


|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <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 145</b>     |

16-

|              |                            |
|--------------|----------------------------|
| <b>FECHA</b> | Lunes, 10 de junio de 2019 |
|--------------|----------------------------|

Señores  
**UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA**  
 BIBLIOTECA  
 Facatativá

|   |  |
|---|--|
| <b>UNIDAD REGIONAL</b>                        | Extensión Facatativá                               |
| <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>                     | Administración de Empresas                         |

El Autor(Es):

| <b>APELLIDOS COMPLETOS</b> | <b>NOMBRES COMPLETOS</b> | <b>No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN</b> |
|----------------------------|--------------------------|--|
| Bojaca Bernal              | Angelo Giovani           | 1.073.151.148                          |
|                            |                          |  |
|                            |                          |  |
|                            |                          |  |

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 892 07 07 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: 2 de 7</b>       |

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

| <b>APELLIDOS COMPLETOS</b> | <b>NOMBRES COMPLETOS</b> |
|----------------------------|--------------------------|
| Fajardo Vergara            | Richard                  |
|                            |                          |
|                            |                          |
|                            |                          |

| <b>TÍTULO DEL DOCUMENTO</b>  |
|--|
| CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIOS BOJACÁ Y ZIPACÓN |

| <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 |
|--|
| ADMINISTRADOR DE EMPRESAS  |

| <b>AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO</b> | <b>NÚMERO DE PÁGINAS</b> |
|-------------------------------------|--------------------------|
| 04/06/2019                          | 138 pág.                 |

| <b>DESCRIPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS</b><br>(Usar 6 descriptores o palabras claves) |               |
|--|---------------|
| <b>ESPAÑOL</b>   | <b>INGLÉS</b> |
| 1. Investigación   |               |
| 2. Turismo   |               |
| 3. Caracterización   |               |
| 4. Ecoturismo  |               |
| 5. Dofa  |               |
| 6. Diagnostico   |               |

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 892 07 07 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):

El presente trabajo investigativo se ha elaborado con el fin de dar información acerca de la situación actual de la región basándose en información puntual encontrando una serie de datos por medio de instrumentos de recolección, los cuales fueron desarrollados por los investigadores, sirviendo como herramienta de trabajo en el desarrollo de la caracterización de la provincia de sabana de Occidente, para diagnosticar el estado real de los sitios turísticos y detallar los aspectos más importantes de cada municipio.

El propósito de este trabajo es presentar una caracterización general del sector turismo de la PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE BOJACÁ Y ZIPACÓN, Provincia considerada como área de estudio.

Se consideran esencialmente tres temas, los cuales determinan la caracterización del sector turismo, lo primero es definir el diagnóstico DOFA que contribuyen a explicar a la Provincia de Sabana Occidente municipio de Subachoque, fundamental para continuar con los esfuerzos no solo de integrar instituciones sino de generar sostenibilidad en los procesos que traen beneficios para diferentes actores en turismo.

Como segundo punto identificar el inventario de los sitios turísticos más emblemáticos, los cuales se presentan en la ficha técnica estandarizada del Ministerio de Industria y Turismo.

El tercero es la proyección turística de los municipios de Bojacá y Zipacón con base en el marco legal existente, realizando un análisis de las estrategias nacionales, departamentales y municipales.


## AUTORIZACIÓN 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:

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 892 07 07 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: 4 de 7</b>       |

Marque con una "X":

| <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

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca  
Teléfono (091) 892 07 07 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: 5 de 7</b>       |

aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún 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.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de

Calle 14 Avenida 15 Barrio Berlín Facatativá – Cundinamarca  
 Teléfono (091) 892 07 07 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: 6 de 7</b>       |

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 contrato o

|   |   |                             |
|---|---|-----------------------------|
|  | <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>       |

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. caracterización sector turismo departamento de Cundinamarca, provincia sabana occidente, municipios Bojacá y zipacón.pdf | Texto   |
| 2. Tabulación Encuestas Sabana de Occidente.xlsx  |   |

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

| <b>APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS</b> | <b>FIRMA (autógrafo)</b> |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Bojaca Bernal Angelo Giovani         | ANGELO B                 |

12.1.40

CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE  
CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIOS BOJACÁ Y  
ZIPACÓN

ANGELO GIOVANNI BOJACÁ BERNAL

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
EXTENSIÓN FACATATIVÁ  
2019



CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE  
CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIOS BOJACÁ Y  
ZIPACÓN

ANGELO GIOVANNI BOJACÁ BERNAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

RICHARD FAJARDO VERGARA  
Magister en Relaciones Internacionales  
Director

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES  
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
EXTENSIÓN FACATATIVÁ  
2019

NOTA DE ACEPTACIÓN

---

---

---

---

---

---

Presidente del jurado

---

Jurado

---

Jurado

Facatativá, Mayo de 2019

## DEDICATORIA

A Dios por a verme dado la vida también la voluntad y la oportunidad de prepararme profesionalmente, a mis padres Yolanda Bernal y José Vicente Bojaca por estar a mi lado siempre cuando más los necesito ser un pilar en mi vida fundamental, a mis hermanas Danna valentina Bojaca, Olga Lucia Bojaca quien constantemente me recuerdan el orgullo que sienten por mí y mi proceso educativo a mi novia Andrea Nataly Vargas y a mi futuro hijo , a los diferentes docentes que a lo largo de mi carrera se han tomado el arduo trabajo de transmitir sus diversos conocimientos especialmente en lo que corresponde a mi profesión, no me queda más que dar gracias por ofrecerme un mañana mejor

## CONTENIDO

|   |    |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN.....                           | 18 |
| 1. TITULO .....                             | 19 |
| 2. PROBLEMA.....                            | 20 |
| 2.1. PLANTEAMIENTO PROBLEMA .....           | 20 |
| 2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....          | 21 |
| 2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA .....      | 21 |
| 3. JUSTIFICACIÓN .....                      | 23 |
| 4. OBJETIVOS.....                           | 23 |
| 4.1. OBJETIVO GENERAL.....                  | 24 |
| 4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....             | 24 |
| 5. MARCO DE REFERENCIA.....                 | 25 |
| 5.1 MARCO TEÓRICO .....                     | 25 |
| 5.2 MARCO CONCEPTUAL.....                   | 28 |
| 5.1. MARCO GEOGRAFICO .....                 | 31 |
| 5.2. MARCO LEGAL.....                       | 34 |
| 6. METODOLOGÍA .....                        | 36 |
| 6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN .....            | 36 |
| 6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN .....          | 23 |
| 6.3. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS ..... | 23 |
| 6.5. UNIVERSO Y POBLACION MUESTRA.....      | 24 |
| 6.6. AREA DE ESTUDIO .....                  | 24 |
| 6.7. TIPO DE INVESTIGACION .....            | 27 |
| 6.8. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION.....     | 28 |

|   |    |
|---|----|
| 7. DIAGNOSTICO DOFA DE SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA DE OCCIDENTE, MUNICIPIO DE BOJACÁ. ....            | 39 |
| 6.1. MATRIZ DOFA BOJACÁ .....   | 39 |
| 7.1. FORTALEZAS .....   | 41 |
| 7.1.1. EL MUNICIPIO DE BOJACÁ CUENTA CON SITIOS LLAMATIVOS PARA LOS TURISTAS, EL PRINCIPAL EL SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD. .... | 41 |
| 7.1.2 TIENE VÍAS DE ACCESO RÁPIDO DESDE BOGOTÁ Y LOS MUNICIPIOS ALEDAÑOS. ....  | 43 |
| 7.1.3. CUENTA CON LA PLAZA DE MERCADO LOS DOMINGOS, QUE ES EL SITIO MÁS CONCURRIDO POR LOS TURISTAS. ....                                   | 45 |
| 7.1.4. SE REALIZAN FERIAS Y FIESTAS DE ORDEN DEPARTAMENTAL Y NACIONAL. ....   | 46 |
| 7.2. OPORTUNIDADES .....  | 47 |
| 7.2.1. PARTICIPACIÓN A NIVEL NACIONAL DE LOS EVENTOS SOCIO-CULTURALES. ....   | 47 |
| 7.2.2. ATRAER A LOS DEPARTAMENTOS Y MUNICIPIOS CERCANOS A CONOCER EL MUNICIPIO. ....  | 47 |
| 7.2.3. INCREMENTAR LA ECONOMÍA DEL MUNICIPIO, A TRAVÉS DE SUS EVENTOS. ....   | 47 |
| 7.2.4. DAR A CONOCER EL MUNICIPIO EN LOS EVENTOS EN LAS DIFERENTES CELEBRACIONES. ....  | 48 |
| 7.3. DEBILIDADES .....  | 48 |
| 7.3.1. FALTA DE COMPETITIVIDAD A NIVEL TURÍSTICO. ....  | 48 |
| 7.3.2. FALTA DE PROMOCIÓN DE LOS EVENTOS TURÍSTICOS. ....   | 48 |
| 7.3.3. FALTA DE HOTELES DESTACADOS PARA LOS TURISTAS. ....  | 49 |

7.3.4. FALTA DE ARTICULACIÓN DE LOS ENTES TURÍSTICOS Y LAS  
AUTORIDADES PARA IMPLEMENTAR UN PLAN DE SEGURIDAD DE CALIDAD

50

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 7.4.   | AMENAZAS.....  | 51 |
| 7.4.1. | FALTA DE LA FUERZA PÚBLICA PARA LA SEGURIDAD DEL MUNICIPIO<br>EN LOS EVENTOS SOCIO-CULTURALES.....       | 51 |
| 7.4.2. | FALTA DE OPORTUNIDADES A NIVEL LABORAL, PARA LOS<br>RESIDENTES DEL MUNICIPIO .....                       | 51 |
| 7.4.3. | INSEGURIDAD PARA LOS COMERCIANTES. ....  | 51 |
| 7.4.4. | POCA PUBLICIDAD DEL MUNICIPIO. ....  | 52 |
| 7.5.   | ESTRATEGIAS FO.....  | 52 |
| 7.5.1  | FOMENTAR EL DESARROLLO TURÍSTICO DEL MUNICIPIO.....  | 52 |
| 7.5.2. | MERCADEO Y PROMOCIÓN DEL TURISMO ORIENTADO A LA MEJORA<br>DEL MUNICIPIO.....                             | 53 |
| 7.5.3. | BRINDAR INFORMACIÓN CENTRALIZADA AL TURISTA.....   | 53 |
| 7.5.4. | DISEÑAR UN PLAN DE TURISMO COMPLETO.....   | 53 |
| 7.6.   | ESTRATEGIAS FA .....   | 54 |
| 7.6.1. | CREAR UN ESQUEMA DE SEGURIDAD PARA LOS EVENTOS<br>CULTURALES DEL MUNICIPIO. ....                         | 54 |
| 7.6.2. | REALIZAR CONVOCATORIA PARA LA GENERACIÓN DE EMPLEO EN<br>LOS EVENTOS .....                               | 54 |
| 7.6.3. | DISEÑAR UN MAPA TURÍSTICO PARA EL VISITANTE, QUE CUENTE<br>CON LAS GARANTÍAS Y SEGURIDAD BRINDADAS. .... | 54 |
| 7.6.4. | INFORMAR POR MEDIOS DE COMUNICACIÓN LOS LUGARES Y LAS<br>FECHAS DE LOS EVENTOS .....                     | 54 |
| 7.7.   | ESTRATEGIAS DO .....   | 56 |

|  |    |
|--|----|
| 7.1.1. COMPETIR DE MANERA ADECUADA PARA GENERAR CRECIMIENTO EN EL TURISMO.....   | 56 |
| 7.1.2. DISEÑAR PROMOCIONES PARA LOS TURISTAS .....   | 56 |
| 7.1.3. DISEÑAR UN PLAN HOTELERO PARA LOS TURISTAS. ....  | 56 |
| 7.1.4. IMPLEMENTAR EL ESQUEMA DE SEGURIDAD CON LAS RUTAS TURÍSTICAS PROPUESTAS POR EL MUNICIPIO.....                             | 56 |
| 7.8. ESTRATEGIAS DA.....   | 57 |
| 7.8.1. DISEÑAR PROMOCIONES PARA ACTIVAR LA ECONOMÍA Y EL TURISMO EN EL MUNICIPIO. ....   | 57 |
| 7.8.2. PROMOCIONAR LOS SITIOS DE MAYOR INTERÉS Y LOS EVENTOS QUE SE REALIZAN.....  | 57 |
| 7.8.3. DISEÑAR UN PLAN DE CONVIVENCIA CIUDADANA PARA LAS FESTIVIDADES DE MAYOR ENVERGADURA.....                                  | 57 |
| 7.8.4. DISEÑAR LA NORMATIVIDAD PARA CADA UNO DE LOS EVENTOS CULTURALES Y SOCIALIZARLA CON ANTICIPACIÓN.....                      | 57 |
| 8. DIAGNOSTICO DOFA DE SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA DE OCCIDENTE, MUNICIPIO DE ZIPACÓN..... | 58 |
| 8.1. MATRIZ DOFA ZIPACÓN.....  | 58 |
| 8.2. FORTALEZAS .....  | 60 |
| 8.2.1. SITIOS EMBLEMÁTICOS Y ACTIVIDADES CULTURALES .....  | 60 |
| 8.2.2. CUENTA CON MUSEOS Y SITIOS DE TURISMO ECOLÓGICO .....   | 61 |
| 8.2.3. SE REALIZAN ACTIVIDADES CULTURALES, RECREATIVAS Y DEPORTIVAS. ....  | 62 |
| 8.3. DEBILIDADES.....  | 63 |
| 8.3.1. FALTA DE COMPROMISO POR PARTE DE LAS AUTORIDADES MUNICIPALES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO .....                           | 63 |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| 8.3.2. | NO HAY PROMOCIÓN DE SITIOS TURÍSTICOS. ....  | 63 |
| 8.3.3. | NO POSEE PUNTOS DE INFORMACIÓN ADECUADOS. ....   | 64 |
| 8.4.4. | NO EXISTE UN PLAN PUBLICITARIO QUE SUMINISTRE INFORMACIÓN DE LOS EVENTOS CULTURALES NI DE LOS SITIOS QUE SE PUEDEN VISITAR   | 64 |
| 8.4.   | OPORTUNIDADES .....  | 65 |
| 8.4.1. | CRECIMIENTO ECONÓMICO Y CULTURAL.....  | 65 |
| 8.4.2. | DAR A CONOCER EL MUNICIPIO, CON SUS SITIOS DE INTERÉS UTILIZANDO LOS MEDIOS. ....  | 65 |
| 8.4.3. | INCREMENTAR LA ECONOMÍA .....  | 65 |
| 8.4.4. | POR MEDIO DE LA TECNOLOGÍA DAR A CONOCER LOS EVENTOS QUE SE DESARROLLAN EN EL MUNICIPIO EN MATERIA TURÍSTICA Y CULTURAL..... | 65 |
| 8.5.   | AMENAZAS.....  | 66 |
| 8.5.1. | POCA PUBLICIDAD DE LOS EVENTOS CULTURALES Y ECOLÓGICOS   | 66 |
| 8.5.2. | NO HAY INVERSIÓN EN EL TURISMO .....   | 67 |
| 8.6.   | ESTRATEGIAS FO.....  | 68 |
| 8.6.1. | FOMENTAR EL DESARROLLO ECONÓMICO, CULTURAL Y TURÍSTICO DEL MUNICIPIO.....  | 68 |
| 8.6.2. | DISEÑAR LA INFORMACIÓN PARA DAR A CONOCER LA HISTORIA Y LOS SITIOS MÁS REPRESENTATIVOS DE ZIPACÓN.....                       | 68 |
| 8.6.3. | PROMOVER POR MEDIO DE LA TECNOLOGÍA LOS EVENTOS RECREATIVOS, CULTURALES Y DEPORTIVOS.....                                    | 68 |
| 8.6.4. | DISEÑAR UN PLAN DE TURISMO QUE INCLUYA VALORES Y PROMOCIONES PARA INCREMENTAR LA ECONOMÍA .....                              | 68 |



|        |  |    |
|--------|--|----|
| 8.7.   | ESTRATEGIAS DO .....   | 69 |
| 8.7.1. | DISEÑAR UN PLAN DE COMPROMISOS CON LOS CUALES EL MUNICIPIO DESARROLLE COMPETENCIAS PARA EL CRECIMIENTO ECONÓMICO Y CULTURAL. ....          | 69 |
| 8.7.3. | INSTALAR UN PUNTO DE INFORMACIÓN ACERCA DEL MUNICIPIO QUE PERMITA INCREMENTAR LA ECONOMÍA .....  | 69 |
| 8.7.4. | DISEÑAR LA PUBLICIDAD DE LOS EVENTOS UBICÁNDOLO EN PUNTOS ESTRATÉGICOS Y COMUNICARLOS POR MEDIO DE LA TECNOLOGÍA. ....                     | 69 |
| 8.8.   | ESTRATEGIAS FA .....   | 70 |
| 8.8.1. | REALIZAR LA PUBLICIDAD PARA PROMOCIONAR LOS SITIOS EMBLEMÁTICOS, CULTURALES Y ECOLÓGICOS. ....   | 70 |
| 8.8.2. | IMPLEMENTAR UN PLAN QUE PERMITA REALIZAR ACTIVIDADES QUE IMPULSEN EL DESARROLLO CULTURAL Y ECONÓMICO. ....                                 | 70 |
| 8.8.3. | POR MEDIO DE LAS ACTIVIDADES CULTURALES, RECAUDAR FONDOS PARA LA INVERSIÓN, MANTENIMIENTO Y ADECUACIÓN DE LOS SITIOS DE MAYOR INTERÉS..... | 70 |
| 8.8.4. | PROMOVER EL TURISMO, GENERANDO CRECIMIENTO LABORAL. 70   |    |
| 8.9.   | ESTRATEGIAS DA.....  | 71 |
| 8.9.1. | UTILIZAR MEDIOS PUBLICITARIOS PARA INFORMAR A LA COMUNIDAD DE SABANA DE OCCIDENTE ACERCA DEL MUNICIPIO. ....                               | 71 |
| 8.9.2. | DISEÑAR UN MEDIO DE INFORMACIÓN QUE APORTE AL DESARROLLO ECONÓMICO Y CULTURAL .....  | 71 |
| 8.9.3. | ACTUALIZAR LA PÁGINA WEB DEL MUNICIPIO CONTINUAMENTE. ....   | 71 |

|        |   |     |
|--------|---|-----|
| 8.9.4. | PROPORCIONAR LA GESTIÓN DE EMPLEO EN LOS EVENTOS CULTURALES Y TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO..... | 71  |
| 9.     | INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DEL MINICIPIO DE BOJACÁ ..... | 72  |
| 9.1.   | SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD DE BOJACÁ.  | 74  |
| 9.2.   | PARQUE PRINCIPAL.....   | 77  |
| 9.2.   | CAMINO REAL EL OCASO .....  | 79  |
| 9.3.   | PIEDRAS DE CHIVO NEGRO .....  | 81  |
| 10.    | INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE ZIPACÓN..... | 82  |
| 10.1   | ALTO DE LA VIRGEN DEL AMOR .....  | 83  |
| 10.2.  | MUSEO DEL DISCO .....   | 85  |
| 10.3.  | PARQUE DE RUBIO .....   | 87  |
| 10.4.  | CAPILLA DOCTRINERA.....   | 89  |
| 11.    | PROYECCIÓN TURÍSTICA.....   | 91  |
| 11.1.  | PLAN DE DESARROLLO NACIONAL 2014-2018 .....   | 97  |
| 11.2.  | PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL 2016 -2020 .....   | 99  |
| 11.3.  | ARTÍCULO 50 PROGRAMA DE TOUR POR CUNDINAMARCA.....  | 100 |
| 11.4.  | ARTÍCULO 50 A SUBPROGRAMA CUNDINAMARCA CON TURISMO PLANIFICADO.....                         | 103 |
| 11.5.  | ARTÍCULO 50 B SUBPROGRAMA TURISMO COMPETITIVO Y SOSTENIBLE .....                            | 103 |
| 11.6.  | ARTÍCULO 50 C SUBPROGRAMA CUNDINAMARCA UN DESTINO INTERNACIONAL.....                        | 103 |
| 11.7.  | PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL.....   | 103 |

|  |     |
|--|-----|
| PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL BOJACÁ 2016-2019.....   | 103 |
| 11.8. ARTICULO 21: PROGRAMA 3: TURISMO MÁGICO, ECOLÓGICO Y CULTURAL  | 104 |
| 11.9. PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL ZIPACÓN 2016-2019 .....   | 104 |
| 12. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIOS DE BOJACA Y ZIPACON ..... | 105 |
| 12.1. CARACTERIZACION DEL SECTOR TURISMO MUNICIPIO DE BOJACA   | 105 |
| 12.2. CARACTERIZACION DEL SECTOR TURISMO MUNICIPIO DE ZIPACON  | 107 |
| CONCLUSIONES .....   | 110 |
| RECOMENDACIÓN .....  | 113 |
| BIBLIOGRAFÍA.....  | 120 |

## Tabla contenido de Graficas

|  |     |
|--|-----|
| Grafica 1 motivo de visitas al municipio. (investigación, 2017).....   | 43  |
| Grafica 2 Transporte en el municipio. (investigacion, 2017) .....  | 45  |
| Grafica 3 Falta de incentivo en Alojamiento para los visitantes del municipio.<br>(investigación, 2017).....                           | 50  |
| Grafica 4 Nivel Educativo Bojaca. (investigacion, 2017) .....  | 106 |
| Grafica 5 Niveles económicos de Bojaca. (investigacion, 2017). .....   | 107 |
| Grafica 6 Fortaleza en actividades Turísticas en el municipio. (investigacion, 2017).....  | 63  |
| Grafica 7 falta de Señalización y de puntos de información en el municipio. (investigación,<br>2017).....                              | 64  |
| Grafica 8 Nivel Educativo Zipacón. (investigacion, 2017) .....   | 108 |
| Grafica 9 poca publicidad para el Turismo en el municipio. (investigacion, 2017).....  | 66  |
| Grafica 10 Tipos de trabajos Zipacón. (investigacion, 2017) .....  | 109 |
| Grafica 11 Crecimiento llegadas viajeros extranjeros en Colombia 2012-2013 (Ministerio<br>de Comercio Industria y Turismo, 2018) ..... | 98  |
| Grafica 12 Ingreso cuenta de viajes y transporte de pasajeros. (Ministerio de Comercio<br>Industria y Turismo, 2018) .....             | 99  |
| Grafica 13 Indicador per cápita inversión turismo. (Ministerio de Comercio Industria y<br>Turismo, 2018).....                          | 101 |

## Tabla de Contenido Ilustraciones

|  |    |
|--|----|
| Ilustración 1 Mapa de Bojaca Cundinamarca (Bojaca G. M., 2019)                                       | 32 |
| Ilustración 2 Mapa de Zipacón Cundinamarca (Zipacón, 2019) .....                                     | 33 |
| Ilustración 3 Mapa división Política por Provincias de Cundinamarca. (PERIÓDICO DE CHÍA, 2015) ..... | 25 |
| Ilustración 4 Localización del municipio de Bojaca. (Escobar, 2013) .....                            | 26 |
| Ilustración 5 Localización del municipio de Zipacón. (Zipacon G. M., 2019) .....                     | 27 |

## Tabla de contenido de Tablas

|   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| Tabla 1 Encuesta de demanda turística en los municipios del departamento de Cundinamarca. (Grupos de Investigación , 2017)    | 32                                   |
| Tabla 4. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Santuario de Nuestra Señora de la Salud de Bojacá ..... | 74                                   |
| Tabla 5. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Parque Principal.....                                   | <b>¡Error! Marcador no definido.</b> |
| Tabla 6. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Camino Real el Ocaso-Bojacá .....                       | 78                                   |
| Tabla 7. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Piedras de Chivo Negro.....                             | 81                                   |
| Tabla 8. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Alto de la Virgen del Amor .....                        | 83                                   |
| Tabla 9.Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Museo del Disco .....                                    | 85                                   |
| Tabla 10. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Parque de Rubio .....                                  | 87                                   |
| Tabla 11. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Capilla Doctrinera.....                                | 89                                   |

## Tabla de anexos

|  |     |
|--|-----|
| Anexo 1.tabulacion encuesta de demanda municipio de Bojacá ..... | 114 |
| Anexo 2.Tabulacion encuesta demanda municipio Zipacón .....      | 115 |
| Anexo 3.Tabulación de oferta municipios Bojacá .....             | 116 |
| Anexo 4.tabulacion de oferta municipio de Zipacón.....           | 118 |

## INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo es presentar una caracterización general del sector turismo de la PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE BOJACÁ Y ZIPACÓN, Provincia considerada como área de estudio.

Se consideran esencialmente tres temas, los cuales determinan la caracterización del sector turismo, lo primero es definir el diagnóstico DOFA que contribuyen a explicar a la Provincia de Sabana Occidente municipio de Subachoque, fundamental para continuar con los esfuerzos no solo de integrar instituciones sino de generar sostenibilidad en los procesos que traen beneficios para diferentes actores en turismo.

Como segundo punto identificar el inventario de los sitios turísticos más emblemáticos, los cuales se presentan en la ficha técnica estandarizada del Ministerio de Industria y Turismo.

El tercero es la proyección turística de los municipios de Bojacá y Zipacón con base en el marco legal existente, realizando un análisis de las estrategias nacionales, departamentales y municipales.

La información que va a ser utilizada es variada y proviene de diversas fuentes, algunas de ellas a nivel nacional como el DANE y otras a nivel departamental como la Gobernación de Cundinamarca y por último las locales o regionales como son la Cámara de Comercio de Facatativá, las Alcaldías municipales, así como de los diferentes trabajos realizados con anterioridad por parte de los grupos de investigación de la Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá.

Este trabajo forma parte de los insumos y productos de la macro investigación que se adelanta por parte de la Universidad en responsabilidad del grupo de investigación DEMCUN.



## 1. TITULO

CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DE LA PROVINCIA SABANA DE  
OCCIDENTE, MUNICIPIO BOJACÁ Y ZIPACÓN

### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL**

La línea de investigación que se va a enfocar, está contenida en el desarrollo organizacional y regional, en el contexto departamental que debe darse dentro de un marco social y económico, que permita contribuir al desarrollo empresarial, industrial de los municipios que componen la Provincia Sabana del Occidente.

