


|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
|   | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
|   | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   |   | <b>PAGINA: 1 de 7</b>       |

Código de la dependencia.

|              |                             |
|--------------|-----------------------------|
| <b>FECHA</b> | viernes, 31 de mayo de 2019 |
|--------------|-----------------------------|

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Fusagasugá

|                        |                 |
|------------------------|-----------------|
| <b>UNIDAD REGIONAL</b> | Sede Fusagasugá |
|------------------------|-----------------|

|                          |                  |
|--------------------------|------------------|
| <b>TIPO DE DOCUMENTO</b> | Trabajo De Grado |
|--------------------------|------------------|

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>FACULTAD</b> | Ciencias Administrativas<br>Económicas y Contables |
|-----------------|--|

|   |          |
|---|----------|
| <b>NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO</b> | Pregrado |
|---|----------|


|                           |                           |
|---------------------------|---------------------------|
| <b>PROGRAMA ACADÉMICO</b> | <b>Contaduría Pública</b> |
|---------------------------|---------------------------|

El Autor (Es):

| <b>APELLIDOS COMPLETOS</b> | <b>NOMBRES COMPLETOS</b> | <b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b> |
|----------------------------|--------------------------|--|
| Almeciga bello             | Edinson Sebastián        | 1.069.747.514                          |
| Torres zambrano            | Libardo                  | 1.069.737.069                          |
|                            |                          |  |
|                            |                          |  |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto:info@ucundinamarca.edu.co)  
 NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
 Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

|   |   |  |
|---|---|--|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>                               |
|   | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>                                    |
|   | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b><br><b>PAGINA: 2 de 7</b> |

Director (Es) y/o Asesor (Es) del documento:

| <b>APELLIDOS COMPLETOS</b> | <b>NOMBRES COMPLETOS</b> |
|----------------------------|--------------------------|
| González moreno            | Manuel Ricardo           |
|                            |                          |
|                            |                          |

| <b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>  |
|--|
| COMPONENTE SOCIO ECONÓMICO DE OFERTA Y DEMANDA DE LA PROVINCIA SOACHA - SIBATÉ |

| <b>SUBTÍTULO</b><br>(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje) |
|--|
|  |


| <b>TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:</b><br>Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía |
|--|
| Contador Publico   |

| <b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b> | <b>NÚMERO DE PÀGINAS</b> |
|-------------------------------------|--------------------------|
| 31/05/2019                          | 32                       |

| <b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS</b><br>(Usar 6 descriptores o palabras claves) |                   |
|--|-------------------|
| <b>ESPAÑOL</b>   | <b>INGLÉS</b>     |
| 1. componente  | 1. component      |
| 2. oferta  | 2. offer          |
| 3. demanda   | 3. demand         |
| 4. turismo   | 4. tourism        |
| 5. estrato social  | 5. social stratum |
| 6. económico   | 6. economic       |

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
www.ucundinamarca.edu.co E-mail: info@ucundinamarca.edu.co  
NIT: 890.680.062-2

*Documento controlado por el Sistema de Gestión de la Calidad  
Asegúrese que corresponde a la última versión consultando el Portal Institucional*

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
|   | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
|   | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   |   | <b>PAGINA: 3 de 7</b>       |

### RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS

(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Las provincias de Soacha y Sibaté (Cundinamarca) han tenido en los últimos años un cambio significativo en su Modelo Económico. Siendo el objeto principal de este proyecto, determinar la oferta y la demanda en el sector turístico de este lugar; los cuales se han convertido en una de las principales tendencias para la generación de empleo, crecimiento económico, social y cultural; ejerciendo una importante incidencia en el cambio del Producto Interno bruto (PIB) y de los demás indicadores económicos, que reflejan una evolución económica favorable.

The provinces of Soacha and Sibaté (Cundinamarca) have had a significant change in their Economic Model in recent years. Being the main object of this project, to determine the offer and the demand in the tourist sector of this place; which have become one of the main trends for the generation of employment, economic, social and cultural growth; exerting a significant impact on the change in the gross domestic product (PIB) and other economic indicators, which reflect a favorable economic evolution.

### AUTORIZACION DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son:

Marque con una "X":

Diagonal 18 No. 20-29 Fusagasugá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 8281483 Línea Gratuita 018000976000  
[www.ucundinamarca.edu.co](http://www.ucundinamarca.edu.co) E-mail: [info@ucundinamarca.edu.co](mailto:info@ucundinamarca.edu.co)  
 NIT: 890.680.062-2




|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
| <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
| <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   | <b>PAGINA: 4 de 7</b>       |

| <b>AUTORIZO (AUTORIZAMOS)</b>  | <b>SI</b> | <b>NO</b> |
|--|-----------|-----------|
| 1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.   | X         |           |
| 2. La comunicación pública por cualquier procedimiento o medio físico o electrónico, así como su puesta a disposición en Internet.   | X         |           |
| 3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones. | X         |           |
| 4. La inclusión en el Repositorio Institucional.   | X         |           |

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización.

Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
|   | <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
|   | <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   |   | <b>PAGINA: 5 de 7</b>       |

caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “*Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores*”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

**NOTA:** (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

**Información Confidencial:**

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. **SI \_\_\_ NO \_X\_**.

En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

**LICENCIA DE PUBLICACIÓN**

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.



|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAr113</b>      |
| <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
| <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   | <b>PAGINA: 6 de 7</b>       |

d) El (Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.

f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el “Manual del Repositorio Institucional AAAM003”

i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



**Nota:**

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo



|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>MACROPROCESO DE APOYO</b>  | <b>CÓDIGO: AAAR113</b>      |
| <b>PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO</b>                                    | <b>VERSIÓN: 3</b>           |
| <b>DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL REPOSITORIO INSTITUCIONAL</b> | <b>VIGENCIA: 2017-11-16</b> |
|   | <b>PAGINA: 7 de 7</b>       |

contrato o acuerdo.

