilizar un calzado especial para senderismo, con suela gruesa, que sujete el tobillo.
- La ropa, debe permitir bien el movimiento, ni muy apretada ni muy suelta.

Puntos

Salida

Parque principal "Valle de los Ángeles" del casco Urbano de Lebrija

Parada con Estancia

Aeropuerto Internacional Palonegro y Mirador de Don Rubén

Llegada

Parque principal “Valle de los Ángeles” del casco urbano de Lebrija

Otras Rutas Alternativas

Ruta Cantabria

Ruta Gastronómica

Ruta Natural

Descripción de la Ruta Turística

Salida del parque principal del municipio de Lebrija Hasta la Casa San pablo como nuestra primera parada en donde empezara también el relato de la guerra de los mil días, allí narraremos la ubicación de las tropas y el avance que tuvieron, luego nos trasladamos al mirador Alto de Rubén en donde se explica por qué el nombre de la cordillera como pasaron los conservadores de Girón para llegar hasta Palonegro e ir desplazando con su avanzada a los liberales , después nos trasladaremos al obelisco en el que se explicaran las placas del monumento “Monumento a los héroes de la batalla de Palonegro” se da hidratación y seguimos hacia el hospital de la revolución lugar en el que se tratara exponer las escenas macabras que allí se veían e historias de miedo que de allí han surgido, después nos dirigimos al restaurante mirazur donde se le contara la historia del aeropuerto de Palonegro se da un refrigerio y termina la ruta volviendo al municipio, parque principal.

Ruta Urbana Valle De Los Ángeles

Introducción

Lebrija (La Capital Piñera de Colombia) hoy en día es un municipio que le apuesta al desarrollo turístico con la implementación de documentos importantes para su implementación como el plan sectorial, inventario Turístico y rutas turísticas estratégicas para el desarrollo social y económico del municipio.

Las Rutas son diseñadas para generar reconocimiento a nivel nacional de los atractivos naturales y culturales del municipio. Por lo mismo se diseñó una Ruta Urbana que recopila aquellos atractivos o lugares por los que el municipio apuesta como representación urbanística del mismo. Esta ruta permite fortalecer la identidad cultural urbana, rescatando costumbres e historias de la época; su primer asentamiento, infraestructura, sus calles y su evolución a través de los años.

Tipo de Ruta: Regional

Duración: 2 Horas

Ámbito Geográfico: Municipal

Motivación: Combinación (Turismo Urbano, Cultural)

Max y Min de turistas para la ruta: Min 20 Max 30

Tipos de Turismo: Turismo Histórico y urbano

Elevación: Lebrija (1.055 m)

Generalidades: la ruta se va llevara a cabo en el casco urbano de Lebrija empezando por el parque principal “Valle de los Ángeles” y terminando en la casa de la cultura del municipio.



Figura 40 Fotografía recuperada de Instagram @fabiaeno, Lebrija

Atractivos Turísticos

1. Parque Valle de los Ángeles
2. Iglesia San Pedro Apóstol
3. Casa Familia Mantilla (Restaurante La Esquina del Rey)
4. Casa de don Nicasio Rodríguez (D&S)
5. Casa de los Nazarenos
6. Casa de la Cultura
7. Murales

Reseña Histórica

En 1871 el Gobierno decide dejar como cabeza municipal el nuevo asentamiento de Lebrija también se crea institucionalmente el municipio de Lebrija, y se inicia construcción de la Parroquia San Pedro Apóstol, en 1876 se crea la ley 16, que le cambia a Lebrija la función política de aldea por el municipio.

En 1899 Rionegro, Florida y Bucaramanga declararon la guerra civil al gobierno, el 25 de mayo de 1900 se llevó a cabo la batalla de Palonegro, en 1930 llegada de la carretera desde girón en 1932 llegan los primeros vehículos al pueblo y con ellos se empieza a celebrar la fiesta de la virgen del Carmen en el municipio en 1947 se construyen las torres y la imagen del sagrado corazón de Jesús en el Templo.

Para los años 50 Lebrija contaba con una población de 12.848 personas de las cuales 981 Vivían en el casco urbano y 11.867 residían en la zona rural, distribuidos a lo largo de las veredas y de los tres corregimientos, para finales del año 1951 se termina y se consagra el nuevo templo, en 1955 llega el cableado de la central Hidroeléctrica del Rio Lebrija en 1959 llega a el municipio una línea automática para el servicio de teléfono.

El 17 de marzo de 1963 se inicia el reinado de la piña, en 1964 se funda el Colegio de Nuestra Señor de la Mercedes

Descripción de los atractivos a visitar:

1. Parque Principal “Valle de los Ángeles”

El origen del nombre es incierto. Desde el 2 de Marzo de 1844, cuando el congreso de la nueva granada, por ley dividió la república en 44 provincias, una de ellas fue Lebrija, compuesta por el cantón de su mismo nombre y los distritos parroquiales

de la baja Bucaramanga, Floridablanca, Girón, Los Santos, Matanza, Piedecuesta, Rionegro, Cepita, Surata, Toná y Vetas, época para la cual ya se le conocía con dicho apelativo.



2. Iglesia San Pedro Apóstol

La iglesia San Pedro Apóstol de Lebrija inicio su construcción a mediados de 1897, pero sus obras se detuvieron por la incidencia que tuvo la guerra de 1899 en el municipio.