**EL TRABAJO PERTENECE AL GRUPO DE INVESTIGACIÓN DE LA  
EXTENSIÓN DE FACATATIVÁ DE DESARROLLO EMPRESARIAL DE  
CUNDINAMARCA.**

**“DEMCUN”**

## 2. PROBLEMA

### 2.1. PLANTEAMIENTO PROBLEMA

Teniendo en cuenta la Ley 300 de 1996, el turismo ha sido reconocido como una industria muy importante en el país, el cual se convierte en un sector potencial de inversión.

El departamento de Cundinamarca, provincia Sabana Occidente, ha sido identificado por el ministerio de Industria y Comercio como una región no potencial en el sector turístico, a pesar de ser un departamento con numerosa población abarcando una gran parte del territorio colombiano.

Desde el país, el departamento y los municipios, se han formulados planes prospectivos de desarrollo turístico, los cuales en su ejecución no se han concretado, por lo tanto, no se observan resultados tangibles dimensionados del desarrollo y cumplimiento de los mismos, tampoco se ha logrado generar ni ejercer liderazgo como destino turístico en el país.

En este sentido los sitios turísticos actuales de la provincia Sabana Occidente, como son los escenarios científicos, culturales, patrimoniales, ecológicos, académicos y otros, carecen de identidad, desconocimiento y posicionamiento. Esta pérdida progresiva afecta directamente el desarrollo sectorial de la provincia, ocasionando un bajo perfil e inexperiencia para asumir el proceso de ejecución del turismo, obstaculizado el crecimiento y desarrollo turístico sostenible como consecuencia de la falta de planificación, coordinación, asociatividad, y falta de estímulos tributarios. Sin embargo, el reto para la provincia Sabana Occidente consiste en emprender y desarrollar estrategias puntuales, que permita generar valor al sector turismo y lo haga más competitivo, donde se analice puntualmente la situación actual, se observe las posibilidades en el entorno y se apueste de manera efectiva, cuyo fin es la consolidación de los destinos turísticos más atractivos.

El turismo es una herramienta de gran importancia para el desarrollo económico de la provincia de Sabana Occidente, por lo tanto los municipios que la conforman deben esforzarse para atraer la mayor cantidad de turistas posible, en los municipios de Bojaca y zipacon ubicados en la provincia Sabana Occidente no cuenta con información actual que indique su situación actual frente al turismo, por tal razón se requiere como insumo y producto de la macro investigación que se adelanta por parte de la Universidad, en responsabilidad del grupo de investigación DEMCUN para determinar en qué situación se encuentra actualmente el municipio frente a la variable del turismo.

## 2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Con base en los datos de demanda y oferta del estudio del macro proyecto de turismo adelantado por la Universidad, se evidencia una escasa participación de este sector en el desarrollo social y económico en los municipios de Bojacá y Zipacón

¿Cuáles son las características que identifican la actividad turística en el municipio de Bojacá y Zipacón?

## 2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

1. ¿La actividad turística en Colombia podría ser una fuente potencial de desarrollo haciendo uso de su biodiversidad y recursos naturales?
2. ¿la actividad turística en Sabana de Occidente podría verse beneficiada con la creación del tren de cercanías y la ampliación del aeropuerto?
3. ¿el incremento de la actividad ecoturística en Colombia podría contrarrestar la contaminación ambiental generada por los seres humanos?

4. ¿El inventario de los principales atractivos turísticos de los municipios de Bojaca y Zipacon puede afectar el desarrollo del turismo en la región de sabana occidente?

### 3. JUSTIFICACIÓN

El sector turismo es cada vez más exigente debido al entorno de la globalización, por lo tanto, se debe obtener una posición competitiva, es importante tener en cuenta que la industria turística no sólo dinamiza la economía otorgando posibilidades de empleo, sino que también mejor el nivel de vida de los ciudadanos, por esta razón se considera una de las principales actividades económicas del país.

Ahora bien, el entorno cambiante obliga a estudiar alternativas para el desarrollo local, regional y nacional del turismo, de allí que el fortalecimiento de las ventajas competitivas deba ser punto de partida de cualquier programa, plan o proyecto de desarrollo turístico.

Colombia, el departamento de Cundinamarca y los municipios que lo conforman deben asumir el reto del turismo, aprovechando las oportunidades del entorno teniendo en cuenta su belleza turística, su diversidad, su aspecto cultural, su patrimonio y otros atractivos que le brinda para su desarrollo.

A partir del análisis del impacto del turismo como factor de desarrollo de la provincia Sabana de Occidente municipio de Bojacá y Zipacón, permitirá medir el nivel de crecimiento de la zona en el sector turístico y con ello hacer proyecciones hacia el futuro, tendientes a mejorar la calidad de vida nuestra.

Por tal razón es importante investigar a profundidad la demanda del sector turismo en el municipio de Bojacá y Zipacón, con el fin de analizar su situación y formular estrategias de mejoramiento, para ello se establecen algunos objetivos y se utilizan ciertas herramientas.

## 4. OBJETIVOS

### 4.1. OBJETIVO GENERAL

Realizar una caracterización del sector turismo del departamento de Cundinamarca, Provincia Sabana Occidente municipio Bojacá y Zipacón con base en los datos obtenidos de las encuestas de demanda y oferta del estudio del macro proyecto de turismo realizado por la Universidad, donde se evidencia una escasa participación de este sector en el desarrollo social y económico de la provincia.

### 4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar el diagnostico de sector turismo del departamento de Cundinamarca, Provincia Sabana Occidente, Municipio Bojacá y Zipacón.

Hacer el inventario de los principales atractivos turísticos del municipio de Bojacá y Zipacón.

Crear la proyección turística del municipio de Bojacá y Zipacón con base en los planes nacionales, departamentales y municipales.

## 5. MARCO DE REFERENCIA

### 5.1 MARCO TEÓRICO

El turismo se puede definir como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos.

Para la OMT (1998), el turismo “comprende todas aquellas actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año natural, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Recomendaciones sobre estadísticas de turismo OMT - ONU Serie M N. 83, 1994)

A través de las definiciones podemos distinguir tres etapas del desarrollo del turismo, la primera durante la primera mitad del siglo XX donde el turismo empieza a ser estudiado como fenómeno social por la escuela alemana; la segunda, cuando surge el turismo de masas con el desarrollo de la aviación comercial después de la Segunda Guerra Mundial; y la tercera etapa, el turismo moderno con el nacimiento de la Organización Mundial de Turismo, en la década de los setentas, que influye en la alineación de las políticas turísticas nacionales y el reconocimiento de la importancia de su contribución en la economía. (Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública., 2006)

La Organización Mundial de Turismo en junio de 1991, actualizó sus conceptos estableciendo que el turismo comprende las actividades de personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su ambiente usual durante no más de un año con fines de gozar de tiempo libre, negocios u otros, el turismo es una de las industrias

Con mayor crecimiento en el mundo y que genera mayores empleos. (Centro de estudios sociales y opinión pública, 2006)

El ministerio de Industria y Comercio define el sector turismo como el fenómeno resultante de una red de impactos socioeconómicos, culturales y ambientales generado por el desplazamiento y permanencia temporal de personas que, teniendo entre otros motivos, la recreación y el descanso, visitan lugares que ofrecen bienes y servicios para la realización de actos particulares de consumo. (Centro de estudios sociales y opinión pública, 2006)

El ministerio de Industria y Turismo (Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006), establecen la obligación de actualizar los inventarios turísticos como una prioridad para el país, mencionando recalando la importancia de los inventarios de atractivos junto con los otros insumos de formación producidos en los procesos de planificación turística constituyen elementos de trascendencia para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado en los niveles nacional y regional. (Ministerio de Industria y Turismo, 2016).

El propósito principal es generar una herramienta de utilidad, compartida en todo el país, que facilite el trabajo a los actores regionales y municipales de turismo y propicie el dialogo armónico con miras a la diversificación y consolidación de los productos competitivos, para esto se han elaborado los siguientes documentos: formato único para la elaboración de inventarios turísticos 2009 y metodología para la elaboración del inventario de atractivos 2010. (Ministerio de Industria y Turismo, 2016).

La WTO define como oferta turística “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo” (World Tourism Organization, 1998)



La Secretaria de Turismo define la actividad turística como aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (SECTUR, 2018)

La secretaria de turismo defina los atractivos turísticos como los valores propios existentes, natural, cultural o de sitio, que motivan la concurrencia de una población foránea susceptible a ser dispuesto y/o acondicionadas específicamente para su adquisición y/o usufructo recreacional directo. (SECTUR, 2018)

La secretaria de turismo define la demanda turística como el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. Ahora bien, de acuerdo con los principios y normas del Sistema de Cuentas Nacionales (SCN), se entiende como un agregado constituido por la suma del consumo turístico, el consumo colectivo turístico y la formación bruta de capital fijo. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes. (SECTUR, 2018).

La secretaria de turismo define la oferta turística como el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. (SECTUR, 2018).

## 5.2 MARCO CONCEPTUAL

### Marco Conceptual Municipio de Bojacá

El marco conceptual corresponde al municipio de Bojacá donde se describen los aspectos más importantes a tener en cuenta en el sector turismo.

La historia del municipio de Bojacá inicia en el año 1537 por don Gonzalo Jiménez de Quesada. En la época de la conquista existían allí las poblaciones aborígenes de Bobacé, Cubiasuca y Chunzaque, de cuya reunión se formó el nuevo pueblo indio llamado Bojacá. (Lorenzo, 2018)

Las poblaciones primitivas fueron: Los Chibchas, los Panches y los Muzos. La historia Chibcha conservada por tradición muestra al pueblo como de alfareros, labriegos, tejedores y mineros que comercializaban con las tribus vecinas, al contrario de los Panches y los Muzos quienes constantemente estaban guerreando. La mayoría de los pueblos estaban sometidos al Zipa o al Zaque de Tunja. (Lorenzo, 2018)

Bojacá es un pueblo precolombino, gracias a su ubicación se convirtió en el punto de vigilancia y defensa de los Muiscas. En 1538 los indígenas comandados por el Zipa Tisquesusa y el Zaque Quemuenchatocha, salieron a defender sus territorios de los españoles, pero fueron derrotados y su comandante Tisquesusa fue asesinado. La última resistencia la presentó el cacique Bojacá frente a Gonzalo Jiménez de Quesada, en la cual Quesada salió victorioso. El conquistador repartió los territorios en encomiendas y con este sistema se inició la explotación de los indígenas por parte de los Encomenderos, presentándose los levantamientos y la represión, lo cual disminuyó considerablemente la población nativa. (Lorenzo, 2018)

El proceso histórico ha continuado en forma lenta; su desarrollo y sus habitantes

actuales guardan muchos rasos ancestrales como la hospitalidad, la laboriosidad y el pacifismo. (Lorenzo, 2018).

Bojacá cuenta con varios sitios turísticos, la mayoría reconocidos por su antigüedad, como el parque Arqueológico con el cual se convierte en un área con interés cultural y ambiental; también se distingue por sus dulces tradicionales con 24 años de antigüedad. También cuentan con festividades anuales como el Reinado Departamental del Bambuco y el Festival Nacional de Danza. (Alcaldía de Bojaca, 2018)

La economía se basa en la agricultura, donde se destacan los cultivos de papa, zanahoria, maíz, lechuga, esta última cuenta con un desarrollo de cultivos hidropónicos de alta calidad, también se tienen cultivos de frutas como la mora y la uchuva, seguidos de tomate de árbol, granadilla, fresa y ciruela en menores cantidades. (Alcaldía de Bojaca, 2018)

La parte ganadera en Bojacá, tiene más de 4.000 ejemplares de los cuales más del 60% está orientado al doble propósito, en segundo lugar, se encuentran los hatos de producción lechera y el resto a producción de carne, también se cuenta con inventario porcino entre hembras reproductoras y lechones lactantes. Bojacá es un municipio que posee una cantidad importante de yeguas y caballos, le siguen muy cerca los ovinos y caprinos. La población avícola está representada principalmente en aves de postura. (Alcaldía de Bojacá, 2018)

Una de las principales fuentes de ingresos es el comercio que se da los fines de semana gracias al santuario de nuestra señora de la salud, el cual genera la visita cada fin de semana de aproximadamente 5.000 personas, cuyas compras están representadas en alimentos como desayunos, almuerzos, postres y dulces típicos, también está representado en artículos religiosos, como imágenes, novenas, escapularios, manillas entre otros, también algunas actividades recreativas. (Alcaldía de Bojacá, 2018).

Marco conceptual Municipio de Zipacón

El marco conceptual corresponde al municipio de Zipacón donde se describen los aspectos más importantes a tener en cuenta en el sector turismo. (Zipacon M. d., 2013)

La historia del Municipio de Zipacón en el proceso de colonización española, Zipacón fue fundado el 5 de julio de 1561, y el 11 de noviembre de 1639 fue erigido en Parroquia por el arzobispo Fray Cristóbal de Torres; fue primer párroco el bachiller Bernabé de Osorio, y en 1651 le sucedió fray Jerónimo de Poveda y Másmeala, que lo fue hasta 1675, año en que lo reemplazó Pedro de Urretauzqui, quien duró allí treinta y tres años. El 2 de mayo de 1805 los cuantiosos bienes raíces de la Iglesia fueron traspasados ante notario público al prócer de Zipacón don José Antonio Rubio. (Zipacon M. d., 2013)

En el folleto sobre Zipacón escrito por el Padre Eugenio Andrade Valderrama, se describe a don José Antonio Rubio como uno de los primeros abanderados de la libertad de los esclavos en Colombia. (Zipacon, 2013).

Zipacón cuenta con varios sitios turísticos como Santuario de la Virgen, Museo del Disco, Capilla Doctrinera, entre otros; también cuenta con diversas actividades y festividades culturales como el Festival de la palabra, Exposición Equina, Festival vive el Rio Bogotá, Caminatas Unidos por Zipacón, Festival Campesino y Festival Departamental de Danzas. (Alcaldía de Zipacón).

La economía de Zipacón era impulsada por la explotación del carbón, terminada la etapa de explotación sus habitantes tuvieron que recurrir nuevamente a la agricultura y la ganadería. Su crecimiento ha sido notable en los cultivos como papa, arveja y hortalizas, y tienen pequeños cultivos de curuba, tomate de árbol y mora, también en café, cítricos, caña de azúcar, plátano, hortalizas, flores, y pastos para la ganadería. (Nubia Camacho, 1993). (Zipacon M. d., 2013)

## 5.3 MARCO GEOGRAFICO

### 5.3.1 Marco Geográfico Municipio Bojacá

El municipio de Bojacá se localiza se encuentra en la provincia de Sabana Occidente a 40 km de Bogotá. Hace parte del Área Metropolitana de Bogotá según el censo DANE de 2005. Tiene una población de 11254(2015) habitantes.

El municipio tiene una extensión de 109 km<sup>2</sup>. La cabecera municipal se encuentra a 2.598 m s. n. m. y tiene una temperatura media de 14 °C. (Wikipedia, 2015)

Límites

**Norte:** Facatativá, Madrid y Mosquera

**Sur:** Tena, San Antonio del Tequendama y La Mesa

**Oriente:** Soacha.

**Occidente:** Zipacón.

El municipio de Bojacá tiene un territorio que cuenta con dos cuencas hidrográficas como son los ríos Bojacá y Apulo. Esta cuenca hace parte de la cuenca del río Bogotá. El río Bojacá nace al noreste del municipio de Facatativá y muere en la zona de confluencia con el río Subachoque, punto en la cual ambas corrientes conforman el río Balsillas. El municipio se encuentra ubicado en la parte baja de la cuenca del río Bojacá sobre la vertiente izquierda de esta. En este sector también se presentan algunos depósitos naturales de agua: La laguna, El juncal, localizados en la vereda Cortés, corresponde a este tipo de cuerpos de agua. (Wikipedia, 2015)

La quebrada Los Manzanos nace en cercanías del alto La Vista sobre los 2.700 m.s.n.m. mientras que La Esmeralda nace en el cerro Corinto sobre los 2.600 m.s.n.m.; ambas corrientes desembocan en el río Apulo. En este sector también

ocurre el nacimiento de la quebrada Raizal sobre los 2.300 m.s.n.m. (Wikipedia, 2015)

*Ilustración 1 Mapa de Bojacá Cundinamarca*



Fuente (*Bojaca G. M., 2019*)

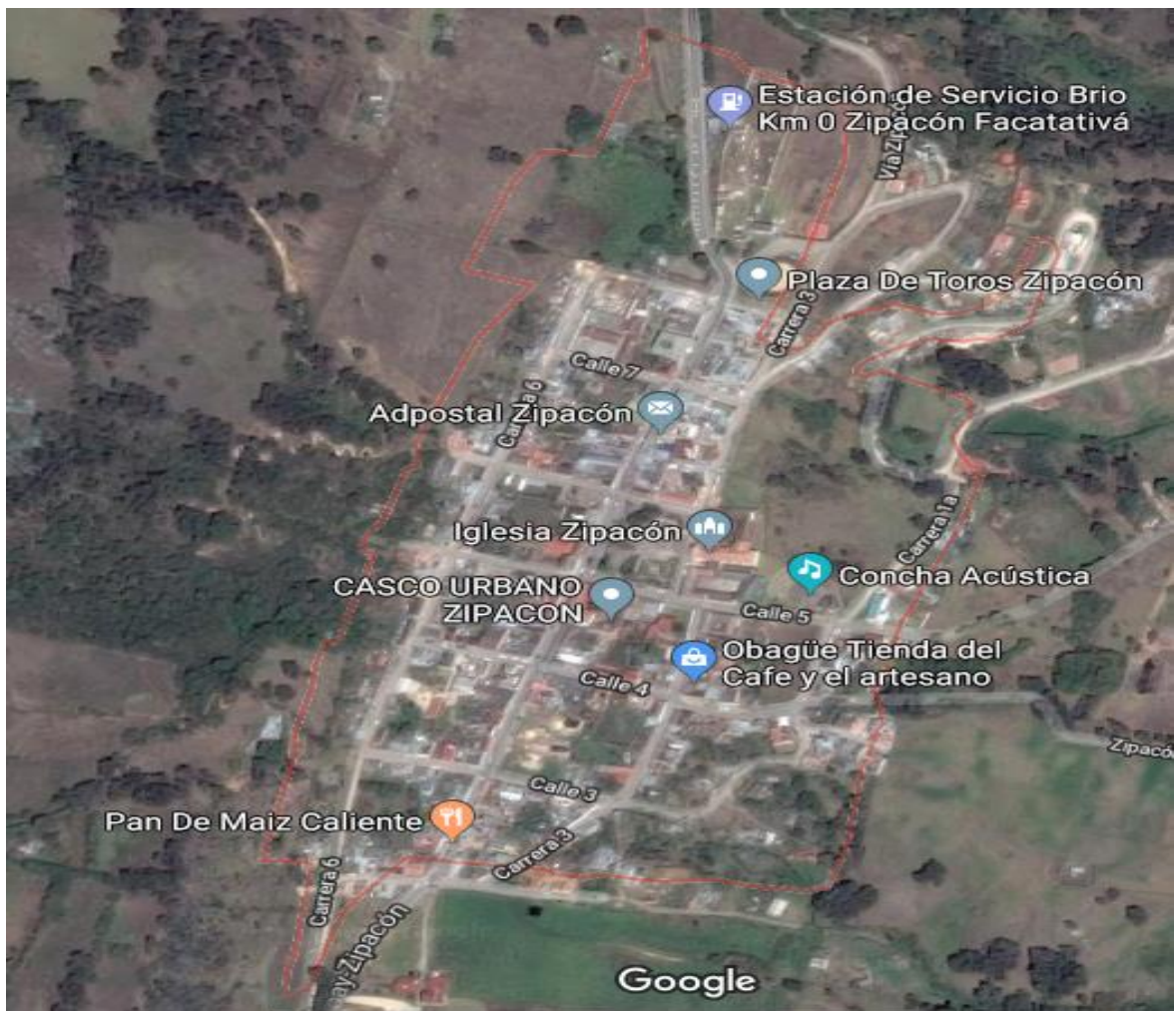
#### i.i. Marco Geográfico Municipio Zipacón

El Municipio de Zipacón se localiza en la provincia Sabana de Occidente, a 50 Km de Bogotá, Departamento de Cundinamarca, con una población aproximada de 5.750 habitantes. Una altitud de 2550 m.s.n.m. Fundada el 05 de julio de 1561; con límites a los municipios de Facatativá, La Mesa, Bojacá y Anolaima. (Zipacon W. , 2018).

El clima de Zipacón se clasifica como cálido y templado. Zipacón tiene una cantidad significativa de lluvia durante el año. Esto es cierto incluso para el mes más seco. Este clima es considerado Cfb según la clasificación climática de

(Zipacon W. , 2018) Köppen-Geiger. La temperatura promedio en Zipacón es 13.5 ° C. Hay alrededor de precipitaciones de 782 mm. (Zipacon C. , 2016).

Ilustración 2 Mapa de Zipacón Cundinamarca



Fuente (Zipacón, 2019)

#### 5.4 MARCO LEGAL

Ley general de turismo (ley 300 de 1996), Resolución 0119 de febrero de 12 de 2002.

Política nacional de turismo “plan sectorial de turismo 2008 – 2010” de mayo del 2008

Plan sectorial de turismo 2011- 2014 “prosperidad para todos”

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".

Decreto 2158 de 2017 "Por el cual se adiciona el Capítulo 9 al Título 4 de la Parte

2 del Libro 2 del Decreto 1074 de 2015, Decreto Único Reglamentario del sector Comercio, Industria y Turismo y se reglamentan programas y descuentos para promover el turismo de interés social"

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 2876 de 2015 “Por la cual se conforma el Comité de Bienes de 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 0593 de 2012. Por la cual se establecen los mecanismos de designación y elección de unos representantes ante el Comité de Capacitación y Formación Turística.

## 6 METODOLOGÍA

La metodología del proyecto se lleva a cabo, mediante el análisis de los diferentes resultados de la encuesta realizada y la aplicación de instrumentos estadísticos, información que deberá incluir antecedentes que serán analizados y evaluados, de tal forma que ayuden al proceso de validación de los mismos.

Adicional se hará evaluación y análisis de los diferentes datos recopilados mediante los instrumentos anteriores, de tal manera que se logre modelos estadísticos y llegar a los resultados esperados dentro de la investigación.

También es viable que en el análisis se use parte de la información que se encuentra en algunos trabajos realizados por la misma Universidad, estados del arte, investigaciones previas y estudios correspondiente a trabajos de grado de estudiantes y que comprenden el municipio de Subachoque que conforman el área de estudio, por lo que será necesario la consulta permanente y la citación detallada de estos trabajos, consultando e identificando aquello que sería útil para el proyecto.

### 6.2 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Definido como un estudio descriptivo predictivo, porque su propósito es la delimitación de hechos que conforman el problema de investigación, se establecen las características demográficas para las unidades investigadas, número de unidades, se identifican formas numéricas y nivel de aceptación de las observaciones, se establecen cuáles es la caracterización sector turismo de la Provincia Sabana Occidente municipio de Bojacá y Zipacón y finalmente se determina la caracterización del turismo del municipio de Bojacá y Zipacón

Elementos con los cuales se fundamenta la elaboración del presente estudio de caracterización sector turismo de la Provincia Sabana Occidente municipio de

Bojacá y Zipacón está orientado a ofrecer una herramienta para el programa de Administración de empresas de la extensión de Facatativá, dentro del desarrollo de la macro investigación de turismo de Cundinamarca.

El enfoque de la investigación es de tipo cuantitativo, toda vez que se usan herramientas estadísticas para su elaboración, y las variables están cuantificadas en números reales.

### 6.3 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

El método empleado en el diseño de la investigación es el deductivo por cuanto permite que verdades universales se vuelvan explícitas, es decir que a partir de situaciones de carácter general se llegue a identificar explicaciones de carácter particular contenidas explícitamente en la situación general.

### 6.4 FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS

La fuente de información primaria utilizada para la realización del presente trabajo son los datos estadísticos que provienen de las 303 encuestas aplicadas en la macro investigación de turismo adelantada por la Universidad mediante el grupo de investigación DEMCUM.

El instrumento aplicado buscó medir la oferta y la demanda en turismo en Sabana Occidente y dentro del ejercicio se incluyó el municipio de Bojacá y Zipacón Cundinamarca.

### 6.5 FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS

En cuanto a las fuentes secundarias se utilizarán y recopilarán documentos y datos, gracias al apoyo de los diferentes colaboradores, encargados y demás personas involucradas en el proceso.

Además de información secundaria contenida en los diferentes trabajos realizados con anterioridad por parte de los grupos de investigación de la Universidad de Cundinamarca extensión Facatativá.

Se incluyó información del plan nacional de desarrollo 2014 – 2018 “Todos por un nuevo país”, el plan de desarrollo departamental de Cundinamarca “Unidos podemos más 2016 – 2020” y el plan de desarrollo municipal de Bojacá y Zipacón.

También se utilizó el plan sectorial de turismo realizado por el ministerio de comercio, industria y turismo, en el que encontramos la proyección nacional de turismo y una serie de estrategias basadas en las fortalezas y debilidades del país frente al sector turismo.

En el ejercicio también se analizó el organismo CONPES asesor del gobierno, en relación con el desarrollo económico y social, donde hace distintas recomendaciones a los actores involucrados y considera lineamientos para el desarrollo del sector turismo.

El Plan Sectorial del Turismo de Colombia 2014 – 2018, donde se evidencia diagnóstico completo del sector, identificado amenazas y oportunidades de negocios, donde se incentiva a las instituciones a emprender proyectos relacionados con el sector turístico.