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

| <b>Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. PerezJuan2017.pdf)</b>          | <b>Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)</b> |
|---|---|
| 1. COMPONENTE SOCIO ECONÓMICO DE OFERTA Y DEMANDA DE LA PROVINCIA DE SOACHA – SIBATÉ. pdf | texto   |
| 2.  |   |
| 3.  |   |
| 4.  |   |

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

| <b>APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS</b> | <b>FIRMA (autógrafa)</b> |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Almeciga Bello Edinson Sebastián     |                          |
| Torres Zambrano Libardo              |                          |
|                                      |                          |
|                                      |                          |

Código Serie Documental (Ver Tabla de Retención Documental).

**COMPONENTE SOCIO ECONÓMICO DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA  
DE LA PROVINCIA DE SOACHA - SIBATÉ**

**EDINSON SEBASTIAN ALMECIGA BELLO  
LIBARDO TORRES ZAMBRANO**

**PROGRAMA DE CONTADURIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES  
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
Fusagasugá, 2019**



**COMPONENTE SOCIO ECONÓMICO DE OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA  
DE LA PROVINCIA DE SOACHA - SIBATÉ**

**EDINSON SEBASTIAN ALMECIGA BELLO  
LIBARDO TORRES ZAMBRANO**

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de  
**CONTADOR PUBLICO**

**Director: MANUEL RICARDO GONZALEZ**

Docente

PROGRAMA DE CONTADURIA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES  
UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
Fusagasugá, 2019

## TABLA DE CONTENIDO

|  |    |
|--|----|
| <b>INTRODUCCIÓN</b> .....                          | 5  |
| 1. TITULO.....                                     | 7  |
| 2. ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN.....              | 8  |
| 2.1. AREA.....                                     | 8  |
| 2.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN.....                   | 8  |
| 3. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....   | 9  |
| 3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....                 | 9  |
| 4. OBJETIVOS.....                                  | 11 |
| 4.1. OBJETIVO GENERAL.....                         | 11 |
| 4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....                    | 11 |
| 5. JUSTIFICACIÓN.....                              | 12 |
| 6. MARCO DE REFERENCIA.....                        | 13 |
| 6.1. MARCO DE ANTECEDENTES.....                    | 13 |
| 6.2. MARCO TEORICO.....                            | 14 |
| 6.3. MARCO CONCEPTUAL.....                         | 16 |
| 6.4. MARCO LEGAL.....                              | 17 |
| Tabla 1. Marco legal.....                          | 17 |
| 6.5. MARCO GEOGRAFICO.....                         | 19 |
| 7. DISEÑO METODOLÓGICO.....                        | 20 |
| 7.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....                 | 20 |
| 7.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....                   | 20 |
| 7.3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA..... | 21 |
| 7.3.1. POBLACIÓN:.....                             | 21 |
| 7.3.2. MUESTRA:.....                               | 21 |
| 8. RECURSOS.....                                   | 22 |
| 8.1. RECURSOS HUMANOS.....                         | 22 |
| 8.2. RECURSOS TECNICOS.....                        | 22 |
| 8.3. OTROS RECUROS.....                            | 23 |
| 10. IMPACTOS.....                                  | 29 |
| 10.1. IMPACTO SOCIAL.....                          | 29 |
| 10.2. IMPACTO AMBIENTAL.....                       | 29 |

|       |                        |    |
|-------|------------------------|----|
| 10.3. | IMPACTO ECONOMICO..... | 29 |
| 11.   | CONCLUSIONES.....      | 30 |
| 12.   | BIBLIOGRAFÍA.....      | 31 |

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha constituido como uno de los factores más importantes para el desarrollo económico de cada una de las provincias de nuestro país, siendo una herramienta para frenar la pobreza, debido a que este se ha considerado como una industria que no contamina, por lo que todos los países buscan sacar su máximo provecho, según se ha demostrado la oferta y demanda en los últimos 10 años.

El país también ha tenido un avance en la oferta de los productos turísticos de alto valor como el de la naturaleza, deporte, aventura, turismo de negocios, turismo cultural, turismo gastronómico y de salud (MinCIT); cuyos resultados han tenido un significado positivo y evidencian un crecimiento del flujo internacional con ingresos muy importantes por este concepto.

Según la revista DINERO (2018) el número de turistas en el país pasaron de 2,6 millones en 2010 a 6,5 millones hasta el momento, En el primer trimestre de 2018 la participación del turismo en el PIB fue de 6,9%, mientras que en 2017 fue de 1,6%, se han creado 1,9 millones de empleos formales en este sector y Se han implementado 45 rutas turísticas (30 geográficas – 15 temáticas) en 32 departamentos. Lo que se tradujo también en una mayor entrada de divisas. De recibir US\$3.440 millones en 2010, el país pasó a percibir US\$5.787 millones en 2017.

La llegada de extranjeros al país ha tenido un incremento importante, generando una dinámica cambiante y creciente, permitiendo estimular el aporte de inversión; sin embargo, la investigación sobre los impactos del turismo en la economía tiene pocos estudios.

Este proyecto apoyado de estudios ya realizados por colegas de la Universidad de Cundinamarca está encaminado a potencializar la actividad económica y se va a realizar con el fin de enumerar los servicios turísticos de Soacha – Sibaté, abarcando temas tan importantes como el crecimiento y desarrollo económico de las provincias.

## 1. TITULO

Componente Socio Económico De Oferta y Demanda Turística de la Provincia de Soacha – Sibaté

## 2. ÁREA Y LINEA DE INVESTIGACIÓN

### 2.1. AREA

Gestión Para el Desarrollo Local y Translocal

### 2.2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Desarrollo Socioeconómico

### 3. FORMULACIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

¿Es necesario el análisis del componente socio económico de oferta y demanda turística de la provincia de Soacha - Sibaté?