Se retomaron Obras a principios de 1901 encabezados por el padre Luis María Figueroa y el Señor Gorgonio González, quien dono el predio para que se construyera este templo y pago hasta el día de su fallecimiento todo lo requerido para que la construcción avanzara a buen ritmo.

Luego el padre Manuel Antonio Doroteo seria quien tomara las riendas de la obra durante 15 años, tiempo en que se realizó la mayoría de la construcción. En 1947 bajo la administración del padre Mario Laguado, se construyeron las torres y se instauró en la parte superior de la iglesia la imagen del sagrado corazón, la pintura total estuvo a cargo de Simón Buitrago y el maestro, director de la obra fue Pablo Tarazona. El altar mayor y los últimos retoques del interior los realizó, el presbítero Carlos Saúl Solano.



La consagración del templo se realizó el 9 de diciembre de 1951, precedida por el presbítero Martín Parada y sus acompañantes los presbíteros Luis Díaz y Manuel Mora.

3. Casa Familia Mantilla

Se presume que las mejores casas de la época estaban construidas alrededor de la plaza central, entre las cuales se encontraba la del señor Marcos Mantilla. Poseía una estructura total de tapia pisada con teja de barro española, cuartos grandes, corredores en redondel al patio central empedrado, cocina amplia, un horno de base y una pesebrera para el parqueo de los caballos.

Esta vivienda que aún mantiene parte de su estructura, es importante en la historia de Lebrija puesto que allí funcionó la alcaldía municipal antes de la construcción del edificio actual.

También sirvió como sede temporal de la escuela urbana de niñas y allí funcionó la primera panadería del municipio, de propiedad del señor Marcos Mantilla. Este lugar permanece claro en la memoria de los habitantes de la tercera edad del municipio.

4. Casa de Don Nicasio Rodríguez

Esta casa de tapia pisada y teja española, era una amplia callejuela, en la parte de atrás se extendía en un gran patio que daba al lindero de la casa de Ana Lourdes; perteneció a Don Nicasio y Doña Bárbara (padres de Efrén Rodríguez)

Posteriormente, esta casa fue vendida al señor Carlos Mantilla al que se le recuerda como el jugador de ajedrez, también tuvo un gran almacén de telas, sandalias, cacharrerías y variedades en general. Fue sede de reuniones en las famosas ferias de la piña. Funcionó como lugar para la proyección de películas o teatro cerca de los 80. En los años 90 funcionó en ella la panadería “La Gran Piña”, administrada por la señora Yolanda Noriega y Belsy Ardila, quienes le darían una nueva identidad al establecimiento que hoy se mantiene como la panadería y bizcochería D&S.



5. Casa de la Cultura

La casa de la cultura fue construida en el periodo de mandato del señor Alcalde Javier Uribe Motta en los años 2012 y 2015, ubicada en el barrio centro en la calle 13 con carrera 7, cuenta con un auditorio con capacidad para 100 personas en el que se desarrollan muestras culturales, exposiciones fotográficas y pintura, talleres artísticos para niños y adultos y funciona la secretaria de Desarrollo Social y económico del Municipio, también se llevan a cabo eventos como fiestas para niños, reuniones de diferentes sectores y cursos de Sena.



- **Recomendaciones**

El clima en Lebrija es cálido y templado. Hay más precipitaciones en invierno que en verano en Lebrija, sin embargo, llueve durante todo el año. De acuerdo con Köppen y Geiger clima se clasifica como Csa (Clima templado de veranos secos y frescos. Es un clima mediterráneo en cuanto a las precipitaciones, pero con temperaturas más bajas). La temperatura aquí es en promedio 17.6 ° C.

1. Por lo tanto, se recomienda a los turistas llevar siempre una sombrilla ya que el clima es muy cambiante.
2. Llevar protección solar, gafas de sol, protector labial y gorra para evitar insolaciones.
3. En cualquier época del año llevar alguna prenda impermeable, incluso ropa de recambio si el tiempo es inestable.

4. importante que nunca nos falte el agua, beber con cierta frecuencia, cada media hora aproximadamente, debemos llevar agua suficiente para no deshidratarnos.
5. utilizar un calzado especial para senderismo, con suela gruesa, que sujete el tobillo.
6. La ropa, debe permitir bien el movimiento, ni muy apretada ni muy suelta.

•**Puntos**

Salida

Parque principal “Valle de los Ángeles” del casco Urbano de Lebrija

Llegada

Parque principal “Valle de los Ángeles” del casco urbano de Lebrija

• **Descripción de la Ruta:**

La ruta comienza en el parque principal del municipio “Valle de los Ángeles” en el que se describirá la historia de Cantabria y Lebrija la lucha que hubo entre estos dos corregimientos por nombrasen parroquia, la historia se terminara en la Iglesia San Pedro Apóstol y a ella se anexara una breve narración de la construcción se dará un espacio de 20 minutos para toma de fotografías y curiosear por los alrededores, se retomara la ruta en el restaurante “La Esquina del Rey” (Casa Familia Mantilla) con una degustación de piña Lebrijense picada mientras que los turistas comen se contara la historia inmemorable del lugar y de las sedes que por ella han pasado