## 6.6 UNIVERSO Y POBLACION MUESTRA

El universo y población de la muestra fueron definidos dentro del macro proyecto de turismo de la provincia Sabana Occidente, le corresponden 303 encuestas, número determinado por la cantidad de habitantes de cada uno de los municipios, en el cual 21 de ellas se llevaron a cabo en el Municipio de Bojacá y en municipio de Zipacón 18 lo que ayudo a identificar falencias y fortalezas de los municipios en el sector turismo

## 6.7 AREA DE ESTUDIO

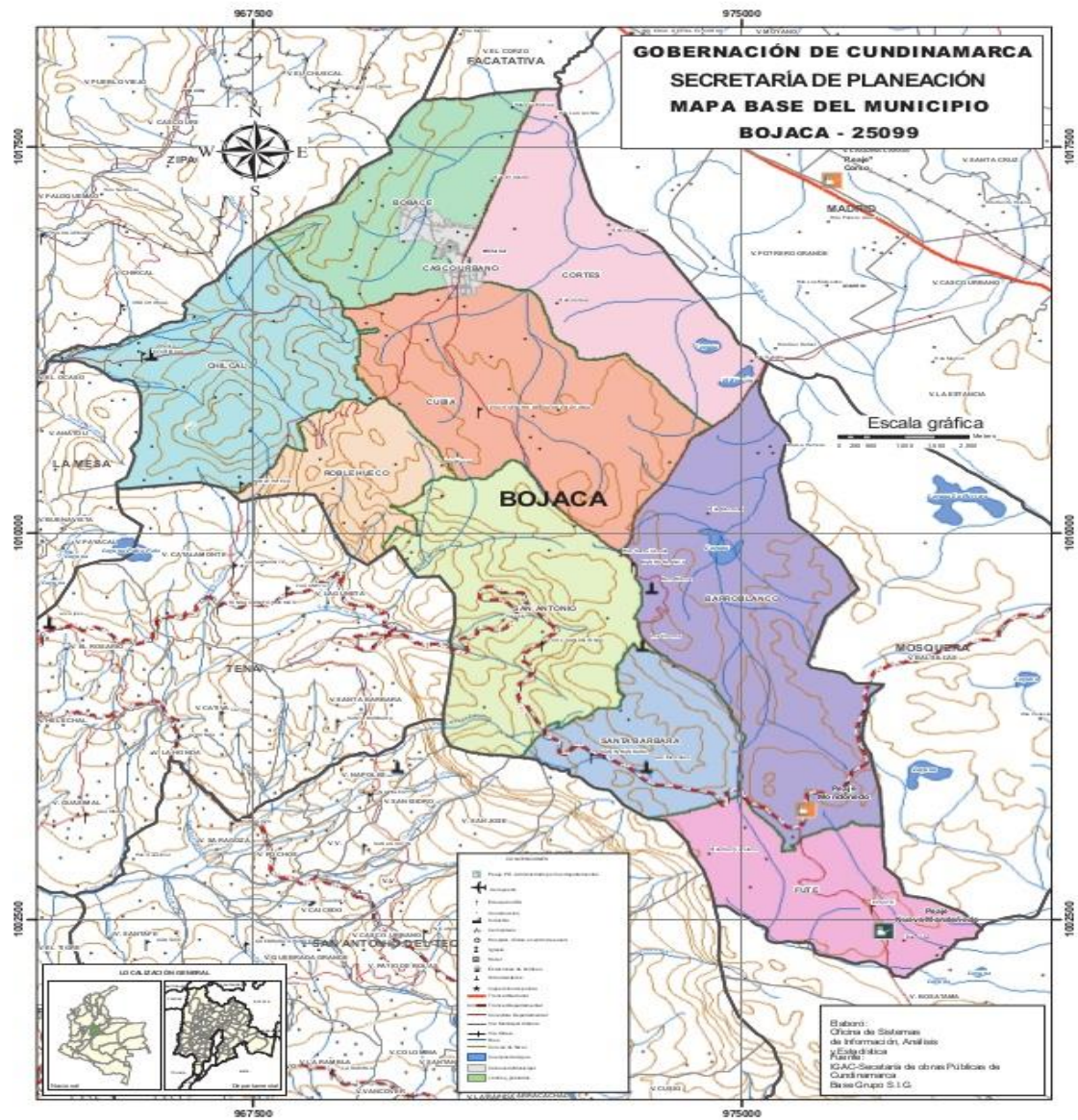
El proyecto abarcará el departamento de Cundinamarca, la provincia Sabana Occidente en los municipios de Bojacá y Zipacón

Ilustración 3 Mapa división Política por Provincias de Cundinamarca.



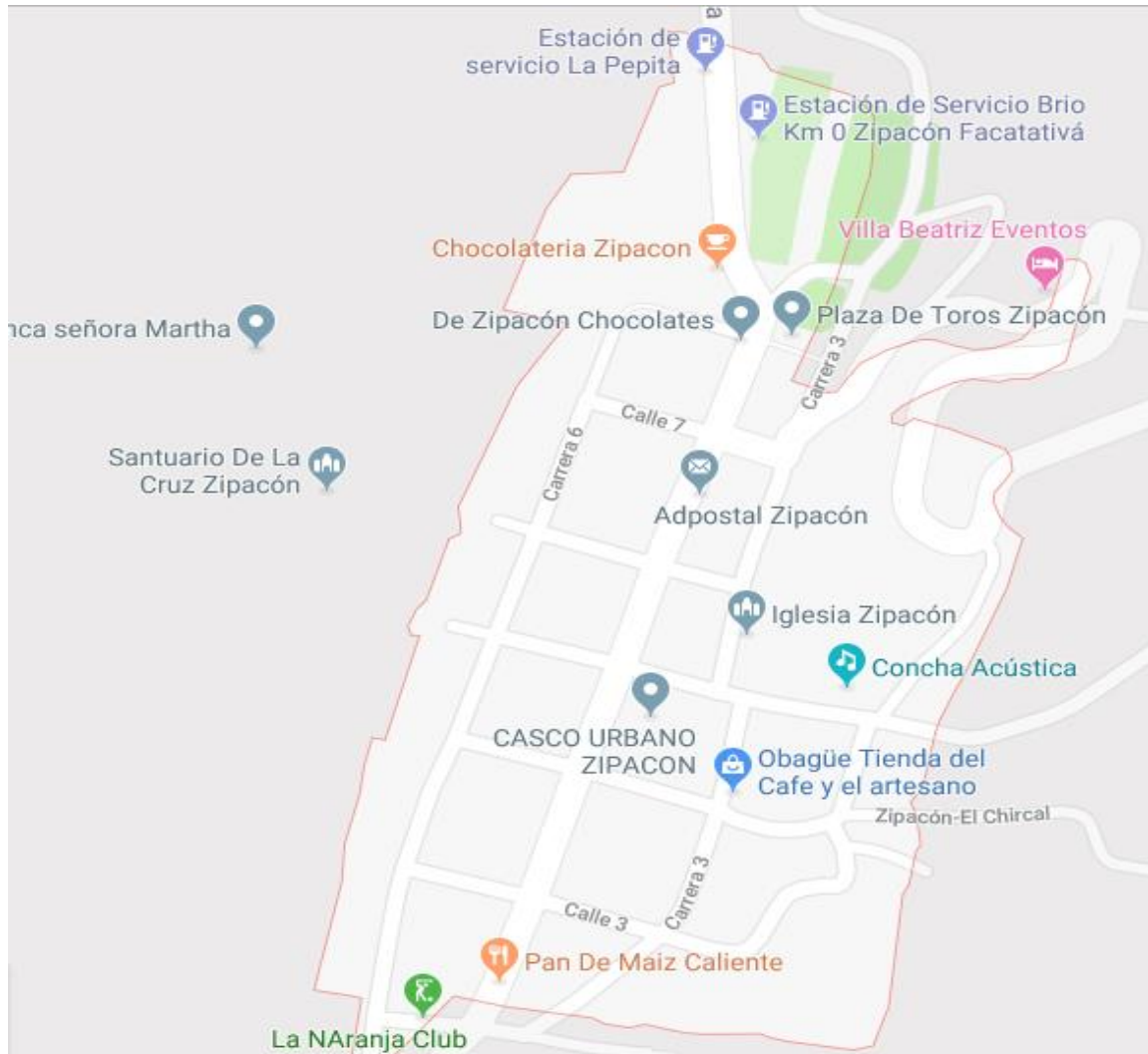
Fuente (PERIÓDICO DE CHÍA, 2015)

Ilustración 4 Localización del municipio de Bojacá



Fuente (Escobar, 2013)

Ilustración 5 Localización del municipio de Zipacón



*Fuente (Zipacon G. M., 2019)*

## 6.8 TIPO DE INVESTIGACION

El tipo de investigación aplicado es descriptivo y analítico, ya que se obtiene a partir de la revisión del marco normativo del turismo de Colombia, originada de la Organización mundial de turismo, CONPES planes nacionales, departamentales y municipales; donde se analiza, se clasifica, se compara y se articulan teorías,



conceptos, normas, políticas, estrategias, proyectos, tendencias, indicadores, todo en relación con el sector turismo.

También se aplica el tipo de investigación analítica y aplicada donde a partir de un diagnóstico DOFA se enfocará la caracterización de los municipios de Bojacá y Zipacón respecto a los servicios y actividades de turismo, cuyo fin es proponer unas estrategias competitivas direccionadas a mejorar el sector turismo en el municipio.

#### 6.9 INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Como instrumento de recolección se utilizó encuestas aplicadas a los municipios de Sabana Occidente, 21 aplicadas al municipio de Bojacá y 18 aplicadas a Zipacón, en las cuales se obtuvieron datos estadísticos de la oferta y demanda del mismo, lo que permitió el análisis turístico de los municipios, herramientas relacionadas a continuación.

Tabla 1 Encuesta de demanda turística en los municipios del departamento de Cundinamarca.

| <b>ENCUESTA DEMANDA TURISTICA EN LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO CUNDINAMARCA</b>   |
|---|
| <b>Apreciado Turista: La Universidad de Cundinamarca está desarrollando un proyecto de investigación para caracterizar la oferta y la demanda turística del departamento de Cundinamarca. La Universidad agradece su apoyo en este proyecto y le solicita responder el siguiente cuestionario. La información suministrada es confidencial y solo se utilizará con fines académicos</b> |

|  |   |                         |
|--|---|-------------------------|
| <b>1. LUGAR Y FECHA DE LA ENCUESTA</b>           |   |                         |
| 1.1 Municipio:                                   | 1.2 Fecha (DIA/MES/AÑO):                    | 1.3 Consecutivo:        |
| 1.4 Provincia:                                   |   |                         |
| <b>2. INFORMACIÓN SOCIOECONOMICA DEL TURISTA</b> |   |                         |
| 2.1 País Nacimiento:                             | 2.1.1 Depto. Nacimiento:                    | 2.1.2 Mpio Nacimiento:  |
| 2.2 País de Residencia:                          | 2.2.1 Depto. Residencia:                    | 2.2.2 Mpio Residencia:  |
| 2.3 Edad:  | 2.4 Género:                                 | 2.5: Actividad Laboral: |
| 2.6 Estado Civil:                                | 2.7 # Hijos:                                | 2.8 Nivel Educativo:    |
| 2.9 Estrato                                      | 2.10 Ingreso (colocar el rango de la ficha) |                         |
| <b>3. INFORMACIÓN SOBRE EL VIAJE</b>             |   |                         |

|   |  |  |
|---|--|--|
| 3.1 ¿Cuál fue el motivo principal del viaje?: 1. / 2. /3.     |  |  |
| 3.1.1 ¿Por qué medio se enteró de este destino?               |  | ¿Cuál?                                     |
| 3.1.2 ¿Realizó reservaciones?                                 | 3.1.2.1 ¿Con cuánto tiempo de antelación (días)? | 3.1.2.2 Medio de Reserva:                  |
| 3.1.2.3 ¿Cuál fue el medio de pago para pagar la reservación? |  |  |
| 3.2 Sin contarse Usted, ¿Cuántas personas viajan con Usted?   |  | 3.2.1 ¿Cuántos Amigos y Familia? ( ) y ( ) |



|  |                              |  |  |  |  |  |  |
|--|------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| Comercio   |                              |  |  |  |  |  |  |
| Hospedaje  |                              |  |  |  |  |  |  |
| Lugares Turísticos   |                              |  |  |  |  |  |  |
| Espectáculos   |                              |  |  |  |  |  |  |
| Transporte hacia el municipio  |                              |  |  |  |  |  |  |
| Ocio   |                              |  |  |  |  |  |  |
| Servicios Médicos  |                              |  |  |  |  |  |  |
| Conservación Monumentos<br>Señalización Turística<br>Aseo del Municipio                        |                              |  |  |  |  |  |  |
| Seguridad del Municipio<br>Preservación Recursos<br>Naturales Malla vial<br>municipal          |                              |  |  |  |  |  |  |
| Movilidad  | Amabilidad de los habitantes |  |  |  |  |  |  |
| Satisfacción General del Viaje   |                              |  |  |  |  |  |  |
| <b>5. ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS QUE USTED IDENTIFICÓ EN EL MUNICIPIO?</b> |                              |  |  |  |  |  |  |
| <b>5.1 POSITIVOS</b>   |                              |  |  | <b>5.2 NEGATIVOS</b>                                   |  |  |  |
|  |                              |  |  |  |  |  |  |
|  |                              |  |  |  |  |  |  |
|  |                              |  |  |  |  |  |  |
| <b>6. INTENCIÓN DE REGRESO</b>   |                              |  |  |  |  |  |  |
| <b>6.1 ¿Estaría dispuesto a volver?</b>  |                              |  |  | <b>6.3 ¿Recomendaría este destino a sus conocidos?</b> |  |  |  |
| <b>6.2 ¿En qué fechas le gustaría volver?</b>  |                              |  |  | <b>6.4 ¿Qué le gustaría encontrar nuevo o mejor en</b> |  |  |  |

|  |                    |
|--|--------------------|
|  | su próxima visita? |
| 6.5 ¿Qué palabras usaría para describir este municipio?        |                    |
| 6.6 ¿Qué otros municipios de Cundinamarca le gustaría visitar? |                    |
| OBSERVACIONES:   |                    |
|  |                    |

Fuente (*Grupos de Investigación , 2017*)

Tabla 2 Encuesta de oferta turística en los municipios del departamento de Cundinamarca

| ENCUESTA OFERTA TURISTICA EN LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO CUNDINAMARCA  |                    |     |
|--|--------------------|-----|
| <p><b>Apreciado Gerente: La Universidad de Cundinamarca está desarrollando un proyecto de investigación para caracterizar la oferta y la demanda turística del departamento de Cundinamarca. La Universidad agradece su apoyo en este proyecto y le solicita responder el siguiente cuestionario. La información suministrada es confidencial y solo se utilizará con fines académicos</b></p> |                    |     |
| 1. LUGAR Y FECHA DE LA ENCUESTA  |                    |     |
| 1.1 Municipio:   | 1.2 Fecha (D/M/A): | 1.3 |

|   |   |  |                             |                |
|---|---|--|-----------------------------|----------------|
|   |   | <b>Consecutivo:</b>  |                             |                |
| <b>1.4 Provincia:</b>   |   | <b>1.5 Nombre establecimiento:</b>                         |                             |                |
| <b>1.6 Teléfono Establecimiento:</b>  |   | <b>1.7 Dirección:</b>                                      |                             |                |
| <b>2. INFORMACIÓN SOCIOECONOMICA DE LA PERSONA QUE CONTESTA LA ENCUESTA</b>     |   |  |                             |                |
| <b>2.1 Nacionalidad:</b>  |   | <b>2.1.1 Depto.:</b>                                       | <b>2.1.2 Mpio:</b>          |                |
| <b>2.2 Edad:</b>  | <b>2.3 Género:</b>  | <b>2.4: Cargo:</b>   |                             |                |
| <b>2.5 Estado Civil:</b>  |   | <b>2.6 # Hijos:</b>  | <b>2.7 Nivel Educativo:</b> |                |
| <b>2.8: Profesión</b>   |   |  |                             |                |
| <b>2.9 Estrato</b>  | <b>2.10 ¿Ha realizado estudios relacionados con turismo? ¿Cuál?</b> |  |                             |                |
| <b>2.11 Es propietario del establecimiento?</b>                                 |   |  |                             |                |
| <b>2.12 Indique el porcentaje (%) de conocimiento de los siguientes idiomas</b> |   |  |                             |                |
|   | <b>IDIOMA</b>   | <b>HABLA</b>   | <b>LEIDO</b>                | <b>ESCRITO</b> |
|   | <b>A</b>  | <b>DO</b>  |                             |                |
|   | <b>Ingles</b>   |  |                             |                |
|   | <b>Francés</b>  |  |                             |                |
|   |   |  |                             |                |
| <b>3. INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>                                       |   |  |                             |                |
| <b>3.1 ¿Tiene Licencia de Funcionamiento?</b>                                   |   | <b>3.2 ¿Tiene Cámara de Comercio Activa y Actualizada?</b> |                             |                |
| <b>3.3 ¿En qué tipo de persona jurídica está organizado su establecimiento?</b> |   |  |                             |                |
| <b>3.4 ¿Cuenta con Registro Nacional de Turismo?</b>                            |   | <b>3.4.1 ¿Está renovado?</b>                               |                             |                |

|  |               |             |               |   |               |  |               |  |
|--|---------------|-------------|---------------|---|---------------|--|---------------|--|
| <b>3.5 ¿Qué tipo de servicio(s) ofrece su establecimiento?</b> |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>3.6 ¿Año de apertura?</b>                                   |               |             |               | <b>3.6.1 ¿Único Dueño?</b>                                    |               |  |               |  |
| <b>3.6.2 ¿Año en frente del negocio?</b>                       |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>3.7 ¿Su establecimiento se encuentra certificado?</b>       |               |             |               |   |               | <b>3.7.1 Nombre las Certificaciones:</b> |               |  |
| <b>Continúa Certificaciones:</b>                               |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>4. INFRAESTRUCTURA</b>                                      |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>4.1 ¿Cuál es su capacidad instalada?</b>                    |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>Ítem</b>  | <b>NÚMERO</b> | <b>Ítem</b> | <b>NÚMERO</b> | <b>Ítem</b>   | <b>NÚMERO</b> | <b>Ítem</b>                              | <b>NÚMERO</b> |  |
| Habitaciones   |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Camas  |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Mesas  |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Sillas   |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Desayunos (día)  |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Almuerzos (día)  |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Cenas (día)  |               |             |               |   |               |  |               |  |
| Entradas (día)   |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>5. CAPITAL HUMANO</b>                                       |               |             |               |   |               |  |               |  |
| <b>5.1 ¿Cuántos empleados tiene la empresa?</b>                |               |             |               | <b>5.1.1 Número de empleados con los siguientes contratos</b> |               |  |               |  |
| <b>5.2 ¿En el último año contrato más empleados?</b>           |               |             |               | <b>Indefinido</b>   |               | <b>Prestación de Servicios</b>           |               |  |
| <b>5.2.1 ¿Cuántos empleados adicionales contrato?</b>          |               |             |               | <b>Fijo</b>   |               |  |               |  |
| <b>5.3 ¿Capacita a sus empleados continuamente?</b>            |               |             |               | <b>Horas</b>  |               |  |               |  |

|  |             |             |                                       |  |
|--|-------------|-------------|---------------------------------------|--|
| 5.3.1 ¿Quién dicta las capacitaciones?   |             | Días        |                                       |  |
| con 5.3.1  |             |             |                                       |  |
| 5.3.2 Nombre las capacitaciones:   |             |             |                                       |  |
| con 5.3.2  |             |             |                                       |  |
| 5.3.3 ¿Qué mecanismos usa para las capacitaciones?   |             |             |                                       |  |
| 5.3.4 ¿Qué programas de formación les hacen falta pero no están disponibles a nivel local? |             |             |                                       |  |
| <b>6. INFORMACIÓN DE LA DEMANDA ATENDIDA</b>   |             |             |                                       |  |
| <b>ÍTEM</b>  | <b>2105</b> | <b>2016</b> | <b>Municipios Turistas Nacionales</b> | <b>Nacionalidades Turistas Extranjeros</b> |
| Número de Visitantes (turistas + no turistas)  |             |             |                                       |  |
| Turistas (% del total de visitantes)   |             |             |                                       |  |
| Turistas Extranjeros (% del total de visitantes)   |             |             |                                       |  |
| Promedio Estadía (días)  |             |             |                                       |  |
| Tiempo Mínimo estadía en días  |             |             |                                       |  |
| Tiempo Máximo estadía en días  |             |             |                                       |  |



| Precio Promedio   | No escribir en este espacio |  |  |  |  |  |  |  |
|---|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| Habitación Sencilla   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Habitación Doble  |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Habitación Triple   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Habitación Cuádruple  |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Habitación quíntuple  |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Suite   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Desayuno  |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Almuerzo  |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Cena  |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Paquete turístico   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Ocio y Entretenimiento por persona                            |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Turistas (% del total de visitantes)                          |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Turistas Extranjeros (% del total de visitantes)              |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Promedio días Estadía   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Tiempo Mínimo de días   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| Tiempo Máximo de días   |                             |  |  |  |  |  |  |  |
| 6.2 ¿Cuál es el promedio de edad de los turistas atendidos en |                             |  |  |  |  |  |  |  |

|   |                   |                |                      |
|---|-------------------|----------------|----------------------|
| su negocio?   |                   |                |                      |
| <b>7. ESTRATEGIAS DE MERCADEO</b>   |                   |                |                      |
| 7.1 ¿Cuenta con una política de comercialización y mercadeo establecida para su negocio?    |                   |                |                      |
| 7.2 ¿Qué instrumentos de publicidad utiliza para promocionar su negocio?                    |                   |                |                      |
| con 7.2   |                   |                |                      |
| 7.2.1 ¿Cuáles son los más efectivos?  |                   |                |                      |
| 7.3 ¿Ofrece servicios adicionales?  |                   | 7.3.1 ¿Cuáles? |                      |
| 7.4 ¿Aplica mecanismo postventa?  |                   | 7.4.1 ¿Cuáles? |                      |
| <b>8. RELACIÓN CON LA RED TURISTICA</b>   |                   |                |                      |
| 8.1 ¿Se encuentra afiliado a gremios?   |                   | 8.1.1 ¿Cuáles? |                      |
| 8.2 ¿Cuáles son los actores de la red turística?  |                   |                |                      |
| 8.3 ¿Con cuales tiene contacto?   |                   |                |                      |
| 8.3.1 ¿Describa el tipo de contacto?  |                   |                |                      |
| 8.4 ¿Cuáles son la entidades que apoyan el turismo?   |                   |                |                      |
| 8.4.1 ¿Cómo lo apoyan?  |                   |                |                      |
| 8.5 ¿Recibe Beneficios del Estado para el desarrollo del turismo?                           |                   |                | 8.5.1                |
| ¿Cuáles?  |                   |                |                      |
| <b>9. ANALISIS DOFA (del más importante al menos importante)</b>                            |                   |                |                      |
| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>FORTALEZAS</b> | <b>AMENAZA</b> | <b>OPORTUNIDADES</b> |
|   |                   |                |                      |
|   |                   |                |                      |
| <b>10. DESARROLLO TURISMO (del más importante al menos importante)</b>                      |                   |                |                      |
| 10.1 ¿Qué factores podrían beneficiar e incrementar la actividad turística en el municipio? |                   |                |                      |
|   |                   |                |                      |
| 10.2 ¿Cuáles son los principales atractivos turísticos de su región?                        |                   |                |                      |

|                       |
|-----------------------|
|                       |
| <b>OBSERVACIONES:</b> |

*Fuente. (Grupos de Investigación , 2017)*

7 DIAGNOSTICO DOFA DE SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA DE OCCIDENTE, MUNICIPIO DE BOJACÁ.

El diagnóstico del presente capítulo se presentará con base en una matriz DOFA del municipio de Bojacá Departamento de Cundinamarca con el fin de determinar las oportunidades, amenazas, fortalezas y debilidades con respecto al turismo

7.1. MATRIZ DOFA BOJACÁ

|                         |   |  |
|-------------------------|---|--|
| <p>ANALISIS EXTERNO</p> | <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participación a nivel nacional de los eventos socio- culturales (Grupos de Investigación , 2017)</li> <li>2. Buscando la atención de los departamentos y municipios cercanos para conocer el municipio y sus atractivos turísticos y culturales. (Grupos de Investigación , 2017)</li> <li>3. Activando la economía del municipio, a través de sus eventos. (investigacion, 2017)</li> <li>4. Dando a conocer el municipio en los eventos y diferentes</li> </ol> | <p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. No se cuenta con la suficiente fuerza pública para la seguridad del municipio en los eventos socio-culturales (Grupos de Investigación , 2017)</li> <li>2. Falta de Oportunidades a nivel laboral, para los residentes del municipio (Grupos de Investigación , 2017)</li> <li>3. Inseguridad para los comerciantes.</li> <li>4. Se cuenta con Poca Publicidad del municipio. (Grupos de Investigación</li> </ol> |
| <p>ANALISIS INTERNO</p> |   |  |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | celebraciones a nivel municipal, departamental, nacional. (Grupos de Investigación , 2017)  | , 2017)   |
| <p><b>FORTALEZAS</b></p> <p>1. El municipio de Bojacá cuenta con sitios llamativos para los turistas, el principal el santuario de nuestra señora de la salud.</p> <p>2. Tiene vías de acceso rápido desde Bogotá y los municipios aledaños.</p> <p>3. Cuenta con la plaza de Mercado los domingos, que es el sitio más concurrido por los turistas.</p> <p>4. Se realizan ferias y fiestas de orden departamental y nacional.</p> | <p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <p>1. Impulsando el desarrollo turístico del municipio.</p> <p>2. Mercadeo y promoción del turismo orientado a la mejora del municipio.</p> <p>3. Proporcionando información detallada al turista.</p> <p>4. Diseñando un plan de turismo completo</p> | <p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <p>1. implementar un esquema de seguridad para los eventos culturales del municipio.</p> <p>2. ejecutando convocatoria para la generación de empleo en los eventos culturales, generando información de vías de acceso y eventos en general.</p> <p>3. creando un mapa turístico para el visitante, que cuente con las garantías y seguridad brindadas.</p> <p>4. Dando a conocer por medios de comunicación los lugares y las fechas de los eventos</p> |

| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>ESTRATEGIAS DO</b>   | <b>ESTRATEGIAS DA</b>  |
|---|---|--|
| 1. Falta de competitividad a nivel turístico.<br>2. Falta de Promoción de los eventos turísticos.<br>3. Falta de Hoteles destacados para los turistas.<br>4. Falta de Articulación de los entes turísticos y las autoridades para implementar un plan de seguridad de calidad | 1. Compitiendo de manera adecuada para generar crecimiento en el turismo.<br>2. Diseñando promociones para los turistas<br>3. Diseñando un plan hotelero para los turistas.<br>4. Implementando el esquema de seguridad con las rutas turísticas propuestas por el municipio. | 1. Creando promociones para activar la economía y el turismo en el municipio.<br>2. Promocionando los sitios de mayor interés y los eventos que se realizan<br>3. Implementando un plan de convivencia ciudadana para las festividades de mayor envergadura.<br>4. Incluyendo la normatividad para cada uno de los eventos culturales y socializarla con anticipación. |

## 7.2. FORTALEZAS

7.2.1. El municipio de Bojacá cuenta con sitios llamativos para los turistas, el principal el santuario de nuestra señora de la salud.