#### 3.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El turismo en los últimos 10 años ha tenido una incidencia en la actividad económica ya que representa el 10 % del PIB mundial<sup>1</sup>, aunque tiene un valor positivo en el crecimiento y desarrollo económico se puede presenciar que presenta una deficiencia en la información sobre los diferentes lugares turísticos que pueden ser de interés generalas a nivel nacional.

Las políticas públicas enfocadas al turismo estimulan la oferta turística para promoverla interna como externa enfocando y promoviendo el sector en cada uno de los rincones del país, además de promover debe crear nuevos destinos que estén a la vanguardia de los destinos internacionales, el gobierno debe ejercer el papel de garante de todas las ramas adema de velar por la protección del turista, una vez afianzado el turismo el gobierno en colaboración con las empresas deben evitar factores como el turismo en masas que dañe la armonía y el gozo de los turistas, después de tener un fluente regulado y controlado en que haya armonía se debe incitar la competitividad empresarial.

Así mismo se puede evidenciar que las provincias de Soacha y Sibaté no cuentan con sitios informáticos para acceder en su totalidad a las ofertas turísticas y la demanda presentada allí.

Llegando a este punto existen lugares que en su momento tuvieron una afección económica y que el estado ha decidido inyectar capital económico para mejorar el

---

<sup>1</sup>Hernández, Javier. Los caminos del patrimonio. Rutas turísticas e itinerarios culturales, en PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, España, 2011 P. 292



turismo en esos lugares, pero la falta de información no ha permitido a que estos lugares obtengan mejoramiento de su economía.

## 4. OBJETIVOS

### 4.1. OBJETIVO GENERAL

Identificar el componente socio económico de oferta y demanda turística de la provincia de Soacha - Sibaté.

### 4.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS

Establecer las variables asociadas a los componentes socioeconómicos de los estudios de demanda y oferta turística de la provincia Soacha.

Definir los conceptos de oferta y demanda turística presentados en cada uno de los Municipios a estudio.

Categorizar y clasificar los resultados generados a partir de la aplicación del instrumento.

## 5. JUSTIFICACIÓN

Los municipios de Soacha y Sibaté, presentan una gran barrera económica, ante la falta de conocimiento sobre la oferta de un manual de lugares exóticos que pueden ser lugares de interés turísticos y paralelamente ante la demanda de quienes deseen visitar este lugar.

Los cambios en el sector económico han permitido la implementación de nuevos compromisos ante los semilleros de investigación. Mediante el fortalecimiento de trabajo colectivo y autónomo como una destreza pedagógica en el trabajo de campo, lo que permite que cada estudiante tenga visión profesional ante un trabajo investigativo que indague sobre la estabilidad económica.

La universidad de Cundinamarca con el apoyo del Comité del Desarrollo de la Investigación y grupos investigativos adscritos a la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas y contables como ARADO – DECUM – PROCEM – GREICO - TEMCON - ASCUN - DOPYS y ADCODETR, han aprobado e implementado el proyecto macro estudio del Sub sector de turismo en diferentes zonas del Municipio de Cundinamarca.<sup>2</sup>

El entorno socio – económico que actualmente se maneja en nuestro departamento, es un punto clave para quienes tienen espíritu de búsqueda, indagación y analítico, aspectos que influenciarán en la formación de los estudiantes hacia una disciplina ante nuevos contextos de participación para la resolución de problemas.

---

<sup>2</sup> INFORME DE GESTION UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA VIGENCIA 2017, 20 de febrero de 2018 (Revisado el 25 de agosto de 2018), Disponible en Internet: <https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/planeacion/informe-de-gestion/2018/informe-gestion-ucundinamarca-2017-v2.pdf>

## 6. MARCO DE REFERENCIA

### 6.1. MARCO DE ANTECEDENTES.

“El turismo, ya que se ha convertido en una de las actividades más dinámicas en las economías actuales debido a los cambios en el consumidor turístico, por lo tanto, es necesario analizar las características de la demanda turística para fortalecer las relaciones de los consumidores potenciales”<sup>3</sup>

Debido a que el turismo ha presentado un importante crecimiento dentro de la economía se han descubierto varios cambios para ello, este estudio pretende analizar los intereses de los consumidores teniendo en cuenta las diferentes variables que se pueden presentar para el análisis de la oferta turística y así suplir la demanda.

“Los escritores Juan Gabriel Brida y Juan Sebastián Pereyra, encuentran datos de los consumidores que visitan un destino, cuánto gasta y hace mientras permanece en él. Las cifras se concentran en la cantidad de visitantes, el número de noches de estancia y el gasto turístico”<sup>4</sup>

En la mayoría de los mercados es difícil compensar a todos los turistas con un solo producto o servicio debido a los diferentes intereses ya que a medida que aumenta su dominio adquisitivo demandan productos que se adapten mejor a sus necesidades; para el caso de la provincia de Soacha – Sibaté los estratos bajo y alto son los que mas consumen servicios y sus días de estancia son altos.

“Beni destaca que hay tres líneas de análisis teórico de la actividad turística, en la cual la primera línea habla de la perspectiva de producción, en como transforman materia prima en producto terminado y otras que ofrecen servicios ya terminados.

---

<sup>3</sup> COLLADO, Molina. Revista de análisis turístico. En: Aranzadi. España, 2007. P. 38.

<sup>4</sup> BRIDA, Juan, PEREYRA, Juan. La contribución del turismo al crecimiento económico. En: Cuadernos de turismo, 2008. P. 36.

En la segunda línea se refiere a la parte de la distribución de los servicios, la tercera y última línea trata de las condiciones que tiene viajar, que necesidades y sus diferentes variables a las cuales está dispuesto a presentarse en el transcurso de emprender un viaje a un lugar turístico como los gastos, el tiempo, actividades turísticas, motivaciones, necesidades y preferencias”<sup>5</sup>

“Según el turismo esto implica necesariamente el desplazamiento, ya que el viaje es el componente esencial del turismo, esto conlleva a la permanencia fuera del domicilio, movilizarse a otro lugar en el cual es nuevo para usted, es esencial el tiempo en el cual usted va estar fuera de su lugar habitual ya que un viaje implica un regreso, una ida y una vuelta”<sup>6</sup>

## 6.2. MARCO TEORICO

presente investigación en el ámbito teórico de la se toma como base las diferentes teorías económicas y las teorías de la motivación aplicadas a las regiones y especialmente al sector turismo. Por tal motivo a continuación se enuncian las principales teorías.

Según Maslow, “las necesidades del ser humano están jerarquizadas y escalonadas de forma tal que cuando quedan cubiertas las necesidades de un orden es cuando se empiezan a sentir las necesidades del orden superior”<sup>7</sup>

La idea principal de Maslow es el de las necesidades fisiológicas, hambre y sed. una vez el ser humano tiene ya cubiertas estas necesidades empieza a preocuparse por la seguridad de que las va a seguir teniendo cubiertas en el futuro y por la seguridad frente a cualquier daño. Una vez que el individuo se siente físicamente seguro, empieza a buscar la aceptación social; quiere identificarse y

---

<sup>5</sup> BENI, modelo teórico aplicado al turismo, ciudad autónoma de buenos aires, 2007. P 1-3.

<sup>6</sup> Ibid. P. 2.

<sup>7</sup> Maslow, Abraham H. la Teoría de la Jerarquía de las Necesidades, 1943.

compartir las aficiones de un grupo social y quiere que este grupo lo acepte como miembro. Cuando las personas están integrados a grupos sociales empieza a sentir la necesidad de obtener autoridad, victoria, éxito y reconocimiento de los demás. Finalmente, los individuos que tienen cubiertos todos estos escalones, llegan a la culminación y desean sentir que están dando de sí todo lo que pueden, desean crear.

Para Adam Smith el pensamiento de centrado en la economía capitalista o de libre mercado, explica que, de acuerdo a este tipo de sistema económico, “los individuos son capaces por si mismos de dar respuesta de forma acertada al que, al cómo y para quién producir<sup>8</sup>”. En este régimen, el Estado realiza sólo las funciones que les son naturales y que no se pueden otorgar a manos de la iniciativa privada, como lo es la defensa nacional, sin que desvíe la toma de decisiones de aquella que libremente elijan los agentes económicos.

Smith engrandeció la economía con un nuevo supuesto: en materia económica, el ser humano se mueve principalmente por su interés individual antes que por el bien

de los demás. En uno de sus pasajes más distinguidos, Adam Smith expone esta teoría al marcar que el pan no se obtiene en el mercado por la generosidad del panadero, ni la carne por la benevolencia del carnicero, sino porque éstos buscan una ganancia económica. Este dispuesto se repite, según él, en todas las esferas del ámbito económico. Sin embargo, no implica que las personas se muevan siempre egoístamente. A su juicio, el interés propio se ciñe de manera exclusiva al ámbito económico, pero en otros aspectos de la vida es perfectamente posible -y es incluso un deber moral- ser generoso.”

---

<sup>8</sup> Pensamiento económico de Adam Smith

### 6.3. MARCO CONCEPTUAL

El marco conceptual es un fundamento teórico que guía el desarrollo de la investigación, Los conceptos utilizados en el siguiente estudio son:

Componente socio – económico según la OMT (Organización Mundial de Turismo) “comprende La naturaleza de la actividad turística como un resultado complejo de interrelaciones entre diferentes factores que hay que considerar conjuntamente desde una óptica sistemática, es decir, un conjunto de elementos interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente. Cuatro elementos que básicos que apoyan el concepto: demanda, oferta, espacio geográfico y los operadores de mercado<sup>9</sup>”. Por otro lado, los mercados se determinan mediante la oferta que según Rossetti está conformada por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un tiempo determinado y con un precio establecido<sup>10</sup>. Cuando se estudiaba la relación entre la demanda de un bien y su precio, sin tener en cuenta otros factores que también afectan a la demanda se consideraba que el resto de factores no se alteran; para Samuelson La demanda según es el total de las compras de bienes y servicios que consume un cierto grupo de personas en un tiempo determinado. Se puede referir a demanda individual (cuando interviene un consumidor) o demanda total (con la participación de los consumidores de un mercado total)<sup>11</sup>. La demanda turística depende de varios factores, siendo el más significativo el precio del turismo. Que para Hunziker y Krapf, el turismo es la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto en cuanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada <sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> Sancho, Amparo, Introducción al Turismo, 2011, disponible en: <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introduccion-al-turismo-omt.pdf>

<sup>10</sup> ROSSETTI José, introducción a la Economía. Buenos aires.: Publicaciones academia.edu. 2017.

<sup>11</sup> SAMUELSON. Paula, macroeconomía (15) edición, Madrid, España: Libros de economía. 2008, pág. 43.

<sup>12</sup> Hunziker y Krapf, Universidad de Bern, citado por Sancho, Amparo, Introducción al Turismo, 2011, disponible en:

<http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

#### 6.4. MARCO LEGAL

Tabla 1. Marco legal

| NORMA                   | DESCRIPCIÓN  | ARTICULO                     |
|-------------------------|--|------------------------------|
| <b>LEY 300 DE 1996</b>  | El artículo N.º 1 para la ley 300 de 1996 es fundamental ya que determina que el turismo es una industria fundamental para el desarrollo del país. <sup>13</sup>   | <b>Art Nº1</b>               |
| <b>Ley 1101 de 2006</b> | En los artículos del N.º 1 al 20 modifican la ley 300 de 1996 los cuales crean las contribuciones parafiscales con destino a la promoción y competitividad del turismo. <sup>14</sup>                                | <b>Art N.º 1- 20</b>         |
| <b>Ley 1558 de 2012</b> | La presente ley en sus artículos Art N.º 1-2-3-5-13-14 objeto el fomento, el desarrollo, la promoción, la competitividad del sector y la regulación de la actividad turística, a través de los mecanismos necesarios | <b>Art N.º 1-2-3-5-13-14</b> |