Bojacá es uno de los municipios de sabana de occidente, que cuenta con sitios turísticos ejemplares para visitar, uno de ellos y siendo el más importante el

Santuario de nuestra señora de la Salud de Bojacá, sitio más visitado los fines de semana por los fieles y que brinda incremento en la economía.

Adicionalmente, podemos encontrar las piedras de chivo negro en donde se realizan salidas familiares para conocer sus pictogramas y diversidad natural, encontramos también el parque principal en donde el recibimiento es caluroso con danzas propias del municipio y gente amable; seguimos con el camino real el ocaso un lugar lleno de naturaleza, pájaros silvestres y árboles nativos, este camino fue hecho en la época del descubrimiento y fue uno de los escenarios de las luchas de los españoles.

Estos sitios turísticos son las fortalezas del municipio ya que son muy visitados por turistas de diferentes nacionalidades causando un impacto favorable para Bojacá.

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar el 52% de las visitas al municipio son por actividades religiosas

Grafica 1 motivo de visitas al municipio.



*Fuente (investigación, 2017)*

7.2.2 Tiene vías de acceso rápido desde Bogotá y los municipios aledaños.

Bojacá cuenta con vías de acceso desde Bogotá y municipios aledaños como se muestra a continuación:

**Vía BOJACA- CHILCAL:** Cuya área de influencia es Chilcal, Zipacón, Cachipay, no tiene zonas de restricción, con una cobertura poblacional de 345.

**Vía BOJACA – ROBLEHUECO:** Cuya área de influencia es Roble hueco, La Mesa, Tena, no tiene zonas de restricción, con una cobertura poblacional de 173.

**Vía BOJACA – CORTES:** Cuya área de influencia es Cortés, Madrid; no tiene zonas de restricción; con una cobertura poblacional de 94.



**Vía BOJACA – CUBIA – BARROBLANCO:** Cuya área de influencia es Cubia, Barro Blanco, La Mesa; no tiene zonas de restricción; con una cobertura poblacional de 266.

**Vía BOJACA – BOBACE:** Cuya área de influencia es Bobacé, Zipacón; no tiene zonas de restricción; con una cobertura poblacional de 314.

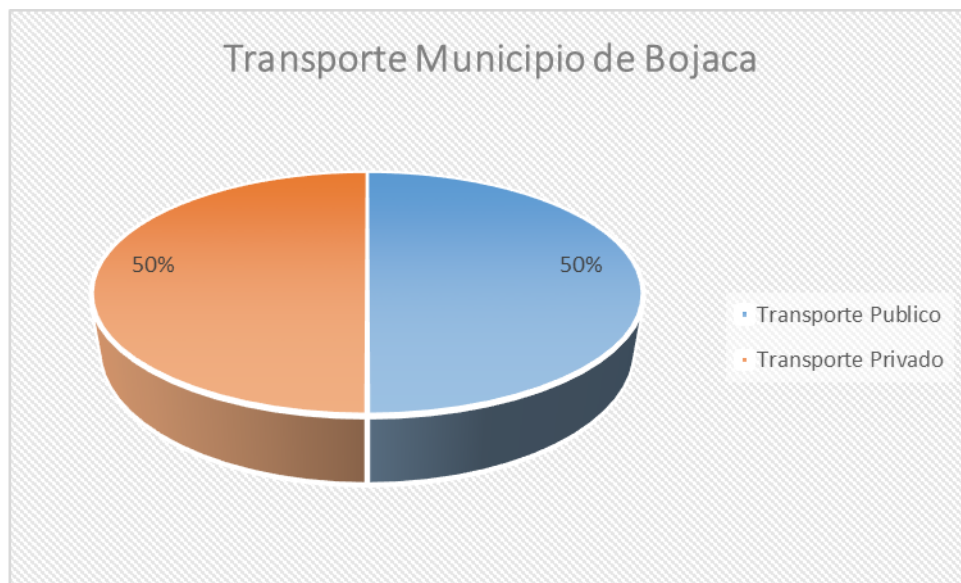
**Vía BOJACA – SANTA BARBARA:** Cuya área de influencia es Santa Bárbara, Fute; no tiene zonas de restricción; con una cobertura poblacional de 314.

**Vía FUTE – SAN ANTONIO:** Cuya área de influencia es San Antonio, Vía la Mesa, Vía Soacha; no tiene zonas de restricción; con una cobertura poblacional de 197.

El municipio de Bojacá hace parte de la provincia del Sabana Occidente, ubicada al occidente de Cundinamarca, el acceso al municipio desde Bogotá se puede hacer por la Calle 80 tomar la autopista Medellín, posteriormente el desvío hacia el municipio de Facatativá, y de allí la vía hacia Bojacá, la otra salida es por la calle 13, también hacia el municipio de Facatativá, en el Km. 36 desviar hacia el sur a 4 Kms. se encuentra el municipio de Bojacá, para el acceso a través de transporte público, se puede tomar los buses que salen de las Américas con calle 13, con empresas de transporte como lo son: SABANA, CUNDINAMARCA, AYACUCHO, entre otras. (Alcaldía Bojacá, s.f.).

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el 50% de las visitas al municipio son en transporte público y 50% privado.

Grafica 2 Transporte en el municipio



.fuente (investigacion, 2017)

7.2.3 Cuenta con la plaza de mercado los domingos, que es el sitio más concurrido por los turistas.

La plaza de mercado los domingos, es el restaurante más grande que se puede encontrar en el municipio de Bojacá, cuenta con las comidas típicas como la gallina criolla, económicas y de gran acogida por los turistas.

Este sitio es bastante concurrido por los turistas, debido a que se celebran las misas en el santuario y de allí la gente sale a disfrutar en familia de un buen desayuno o un delicioso almuerzo.

Este lugar hace parte de la historia y la cultura del municipio ofreciendo diversidad, cultura y recreación fomentando la buena convivencia en el lugar.

7.3.3. Se realizan ferias y fiestas de orden Departamental y Nacional.

En el municipio se realizan fiestas de orden departamental y nacional que se relacionan a continuación:

**EL CONCURSO NACIONAL DE DANZA FOLKLORICA:** fue otorgado por la honorable asamblea departamental, mediante ordenanza no. 018 de julio de 2001, donde convoca a delegaciones de 20 departamentos, igualmente convocan a premiaciones de industriales y comerciantes de nivel local y regional logrando la participación de alrededor 25.000 turistas que se deleitan con este evento que promueve nuestros valores culturales y de paso fortalece la economía local.

**FERIAS Y FIESTAS:** Las diferentes fiestas y celebraciones que se realizan en el municipio son una gran oportunidad para dar a conocer el municipio a los turistas que lo visitan en esos días, es importante aprovechar este espacio para promocionar y dar a conocer la oferta complementaria que posee el municipio en estas fechas, a través de un punto de información turística ubicado estratégicamente en el parque principal del municipio, también se pueden programar salidas concretas durante los días de los eventos para conocer algunos de los atractivos más desarrollados y relevantes, invitando los turistas para conocerlos y divulgar masivamente dichos lugares.

**EL REINADO DEPARTAMENTAL DEL BAMBUCO:** fue establecido mediante ordenanza No. 025 de diciembre de 2000, otorgada por la Honorable Asamblea Departamental al Municipio de Bojacá - Cundinamarca, la sede para celebrar cada año el Reinado Departamental del Bambuco. Evento que convoca a más de 15 municipios del departamento, logrando la asistencia de más de 25.000 turistas que se deleitan con este gran evento. (Alcaldía Bojacá, s.f.)

## 7.3 OPORTUNIDADES

### 7.3.1. Participación a nivel nacional de los eventos socio- culturales

Bojacá, es uno de los municipios que ofrece la oportunidad de participar en los eventos culturales a nivel nacional, debido a que de allí salen representantes de los diferentes festivales folclóricos promocionando así la cultura de los habitantes del municipio.

Estos eventos han generado reconocimiento en la región del municipio, otorgando un incremento en las visitas de los turistas a este, dando un crecimiento económico y cultural.

### 7.3.2. Atraer a los departamentos y municipios cercanos a conocer el municipio.

Debido a sus festivales folclóricos de índole nacional, fiestas y sitios turísticos de gran interés para la religión católica, Bojacá es uno de los municipios de la región sabana de occidente con mayor número de turistas, no solo de la región sino también de índole nacional y algunos extranjeros.

Estos eventos culturales y recreativos han sido por muchos años fuente de progreso para el municipio y además fuente de reconocimiento a nivel departamental.

### 7.3.3. Incrementar la economía del municipio, a través de sus eventos.

Los eventos culturales que posee el municipio, son una fuente de incremento a la economía debido a la llegada masiva de turistas, que quieren conocer el municipio y ser partícipes de esta clase de eventos.

Adicionalmente los reinados y festivales folclóricos de índole nacional, también dejan la economía del municipio en muy buena posición, sin dejar de lado que el comercio en las festividades también incrementa.

7.1.3. Dar a conocer el municipio en los eventos en las diferentes celebraciones. Esta oportunidad de dar a conocer el municipio en cada una de sus actividades atrae más y más turistas cada vez, debido a las campañas y publicidad que se hace dentro del evento, los turistas que llegan a estas fiestas son la principal fuente de publicidad debido a que se utiliza el voz a voz y siempre son cada vez más los visitantes a este tipo de eventos.

Bojacá, es el municipio de sabana de occidente con más sitios que visitar y con más eventos culturales de índole nacional por este motivo el incremento de turistas se ve reflejado en las encuestas realizadas a pesar que aún no cuentan con la información de cada uno de los eventos en el momento de realizar la encuesta.

#### 7.4 DEBILIDADES

##### 7.4.1. Falta de competitividad a nivel turístico.

Aunque Bojacá es uno de los municipios con más reconocimiento turístico debido a sus festividades, se evidencia que falta competitividad a nivel turístico, debido a la poca publicidad que se hacen de sus eventos y son muy pocos los departamentos que conocen de este.

La administración municipal debería invertir en dicha publicidad y los empresarios que realizan los eventos, para así llegar a ser más competentes en el campo turístico nacional.

##### 7.4.2. Falta de promoción de los eventos turísticos.

Bojacá, debe implementar en su página web la promoción de los eventos turísticos que realiza actualmente, incrementar por los medios de comunicación las pautas publicitarias y la publicidad a nivel nacional de todos sus eventos con fechas y

programaciones, para que los turistas conozcan y se programen para asistir en familia y amigos.

Dentro de la publicidad se deben estipular los horarios, los precios y a lo que se puede acceder mientras se visita el municipio.

Al realizar dicha promoción los visitantes se sentirán animados de participar en estas fiestas y así se incrementaría el turismo en el municipio

#### 7.4.3. Falta de hoteles destacados para los turistas.

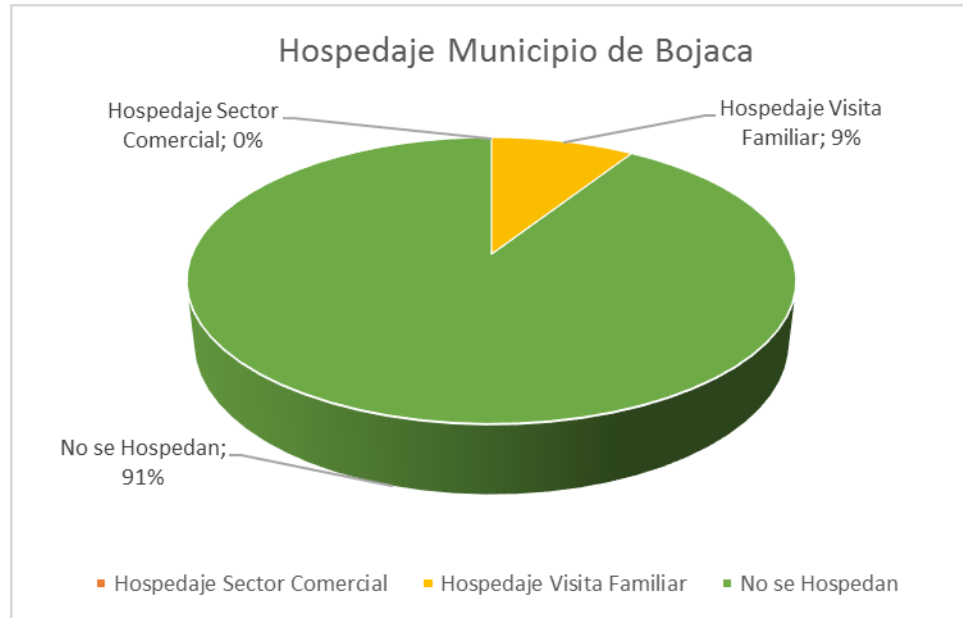
La falta de hoteles en el municipio es notoria, esta es considerada una debilidad debido a que, en los festivales y fiestas más representativas, los turistas que no son cercanos al municipio no pueden pernoctar allí, perdiéndose del disfrute de las actividades nocturnas que ofrecen estas fiestas.

El municipio debe reforzar su plan hotelero brindado así seguridad y placer para los turistas y poder incrementar su economía de una manera más notoria.

De acuerdo a las personas encuestadas, un porcentaje de estas quisiera poder disfrutar de un buen hotel para así darse la oportunidad de conocer por más tiempo el municipio y no solo estar de paso por un día.

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el 91% de los visitantes no recurren al medio de Hospedaje.

*Grafica 3 Falta de incentivo en Alojamiento para los visitantes del municipio.*



Fuente (investigación, 2017)

7.4.4. Falta de articulación de los entes turísticos y las autoridades para implementar un plan de seguridad de calidad

Se evidencia la falta de articulación entre los entes turísticos y las autoridades en el tema de la seguridad, como se sabe la seguridad en el país es compleja pero no imposible de salvaguardar, el municipio debe hacer una articulación con los patrocinadores y organizadores de los eventos culturales para crear un plan de seguridad no solo en las fechas de las fiestas sino en general, para que los turistas se sientan cómodos y puedan disfrutar de lo que el municipio les ofrece tanto en la parte cultural, como en la religiosa.

## 7.5. AMENAZAS

7.5.1. No se cuenta con la suficiente fuerza pública para la seguridad del municipio en los eventos socio-culturales

Una de las amenazas es la falta de fuerza pública en los eventos que se realizan, el municipio no cuenta con la cantidad necesaria para estos festivales y fiestas que realiza, lo que evidencia que los turistas no se sientan seguros y por este motivo no participen activamente en los eventos.

El municipio debe realizar la solicitud al gobierno departamental en este tipo de eventos para así implementar un plan de seguridad y brindar comodidad, seguridad y buen trato a los turistas. Según las estadísticas arrojadas por las encuestas para que esto sea un atractivo más turístico se requiere de un policía por casa 5 personas que estén en los eventos, para garantizar la tranquilidad en la participación.

7.5.2. Falta de oportunidades a nivel laboral, para los residentes del municipio

En cuanto al tema laboral, se evidencia que muchas de las personas que comercian en el municipio, son de otras partes del país, lucrándose con los visitantes del municipio, esto debido al desempleo que se genera en el país, adicionalmente la falta de empresas en la región también incrementa el desempleo haciendo que cada vez las personas se dediquen al empleo informal.

El municipio debe hacer un censo a nivel laboral para así diseñar un plan y generar empleo en el municipio sobre todo en los eventos culturales.

7.5.3. Inseguridad para los comerciantes.

La inseguridad es un tema que es de nivel nacional, pero en este caso los comerciantes también se ven afectados por este flagelo ya que no todos los



turistas que ingresan al municipio van a conocer, hay gente inescrupulosa que se acerca solo a hacer daño a los demás turistas y a los comerciantes, causándoles pérdidas en sus ingresos debido a lo que hurtan en las aglomeraciones de gente.

El municipio también es aquejado por la llegada de indigentes de zonas como Bogotá y municipios aledaños, esto causa inseguridad en general, la administración municipal debe atacar el problema de raíz.

#### 7.5.4. Poca publicidad del municipio.

La falta de publicidad también es una amenaza para el turismo, pues hay ocasiones en las que no se cuenta con los turistas y los eventos no son lo suficientemente prósperos económicamente hablando.

Como se ha venido hablando la publicidad es indispensable para que se incremente el turismo en el municipio y la economía, se deben implementar foros publicitarios, vía web y en medios de comunicación masiva para atraer a los turistas y así reactivar el turismo en la región

### 7.6. ESTRATEGIAS FO

#### 7.6.1 impulsando al desarrollo turístico del municipio.

Establecer estrategias que permitan, fomentar el turismo en el municipio de Bojacá, utilizando medios masivos de comunicación, pagina web del municipio y redes sociales, informando cada uno de los eventos que se realizan con claridad, fechas e información de precios para que la audiencia sea masiva.

Esta estrategia permitirá que el municipio crezca en la parte turística implementando un plan anual de eventos, en coordinación con la alcaldía y los entes encargados del turismo.

#### 7.6.2. Mercadeo y promoción del turismo orientado a la mejora del municipio.

Diseñar una estrategia de marketing, promocionando los sitios de interés turísticos, los más visitados y los más representativos del municipio, mostrando anticipadamente los eventos que se realizan en cada sitio y así poder incrementar las visitas de manera que los turistas tengan la información necesaria para acceder a los eventos con mayor satisfacción.

#### 7.6.3. Proporcionando información detallada al turista.

Proponer un punto central de información por parte de la alcaldía y la oficina de turismo, donde se suministre la información adecuada a los turistas en general, generando empleo a los habitantes con el fin de desarrollar el crecimiento turístico y económico del municipio de Bojacá.

#### 7.6.4. Diseñando un plan de turismo completo

Establecer las pautas que generen una visita completa al municipio, promocionando encuentros que fortalezcan el turismo y la economía.

Este plan puede ser ofertado en la oficina de información al turista, con el objetivo de que las visitas sean guiadas, con esto el municipio se favorece en cuanto a generación de empleo e ingresos económicos que pueden ser invertidos en el fortalecimiento y mantenimiento de los sitios emblemáticos.

## 7.7. ESTRATEGIAS FA

7.7.1. Implementando un esquema de seguridad para los eventos culturales del municipio.

La Alcaldía y la policía Nacional, deben establecer los parámetros de seguridad para cada uno de los eventos que se realizan de forma masiva en el municipio. Al igual que la seguridad en cada uno de los sitios visitados por los turistas en los días y fechas en los que se pueden realizar estas visitas.

Proporcionando así la seguridad necesaria para la realización de los eventos a los visitantes.

7.7.2. Ejecutando convocatoria para la generación de empleo en los eventos Culturales, generando información de vías de acceso y eventos en general.

La oficina de empleo público de Bojacá en alianza con la alcaldía, deben generar las convocatorias para proveer los cargos necesarios para los eventos culturales que ejecuta el municipio, los participantes deben conocer las rutas, los itinerarios y las vías de acceso que proporcionen más información a los turistas y estos queden agradados con el acompañamiento brindado al visitar el municipio.

7.7.3. Creando un mapa turístico para el visitante, que cuente con las garantías y seguridad brindadas.

La oficina de planeación municipal y la oficina del turismo del municipio de Bojaca, será la encargada de diseñar un mapa completo para el visitante en el cual encuentre la información que le brinde de forma clara, las garantías de seguridad y de llegada a cada sitio que desea conocer.

7.7.4. Dando a conocer por medios de comunicación los lugares y las fechas de los eventos

Implementar un diseño publicitario para cada uno de los medios de comunicación, donde se informe de las fechas de los eventos, los lugares que se pueden visitar los valores que estos tienen y la duración que tiene cada evento.

## 7.8. ESTRATEGIAS DO

### 7.8.1. Compitiendo de manera adecuada para generar crecimiento en el turismo.

Generar una competencia sana dentro de los diferentes eventos, promoviendo la sana competencia haciendo sentir al turista parte de la familia del municipio y que tenga el deseo de regresar. Adicionalmente competir en fechas diferentes a las de otros municipios cercanos, con eventos diferentes y representativos del lugar.

### 7.8.2. Diseñando promociones para los turistas

Diseñar planes promocionales, con los que los turistas pueden ser acreedores a diversas actividades, haciendo descuentos y generando que las visitas sean más frecuentes a este tipo de actividades, ya que generan economía para los turistas y un incremento en la economía del municipio.

### 7.8.3. Diseñando un plan hotelero para los turistas.

Crear una estrategia que permita que los turistas que no son cercanos a sabana de occidente ni a la ciudad de Bogotá, puedan tener un lugar donde hospedarse que sea cómodo, económico y sobre todo que sea un lugar de bastante recordación. Para esto se deben hacer promociones en los hoteles que haya en el municipio e implementar un plan donde los turistas puedan pasar la noche sin contratiempos.

### 7.8.4. Implementando el esquema de seguridad con las rutas turísticas propuestas por el municipio.

Publicar en los puntos estratégicos de la ciudad las rutas turísticas y la seguridad que hay al visitar cada uno de estos sitios, proporcionando así más información al visitante e implementando la seguridad de cada una de estas rutas de acceso al municipio. Esto se debe realizar con el fin de que al turista no le falte información por ninguno de los frentes antes propuestos, este es un refuerzo a toda la información brindada con anterioridad en el punto de información y por los medios utilizados para estos fines.

## 7.9. ESTRATEGIAS DA

7.9.1. Creando promociones para activar la economía y el turismo en el municipio. Diseñar planes promocionales no solo para los eventos culturales si no en general para atraer al turista residente en sabana de occidente y Bogotá, sino también a los turistas que llegan del extranjero a conocer la cultura y la historia de los antepasados del municipio.

7.9.2. Promocionando los sitios de mayor interés y los eventos que se realizan Dentro del plan de marketing se pueden realizar las promociones y la publicidad de los sitios de mayor interés, promocionando su cultura, su historia, como acceder a estos planes promocionales y ofreciendo una actividad multicultural, donde el visitante quedara con la mayor satisfacción.

7.9.3. Implementando un plan de convivencia ciudadana para las festividades de mayor envergadura.

Diseñar un plan donde se promocioe la buena y sana convivencia dentro del municipio en general y en las festividades de más alto impacto, estos deben estar visibles de manera que no se presenten alteraciones del orden público en cada uno de los eventos realizados.

7.9.4. Incluyendo la normatividad para cada uno de los eventos culturales y socializarla con anticipación.

Diseñar las normas de comportamiento, convivencia y sana diversión para cada uno de los eventos culturales, esta información debe ser publicada en sitios visibles, en los folletos de información y en cada uno de los lugares representativos del municipio con el fin de que el turista tenga pleno conocimiento de estas normas para que sean respetadas y no tener situaciones de orden público.

8. DIAGNOSTICO DOFA DE SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA DE OCCIDENTE, MUNICIPIO DE ZIPACÓN.

8.1. MATRIZ DOFA ZIPACÓN

|  |  |   |
|--|--|---|
| <p>ANALISIS EXTERNO</p>  | <p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Crecimiento económico y cultural (investigacion, 2017)</li> <li>2. Dar a conocer el municipio, con sus sitios de interés utilizando los medios. (investigacion, 2017)</li> <li>3. Dinamizando la economía. (investigacion, 2017)</li> <li>4. Por medio de la tecnología dar a conocer los eventos que se desarrollan en el municipio en materia turística y cultural. (investigacion, 2017)</li> </ol> | <p><b>AMENAZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Poca publicidad de los eventos culturales y ecológicos. (investigacion, 2017)</li> <li>2. Poco desarrollo económico y cultural. (investigacion, 2017)</li> <li>3. No hay inversión en el turismo. (investigacion, 2017)</li> <li>4. crecimiento laboral, económico y turístico. (investigacion, 2017)</li> </ol> |
| <p>ANALISIS INTERNO</p>  | <p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fomentando el desarrollo económico, cultural y turístico del</li> </ol>   | <p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizando la publicidad para promocionar los sitios</li> </ol>  |
| <p><b>FORTALEZAS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sitios emblemáticos y actividades culturales</li> <li>2. Historia representativa</li> </ol> |  |   |

|  |   |   |
|--|---|---|
| <p>indígena</p> <p>3. Cuenta con museos y sitios de turismo ecológico</p> <p>4. Se realizan actividades culturales, recreativas y deportivas.</p>  | <p>municipio.</p> <p>2. Diseñando la información para dar a conocer la historia y los sitios más representativos de Zipacón.</p> <p>3. Promoviendo por medio de la tecnología los eventos recreativos, culturales y deportivos.</p> <p>4. Diseñando un plan de turismo que incluya valores y promociones para incrementar la economía</p> | <p>emblemáticos, culturales y ecológicos.</p> <p>2. Implementando un plan que permita realizar actividades que impulsen el desarrollo cultural y económico.</p> <p>3. Por medio de las actividades culturales, recaudar fondos para la inversión, mantenimiento y adecuación de los sitios de mayor interés.</p> <p>4. Promoviendo el turismo, generando crecimiento laboral.</p> |
| <p><b>DEBILIDADES</b></p> <p>1. Falta de compromiso por parte de las autoridades municipales para el desarrollo turístico</p> <p>2. No hay promoción de sitios turísticos.</p> <p>3. No posee puntos de información adecuados.</p> <p>4. No existe un plan publicitario que suministre información</p> | <p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <p>1. Diseñando un plan de compromisos con los cuales el municipio desarrolle competencias para el crecimiento económico y cultural.</p> <p>2. Estableciendo las promociones en los eventos utilizando los medios de comunicación.</p> <p>3. Instalando un punto de información acerca del</p>               | <p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <p>1. Utilizando medios publicitarios para informar a la comunidad de sabana de occidente acerca del municipio.</p> <p>2. Diseñando un medio de información que aporte al desarrollo económico y cultural</p> <p>3. Actualizando la página web del municipio continuamente.</p>  |



|  |   |  |
|--|---|--|
| de los eventos culturales ni de los sitios que se pueden visitar | municipio que permita incrementar la economía<br>4. Diseñando la publicidad de los eventos ubicándolo en puntos estratégicos y comunicarlos por medio de la tecnología. | 4. Proporcionando la gestión de empleo en los eventos culturales y turísticos del municipio. |
|--|---|--|

## 8.2. FORTALEZAS

### 8.2.1. Sitios emblemáticos y actividades culturales

Zipacón cuenta con sitios emblemáticos, culturales y ecológicos que se pueden visitar en diferentes épocas del año, dentro de los cuales encontramos:

El museo del disco: Lugar en el que se expone la historia del disco, desde sus inicios hasta la actualidad.