<sup>13</sup> Diario Oficial 42845 de julio 30 de 1996, El Congreso de Colombia, 1996

<sup>14</sup> Diario Oficial No. 46.461 de 23 de noviembre de 2006



|                            |  |                       |
|----------------------------|--|-----------------------|
|                            | para la creación, conservación, protección y aprovechamiento de los recursos y atractivos turísticos nacionales, <sup>15</sup>   |                       |
| <b>Decreto 355 de 2017</b> | El Decreto número 355 de 2017, modifican los artículos 1º, 3º, 5º y 7º del Decreto 945 de 2014, y el cual se 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. <sup>16</sup> | <b>Art N.º 1 – 5</b>  |
| <b>Decreto 945 de 2014</b> | Que con el fin de mejorar la competitividad del turismo en el país el decreto 945 de 2014 reglamenta la conformación y el funcionamiento del consejo nacional de seguridad turística. <sup>17</sup>  | <b>Art N.º 1 - 11</b> |

<sup>15</sup> Diario Oficial No. 48.487 de 10 de julio de 2012

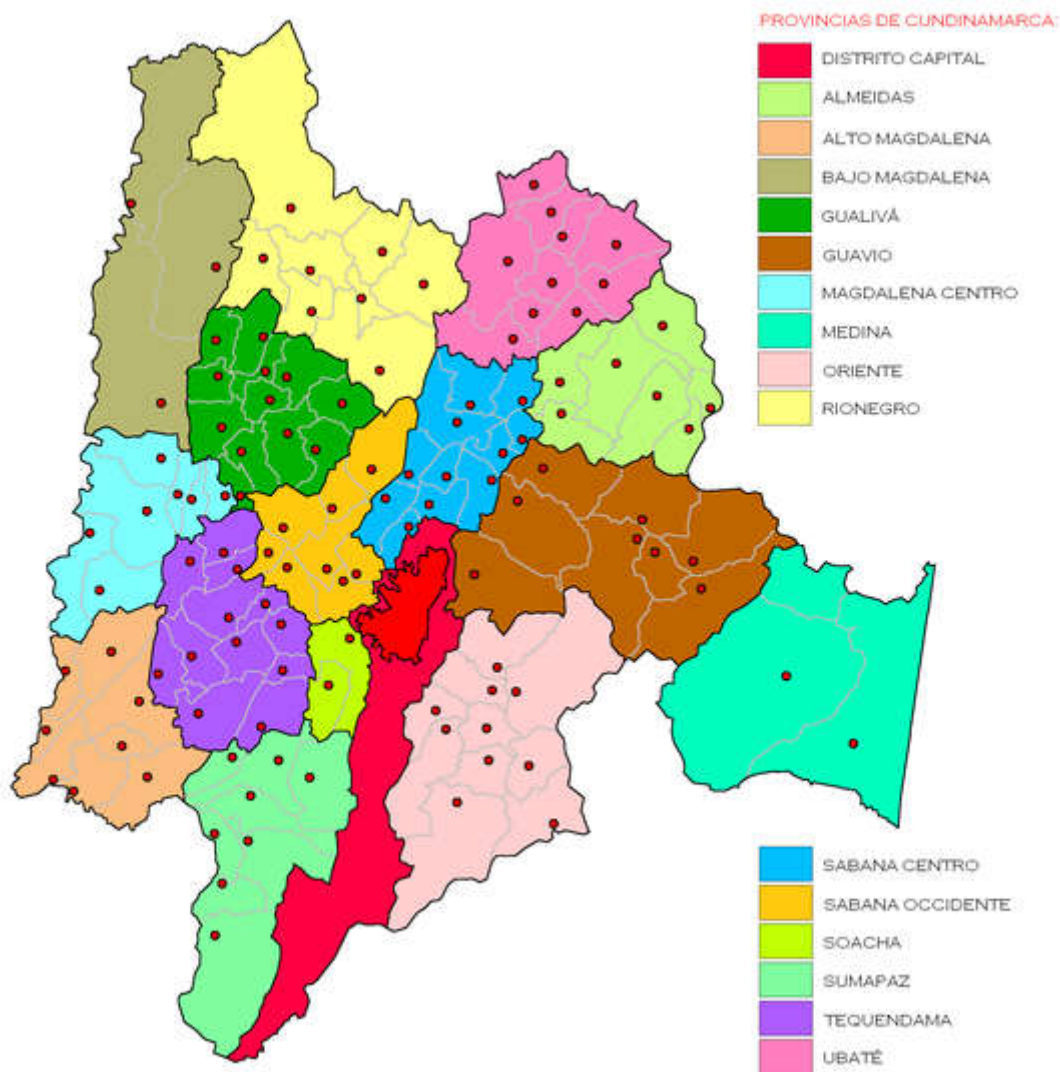
<sup>16</sup> DIARIO OFICIAL. AÑO CLII. N. 50164. 03 MARZO, 2017

<sup>17</sup> Diario Oficial No. 49.158 de 21 de mayo de 2014

## 6.5. MARCO GEOGRAFICO

La provincia se encuentra ubicada en la parte central del departamento de Cundinamarca, y está conformada por los municipios de Soacha y Sibaté. El municipio de Soacha esta unido por la parte sur de la capital de la republica de Colombia (Bogotá D.C.).

Figura 1. Mapa Provincias de Cundinamarca<sup>18</sup>



<sup>18</sup> 220013501.png. Algunos derechos reservados por Somos Cundinamarca. Dirección: <http://www.esacademic.com/pictures/eswiki/80/ProvCundinamarca.png>

## 7. DISEÑO METODOLÓGICO

### 7.1. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

De acuerdo con los objetivos planteados, se prevé que serán utilizados los métodos básicos: inductivo, deductivo, analítico y sintético indistintamente, ajustándose a la necesidad que cada ítem requiera o se disponga de información, para utilizar el método que sea conveniente.

El método inductivo en esta investigación permitirá, desde la investigación planteada observar, documentar y lograr generalizar comportamientos o aptitudes entre los actores de la actividad turística.

### 7.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente proceso investigativo propuesto, se caracteriza por ser una investigación aplicada de campo, con base en datos entregados, cuya información será cualitativa, donde de forma descriptiva, explicativa y prospectiva se abarcarán una serie de variables, para lograr alcanzar cada uno de los objetivos específicos, por consiguiente, las observaciones, serán analizadas para encontrar las razones o causas que fundamenten los diversos argumentos de la investigación.

Finalmente, esta investigación tiende a proponer una alternativa de sistema de diagnosticar las condiciones en las que se encuentra cada una de las actividades turísticas del municipio, así que podamos analizar los niveles de oferta y demanda que nos permita tener un punto de referencia que permitirá el planteamiento estratégico necesario, para sostener activa y creciente a este sector, que al mismo tiempo dinamice las actividades comerciales fundamentalmente del municipio y de la provincia en general.

### 7.3. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 7.3.1. POBLACIÓN:

Para el desarrollo de la investigación, se tomó como referencia el número de análisis descritos por la universidad de Cundinamarca en cada uno de los componentes socioeconómicos.

#### 7.3.2. MUESTRA:

Para calcular la muestra de la investigación se aplicó la fórmula de muestreo en donde se determinó el nivel de confianza y el grado de error.

## 8. RECURSOS

### 8.1. RECURSOS HUMANOS

Tabla 1. Recursos humanos<sup>19</sup>

| NOMBRE                           | Nº HORAS | VALOR<br>HORA | TOTAL        |
|----------------------------------|----------|---------------|--------------|
| EDINSON SEBASTIAN ALMECIGA BELLO | 980      | \$ 3.000      | \$ 2.940.000 |
| LIBARDO TORRES ZAMBRANO          | 980      | \$3.000       | \$2.940.000  |
| TOTAL, RECURSOS                  | 980      | \$ 3.000      | \$ 5.880.000 |

### 8.2. RECURSOS TECNICOS

Tabla 2. Recursos técnicos<sup>20</sup>

| DESCRIPCION      | CANTIDAD | VR. UNITARIO | TOTAL        | PROCEDENCIA |
|------------------|----------|--------------|--------------|-------------|
| COMPUTADARO VAIO | 1        | \$ 2.300.000 | \$ 2.300.000 | PROPIO      |
| TELEFONO CELULAR | 1        | \$ 700.000   | \$ 700.000   | PROPIO      |
| IMPRESORA        | 1        | \$ 300.000   | \$ 300.000   | PROPIO      |
| USB              | 1        | \$ 18.000    | \$ 18.000    | PROPIO      |

---

<sup>19</sup> Elaborado por el autor

<sup>20</sup> Elaborado por el autor

### 8.3. OTROS RECUROS

Tabla 3. Otros recursos<sup>21</sup>

| DESCRIPCION | CANTIDAD | VR.<br>UNITARIO | TOTAL      | PROCEDENCIA |
|-------------|----------|-----------------|------------|-------------|
| PAPELERIA   | 1        | \$ 50.000       | \$ 50.000  | PROPIO      |
| TRANSPORTE  | 1        | \$ 400.000      | \$ 400.000 | PROPIO      |
| REFRIGERIO  | 1        | \$ 300.000      | \$ 300.000 | PROPIO      |
| LLAMADAS    | 1        | \$ 20.000       | \$ 20.000  | PROPIO      |
| IMPREVISTOS | 1        | \$ 600.000      | \$ 600.000 | PROPIO      |

---

<sup>21</sup> Elaborado por el autor

## 9. RESULTADOS

De acuerdo con los objetivos planteados, se prevé que serán utilizados los métodos básicos: inductivo, deductivo, analítico y sintético indistintamente, ajustándose a la necesidad que cada ítem requiera o se disponga de información, para utilizar el método que sea conveniente.

El método inductivo en esta investigación permitirá, desde la investigación planteada observar, documentar y lograr generalizar comportamientos o aptitudes entre los actores de la actividad turística.

Teniendo en cuenta las variables propuestos por esta investigación en el cual se da prioridad a la estratificación socioeconómica como eje director de características sociales y económicas, se pretende interpretar resultados de valor numérico que generan distintivos en diferentes temáticas como son la ciudad de procedencia, el gasto turístico, actividad turística, genero, días de estancia, e ingresos.

Tabla 4. Componente socio económico<sup>22</sup>

| <b>Variable a cruzar</b>     | <b>Estrato bajo 1-2</b>           | <b>Estrato medio 3-4</b>  | <b>Estrato alto 5-6</b>                           |
|------------------------------|-----------------------------------|---|---|
| <b>Ciudad de procedencia</b> | 89%<br>Cundinamarca<br>3,7% Meta. | 73,4%<br>Cundinamarca,<br>7,6% Boyacá.<br>6,3% Bogotá<br>5,1% Tolima. | 25%<br>Cundinamarca<br>el 25% Meta<br>16,7% Cesar |
| <b>Gasto turístico</b>       | 48,8% alto<br>28,8% muy           | 40,5% alto<br>27,8% muy alto  | 41,7% alto<br>33,3% bajo                          |