Este museo es el primero a nivel nacional y el quinto a nivel mundial. Fue creado por Carlos Pinzón en 1992 con la idea de que los niños conocieran los gramófonos, los discos de 16 pulgadas en que se grababa en las emisoras y los viejos acetatos como el original de Caruso de 1901 que allí reposa.

Otras atracciones turísticas que posee el municipio y donde es más fuerte su participación es en el turismo ecológico donde se encuentran sitios como:

BOSQUE DE NIEBLA,

LAGUNA VERDE,

RIÓ APULO,

PLANTA DE RESIDUOS SÓLIDOS FINCA SAN BERBARDO DEL MUNICIPIO,

LAGUNA VERDE (Vereda San Cayetano),  
CERRO VIRGEN DEL AMOR HERMOSO,  
VÍA FÉRREA TÚNEL DEL FERROCARRIL,  
MIRADOR MAJUI,  
MIRADOR ALTO DE LAS ESCALERAS,  
PUENTE COLGANTE PASO DEL RÍO APULO,  
MONTE DE ORO

CABAÑAS Pueblo Viejo.,  
GRANJA ECOLÓGICA AGROCER. (Alcaldía Zipacón, s.f.)

El municipio cuenta con una historia embrujadora correspondiente a los asentamientos indígenas, que atrae a los turistas, es contada por los habitantes más antiguos con el fin de dar a conocer la historia de este recóndito lugar de Cundinamarca. Esto es un atractivo turístico que se puede disfrutar en los eventos de celebración del cumpleaños del municipio realizado en el mes de julio.

#### 8.2.2. Cuenta con museos y sitios de turismo ecológico

Zipacón tiene museos no solo el museo del disco sino también, el MUSEO DE LA MÚSICA JAIME LLANO GONZALES; Inaugurado en el año 1999 para rendir un homenaje en vida al maestro.

Está compuesto por una colección de objetos musicales de grandes intérpretes y compositores, para darle la importancia de la música y la historia. Entre las joyas instrumentales esta un pianoforte de 1825 que le entregó el artista plástico Jim Amaral, una arpa de René Devia y la guitarras en el que Eduardo Cavas hiciera sus primeras canciones. La batuta del maestro Morales Pinno, bandola de la primera escuela música Zipacón 1930, y la SALA BELISARIO BETANCUR CUARTAS; En este lugar reposa parte de la biblioteca y discos

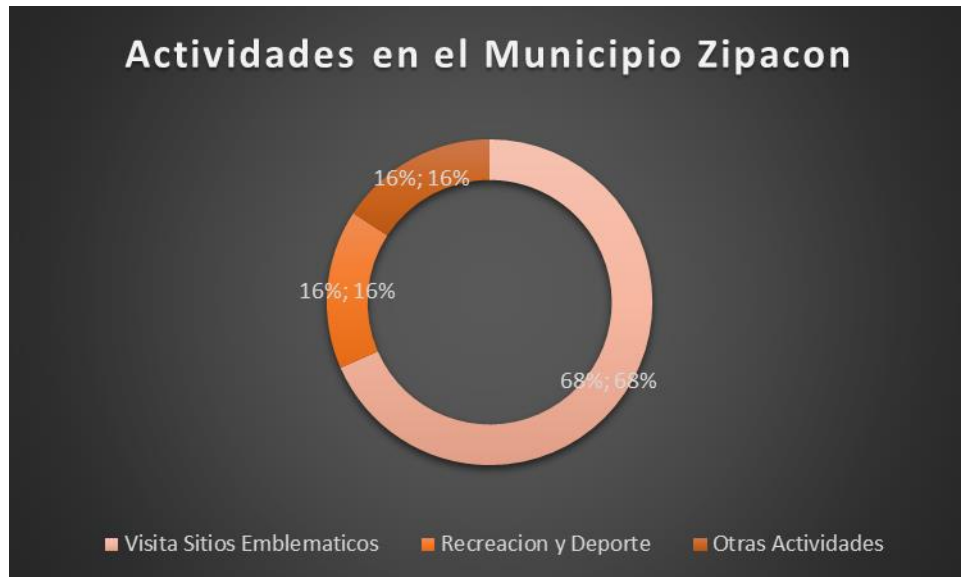
acetatos del expresidente. Sitio sonoro donde el visitante puede deleitarse escuchando música en los aparatos de la época reproduciendo una gran riqueza musical desde los años 1904.

8.2.3. Se realizan actividades culturales, recreativas y deportivas.

Dentro de las actividades culturales que desarrolla el municipio se encuentran, caminatas ecológicas realizadas en el mes de marzo, el festival de orquídeas mercado campesino y feria artesanal en el mes de junio, ferias y fiestas y festival de música popular en junio, celebración del cumpleaños del municipio en el mes de septiembre, festival departamental de danzas folclóricas en septiembre, festival de música clásica y presentación de escuelas deportivas en diciembre.

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el 68% de las personas tienen agrado por visitar los lugares emblemáticos del municipio.

Grafica 4 Fortaleza en actividades Turísticas en el municipio.



fuelle (investigacion, 2017)

### 8.3. DEBILIDADES

#### 8.3.1. Falta de compromiso por parte de las autoridades municipales para el desarrollo turístico

Las autoridades municipales no tienen compromiso para el desarrollo del turismo, pues se evidencia que existen falencias dentro de la publicación, promoción y publicidad de los eventos culturales y propios del municipio, llevando a que no sea lo suficientemente concurrido generando poco desarrollo económico y cultural

#### 8.3.2. No hay promoción de sitios turísticos.

Se evidencia que una de las debilidades que posee el municipio es la falta de promoción de sus sitios emblemáticos y de sus actividades culturales por lo cual este municipio no es muy visitado por los turistas.

### 8.3.3. No posee puntos de información adecuados.

En la visita realizada, se evidencio que no posee puntos de información a los visitantes, con lo cual no se pueden promocionar los eventos ni las visitas a los sitios causando que el turista se desplace hacia otros lugares de interés.

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el 63% de las personas opinan que falta señalización y puntos de información turística en el municipio.

Grafica 5 falta de Señalización y de puntos de información en el municipio.



*Fuente (investigación, 2017)*

### 8.3.4. No existe un plan publicitario que suministre información de los eventos culturales ni de los sitios que se pueden visitar

No cuentan con un plan publicitario ni físico dentro del municipio ni de manera tecnológica o digital, la página web no está lo suficientemente actualizada y estructurada para la publicidad de los eventos y de los sitios que se pueden visitar

## 8.4. OPORTUNIDADES

### 8.4.1. Crecimiento económico y cultural

Zipacón cuenta con una actividad turística que, desarrollada de la mejor manera, puede incrementar el crecimiento económico y cultural promocionando de manera adecuada sus actividades.

### 8.4.2. Dar a conocer el municipio, con sus sitios de interés utilizando los medios.

El municipio puede utilizar la tecnología como medio de publicidad para dar a conocer las diferentes actividades, calendarios, sitios emblemáticos entre otros con un cronograma donde refleje las fechas y las horas en que puede visitarse el municipio.

### 8.4.3. Incrementando la economía

Realizando eventos de interés, festivales y demás eventos culturales, promocionando las actividades se puede incrementar la economía del municipio obteniendo así dividendos para la inversión del mismo.

### 8.4.4. Por medio de la tecnología dar a conocer los eventos que se desarrollan en el municipio en materia turística y cultural.

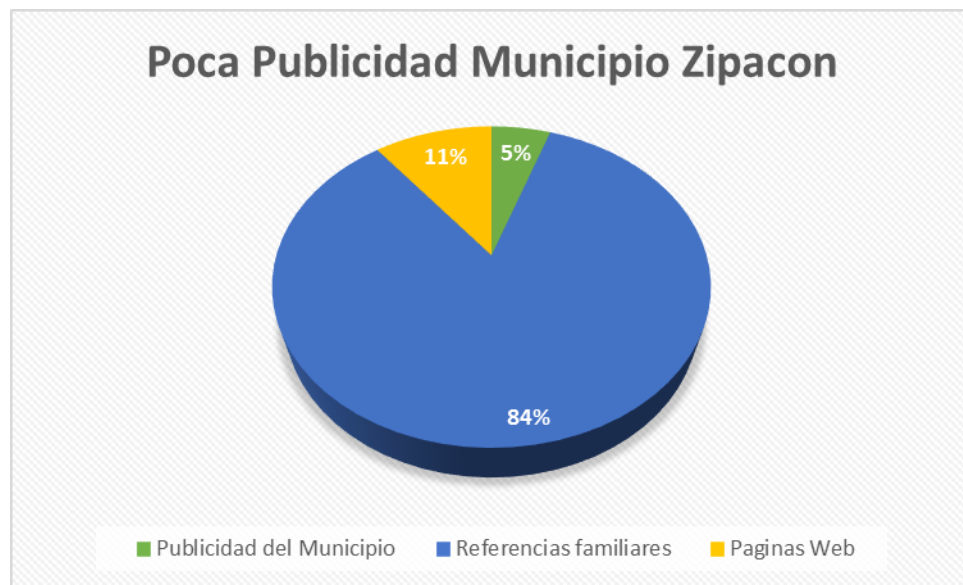
El municipio cuenta con la tecnología necesaria para promocionar sus eventos turísticos y culturales, debe hacer uso de la misma para informar a los visitantes como pueden acceder a los beneficios, promociones, sitios de interés entre otros.

## 8.5. AMENAZAS

### 8.5.1. Poca publicidad de los eventos culturales y ecológicos

Con respecto a la publicidad manejada por otros municipios cercanos a Zipacón, se evidencia que no posee la misma intensidad publicitaria con lo que respecta a todos sus eventos ecológicos, culturales y turísticos, es por esto que se debe incrementar esta publicidad para que tenga la acogida que tienen otros sitios.

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar el 5% de las visitas al municipio son por parte de la publicidad del Municipio.



*Fuente (investigación, 2017)*

### 8.5.1. Poco desarrollo económico y cultural.

Zipacón no cuenta con un avanzado desarrollo económico y cultural debido a la falta de promoción y publicidad de todos sus eventos, esto ocasiona un atraso económico, en donde solo se tienen los ingresos del estado otorgados a los municipios por lo cual no tiene para realizar inversiones en el turismo.

#### 8.5.2. No hay inversión en el turismo

Se evidencia que poco se invierte en las festividades, eventos y mantenimiento de los sitios de interés turístico, por la poca realización de publicidad dentro del departamento por los diferentes medios de comunicación.



## 8.6. ESTRATEGIAS FO

8.6.1. Fomentando el desarrollo económico, cultural y turístico del municipio.

Desarrollar alianzas estratégicas con el gobierno departamental y los municipios limítantes, para incrementar el desarrollo económico, turístico y cultural del municipio fomentando la participación a nivel departamental en eventos culturales representativos de la región.

8.6.2. Diseñando la información para dar a conocer la historia y los sitios más representativos de Zipacón.

Establecer con ayuda de la participación municipal, un proyecto informativo que contenga de forma planificada los eventos culturales, sitios turísticos, historia, más representativa de la región, con el fin de dar a conocer más acerca del municipio.

8.6.3. Promoviendo por medio de la tecnología los eventos recreativos, culturales y deportivos.

De acuerdo al plan nacional de la tecnología vive digital, divulgar la información de cada uno de los eventos realizados en el municipio, por medio de las redes sociales, páginas web, correos electrónicos, medios informativos a nivel departamental y nacional.

8.6.4. Diseñando un plan de turismo que incluya valores y promociones para incrementar la economía

Ofrecer planes económicos a los turistas, donde se incluya eventos, valor, duración, hoteles, con los cuales se pueda incrementar la economía atrayendo más visitantes al municipio.

## 8.7. ESTRATEGIAS DO

8.7.1. Diseñando un plan de compromisos con los cuales el municipio desarrolle competencias para el crecimiento económico y cultural.

Establecer con el gobierno municipal y los entes encargados, un plan de compromisos que desarrollen para el crecimiento económico y cultural del municipio, generando empleo, desarrollo cultural, implementando planes de acción para atraer a los turistas a nivel departamental y nacional.

8.7.2. Estableciendo las promociones en los eventos utilizando los medios de comunicación.

Promocionar el municipio por los canales nacionales, radio y prensa con el fin de dar a conocer los eventos y así poder incrementar el desarrollo turístico del municipio.

8.7.3. Instalando un punto de información acerca del municipio que permita incrementar la economía

Realizar las solicitudes necesarias ante el gobierno departamental, para la implementación de un punto de información al turista en la plaza principal del municipio con el fin de que brinde la información necesaria, logrando que el turista se sienta complacido y promocióne de forma eficaz la visita por medio del voz a voz lo que permite un incremento en la economía.

8.7.4. Diseñando la publicidad de los eventos ubicándolo en puntos estratégicos y comunicarlos por medio de la tecnología.

Promover por medio de vallas publicitarias los eventos que se van a realizar, ubicándolas en sitios estratégicos como carreteras de acceso al municipio, en las avenidas principales y por los diferentes medios de comunicación para atraer a los turistas a la participación de dichos eventos.

## 8.8. ESTRATEGIAS FA

8.8.1. Realizando la publicidad para promocionar los sitios emblemáticos, culturales y ecológicos.

Diseñar la publicidad mediante volantes, pancartas, vallas publicitarias, página web del municipio, redes sociales y demás medios de comunicación con el fin de informar y dar a conocer cada uno de los eventos atrayendo a la participación a nivel departamental y nacional.

8.8.2. Implementando un plan que permita realizar actividades que impulsen el desarrollo cultural y económico.

Diseñar e implementar actividades culturales, deportivas, recreativas y sociales que permitan estimular a los visitantes para lograr un desarrollo económico de acuerdo al plan gubernamental.

8.8.3. Por medio de las actividades culturales, recaudar fondos para la inversión, mantenimiento y adecuación de los sitios de mayor interés.

Recolectar los fondos de cada uno de los eventos, de forma centralizada donde el ente encargado desarrolle los planes de mejoramiento de cada uno de los sitios promoviendo la inversión en el municipio.

8.8.4. Promoviendo el turismo, generando crecimiento laboral.

Diseñar una estrategia de marketing que permita ofrecer empleo a los habitantes del municipio en cada uno de los eventos realizados, generando el crecimiento y la inversión de las empresas para promover el empleo.

## 8.9. ESTRATEGIAS DA

8.9.1. Utilizando medios publicitarios para informar a la comunidad de sabana de occidente acerca del municipio.

Adecuar dentro del presupuesto municipal, el rubro correspondiente a la publicidad del municipio con el fin de promocionar en los diferentes medios los eventos turísticos, culturales y deportivos.

8.9.2. Diseñando un medio de información que aporte al desarrollo económico y cultural

Implementar un periódico municipal, donde se informa la economía y los eventos culturales y deportivos que se realizan en el municipio, utilizando la creatividad de los estudiantes que allí habitan.

8.9.3. Actualizando la página web del municipio continuamente.

Contratar un ingeniero de sistemas o un desarrollador web, para que diseñe y actualice de forma periódica la página web del municipio, ya que esta es la ventana de información principal.

8.9.4. Proporcionando la gestión de empleo en los eventos culturales y turísticos del municipio.


Realizar convocatorias para proveer empleos temporales a la comunidad de habitantes que posean las competencias necesarias para realizar las labores estipuladas en la convocatoria, con el fin de promover el empleo en los diferentes eventos realizados.

## 9. INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE BOJACÁ

A continuación, se relaciona el inventario de los principales sitios Turísticos del municipio de Bojacá, Departamento de Cundinamarca, donde se argumenta la importancia de cada uno de ellos, se presenta el formato único para la elaboración de inventarios turísticos de cada uno de ellos, de acuerdo a metodología del ministerio de industria y turismo.

Se presentan 4 fichas que corresponden los atractivos turísticos más representativos del municipio de Bojacá Departamento de Cundinamarca y que las encuestas relacionan en su conjunto de datos.

Las fichas técnicas se llevaron a cabo teniendo en cuenta el formato para la elaboración de sitios turísticos definido y estandarizado por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo establecido en la Ley 300 de 1996 donde se obliga a actualizar dicha información. (MINCIT, 2016)

| FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS   |   |                     |   |          |  |        |       |
|---|---|---------------------|---|----------|--|--------|-------|
| FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL   |   |                     |   |          |  |        |       |
| Bienes Culturales Inmuebles y Muebles   |   |                     |   |          |  |        |       |
| 1. GENERALIDADES  |   |                     |   |          |  |        |       |
| 1.1. Nombre   | SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD DE BOJACA |                     |   |          |  |        |       |
| 1.2. Departamento   | Cundinamarca                                      | 1.3. Municipio      | BOJACA  |          |  |        |       |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad  | CENTRO HISTORICO                                  |                     |   |          |  |        |       |
| 1.5. Administrador o Propietario  | Fray José Luis Duarte OSA                         |                     |   |          |  |        |       |
| 1.6. Dirección/Ubicación  | Calle 6 # 6-37                                    |                     |   |          |  |        |       |
| 1.7. Teléfono/Fax   | 8423166   |                     |   |          |  |        |       |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)   | 11,2 km   | 1.9. Tipo de Acceso |   |          |  |        |       |
|   |   | Terrestre           | X   | Acuático |  | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:  | Ingreso por la calle 13 desde Bogotá              |                     |   |          |  |        |       |
| 2. CARACTERÍSTICAS  |   |                     |   |          |  |        |       |
| 2.1. Código Asignado  | 1.1.3.2   |                     |   |          |  |        |       |
| 2.2. Descripción:   |   |                     |   |          |  |        |       |
| <p>El santuario de nuestra señora de la salud de Bojacá se encuentra en el parque principal del municipio, En 1739 el español don José Pérez, trajo de la ciudad de Granada (España), una imagen de Nuestra Señora de los Dolores o Virgen de las Angustias, que era conocida allá como una virgen milagrosa, la cual instaló en el oratorio de la Hacienda Cortés, donde se celebraba la eucaristía. Esta hacienda era propiedad de su esposa, quien era una dama de Santafé, hija de una buena familia y heredera de haciendas en la población de Bojacá. Don José, llevado por su devoción a la Virgen y su amistad con el P. Cárdenas, decidió donar el cuadro a la Iglesia de Bojacá, a los Padres Agustinos, para que siguiera recibiendo culto y concediendo gracias a sus devotos. Al morir don José, el día 23 de junio de 1757, siendo cura Fray Luis Acuña, la imagen fue trasladada a la Iglesia, donde los</p> |   |                     |  |          |  |        |       |

feligreses tributaban fervoroso culto, siendo acrecentada cada día por los milagros recibidos. Con el paso de los días, al recibir infinitos favores, decidieron hacerla su patrona con el nombre de Nuestra Señora de la Salud de Bojacá, entronizándola en el Altar mayor.

| <b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>                         |                |
|--|----------------|
| <b>CALIDAD</b>   | <b>PUNTAJE</b> |
| Estado de Conservación (21)                              | 21             |
| Constitución del Bien (21)                               | 21             |
| Representatividad General (28)                           | 28             |
|  |                |
|  |                |
| Subtotal   | 70             |
| <b>SIGNIFICADO</b>                                       |                |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30) | 6              |
| <b>TOTAL</b>   | 76             |
| Fuente: Sitio oficial Bojacá Cundinamarca                |                |
| Diligenciado por:  | Ángelo Bojaca  |
| Fecha:   |                |

*Tabla 2. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Santuario de Nuestra Señora de la Salud de Bojacá*

### 9.1. SANTUARIO DE NUESTRA SEÑORA DE LA SALUD DE BOJACÁ

El santuario de Nuestra Señora de la Salud, es el mayor generador de visitantes y turistas del municipio, gracias la gran devoción que se le profesa a la virgen de la salud, es de gran importancia involucrar más a la comunidad agustina en el desarrollo turístico de Bojacá, dada la importancia tanto religiosa como histórica,

aspecto en el cual se puede desarrollar un circuito especializado en el tema cultural que guarda el santuario y el convento de los agustinos, recuperando la historia y vivencias de cientos de años de la comunidad en el municipio y en Colombia, además de dar a conocer grandes riquezas culturales e históricas que poseen. (ALCALDIA DE BOJACÁ, 2018)

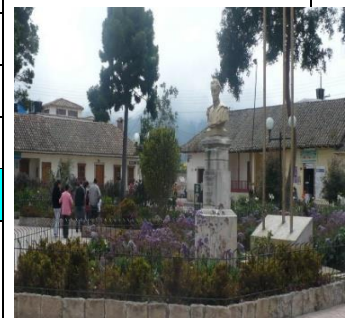
El Santuario de Nuestra Señora de la Salud está ubicado en el municipio de Bojacá, en la vía que de Bogotá, saliendo por la calle 13, conduce a Facatativá, a unos 70 minutos de la capital. La parroquia donde se encuentra el cuadro milagroso de la Virgen de la Salud, es la parroquia San Lorenzo, mártir.

La característica del Santuario es su nota moral y religiosa, destacada en el sinnúmero de conversiones de personas que habiendo pasado muchos años alejadas de Dios, al acercarse a visitar a la madre dolorosa, han sentido su llamado maternal que les ha conducido al confesionario, a la participación de la comunión en la Eucaristía y a la práctica de una vida sinceramente cristiana. Claro que la Santa madre de Dios protege y, por mediación de su Hijo Jesús, imparte bendiciones y favores a todos aquellos que lo piden tanto para sus hijos, como para su salud personal, espiritual y corporal, como para los objetos religiosos y los conductores de vehículos que reciben su protección y compañía. (Salud, 2008)

| <b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b> |                          |                |        |
|--|--------------------------|----------------|--------|
| <b>FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL</b>     |                          |                |        |
| <b>Bienes Culturales Inmuebles y Muebles</b>                       |                          |                |        |
| <b>1. GENERALIDADES</b>  |                          |                |        |
| 1.1. Nombre  | <b>PARQUE PRINCIPAL</b>  |                |        |
| 1.2. Departamento  | Cundinamarca             | 1.3. Municipio | BOJACÁ |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad                             | Centro Histórico         |                |        |
| 1.5. Administrador o Propietario                                   | ADMINISTRACION MUNICIPAL |                |        |
| 1.6.   | CRA 6 # 6-91             |                |        |



|   |                                      |                     |   |          |                |
|---|--------------------------------------|---------------------|---|----------|----------------|
| Dirección/Ubicación   |                                      |                     |   |          |                |
| 1.7. Teléfono/Fax   |                                      |                     |   |          |                |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)   | 11.2 KM                              | 1.9. Tipo de Acceso |   |          |                |
|   |                                      | Terrestre           | X | Acuático | Férreo Aéreo   |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:  | Ingreso por la calle 13 desde Bogotá |                     |   |          |                |
| <b>2. CARACTERÍSTICAS</b>   |                                      |                     |   |          |                |
| 2.1. Código Asignado  | 1.2.2                                |                     |   |          |                |
| 2.2. Descripción:   |                                      |                     |   |          |                |
| El parque principal es un lugar diverso con una marcada cantidad de artesanos dispuestos a atender turistas y residentes. Un lugar colonial perfecto para compartir en familia. |                                      |                     |   |          |                |
| <b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>  |                                      |                     |   |          |                |
| <b>CALIDAD</b>  |                                      |                     |   |          | <b>PUNTAJE</b> |
| Estado de Conservación (21)   |                                      |                     |   |          | 21             |
| Constitución del Bien (21)  |                                      |                     |   |          | 21             |
| Representatividad General (28)  |                                      |                     |   |          | 28             |
|   |                                      |                     |   |          |                |
|   |                                      |                     |   |          |                |
| Subtotal  |                                      |                     |   |          | 70             |
| <b>SIGNIFICADO</b>  |                                      |                     |   |          |                |
| Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)  |                                      |                     |   |          | 6              |
| <b>TOTAL</b>  |                                      |                     |   |          | 76             |
| Fuente: Sitio oficial Bojacá – Cundinamarca   |                                      |                     |   |          |                |
| Diligenciado por:   | ANGELO BOJACA                        |                     |   |          | Fecha:         |



*Tabla 3. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Parque Principal*

## 9.2. PARQUE PRINCIPAL

El parque o plaza principal de Bojacá es de gran importancia, pues allí se realizan actividades culturales y es el lugar de bendición de los vehículos, además se encuentra dentro del marco de la plaza los sitios emblemáticos del municipio como la alcaldía y restaurantes de época. Según las encuestas este sitio es uno de los más concurridos al igual que la plaza de mercado, allí se encuentra el Santuario de la Virgen de Bojacá en donde asisten miles de feligreses cada domingo. (BOJACA, 2018)

| <b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b> |  |                     |        |          |              |
|--|--|---------------------|--------|----------|--------------|
| <b>FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL</b>     |  |                     |        |          |              |
| <b>Bienes Culturales Inmuebles y Muebles</b>                       |  |                     |        |          |              |
| <b>1. GENERALIDADES</b>  |  |                     |        |          |              |
| 1.1. Nombre  | <b>CAMINO REAL EL OCASO- BOJACA</b>                        |                     |        |          |              |
| 1.2. Departamento  | Cundinamarca   | 1.3. Municipio      | BOJACA |          |              |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad                             | BOJACA   |                     |        |          |              |
| 1.5. Administrador o Propietario                                   |  |                     |        |          |              |
| 1.6. Dirección/Ubicación   | Bojacá –Zipacón  |                     |        |          |              |
| 1.7. Teléfono/Fax  |  |                     |        |          |              |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)                    | 11.2 km  | 1.9. Tipo de Acceso |        |          |              |
|  |  | Terrestre           | X      | Acuático | Férreo Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:                                 | Ingreso desde Bojacá hasta Zipacón vía vereda san Cayetano |                     |        |          |              |
|  |  |                     |        |          |              |

| 2. CARACTERÍSTICAS   |              |               |        |
|--|--------------|---------------|--------|
| 2.1. Código Asignado   | 1.1.5        |               |        |
| 2.2. Descripción:  |              |               |        |
| Este Camino Real, que une a Bojacá con Zipacón, denominado así porque fue hecho en la época del descubrimiento, es uno de los caminos que en la antigüedad fue escenario de heroicas luchas de los españoles, al mando de Jorge Robledo. |              |               |        |
| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN  |              |               |        |
| CALIDAD  | PUNTAJE      |               |        |
| Estado de Conservación (21)  | 21           |               |        |
| Constitución del Bien (21)   | 21           |               |        |
| Representatividad General (28)   | 28           |               |        |
|  |              |               |        |
|  |              |               |        |
| Subtotal   | 70           |               |        |
| SIGNIFICADO  |              |               |        |
| Local (6)    Regional (12)    Nacional (18)    Internacional (30)  | 6            |               |        |
| <b>TOTAL</b>   | <b>76</b>    |               |        |
| Fuente: Sitio oficial Bojaca- Cundinamarca   |              |               |        |
| por:   | Diligenciado | ANGELO BOJACA | Fecha: |