<sup>22</sup> Elaborado por el autor

|                            |  |  |  |
|----------------------------|--|--|--|
|                            | alto.<br>15,9% bajo                                      | 19% medio  | 25% muy alto                             |
| <b>Actividad turística</b> | 61% atractivos<br>turísticos<br>36.6 % las<br>caminatas. | 65,8% atractivos<br>turísticos<br>31.6 % las<br>caminatas. | 83,3% atractivos<br>turísticos.          |
| <b>Genero</b>              | 51,2%<br>hombres<br>48,8%<br>mujeres.                    | 57%% hombres<br>43% mujeres.                               | 75% hombres<br>25% mujeres.              |
| <b>Días de estancia</b>    | 12,2% turista<br>31,7%<br>excursionista.                 | 11,4% turista<br>40,5%<br>excursionista.                   | 58,3% turista<br>33,3%<br>excursionista. |
| <b>Ingresos</b>            | 61% medio<br>17,1% no<br>perciben<br>ingresos.           | 50,6% medio<br>26,6% no perciben<br>ingresos.              | 75% son medio<br>alto y 25%%<br>medio.   |

Ciudad de procedencia vs. estrato:

con respecto a la ciudad de procedencia la estratificación socioeconómica arroja como resultado de la provincia de Soacha; en el estrato bajo el 89% de los visitantes proceden del Departamento de Cundinamarca y en un 3.7% del



Departamento del Meta. En el mismo sentido para el estrato medio el 73,4% su origen es del Departamento de Cundinamarca y el 7.6% de Boyacá, el 6.3% de Bogotá y el 5.1% del Departamento de Tolima. Y en el estrato alto el 25% del Departamento de Cundinamarca, el 25% del Meta, y el 16.7% del Cesar.

De acuerdo con lo descrito por Lapierre, j. el turismo es un sistema integrado por 5 partes como lo son: tres elementos territoriales (lugar de procedencia, ambiente habitual del turista, una región de transito que intercomunica el origen con el destino turístico), y los otros dos elementos van ligados a el turista y la industria del turismo. Estos 5 elementos están siendo impactados por factores externos y así mismo impacta sobre variables, sociales, económico, culturales, entre otras.

Para esta investigación se hace necesario analizar la provincia de Soacha, el origen y destino del turista dentro de Colombia ya que al comprender el proceso de oferta se genera la demanda del servicio<sup>23</sup>.

Gasto turístico vs. estrato:

En la provincia de Soacha - Sibaté se identifica que en el estrato bajo hubo un gasto turístico alto de 48,8% y muy alto de 28,8% y un 15,9% bajo. En el estrato medio en el gasto turístico se evidencia el 40,5% alto, muy alto en 27,8% y un 19% medio. Y el estrato alto en el gasto turístico se identificó 41,7% alto, un 33,3% bajo, y el 25% muy alto.

Según Acerenza. M. los gastos generados por el turista se convierten en una inyección inicial de capital a la economía del país. Se debe medir este gasto a través de 3 efectos que son directos, indirectos e inducidos. Los directos son los que tienen que ver con los pagos de remuneración al personal contratado

---

<sup>23</sup> Lapierre. J." the tourism satellite account", en statistics Canada, Atlanta, 1994

directamente para prestar el servicio y así mismo está el pago a proveedores, administración, impuestos y beneficios. Por otro lado, los indirectos los componen compra de bienes y servicios, pago de remuneración al personal, pago proveedores, bienes y gobierno. Finalmente, los efectos inducidos pago de remuneración al personal, pago a proveedores, compra de bienes y servicios<sup>24</sup>.

Actividad turística vs. estrato:

En las actividades mas significativas de la provincia se identifico que en el estrato bajo tiene preferencias de un 61% en los atractivos turísticos y el 36.6 % en las caminatas. Del mismo modo el estrato medio tiene favoritismo en un 65,8% en los atractivos turísticos y 31.6 % en las caminatas. Por ultimo y para terminar el análisis el estrato alto prefiere los atractivos turísticos en un 83,3%.

Según Aoun, S. las atracciones turísticas son vistas como un producto, identificando tres zonas, una que es el núcleo (Parte central de la atracción turística), la zona de cierre que es el servicio complementario relacionado con la atracción y el tercero definido como el cinturón inviolable que es el área que protege al producto principal de la atracción<sup>25</sup>.

Genero vs. estrato:

Después de realizar la indagación correspondiente se encuentra el dato del genero de la provincia Soacha – Sibaté por cada uno de sus estratos socio económicos por un 51,2% de hombres y 48,8% de mujeres en el estrato bajo. En el estrato medio se encuentra un 57% de hombres y el 43% de mujeres, y en el estrato alto se identificó una diferencia más evidente respecto a los anteriores estratos, con un 75% de hombres y 25% de mujeres.

---

<sup>24</sup> Acerenza. M, Administración del turismo, conceptualización y organización 4 ed., México 2000

<sup>25</sup> Aoun, S., a procura do paraíso no universo do turismo, papirus, campinas, 2001.

Días de estancia vs. estrato:

Con relación a los días de estancia de los consumidores en la provincia de Soacha – Sibaté en el estrato bajo se observa un 12,2% de turistas y el 31,7% de excursionistas. En el estrato medio un 11,4% de turista y 40,5% de excursionista, y por último en el estrato alto un 58,3% turista y el 33,3% excursionista.

Ingresos vs. estrato:

Para la provincia se identifico unos ingresos en relación al turismo respecto a los estratos socio económicos con un 61% medio y 17,1% no perciben ingresos en el estrato bajo. Del mismo modo en el estrato medio se observa un 50,6% medio y 26,6% no perciben ingresos. Para el estrato alto el 75% son medio alto y 25% medio.

## 10. IMPACTOS

### 10.1. IMPACTO SOCIAL

Con la presente investigación se espera generar un impacto positivo en la provincia de Soacha es decir que con los datos obtenidos se podrá fijar estrategias e impulsar el turismo en el municipio. Con el fomento y crecimiento del turismo se podrá crear un turismo urbano y cultural en el municipio.