Tabla 4. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Camino Real el Ocaso-Bojacá

### 9.3. CAMINO REAL EL OCASO

Es en Bojacá donde se inicia la travesía. Una imagen de la virgen María da la largada, a dos horas y media de recorrido, donde el visitante tiene contacto directo con la naturaleza. Es allí, donde puede apreciar árboles nativos y pájaros silvestres que con su trinar le dan armonía al descenso. Un viaje para soñadores El Camino está dividido en dos tramos. El primero, que va desde Bojacá hasta la vereda San Cayetano, y por el cual se alcanza a recorrer unos seis kilómetros, está enmarcado por el paisaje húmedo, típico del clima frío. El ancho del Camino no supera el metro y medio y fue diseñado en forma de escalinatas con piedras grandes y planas que dejan ver el trabajo de la época. (El Tiempo, 1998)

El camino desciende por un boquerón muy cerca del casco urbano de Bojacá. Casi inmediatamente al comenzar el descenso, un empedrado uniforme y resbaloso da la bienvenida al bosque de niebla por donde transcurre con algunas interrupciones, uno de los caminos más conservados de Cundinamarca. El recorrido por el bosque hace de este sector del camino uno de los más interesantes en materia de biodiversidad, pues la espesa vegetación sirve además de refugio de aves, pequeños mamíferos, reptiles e insectos. (FSENDEROS, 2010)

| <b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b> |                               |                |        |
|--|-------------------------------|----------------|--------|
| <b>FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES</b>                              |                               |                |        |
| <b>1. GENERALIDADES</b>  |                               |                |        |
| 1.1. Nombre  | <b>Piedras de chivo Negro</b> |                |        |
| 1.2. Departamento  | Cundinamarca                  | 1.3. Municipio | Bojacá |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad                             | Bojacá                        |                |        |
| 1.5. Administrador o Propietario                                   | Administración municipal      |                |        |
| 1.6.   |                               |                |        |

|  |                               |  |  |               |    |
|--|-------------------------------|--|--|---------------|----|
| Dirección/Ubicación  |                               |  |  |               |    |
| 1.7. Teléfono/Fax  | 3147315921                    |  |  |               |    |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)  | 8.3 km                        | 1.9. Tipo de Acceso  |  |               |    |
|  |                               | Terrestre  | <input checked="" type="checkbox"/> Acuático |               |    |
|  |                               |  | Férreo                                       |               |    |
|  |                               |  | Aéreo  |               |    |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:   | Ingreso por Calle 13 a Bojacá |  |  |               |    |
| <b>2. CARACTERÍSTICAS</b>  |                               |  |  |               |    |
| 2.1. Código Asignado   | 2.1.13                        |  |  |               |    |
| 2.2. Descripción:  |                               |  |  |               |    |
| Es un conjunto arqueológico de rocas con petroglifos que constituyeron un centro ceremonial de los muiscas conocido como Moxaca. |                               |  |  |               |    |
| <b>3. PUNTAJES DE VALORACIÓN</b>   |                               |  |  |               |    |
| <b>CALIDAD</b>   | <b>PUNTAJE</b>                |  |  |               |    |
| Estado de Conservación (21)  | 21                            |  |  |               |    |
| Constitución del Bien (21)   | 21                            |  |  |               |    |
| Representatividad General (28)   | 28                            |  |  |               |    |
|  |                               |  |  |               |    |
| Subtotal   | 70                            |  |  |               |    |
| <b>SIGNIFICADO</b>   |                               |  |  |               |    |
| Local (6)  | Regional (12)                 |  |  | Nacional (18) | 12 |
| Internacional (30)   |                               |  |  |               |    |
| <b>TOTAL</b>   |                               |  | 82   |               |    |
| Fuente: Sitio oficial Bojacá Cundinamarca  |                               |  |  |               |    |
| Diligenciado por:  | ANGELO BOJACA                 |  | Fecha:                                       |               |    |

*Tabla 5. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Piedras de Chivo Negro*

#### 9.4. PIEDRAS DE CHIVO NEGRO

Las piedras de Chivo Negro son un yacimiento de piedras gigantes en donde se pueden encontrar pinturas rupestres con más de 600 años de antigüedad, las cuales fueron realizadas por la cultura muisca. Es un lugar espectacular para pasar la tarde y disfrutar del paisaje.


Las tierras cundinamarquesas fueron asentamientos de importantes grupos indígenas en la época precolombina, es por eso que muchos de sus parajes se encuentran vestigios de culturas milenarias, uno de esos lugares se haya en el municipio de Bojacá a tan solo 25 kilómetros del occidente de la capital del país.

Es un yacimiento de piedras gigantes que se conoce como El Parque Arqueológico de Chivo Negro, este lugar goza de una posición estratégica que le permitía estar conectada con el norte y sur del departamento, lo que le dio una gran importancia en las actividades comerciales de la región. (IMAGEN COLOMBIA, 2018)

El parque es de gran importancia para el desarrollo turístico y cultural del municipio, es importante tener en cuenta que las riquezas arqueológicas halladas en el mismo como son los pictogramas que se encuentran en las diferentes formaciones rocosas, deben ser protegidos y mirar la posibilidad de recuperar algunos que han sido degradados por la acción del hombre o de la naturaleza, para este proceso es importante el apoyo del ICAHN como institución líder a nivel nacional en dichos temas, En la actualidad se está desarrollando un proceso de mejora en el cual se están adecuando senderos, para realizar recorridos, guiados, así como la construcción de un aula ambiental, todos estos procesos, articulados con un manejo adecuado y sostenible del parque hace que este se llegue a

desarrollar como un punto importante para el ámbito turístico. (Alcaldía de Bojacá, 2018)

10. INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS  
TURISTICOS DEL MUNICIPIO DE ZIPACÓN

| <b>FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL</b>   |  |                     |  |          |        |       |
|--|--|---------------------|--|----------|--------|-------|
| <b>Bienes Culturales Inmuebles y Muebles</b>   |  |                     |  |          |        |       |
| <b>1. GENERALIDADES</b>  |  |                     |  |          |        |       |
| 1.1. Nombre  | <b>ALTO DE LA VIRGEN DEL AMOR</b>  |                     |  |          |        |       |
| 1.2. Departamento  | Cundinamarca   | 1.3. Municipio      | ZIPACON  |          |        |       |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad   | CERRO  |                     |  |          |        |       |
| 1.5. Administrador o Propietario   | ADMINISTRACION MUNICIPAL   |                     |  |          |        |       |
| 1.6. Dirección/Ubicación   | CERRO  |                     |  |          |        |       |
| 1.7. Teléfono/Fax  |  |                     |  |          |        |       |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)  | 11,2 km  | 1.9. Tipo de Acceso |  |          |        |       |
|  |  | Terrestre           | X  | Acuático | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:   | ingreso calle 13 desde Bogotá hasta la entrada de cartagenita tomando un bus de allí al municipio de Zipacón |                     |  |          |        |       |
| <b>2. CARACTERÍSTICAS</b>  |  |                     |  |          |        |       |
| 2.1. Código Asignado   | 1.1.3.1  |                     |  |          |        |       |
| 2.2. Descripción:  |  |                     |  |          |        |       |
| En la cima de la montaña está la imagen de la sagrada familia que ha concedido, según muchos testigos, diferentes milagros en el campo del amor. |  |                     |  |          |        |       |
| La imagen se encuentra a pocos metros del marco de la plaza, exactamente en lo alto de uno de los cerros el Santuario de la Virgen               |  |                     |  |          |        |       |

|   |               |               |                |        |
|---|---------------|---------------|----------------|--------|
| del Amor Hermoso.   |               |               |                |        |
| <b>3. PUNTAJES DE</b>   |               |               |                |        |
| <b>VALORACIÓN</b>   |               |               |                |        |
| <b>CALIDAD</b>  |               |               | <b>PUNTAJE</b> |        |
| Estado de Conservación (21)   |               |               | 21             |        |
| Constitución del Bien (21)  |               |               | 21             |        |
| Representatividad General (28)  |               |               | 28             |        |
|   |               |               |                |        |
|   |               |               |                |        |
| Subtotal  |               |               | 70             |        |
| <b>SIGNIFICADO</b>  |               |               |                |        |
| Local (6)   | Regional (12) | Nacional (18) | Internacional  | 6      |
| (30)  |               |               |                |        |
| <b>TOTAL</b>  |               |               | 76             |        |
| Fuente: <a href="https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/santuario-de-la-virgen-del-amor-hermoso/">https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/santuario-de-la-virgen-del-amor-hermoso/</a> |               |               |                |        |
| Diligenciado por:   |               | Ángelo Bojaca |                | Fecha: |

*Tabla 6. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Alto de la Virgen del Amor*


### 10.1 ALTO DE LA VIRGEN DEL AMOR

Este lugar es visitado desde 1944 por mujeres que buscan un buen compañero sentimental. En la cima de la montaña está la imagen de la sagrada familia que ha concedido, según muchos testigos, diferentes milagros en el campo del amor.

La imagen se encuentra a pocos metros del marco de la plaza, exactamente en lo alto de uno de los cerros el Santuario de la Virgen del Amor Hermoso. Varios testimonios acerca de los milagros concedidos por la Virgen ratifican la efectividad



de los rezos. Placas al lado del monumento dan testimonio de agradecimiento por los milagros recibidos. La fiesta de la virgen se celebra cada 7 de diciembre, en peregrinación hasta el santuario, que iluminada con antorchas y palomas espera paciente la llegada de los feligreses. Finalmente, muchos feligreses reiteran que la clave está en subir con devoción y rezarle la novena. (Turismo Zipacon, 2018)

| <b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b>   |  |   |                                     |          |
|--|--|---|-------------------------------------|----------|
| <b>FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL</b>   |  |   |                                     |          |
| <b>Bienes Culturales Inmuebles y Muebles</b>   |  |   |                                     |          |
| <b>1. GENERALIDADES</b>  |  |   |                                     |          |
| 1.1. Nombre  | <b>MUSEO DEL DISCO ZIPACON</b>   |   |                                     |          |
| 1.2. Departamento  | Cundinamarca   | 1.3. Municipio  | ZIPACON                             |          |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad   | ZIPACON  |   |                                     |          |
| 1.5. Administrador o Propietario   | Administración municipal de Zipacón  |   |                                     |          |
| 1.6. Dirección/Ubicación   | calle 5 # 4-10   |   |                                     |          |
| 1.7. Teléfono/Fax  |  |   |                                     |          |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)  | 18.1 km  | 1.9. Tipo de Acceso   |                                     |          |
|  |  | Terrestre   | <input checked="" type="checkbox"/> | Acuático |
|  |  |   |                                     | Férreo   |
|  |  |   |                                     | Aéreo    |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:   | ingreso calle 13 desde Bogotá hasta la entrada de cartagenita tomando un bus de allí al municipio de Zipacón |   |                                     |          |
| <b>2. CARÁCTERÍSTICAS</b>  |  |   |                                     |          |
| 2.1. Código Asignado   | 1.5.1.   |   |                                     |          |
| 2.2. Descripción:  |  |   |                                     |          |
| Fue creado por Carlos Pinzón en 1992 con la idea de que los niños conocieran los gramófonos, los discos de 16 pulgadas en que se grababa en las emisoras y los viejos acetatos como el original de Caruso de 1901 que allí reposa. |  |  |                                     |          |

| 3. PUNTAJES DE VALORACIÓN   |               |               |               |         |
|---|---------------|---------------|---------------|---------|
| CALIDAD   |               |               |               | PUNTAJE |
| Estado de Conservación (21)   |               |               |               | 21      |
| Constitución del Bien (21)  |               |               |               | 21      |
| Representatividad General (28)  |               |               |               | 28      |
|   |               |               |               |         |
|   |               |               |               |         |
| Subtotal  |               |               |               | 70      |
| SIGNIFICADO   |               |               |               |         |
| Local (6)   | Regional (12) | Nacional (18) | Internacional | 12      |
| (30)  |               |               |               |         |
| <b>TOTAL</b>  |               |               |               | 82      |
| Fuente: <a href="https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/">https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/</a> |               |               |               |         |
| Diligenciado por:   |               | ANGELO BOJACA |               | Fecha:  |


Tabla 7.Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Museo del Disco

#### 10.2. MUSEO DEL DISCO

El Museo del Disco se encuentra ubicado en la Casa de la Cultura en la Carrera 4 Calle 5 esquina, junto a la Alcaldía del municipio, frente a la Plaza de Rubio. Fue inaugurado el 15 de julio de 1995 gracias a la iniciativa del melómano, periodista y gran gestor de cultura Carlos Pinzón Moncaleano, con un concierto en el que estuvo presente la música de los maestros Frank Preuss, Jaime Llano González y los hermanos Martínez. (García, 2018)

Lugar en el que se expone la historia del disco, desde sus inicios hasta la actualidad.

Este museo es el primero a nivel nacional y el quinto a nivel mundial. (Turismo Zipacón, 2018)


| <b>FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS</b>   |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
|--|--|---------------------|-------------------------------------|----------|--------------------------|--------|--------------------------|-------|--------------------------|
| <b>FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL</b>   |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| <b>Bienes Culturales Inmuebles y Muebles</b>   |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| <b>1. GENERALIDADES</b>  |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.1. Nombre  | <b>PARQUE DE RUBIO</b>   |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.2. Departamento  | Cundinamarca   | 1.3. Municipio      | ZIPACON                             |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad   | Centro Histórico   |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.5. Administrador o Propietario   | ADMINISTRACION MUNICIPAL   |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.6. Dirección/Ubicación   | CALLE 4 CALLE 6  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.7. Teléfono/Fax  |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)  | 18.1 KM  | 1.9. Tipo de Acceso |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
|  |  | Terrestre           | <input checked="" type="checkbox"/> | Acuático | <input type="checkbox"/> | Férreo | <input type="checkbox"/> | Aéreo | <input type="checkbox"/> |
| 1.11. Indicaciones para el acceso:   | ingreso calle 13 desde Bogotá hasta la entrada de cartagenita tomando un bus de allí al municipio de Zipacón |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| <b>2. CARACTERÍSTICAS</b>  |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 2.1. Código Asignado   | 1.2.2  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| 2.2. Descripción:  |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| Parque principal de Zipacón. Un lugar que guarda la historia colonial de este pueblo Muisca. Actualmente es sitio de reunión y esparcimiento cultural de las personas que habitan este pequeño y tranquilo lugar, varias ferias y fiestas culturales se realizan durante el año. |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
|   |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |
| <b>3. PUNTAJES DE</b>  |  |                     |                                     |          |                          |        |                          |       |                          |

| <b>VALORACIÓN</b>   |                     |
|---|---------------------|
| <b>CALIDAD</b>  | <b>PUNTA<br/>JE</b> |
| Estado de Conservación (21)   | 21                  |
| Constitución del Bien (21)  | 21                  |
| Representatividad General (28)  | 28                  |
|   |                     |
|   |                     |
|   |                     |
| Subtotal  | 70                  |
| <b>SIGNIFICADO</b>  |                     |
| Local (6)    Regional (12)    Nacional (18)    Internacional (30)   | 6                   |
| <b>TOTAL</b>  | 76                  |
| Fuente: <a href="https://dirz.com.co/cundinamarca/zipacon/parque-de-rubio/">https://dirz.com.co/cundinamarca/zipacon/parque-de-rubio/</a> |                     |
| Diligenciado por:   | ANGELO BOJACA       |
| Fecha:  |                     |

*Tabla 8. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Parque de Rubio*

### 10.3. PARQUE DE RUBIO

Es el parque principal de Zipacón en el marco de la plaza encontramos la Capilla Doctrinera y la alcaldía, es importante debido a que allí se realizan las ferias y fiestas del municipio, según las encuestas este parque fue fundado por José Antonio Rubio en 1805 de allí su nombre. (Bojaca, 2018)

| 1. GENERALIDADES                                      |  |   |         |          |  |        |       |
|---|--|---|---------|----------|--|--------|-------|
| 1.1. Nombre   | CAPILLA DOCTRINERA   |   |         |          |  |        |       |
| 1.2. Departamento                                     | Cun<br>dinamarca   | 1.3. Municipio  | ZIPACON |          |  |        |       |
| 1.4. Corregimiento,<br>Vereda o Localidad             | ZIPACON  |   |         |          |  |        |       |
| 1.5. Administrador<br>o Propietario                   | Arzobispo Fray Domingo de Torres.  |   |         |          |  |        |       |
| 1.6.<br>Dirección/Ubicación                           | CARRERA 4 CALLE 5 ESQUINA  |   |         |          |  |        |       |
| 1.7. Teléfono/Fax                                     |  |   |         |          |  |        |       |
| 1.8. Distancia (desde<br>el municipio más<br>cercano) | 18.1 KM  | 1.9. Tipo de Acceso   |         |          |  |        |       |
|   |  | Terrestre   | X       | Acuático |  | Férreo | Aéreo |
| 1.11. Indicaciones<br>para el acceso:                 | ingreso calle 13 desde Bogotá hasta la entrada de cartagenita<br>tomando un bus de allí al municipio de Zipacón  |   |         |          |  |        |       |
| 2. CARACTERÍSTICAS                                    |  |   |         |          |  |        |       |
| 2.1. Código<br>Asignado                               | 1.1.3.2  |   |         |          |  |        |       |
| 2.2. Descripción:                                     | <p>En 1601 se dio inicio a la construcción de este templo y fue terminado en 1773. Este pintoresco templo colonial está clasificado dentro del estilo “Gótico Isabelino” y construido en Adobe macizo, madera, tableta y teja de barro.</p> <p>Es el epicentro del turismo religioso del municipio, ya que</p> |   |         |          |  |        |       |
|   |  |  |         |          |  |        |       |

|   |                |
|---|----------------|
| allí se venera a la Madre del Amor Hermoso, patrona de Zipacón.   |                |
| <b>3. PUNTAJES</b>  |                |
| <b>DE VALORACIÓN</b>  |                |
| <b>CALIDAD</b>  | <b>PUNTAJE</b> |
| Estado de Conservación (21)   | 21             |
| Constitución del Bien (21)  | 21             |
| Representatividad General (28)  | 28             |
|   |                |
|   |                |
|   |                |
| Subtotal  | 70             |
| <b>SIGNIFICADO</b>  |                |
| Local (6)    Regional (12)    Nacional (18)   | 12             |
| Internacional (30)  |                |
| <b>TOTAL</b>  | 82             |
| Fuente: <a href="https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/capilla-doctrinera-san-antonio-de-padua-de-zipacon/">https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/capilla-doctrinera-san-antonio-de-padua-de-zipacon/</a> |                |
| Diligenciado por:   | ANGELO BOJACA  |
| Fecha:  |                |

*Tabla 9. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Capilla Doctrinera*

#### 10.4. CAPILLA DOCTRINERA

En 1601 se dio inicio a la construcción de este templo y fue terminado en 1773. Erigida por el Arzobispo Fray Domingo de Torres.

Este pintoresco templo colonial está clasificado dentro del estilo “Gótico Isabelino” y construido en Adobe macizó, madera, tableta y teja de barro.

Es el epicentro del turismo religioso del municipio, ya que allí se venera a la Madre del Amor Hermoso, patrona de Zipacón. (Turismo Zipacón, 2018)

## 11. PROYECCIÓN TURÍSTICA

A continuación, se realiza el análisis de la proyección turística nacional, departamental y municipal de Bojaca y Zipacón Cundinamarca, a partir de los datos, objetivos, metas e indicadores planteados en los diferentes planes de desarrollo turístico.

Proyección turística de los municipios de Bojaca y Zipacón con base en los planes nacionales, departamentales y municipales. (Plan de Desarrollo Municipio de Bojaca, 2016-2019) (Plan de Desarrollo Departamental, 2016 - 2019) (Plan Nacional de Desarrollo, 2014-2018) (Plan de desarrollo de Zipacon, 2016-2019)

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
| Nacional<br>(Fondo de promoción turística de Colombia, 2014 - 2018) | Mejoramiento y consolidación de la competitividad incluyendo la calidad de los prestadores, de los destinos y de los productos turísticos de acuerdo al plan. | Ecoturismo; aplicación de la política de ecoturismo con el comité interinstitucional de ecoturismo. | Número de lugares turísticos / Número de lugares turísticos que aplican la política de ecoturismo. |
|   |   | Reformulación de los contenidos de los convenios de competitividad turística                        | Número de convenios de competitividad turística.   |
|   |   | Programas de asistencia técnica derivados de los convenios de competitividad y de los planes de     | Número de programas de asistencia técnica en funcionamiento.                                       |



|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
|  |  | desarrollo local.   |   |
|  |  | Ajustar o modificar los planes de ordenamiento territorial, de segunda generación según el desempeño turístico. | Número de planes de ordenamiento territorial existentes / Número de planes de ordenamiento territorial modificados. |
|  |  | Impulsar a la certificación de calidad turística  | Número de empresas turísticas / Número de empresas turísticas certificadas en calidad.                              |
|  |  | Creación del banco de proyectos turísticos.   | Número de proyectos turísticos financiados.   |
|  |  | Creación de Fontur  | Número de proyectos formulados / Número de proyectos financiados.   |
|  |  | Seguridad para la actividad turística   | Número de lugares turísticos con plan de seguridad turística.   |
|  | Mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo una | Priorización de las necesidades regionales de infraestructura   | Número de lugares inspeccionados / Número de lugares priorizados.   |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  | mejor y mayor conexión de los destinos turísticos.    | Señalización turística en los destinos y rutas.                          | Número de lugares turísticos / Número de lugares turísticos con el programa de señalización implementada.                               |
|  |   | Desarrollar proyectos estratégicos de infraestructura                    | Número de lugares con necesidades de intervención en infraestructura/<br>Número de proyectos formulados para mejora de infraestructura. |
|  | Creación de un sistema de información turística.      | Estructurar el sistema de información turística Situr.                   | Número de lugares turísticos registrados / Número de lugares turísticos reportados.   |
|  |   | Las Tics en la gestión turística   | Número de lugares turísticos/ Número de lugares turísticos con acceso a las Tics.   |
|  | Implementación de estímulos a la demanda y la oferta. | Apropiación de la ley que modifica los periodos de vacaciones escolares. | Número de visitantes antes del decreto 1373 / Número de visitantes después del decreto 1373.  |
|  |   | Educación para cimentar una cultura                                      | Viabilidad de un Conpes para la   |

|  |   |   |   |
|--|---|---|---|
|  |   | turística.  | educación turística.  |
|  | Educación para cimentar una cultura turística.            | Articulación con programas existentes.  | Número de estudiantes de carreras enfocadas al sector turismo / Número de egresados laborando en el sector turismo. |
| Departamental (Gobernación de Cundinamarca, 2016 - 2020) | Fortalecimiento de la institucionalidad y gobernabilidad. | Implementación de la legislación pertinente orientada a la protección de las regiones con vocación en turismo cultural. | Numero de legislación turística implementada.   |
|  |   | Determinación de las responsabilidades y reglamentos de los actores regionales y locales.                               | Número de actores regionales y locales.   |
|  |   | Articulación de las autoridades regionales de cultura y turismo.  | Porcentaje de participación regional.   |
|  |   | Fortalecimiento de la seguridad turística.  | Número de planes de seguridad aplicados.  |
|  | Acceso a la oferta cultural y su uso turístico.           | Programas de formación a las comunidades receptoras, sobre la   | Número de programas de formación aplicados.   |

|  |   |  |   |
|--|---|--|---|
|  |   | integración de los bienes culturales a la actividad turística.   |   |
|  |   | Fortalecimiento del talento humano para la promoción y desarrollo del turismo                              |   |
|  |   | Investigación de mercados y diseño del producto eco turístico.   | Número de investigaciones eco turísticas.                               |
|  | Mejoramiento y promoción de escenarios y destinos turísticos. | Ejecutar Proyectos estratégicos de infraestructura para el desarrollo del sector turístico.                | Número de proyectos de infraestructuras turísticas aplicados.           |
|  |   | Promover Destino Cundinamarca en eventos promocionales - ruedas de negocios, ferias y vitrinas turísticas. | Porcentaje de participación en eventos promocionales.                   |
|  |   | Desarrollo de estándares de calidad para el servicio.  | Número de estándares calidad aplicados.                                 |
|  |   | Establecer empoderamiento de las comunidades locales frente a los  | Porcentaje de participación de las comunidades en proyectos turísticos. |

|   |   |   |  |
|---|---|---|--|
|   |   | proyectos y planes de turismo cultural.   |  |
| (Plan de Desarrollo Municipio de Bojaca, 2016-2019) | Mejoramiento en lo correspondiente a Turismo religioso, Mágico, ecológico y cultural. | Desarrollar la infraestructura y oferta turística, para el aprovechamiento de la potencialidad que tiene el territorio para diversificar servicios. | Incrementar la oferta turística sostenible, responsable y productiva.  |
|   |   | Apertura de estratégica y reconocimiento por el santuario de Nuestra Señora de la Salud, el parque Piedras de Chivo Negro y Caminos Reales          | Desarrollarse en la oferta turística religiosa, ecológica, patrimonial, de tradiciones y vincularnos a rutas regionales. |
| (Plan de desarrollo de Zipacon, 2016-2019)          | Dirección a los sitios culturales para el uso adecuado encaminado al turismo          | Se debe crear una conciencia a los residentes del municipio sobre la importancia del turismo para el municipio                                      | Aplicar técnicas y estrategias oportunamente que permita el desarrollo del eco turismo y reconocimiento regional         |
|   |   | Contar con un equipo preparado y con experiencia para   | Aplicar correctamente las capacitaciones del equipo y la comunidad   |

|  |   |  |
|--|---|--|
|  | desarrollar turismo en el municipio   | para la oportuna atención e información del turismo en el sector   |
|  | Crear planes eco turísticos que permitan la afluencia de turistas en el municipio teniendo en cuenta la protección de fuentes hídricas y conservación ecológica | Concientizar a turistas y residentes del municipio del impacto que tiene el turismo en el desarrollo social económico y cultural del municipio |

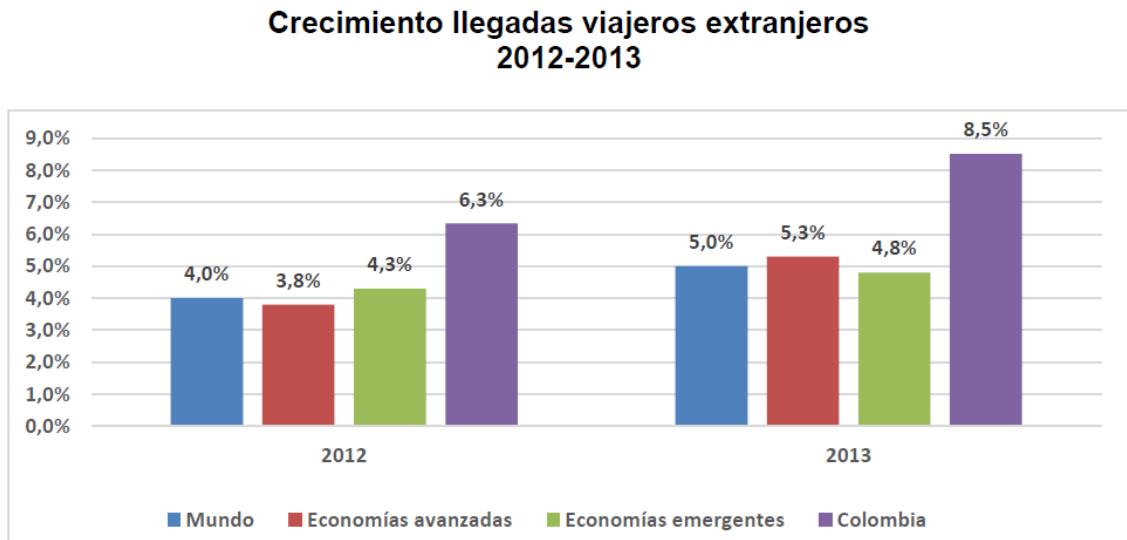
### 11.1. Plan de Desarrollo Nacional 2014-2018

#### Plan sectorial de Turismo

El Gobierno Nacional dentro del plan de desarrollo, realizo el plan sectorial de turismo, brindando estadísticas acerca del mismo a nivel nacional, en concordancia con las leyes establecidas los departamentos y municipios deben realizar el plan de desarrollo con el fin de dar a conocer el crecimiento del país y del turismo a nivel nacional, departamental y municipal.