### 10.2. IMPACTO AMBIENTAL

Con el desarrollo del turismo se concienciara a todas las personas de la provincia de Soacha a entender que es cuidar el medio ambiente, proteger los recursos naturales, también se creara cultura ciudadana de mantener las calles limpias y en buen estado, a conservar los monumentos y edificaciones, se creará sentido de pertenencia en los habitantes de Sibaté y las personas que visiten la provincia sobre la importancia de conocer la historia de su municipio.

### 10.3. IMPACTO ECONOMICO

En cuanto al impacto económico que se podría evidenciar en la provincia de Soacha sería la generación de nuevos empleos porque al presentar una demanda de turismo más alta se generaría más oportunidades para sus habitantes y para los comerciantes, optimizando así sus ingresos asimismo el crecimiento económico y social tanto de ellos como del municipio.

## 11. CONCLUSIONES

Como primera medida en este sector de la economía, se debe eslabonar que clase de turismo puede ofrecer la región a estudiar, es decir los productos y servicios que predominan y que los representan, para así establecer la correcta caracterización de la oferta y la demanda turística.

La provincia de Soacha-Sibaté tiene un gran potencial turístico, ya que cuenta con grandes recursos naturales, patrimonio agrícola, excelente ubicación geográfica, entre muchos otros factores, pero falta, apoyo de entidades gubernamentales, así como interés de los habitantes del municipio y sentido de pertenencia por el mismo, también mejorar la infraestructura hotelera para así llegar a ser uno de los destinos turísticos más importantes para la ciudad de Bogotá y el país.

También se concluye que las personas que visitan el municipio de Sibaté no lo hacen como destino turístico y los que lo realizan no lo hacen conociendo los atractivos turísticos y culturales del municipio, como tampoco planean su estancia por varios días en el mismo.

## 12. BIBLIOGRAFÍA

<http://www.eumed.net/cursecon/economistas/Maslow.htm>

[https://www.ecofinanzas.com/economia/economistas/Adam\\_Smith\\_Pensamiento\\_economico.htm](https://www.ecofinanzas.com/economia/economistas/Adam_Smith_Pensamiento_economico.htm)

<https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>

Bull, Adrian. La economía del sector turístico. [en línea] 1994 (revisado en agosto de 2018). Editorial: Alianza editorial. Disponible en internet: [https://www.researchgate.net/publication/40935422\\_La\\_Economia\\_del\\_sector\\_turistico](https://www.researchgate.net/publication/40935422_La_Economia_del_sector_turistico)

Correa Alfonso, Jose. Dimate Diaz, Edgar. Rodriguez Olarte, Blanca. Bermudez Rey, Carlos. Cardenas Velez, Luz. Gomez Galindo, Daniel. Ubaque gutierrez, Nelly. Forero Henao, Jenny. Reyes Moreno, Jorge. Toloza Delgado, Jurgen. Informe De Gestion Universidad De Cundinamarca Vigencia 2017 [en línea], 20 de febrero de 2018 (Revisado el 25 de Agosto de 2018), Disponible en Internet: <https://www.ucundinamarca.edu.co/documents/planeacion/informe-de-gestion/2018/informe-gestion-ucundinamarca-2017-v2.pdf>

Fernández, Luis. Introducción a la Teoría Y Técnica del Turismo [en línea] publicado en 1985 (revisado en agosto de 2018), Editorial: Alianza Editorial – 5ta edición. Disponible en internet: <https://www.iberlibro.com/buscar-libro/titulo/teor%EDa-y-t%E9cnica-del-turismo/autor/fern%E1ndez-fuster-luis/>

Ferrer, Jesús I.U.T.A. LA METODOLOGIA Y EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION (Extraido del trabajo publicado por JESÚS FERRER. I.U.T.A. 2010) [en línea] 2010 (revisado en agosto de 2018), Disponible en internet: <http://metodologia02.blogspot.com/2010/07/la-metodologia.html>

Londoño, Felix. Grupo de Investigacion, Universidad E.A.F.I.T – Publicaciones Academicas Vol. 39 Núm. 129, 2003 (revisada en agosto de 2018), disponible en Internet: <http://publicaciones.eafit.edu.co/index.php/revista-universidad-eafit/issue/view/120>

Rodriguez, Alba. Sistema integrado de gestión para empresas turísticas - Integrated management system for tourism companies Sistema integrado de gestão para empresas turísticas,[en línea] Julio – Septiembre de 2009 (revisado en agosto de 2018), Universidad ICESI – Estudios Gerenciales Volume 25, Issue

112, Pages 131-150 Disponible en internet: :  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S012359230970083X?via%3Dihub>

Rossetti, Jose. Introduccion a la Economia. [en línea] 2007 (revisado en agosto de 2018), Publicaciones academia.edu- Universidad Mackenzie , Sao Pablo - Brazil  
Dispobible en Internet:  
[https://www.academia.edu/17238182/Jose\\_Paschoal\\_Rossetti\\_Introduccion\\_a\\_la\\_Economia\\_Sistema\\_de\\_cuentas\\_nacionales?auto=download](https://www.academia.edu/17238182/Jose_Paschoal_Rossetti_Introduccion_a_la_Economia_Sistema_de_cuentas_nacionales?auto=download)

Samuelson, Paulo. Macroeconomia con aplicaciones a Latino America (19 ed.). [en línea] 2008 (revisado en agosto de 2018), Madrid, España: Libros de economia. Página 45, Disponible en internet:  
<http://cisprocr.com/cispro/system/files/Macroeconomia%20Samuelson.pdf>

Sánchez, Elena. Elementos determinantes en Cundinamarca para el desarrollo del turismo como actividad estratégica regional - Determining factors for the development of tourism in Cundinamarca as a regional strategic activity. [en línea] 2014 (consultado en agosto de 2018), Editorial Elsevier - Suma de Negocios - Volume 5, Issue 10, 2014, Pages 40-48, Disponible en internet:  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2215910X14700084?via%3Dihub>