Dentro del plan sectorial de Turismo encontramos que Colombia tuvo un crecimiento en llegadas de viajeros extranjeros como lo muestra la gráfica. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018)

Grafica 6 Crecimiento llegadas viajeros extranjeros en Colombia 2012-2013



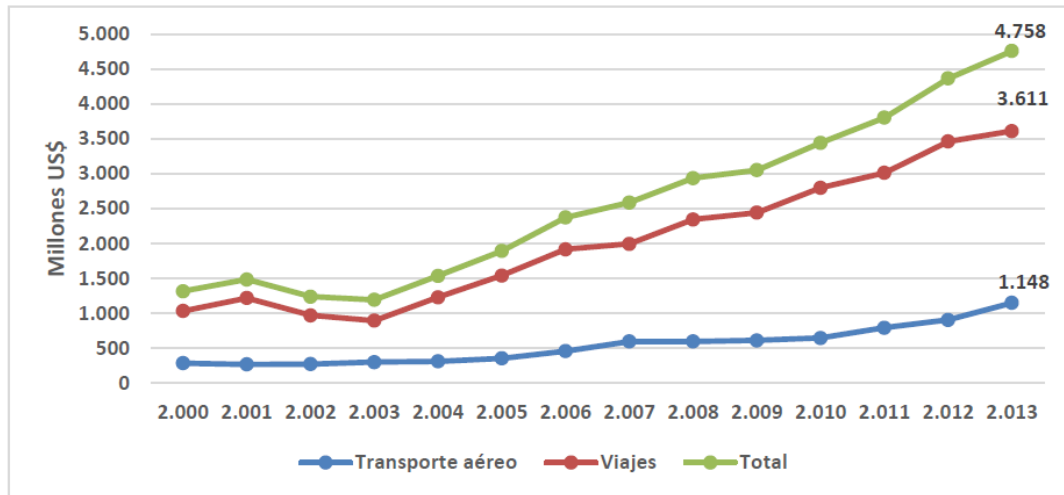
Fuente: Organización Mundial del Turismo, Migración Colombia. Cálculos MCIT – Viceministerio de Turismo.  
Datos Colombia: llegadas viajeros no residentes por puntos de control migratorio  
[Ilustración 11 Crecimiento llegadas viajeros extranjeros 2012-2013](#)

Fuente (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018)

Lo que lleva a concluir que Colombia tiene un alto porcentaje en ingresos en cuanto al turismo y la inversión extranjera. En la siguiente grafica se evidencia los valores en millones de dólares en ingresos al país debido a los viajes realizados por turistas e inversionistas.

Grafica 7 Ingreso cuenta de viajes y transporte de pasajeros.

**Ingreso cuenta de viajes y transporte de pasajeros, 2000-2013  
(Millones de dólares)**



Fuente: Banco de la República. Cálculos Viceministerio de Turismo  
Ilustración 12 Ingreso cuenta de viajes y transporte de pasajeros, 2000-2013

Fuente (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018)

La cuenta de viajes y transporte Los ingresos por exportaciones de la cuenta de viajes y transporte crecieron 49,55% respecto al cuatrienio anterior. En 2013 los ingresos alcanzaron la suma de US\$ 4.758 millones representando un crecimiento de 9% respecto a 2012 (US\$ 4.364).

#### 11.2. Plan de desarrollo Departamental 2016 -2020

Dentro del plan de desarrollo departamental en su aparte referente al turismo se evidencia lo siguiente:

En su Artículo 50 y subsiguientes textualmente:



### 11.3. ARTÍCULO 50 PROGRAMA DE TOUR POR CUNDINAMARCA

El presente programa atiende la aspiración contenida en Plan Sectorial de Turismo denominado “Turismo para la Construcción de la Paz” que busca un desarrollo social y económico, en el marco de la visión trazada por el gobierno nacional a 2025: Colombia en paz, con equidad y educada, así como la Ley 300 de 1996 “Por la cual se expide la Ley general de turismo y se dictan otras disposiciones”.

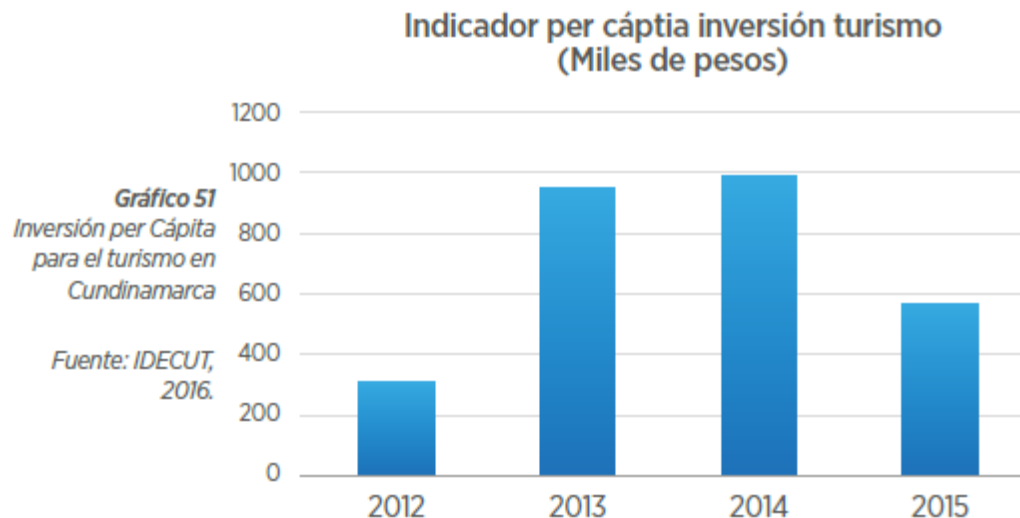
Este programa atiende los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) N° 8 y 12 consistentes en: “Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible” y “Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos” y “Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles”.

En términos generales, se ha identificado que el Departamento presenta deficiencia en infraestructura y accesibilidad a los atractivos turísticos, ligados a una escasa calidad en la prestación de servicios. Lo que conduce a reconocer una serie de factores que generan baja productividad y competitividad del sector turismo en la región, así como la baja capacidad gerencial, escaso presupuesto para la inversión, inadecuada malla vial y la falta de incentivos tributarios y sistemas de financiación a empresarios. En general, el principal problema de este sector radica en la falta de visión estratégica y desarrollo de proyectos de alto impacto turístico en el Departamento.

De acuerdo con el Informe de Turismo Extranjero en Colombia, realizado por Pro Colombia, el total de llegadas de viajeros no residentes en Colombia en el año 2014 fue de 2.288.342, de los cuales 1.146.405 ingresaron por Bogotá, lo que se convierte en una gran oportunidad al ser un destino motivador de turismo para el resto del departamento.

En la actualidad el Departamento cuenta con 17 puntos de información turística PIT que en el año 2015 atendieron 88.251 turistas nacionales y 12.850 extranjeros.

Grafica 8 Indicador per cápita inversión turismo



Fuente. (Ministerio de Comercio Industria y Turismo, 2018)

La anterior problemática se puede reflejar en la mínima inversión per cápita en el sector que para el año 2015 se situó apenas cerca a los \$600.000 teniendo una considerable reducción de cerca al 30% respecto a los años 2013 y 2014. Esta situación no permite llevar a cabo grandes apuestas turísticas que aprovechen el potencial de oportunidades y las ventajas comparativas con que cuenta Cundinamarca.

Parágrafo 1. Objetivo. Promover el turismo en Cundinamarca como fuente de conocimiento y dinamizador económico.

Parágrafo 2. Estrategias del Programa.

Asistencia técnica para la estructuración de planes turísticos de desarrollo regional que promuevan la competitividad del sector.

Planificación del sector turístico mediante la implementación de la Política pública de turismo para el departamento de Cundinamarca, como también la

estructuración del Sistema de Información Turística SITUR y desarrollo del Centro de Información Turística CITUR.

Fomentar la institucionalidad del turismo desde los gobiernos locales, mediante la realización de asistencia técnica a los municipios con vocación turística, identificando su potencialidad de acuerdo a la normatividad vigente.

Organización del sector turístico dirigido a la cualificación del talento humano de los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de la actividad turística.

Reorganizar las competencias del Consejo Regional de Turismo, activar y modificar el Consejo de Seguridad Turística contemplado en el Decreto 945 del 21 de mayo del 2014.

Brindar asistencia, formación y capacitación a los prestadores de servicios turísticos en bilingüismo, seguridad turística, gestión turística entre otros. Adicionalmente, estructurar un programa de estímulos para los prestadores de servicios turísticos. Levantamiento y/o actualización de inventarios de atractivos turísticos, mediante la caracterización y calificación de los atractivos turísticos bajo la metodología establecida por el Viceministerio de Turismo.

Levantamiento y/o actualización de inventarios de prestadores de servicios turísticos con Registro Nacional de Turismo (RNT), a través de la identificación y caracterización de prestadores de servicios turísticos del departamento de Cundinamarca.

Mejoramiento de infraestructura de acceso a atractivos turísticos, adecuación y embellecimiento de las zonas de interés turístico y señalización de atractivos turísticos.

Diseño de productos turísticos a través de la aplicación de la metodología establecida por el Viceministerio de Turismo, identificando los destinos y municipios con mayor potencial turístico.

Realizar Alianzas estratégicas público-privadas para el desarrollo de proyectos de infraestructura turística, que permitan posicionar a Cundinamarca como un destino nacional e internacional.

Desarrollar estrategias de mercadeo y difusión de destino cundinamarqués, con la realización de actividades de promoción turística como (Fam trips, misiones comerciales, work shop, participación en ferias especializadas, ruedas de negocios, misiones comerciales y semanas de Colombia entre otras).

Fortalecimiento de la página web del Instituto Departamental de Cultura y Turismo de Cundinamarca y la creación de herramientas digitales para el Departamento como plataformas de promoción y difusión de destino.

Realizar campañas de promoción y difusión de destino turístico Cundinamarqués con estrategias de información, educación y comunicación (IEC).

#### 11.4. ARTÍCULO 50 A Subprograma CUNDINAMARCA CON TURISMO PLANIFICADO

Impulsar las apuestas turísticas de los 116 municipios, teniendo en cuenta los diferentes niveles de desarrollo turístico

11.5. ARTÍCULO 50 B Subprograma TURISMO COMPETITIVO Y SOSTENIBLE  
Cundinamarca apuesta al desarrollo de un turismo productivo y sostenible con la visión 2036, a partir del fortalecimiento de destinos turísticos de alto impacto.

#### 11.6. ARTÍCULO 50 C Subprograma CUNDINAMARCA UN DESTINO INTERNACIONAL

Desarrollar estrategias de mercadeo, promoción y difusión de destino cundinamarqués, generando cultura turística y experiencias vivenciales que permitan visibilizar la oferta turística del departamento de Cundinamarca. (Gobernación de Cundinamarca, 2018)

#### 11.7. Plan de Desarrollo Municipal

Plan de desarrollo Municipal Bojacá 2016-2019

Con respecto al plan de desarrollo municipal de Bojacá en su artículo 21 se encuentra lo correspondiente a Turismo Mágico, ecológico y cultural en Bojacá, el cual se desarrolla de la siguiente manera:

#### 11.8. ARTICULO 21: PROGRAMA 3: Turismo Mágico, ecológico y Cultural

Problema: Débil infraestructura y oferta turística, no se aprovecha la potencialidad que tiene el territorio para diversificar servicios.

Oportunidades: Localización estratégica y reconocimiento por el santuario de Nuestra Señora de la Salud, el parque Piedras de Chivo Negro y Caminos Reales.

Objetivo Programa 3: Incrementar la oferta turística sostenible, responsable y productiva. (Alcaldía de Bojacá)

#### 11.9. Plan de desarrollo Municipal Zipacón 2016-2019

Dentro del plan de desarrollo municipal de Zipacón, se tiene en cuenta las metas a cumplir por parte del actual gobierno municipal de la siguiente manera:

Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo:

Configurar una política establecida para la promoción, regulación, difusión y participación del Turismo en el Municipio de Zipacón, haciendo un reconocimiento expreso de las riquezas y valores turísticos existentes, para así poder reglamentar ese reglón económico como uno de los más importantes de nuestro Municipio.

#### METAS

Elaborar el plan de desarrollo turístico con planes formulados.

Realizar proyectos de capacitación a la comunidad y a los actores turísticos

Realizar acciones para la promoción, señalización y mantenimiento de la infraestructura turística. (Alcaldía de Zipacón)

## 12. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIOS DE BOJACA Y ZIPACON

### 12.1. CARACTERIZACION DEL SECTOR TURISMO MUNICIPIO DE BOJACA

A continuación, se realizará la caracterización turística del municipio de Bojaca departamento de Cundinamarca.

El municipio cuenta con diversidad de sitios turísticos el principal que con el pasar de los años se han visto privatizados o sencillamente no se encuentran aptos para el ingreso al público esto no permite el reconocimiento de las personas , uno de los sitios más emblemáticos es el santuario de nuestra señora de la salud de Bojacá y el parque principal, que cada ocho días atrae gran cantidad de feligreses pero que con el pasar de los años ha perdido afluencia de personas por cambios de región o sencillamente perdida de costumbre, otros sitios atractivos del municipio por parte del ecoturismo son las piedras de chivo negro y el camino real el ocaso que son sitios de difícil acceso pero atractivo para caminatas y ciclismo de montaña.

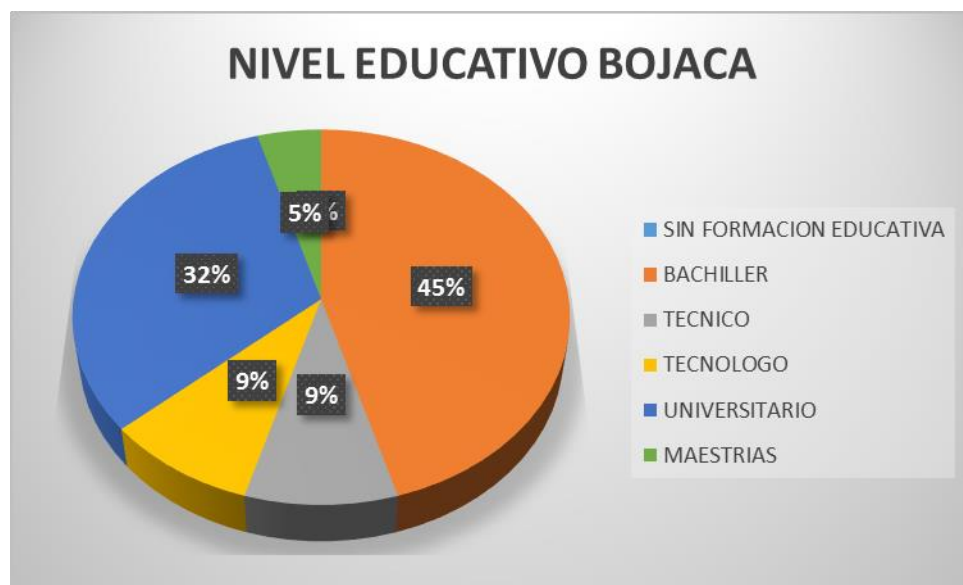
Teniendo en cuenta los resultados de la herramienta de recolección de en cuentas de datos el motivo de demanda en el municipio es de fines religiosos, teniendo en cuenta que las personas que más se acercan a el municipio residen en municipios vecinos como Albán, Facatativá, Madrid, Mosquera, Bogotá, Funza. Con esto se puede decir que no es muy conocido el municipio comparado con otros también religiosos.

Para tener en cuenta ser realiza el festival de bambuco que se realiza en el cumpleaños del municipio de Bojaca que cuenta con reconocimiento a nivel nacional pero aun así la asistencia a los eventos no es la esperada.

La malla vial para acceso a la cabecera municipal de acuerdo a la población es aceptable y de fácil acceso a los diferentes sitios turísticos

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el mayor grado de nivel educativo son bachilleres con un 45% y un 32% con nivel profesional, con esto se puede incentivar a cada habitante para que comparta sus conocimientos y poder realizar proyectos de desarrollo turístico.

Grafica 9 Nivel Educativo Bojacá



*Fuente. (investigacion, 2017)*

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que de acuerdo a los niveles de estrato del municipio donde un 50% son nivel 3 y un 41% son nivel 2, logrando identificar que el municipio es atractivo para el turista con sus diferentes eventos ya estos cuentan con altos niveles de clase social.

Grafica 10 Niveles económicos de Bojacá.



Fuente (*investigacion, 2017*)

## 12.2. CARACTERIZACION DEL SECTOR TURISMO MUNICIPIO DE ZIPACON

A continuación, se realizará la caracterización turística del municipio de Zipacón departamento de Cundinamarca

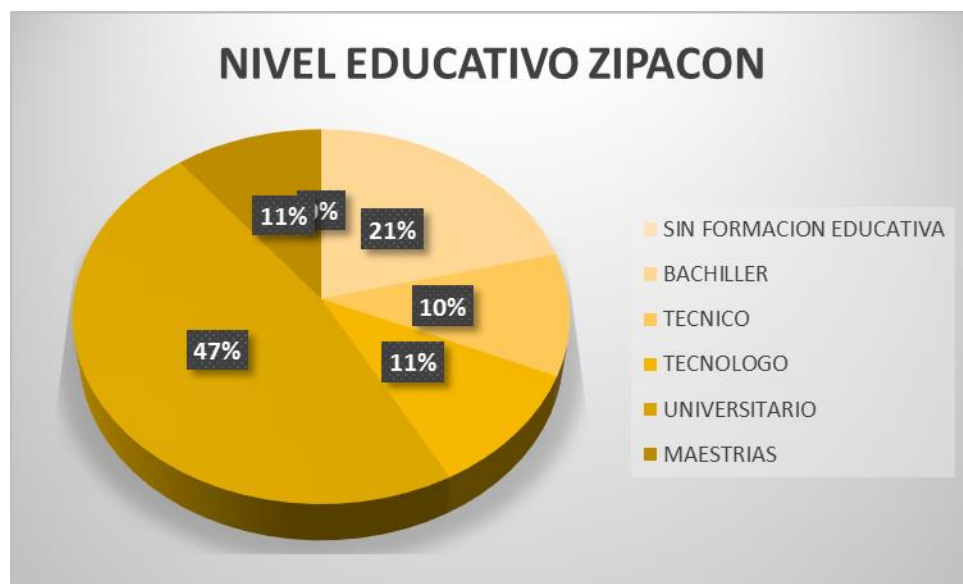
En este municipio se cuenta con atractivos turísticos que cuenta con tradición y que además de que este sector cuenta con demasiados sitios que son privados para el acceso al público, los sitios más emblemáticos de Zipacón encontramos el alto de la virgen, el cerro del señor de los milagros , a capilla doctrinera el museo del disco sitios atractivos para los visitantes pero con las herramientas de recopilación se evidencia que las personas que pasan por el municipio pasan eventualmente pero la estadía no sería de más de 12 horas debido a que el municipio es un lugar de paso que no cuenta con la señalización correspondiente respecto a los atractivos turísticos del municipio cuenta también con grandes acontecimientos culturales pero los cueles son de total desconocimiento de los habitantes de los municipios de los alrededores.



El conocimiento de los eventos se da más por el voz a voz los otros medios son de poco atractivo y no son de conocimiento del público, es también conocido el pan de maíz que tiene una gran tradición entre los lugareños y también por los habitantes de los municipios aledaños.

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el 47% de los encuestados tienen un nivel educativo universitario y el 21% un nivel bachiller, por lo es apropiado para permitir un crecimiento notorio en la parte económica y cultural.

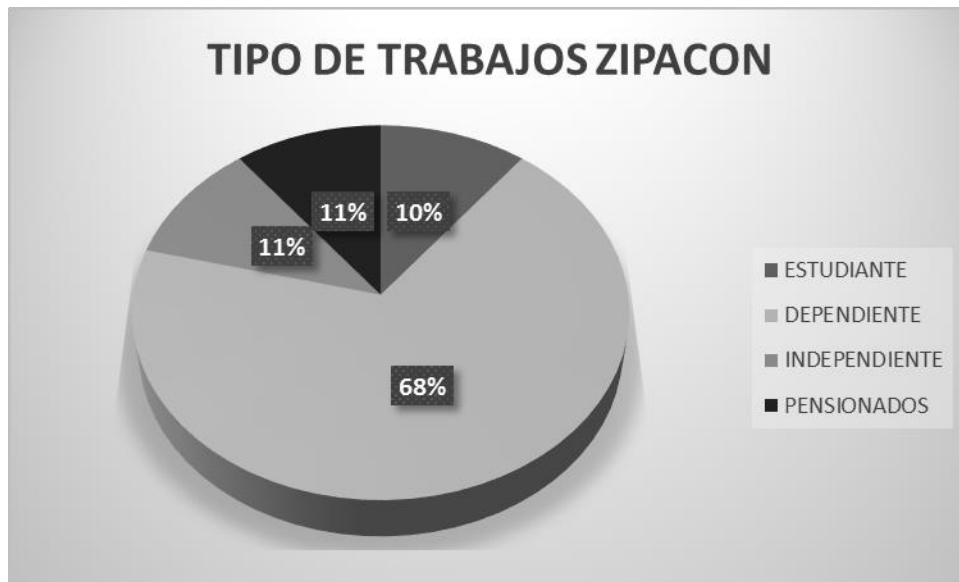
Grafica 11 Nivel Educativo Zipacón.



Fuente (investigacion, 2017)

Según el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar el 68% de los encuestados son trabajadores dependientes y el 32% son trabajadores independientes, pensionados y estudiantes, por lo cual se evidencia como por medio de los eventos culturales el municipio promueve el empleo.

Grafica 12 Tipos de trabajos Zipacón.



*Fuente (investigacion, 2017)*

## CONCLUSIONES

Se puede observar en el estudio, que tanto el municipio de Bojacá como el de Zipacón, no cuentan con un desarrollo de un plan turístico que promocióne los eventos que se realizan, al igual se evidenció que el 38% de los visitantes no conocen las fechas de las ferias y fiestas ni los sitios emblemáticos o más turísticos de cada uno de los municipios con la salvedad, que en Bojacá la concurrencia de turistas más elevada se presenta en la Iglesia de Nuestra Señora de Salud el bosque de niebla como también las piedras de chivo negro y camino real este último que tiene gran acogida por ser un plan eco turístico.

El turismo es una herramienta con un importante valor que contribuye al desarrollo económico de la provincia de la sabana de occidente, por lo tanto, los municipios que la conforman deben esforzarse para desarrollar actividades que atraigan la mayor cantidad de turistas posibles.

El sector de turismo es altamente denominado como la forma de viajar brindando gran variedad de posibilidades siendo más exigente en las acomodaciones de la globalización, dinamizando la economía otorgando buenas posibilidades de empleo mejorando a su paso la calidad de vida de los ciudadanos gracias a las actividades económicas turísticas.

De acuerdo a la información posible recolectada por parte de la provincia de la sabana de occidente de los municipios de Bojaca y Zipacón y con ayuda de la Universidad de Cundinamarca se evidencia a su paso las participaciones de desarrollo social y económico los cuales contribuyen a la oferta y la demanda dando crédito a las actividades turísticas.

El sector turismo de Bojaca presenta niveles de alta competitividad contando con varios sitios y en ellos altamente reconocidos por su historia y antigüedad como lo son el parque Arqueológico y Eco Turístico Piedras de Chivo Negro convirtiéndose en áreas con interés cultural y ambiental contando con sus actividades anuales de

festividad como el reinado Departamental del Bambuco y el Festival Nacional de Danza.

La parte ganadera en Bojacá, tiene más de 4.000 ejemplares de los cuales más del 60% está orientado al doble propósito, en segundo lugar, se encuentran los hatos de producción lechera y el resto a producción de carne, también se cuenta con inventario porcino entre hembras reproductoras y lechones lactantes, aportándole al municipio de Bojaca una buena estrategia de turismo.

El municipio de Zipacón cuenta con varios sitios turísticos impulsándolo para cautivar a sus visitantes teniendo lugares como el Santuario de la virgen, museo de disco y la Capilla doctrinera sin dejar al lado sus festividades como la equina las caminatas por Zipacón, el festival campesino y el departamental de danzas coordinado por la alcaldía de Zipacón.

El municipio de Bojaca cuenta con la plaza de mercado la variedad de restaurantes contando con comidas típicas de origen de gallina criolla logrando una buena acogida económica.

Bojaca, es uno de los municipios que ofrece la oportunidad de participar en los eventos culturales a nivel nacional, debido a que de allí salen representantes de los diferentes festivales folclóricos promocionando así la cultura de los habitantes del municipio, generando reconocimientos en la región.

Aunque Bojacá es uno de los municipios con más reconocimiento turístico debido a sus festividades, se evidencia que falta competitividad a nivel turístico, debido a la poca publicidad que se hacen de sus eventos y son muy pocos los departamentos que conocen de este.

Bojaca, debe implementar en su página web la promoción de los eventos turísticos que realiza actualmente, incrementar por los medios de comunicación las pautas publicitarias y la publicidad a nivel nacional de todos sus eventos con fechas y programaciones, para que los turistas conozcan y se programen para asistir en familia y amigos.

En términos generales, se ha identificado que el Departamento presenta deficiencia en infraestructura y accesibilidad a los atractivos turísticos, ligados a una escasa calidad en la prestación de servicios. Lo que conduce a reconocer una serie de factores que generan baja productividad y competitividad del sector turismo en la región.

## RECOMENDACIÓN

Se recomienda a cada uno de los municipios, realizar un plan turístico que sea difundido para incrementar la afluencia de turistas en cada uno de los eventos que se realizan teniendo en cuenta la recopilación de los datos obtenidos en las encuestas.

Las alcaldías deben aumentar los recursos destinados para el turismo de los municipios teniendo en cuenta que se beneficiarían del incremento del turismo

De acuerdo a la segmentación del mercado Se recomienda crear planes de márketing, teniendo en cuenta los sitios de mayor atracción para los turistas

Aplicar buenos servicios y optimizar la infraestructura vial que dé respuesta a las necesidades de los turistas, para esto se debe tener en cuenta los accesos a pasajeros que cuentan con discapacidad y que es de difícil acceso a los sitios.

Promover la utilización y desarrollo de herramientas tecnológicas como son las redes sociales, sitios web, blogs para fomentar el turismo en los municipios y generar reconocimiento

Los municipios deben fortalecer el pie de fuerza para generar mayor seguridad a los residentes y turistas que visitan los municipios y generar un ambiente apropiado para los visitantes

Incentivar al gremio hotelero. Por medio de beneficios o acuerdos tributarios para invertir en los municipios

## ANEXOS

### Anexo 1. tabulacion encuesta de demanda municipio de Bojacá

|   | 1.1          | 1.2        | 1.3       | 1.4              | 1.5              | 1.6       | 1.7                        |
|---|--------------|------------|-----------|------------------|------------------|-----------|----------------------------|
|   | ID MUNICIPIO | ID FECHA   | ID CONSEC | ID PROVINCIA     | ID NOMBRE        | ID TELEFO | ID DIRECCION               |
| 1 | BOJACA       | 15/04/2017 | 5/39/2/1  | SABANA OCCIDENTE | EL GALOPE        | 3,1E+09   | SECTOR CHUGUA VEREDA CUBIA |
| 2 | BOJACA       | 15/04/2017 | 5/39/2/2  | SABANA OCCIDENTE | PORTAL MORADA    |           |                            |
| 3 | BOJACA       | 26/03/2017 | 5/39/2/3  | SABANA OCCIDENTE | CAFETERIA CENTRO | 3,12E+09  | CALLE 6 5-56               |
| 4 | BOJACA       | 26/03/2017 | 5/39/2/4  | SABANA OCCIDENTE | SAN CARLOS       | 3,02E+09  | CALLE 6 5-70               |

| 2.1          | 2.1.1        | 2.1.2     | 2.2  | 2.3       | 2.4     | 2.5          | 2.6     | 2.7           | 2.8               | 2.9      |
|--------------|--------------|-----------|------|-----------|---------|--------------|---------|---------------|-------------------|----------|
| NACIONALIDAD | DEPARTAMENTO | MUNICIPIO | EDAD | GENERO    | CARGO   | ESTADO CIVIL | # HIJOS | NIV. EDUC.    | PROFESION         | ESTRATGO |
| COLOMBIA     | CUNDINAMARCA | BOJACA    | 35   | MASCULINO | JEFE    | SOLTERO      | 0       | PROFESIONAL   | COMERCIO EXTERIOR | 2        |
| COLOMBIA     | CUNDINAMARCA | BOJACA    | 50   | MASCULINO | GERENTE | CASADO       | 3       | PROFESIONAL   | COMERCIANTE       | 3        |
| COLOMBIA     | CUNDINAMARCA | BOJACA    | 33   | MASCULINO | JEFE    | SOLTERO      | 1       | TECNICO       | COMERCIANTE       | 2        |
| COLOMBIA     | CUNDINAMARCA | BOJACA    | 19   | MASCULINO | GERENTE | SOLTERO      | 0       | UNIVERSITARIO | COMERCIANTE       | 3        |

| 2.10     | 2.10 A   | 2.11        | 2.12.1 A       | 2.12.1 B     | 2.12.1 C       | 2.12.1 D | 2.12.1 E      | 2.12.1 F | 3.1         | 3.2      | 3.3             | 3.4            |
|----------|----------|-------------|----------------|--------------|----------------|----------|---------------|----------|-------------|----------|-----------------|----------------|
| ESTUDIOS | ESTUDIOS | PROPIETARIO | INGLES HABLADO | INGLES LEIDO | INGLES ESCRITO | FRANCES  | FRANCES LEIDO | FRANCES  | LICENCIA DE | CAMARA Y | TIPO DE PERSONA | REGISTRACIONAL |
| SI       | MERCADEO | SI          | SI             | SI           | SI             | SI       | NO            | NO       | SI          | SI       | SIMPLIFICADO    | SI             |
| NO       | NO       | SI          | NO             | NO           | NO             | NO       | NO            | NO       | SI          | SI       | SIMPLIFICADO    | SI             |
| NO       | NO       | SI          | NO             | NO           | NO             | NO       | NO            | NO       | SI          | NO       | SIMPLIFICADO    | SI             |
| NO       | NO       | SI          | NO             | NO           | NO             | NO       | NO            | NO       | SI          | SI       | SIMPLIFICADO    | NO             |

*Anexo 2. Tabulación encuesta demanda municipio Zipacón*

| 1.1          | 1.2        | 1.3       | 1.4              | 1.5                   | 1.6       | 1.7          | 2.1          | 2.1.1        | 2.1.2       |
|--------------|------------|-----------|------------------|-----------------------|-----------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| ID MUNICIPIO | ID FECHA   | ID CONSEC | ID PROVINCIA     | ID NOMBRE             | ID TELEFO | ID DIRECCION | NACIONALIDAD | DEPARTAMENTO | MUNICIPIO   |
| ZIPACON      | 15/04/2017 | 5/46/2/1  | SABANA OCCIDENTE | CHIPA CON RESTAURANTE |           |              | COLOMBIA     | CUNDINAMARCA | ZIPACON     |
| ZIPACON      | 26/03/2017 | 5/46/2/2  | SABANA OCCIDENTE | RESTAURANTE LA CASA   | 3,1E+09   | CALLE 83-65  | COLOMBIA     | CUNDINAMARCA | FACATATIV A |

| 2.2  | 2.3       | 2.4     | 2.5          | 2.6     | 2.7           | 2.8         | 2.9      | 2.10      | 2.10 A    | 2.11          |
|------|-----------|---------|--------------|---------|---------------|-------------|----------|-----------|-----------|---------------|
| EDAD | GENERO    | CARGO   | ESTADO CIVIL | # HIJOS | NIV. EDUC.    | PROFESION   | ESTRAT O | ESTUDIO S | ESTUDIO S | PROPIET ARI O |
| 45   | FEMENINO  | GERENTE | CASADA       | 2       | COMERCIANTE   | COMERCIANTE | 3        |           |           |               |
| 26   | MASCULINO | GERENTE | UNION LIBRE  | 1       | UNIVERSITARIO | DERECHO     | 4        | SI        | COD       | SI            |

| 2.12.1A        | 2.12.1B      | 2.12.1C        | 2.12.1D | 2.12.1E       | 2.12.1F | 3.1         | 3.2      | 3.3             | 3.4           | 3.4.1       |
|----------------|--------------|----------------|---------|---------------|---------|-------------|----------|-----------------|---------------|-------------|
| INGLES HABLADO | INGLES LEIDO | INGLES ESCRITO | FRANCES | FRANCES LEIDO | FRANCES | LICENCIA DE | CAMARA Y | TIPO DE PERSONA | REGISTR O NAL | ¿RENO VADO? |
| SI             | NO           | SI             | NO      | SI            | NO      | SI          | SI       | SIMPLIFICADO    | SI            | SI          |



### Anexo 3. Tabulación de oferta municipios Bojacá

|    | 1,1    | 1,2        | 1,3       | 1,4                 | 2,1      | 2.1.1        | 2.1.2      | 2,2       | 2.2.1        | 2.2.2      | 2,3  | 2,4    | 2,5         |
|----|--------|------------|-----------|---------------------|----------|--------------|------------|-----------|--------------|------------|------|--------|-------------|
|    | IDMPIO | IDFECHA    | IDCONSE   | IDPROVINCIA         | PAISNACI | DEPTONACI    | MPIONACI   | PAISRESI  | DEPTORESI    | MPIORESI   | EDAD | GENERO | ALABORAL    |
| 1  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/1  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | BOYACA       | LA UVITA   | VENEZUELA | TACHIRA      | GUASIMOS   | 72   | MUJER  | PENSIONADA  |
| 2  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/2  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA  | INDINAMAR    | BOGOTA     | 33   | MUJER  | PSICOLOGA   |
| 3  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/3  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | ARCA         | BOGOTA     | COLOMBIA  | INDINAMAR    | BOGOTA     | 40   | MUJER  | CONTADORA   |
| 4  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/4  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 35   | MUJER  | EMPLEADA    |
| 5  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/5  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CALDAS       | MANIZALEZ  | COLOMBIA  | QUINDIO      | ARMENIA    | 42   | MUJER  | EMPLEADA    |
| 6  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/6  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CALDAS       | MANIZALEZ  | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 49   | HOMBRE | CONDUCTOR   |
| 7  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/7  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 37   | MUJER  | EMPLEADA    |
| 8  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/8  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 27   | HOMBRE | NIERO SISTE |
| 9  | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/9  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | FACATATIVA | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | FACATATIVA | 54   | MUJER  | IDEPENDIEN  |
| 10 | BOJACA | 15/04/2017 | 5/39/1/10 | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 20   | MUJER  | EMPLEADO    |
| 11 | BOJACA | 4/06/2017  | 5/39/1/11 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | ANOLAIMA   | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | ANOLAIMA   | 38   | HOMBRE | EMPLEADO    |
| 12 | BOJACA | 4/06/2017  | 5/39/1/12 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | FACATATIVA | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | EL ROSAL   | 31   | MUJER  | EMPLEADO    |
| 13 | BOJACA | 4/06/2017  | 5/39/1/13 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | LA CALERA  | 22   | MUJER  | EMPLEADO    |

| 2,7   | 2,8         | 2,9     | 2,10    | 3.1.A         | 3.1.B     | 3.1.C       | 3.1.1         | 3.1.1.1     | 3.1.2       | 3.1.2.1  | 3.1.2.2  | 3.1.2.3   | 3,2       |
|-------|-------------|---------|---------|---------------|-----------|-------------|---------------|-------------|-------------|----------|----------|-----------|-----------|
| HUJOS | EDUCATIVO   | ESTRATO | INGRESO | MVIAJE_A      | MVIAJE_B  | MVIAJE_C    | MENTERO       | MENTERO     | RESERVACION | TRESERVA | MRESERVA | AGORESERV | COMPAÑANT |
| 5     | BACHILLER   | 1       | 1000000 | SITA FAMILI   | CONOCER   |             | FAMILIAR      |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 1     | MAESTRIA    | 3       | 2800000 | SEO FAMILI    | CONOCER   |             | FAMILIAR      |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 2     | PROFESIONA  | 3       | 2000000 | SITAR IGLESIA |           |             | COMUNICACI    | NOTICIERO   |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 0     | BACHILLER   | 3       | 1000000 | RELIGION      |           |             | ABUELOS       | FAMILIARRES |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 0     | NIVERSITARI | 3       | 2100000 | CONOCER       | TRADICION |             | TRADICIONALES |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 0     | BACHILLER   | 3       | 1400000 | TRADICION     |           |             | TRADICIONALES |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 2     | NIVERSITARI | 3       | 1000000 | DISTRACCION   |           |             | FAMILIAR      |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 0     | PROFESIONA  | 3       | 2000000 | MISA          |           |             | YA CONOCIA    |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 3     | TECNICO     | 4       | 2800000 | IGLESIA       |           |             | FAMILIA       |             |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 0     | BACHILLER   | 2       | 1200000 | RELIGIOSO     | COMIDA    | TIO TURISTO | FAMILIA       | AMIGOS      |             | NO       | 0        | NO        | NO        |
| 2     | SECUNDARIA  | 2       | 3       | MISA          | CONOCER   | NA          | FAMILIARES    | NA          |             | NO       | NA       | NA        | NA        |
| 1     | TECNOLOGO   | 2       | 3       | MISA          | ALMORZAR  | NA          | FAMILIARES    | NA          |             | NO       | NA       | NA        | NA        |
| 0     | TECNOLOGO   | 3       | 5       | TURISMO       | NA        | NA          | FAMILIARES    | NA          |             | NO       | NA       | NA        | NA        |

| 3,2       | 3.2.1.A | 3.2.1.B | 3.2.1.1A | 3.2.1.1B | 3.2.1.1C | 3.2.1.1C | 3.2.1.1D | 3.2.1.1E | 3.2.1.1F | 3.2.1.1G | 3.2.1.1H | 3.2.1.1I | 3,3              | 3,4     |
|-----------|---------|---------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------------|---------|
| COMPANIAN | AMIGOS  | FAMILIA | EDAD1    | EDAD2    | EDAD3    | EDAD4    | EDAD5    | EDAD6    | EDAD7    | EDAD8    | EDAD9    | EDAD10   | TRANSPORT&LOJAMI |         |
| 0         | 1       | 0       | 55       | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | ARRO PROPI       | NO      |
| 8         |         | 8       | 10       | 13       | 19       | 59       | 58       | 38       | 45       | 32       | 0        | 0        | ARRO PROPI       | NO      |
| 6         | 1       | 5       | 7        | 19       | 221      | 40       | 45       | 6        | 2        |          | 0        | 0        | FLOTA            | NO      |
| 0         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          | 0        | 0        | BUS              | NO      |
| 0         | 0       |         |          |          |          |          |          |          |          |          | 0        | 0        | BUS              | ASA FAM |
| 0         |         |         |          |          |          |          |          |          |          |          | 0        | 0        | BUS              | ASA FAM |
| 3         |         | 3       | 50       | 55       | 35       |          |          |          |          |          | 0        | 0        | ARRO PROPIO      |         |
| 1         | 1       |         | 19       |          |          |          |          |          |          |          | 0        | 0        | BUS              |         |
| 5         |         | 5       | 55       | 39       | 36       | 19       | 7        |          |          |          | 0        | 0        | ARRO PROPIO      |         |
| 0         | 0       | 0       | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        | 0        |          | 0        | 0        | 0        | MOTO             | NO      |
| 2         | 1       | 1       | 30       | NA       | NA       | NA       | NA       | 35       | NA       | NA       | NA       | NA       | ARRO PROPI       | NA      |
| 2         | 0       | 2       | NA       | NA       | NA       | NA       | NA       | 30       | 7        | NA       | NA       | NA       | BUS PUBLICC      | NA      |
| 5         | 0       | 5       | NA       | NA       | NA       | NA       | NA       | 44       | 46       | 26       | 27       | 8        | ARRO PROPI       | NA      |

|    |        |           |           |                     |          |        |             |          |               |            |    |        |             |             |   |             |
|----|--------|-----------|-----------|---------------------|----------|--------|-------------|----------|---------------|------------|----|--------|-------------|-------------|---|-------------|
| 14 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/14 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | BOYACA | SOGAMOSO    | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | BOGOTA     | 48 | MUJER  | DRES DEL HO | SOLTERO     | 2 | PRIMARIA    |
| 15 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/15 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | HUILA  | JAN AGUSTIN | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | BOGOTA     | 47 | MUJER  | EMPLEADO    | UNION LIBRE | 5 | SECUNDARIA  |
| 16 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/16 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | ARCA   | BOGOTA      | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | BOGOTA     | 50 | HOMBRE | EMPLEADO    | CASADO      | 3 | SECUNDARIA  |
| 17 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/17 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | ARCA   | LA PEÑA     | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | FACATATIVA | 22 | MUJER  | EMPLEADO    | SOLTERO     | 0 | NIVERSITARI |
| 18 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/18 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | ARCA   | BOGOTA      | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | BOGOTA     | 25 | MUJER  | EMPLEADO    | SOLTERO     | 0 | TECNICO     |
| 19 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/19 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | ARCA   | SASAIMA     | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | SASAIMA    | 20 | MUJER  | EMPLEADO    | SOLTERO     | 0 | SECUNDARIA  |
| 20 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/20 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | ARCA   | USAGASUG    | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | LA CALERA  | 37 | HOMBRE | IDEPENDIEN  | CASADO      | 1 | NIVERSITARI |
| 21 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/21 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | ARCA   | BOGOTA      | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | BOGOTA     | 36 | MUJER  | EMPLEADO    | SOLTERO     | 1 | PRIMARIA    |
| 22 | BOJACA | 4/06/2017 | 5/39/1/22 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | BOYACA | TUNJA       | COLOMBIA | CUNDINAM ARCA | BOGOTA     | 32 | HOMBRE | IDEPENDIEN  | CASADO      | 2 | NIVERSITARI |

|   |             |           |           |              |             |        |    |    |    |    |   |   |   |    |    |
|---|-------------|-----------|-----------|--------------|-------------|--------|----|----|----|----|---|---|---|----|----|
| 2 | 1200000     | RELIGIOSO | COMIDA    | TIO TURISTIA | FAMILIA     | AMIGOS | NO | 0  | NO | NO | 0 | 0 | 0 | 0  | 0  |
| 2 | 3           | MISA      | CONOCER   | NA           | FAMILIARES  | NA     | NO | NA | NA | NA | 2 | 1 | 1 | 30 | NA |
| 2 | 3           | MISA      | ALMORZAR  | NA           | FAMILIARES  | NA     | NO | NA | NA | NA | 2 | 0 | 2 | NA | NA |
| 3 | 5           | TURISMO   | NA        | NA           | FAMILIARES  | NA     | NO | NA | NA | NA | 5 | 0 | 5 | NA | NA |
| 2 | INGRESO LAB | MISA      | DESCANSAR | NA           | FAMILIARES  | NA     | NO | NA | NA | NA | 1 | 1 | 0 | 48 | NA |
| 2 | 3           | IR A MISA | NA        | NA           | AMIGOS      | NA     | NO | NA | NA | NA | 2 | 0 | 2 | NA | NA |
| 3 | 4           | MISA      | NA        | NA           | AMIGOS      | NA     | NO | NA | NA | NA | 1 | 0 | 1 | NA | NA |
| 2 | 3           | CONOCER   | IR A MISA | ALMORZAR     | FAMILIA     | NA     | NO | NA | NA | NA | 1 | 1 | 0 | 20 | NA |
| 2 | 4           | CONOCER   | NA        | NA           | AMIGOS      | NA     | NO | NA | NA | NA | 2 | 0 | 2 | NA | NA |
| 2 | 4           | DESCANSAR | IR A MISA | NA           | FAMILIA     | NA     | NO | NA | NA | NA | 1 | 1 | 0 | 21 | NA |
| 3 | 4           | TURISMO   | NA        | NA           | ERENCIA PRI | NA     | NO | NA | NA | NA | 6 | 1 | 5 | 22 | NA |
| 2 | 4           | DESCANSAR | NA        | NA           | AMIGOS      | NA     | NO | NA | NA | NA | 1 | 1 | 0 | 50 | NA |
| 3 | 6           | ALMORZAR  | IR A MISA | NA           | FAMILIA     | NA     | NO | NA | NA | NA | 3 | 0 | 3 | NA | NA |

### Anexo 4. tabulacion de oferta municipio de Zipacón

|    | 1,1     | 1,2        | 1,3       | 1,4                 | 2,1      | 2.1.1        | 2.1.2      | 2,2      | 2.2.1        | 2.2.2      | 2,3  | 2,4    |
|----|---------|------------|-----------|---------------------|----------|--------------|------------|----------|--------------|------------|------|--------|
|    | IDMPIO  | IDFECHA    | IDCONSE   | IDPROVINCIA         | PAISNACI | DEPTONACI    | MPIONACI   | PAISRESI | DEPTORES     | MPIORESI   | EDAD | GENERO |
| 1  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/1  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 35   | HOMBRE |
| 2  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/2  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 25   | HOMBRE |
| 3  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/3  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | MADRID     | COLOMBIA | CAQUETA      | SOLANO     | 25   | HOMBRE |
| 4  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/4  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | MOSQUERA   | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | MOSQUERA   | 23   | HOMBRE |
| 5  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/5  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 51   | MUJER  |
| 6  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/6  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 17   | MUJER  |
| 7  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/7  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | NEIVA      | COLOMBIA | HUILA        | NEIVA      | 28   | HOMBRE |
| 8  | ZIPACON | 15/04/2017 | 5/46/1/8  | SABANA OCCIDENTE    | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | FUSAGASUGA | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | FUSAGASUGA | 23   | HOMBRE |
| 9  | ZIPACÓN | 4/06/2017  | 5/46/1/9  | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | CESAR      | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 62   | HOMBRE |
| 10 | ZIPACÓN | 4/06/2017  | 5/46/1/10 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 21   | HOMBRE |
| 11 | ZIPACÓN | 4/06/2017  | 5/46/1/11 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA     | 66   | MUJER  |

|             | 2,5         | 2,6    | 2,7   | 2,8           | 2,9     | 2,10    | 3.1.A    | 3.1.B     | 3.1.C    | 3.1.1         | 3.1.1.1    | 3.1.2       | 3.1.2.1  |
|-------------|-------------|--------|-------|---------------|---------|---------|----------|-----------|----------|---------------|------------|-------------|----------|
|             | ALABORAL    | ECIVIL | HIJOS | NEDUCATIVO    | ESTRATO | INGRESO | MVIAJE_A | MVIAJE_B  | MVIAJE_C | MENTERO       | MENTERO_CU | RESERVACION | TRESERVA |
| EMPLEADO    | SOLTERO     |        |       | PROFESIONAL   | 4       | 1500000 | CONOCER  |           |          | AMIGOS        |            | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | SOLTERO     |        |       | TECNOLOGO     | 3       | 800000  | VISITA   |           |          | FAMILIA       |            | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | CASADO      | 0      |       | TECNOLOGO     | 2       | 1400000 | DE PASO  |           |          | FAMILIA       |            | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | SOLTERO     |        | 0     | TECNICO       | 2       | 1000000 | TURISMO  |           |          | FAMILIA       |            | NO          | NO       |
| CONTADORA   | CASADO      |        | 2     | PROFESIONAL   | 4       | 3000000 | TURISMO  |           |          | FAMILIA       |            | NO          | NO       |
| ESTUDIANTE  | SOLTERO     |        | 0     | BACHILLER     | 4       | 700000  | CONOCER  |           |          | FAMILIA       |            | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | CASADO      |        | 1     | PROFESIONAL   | 3       | 2100000 | TURISMO  |           |          | INSTITUCIONAL |            | NO          | NO       |
| DEPENDIENTE | UNION LIBRE | 1      |       | BACHILLER     | 3       | 1000000 | TRABAJO  | TRANSITO  |          | AMIGOS        | TRANSITO   | NO          | 0        |
| PENSIONADO  | CASADO      | 1      |       | MAESTRIA      | 6       | 13      | CONOCER  | DESCANSAR | NA       | INTERNET      | NA         | SI          | 5        |
| ESTUDIANTE  | SOLTERO     | 0      |       | UNIVERSITARIO | 2       | 1       | DEPORTE  | CONOCER   | NA       | AMIGOS        | NA         | NO          | NA       |
| PENSIONADO  | CASADO      | 2      |       | MAESTRIA      | 6       | 11      | TURISMO  | DESCANSAR | NA       | INTERNET      | NA         | SI          | 8        |

| 2,5         | 2,6         | 2,7   | 2,8           | 2,9     | 2,10    | 3.1.A    | 3.1.B     | 3.1.C    | 3.1.1         | 3.1.1.1  | 3.1.2       | 3.1.2.1  |
|-------------|-------------|-------|---------------|---------|---------|----------|-----------|----------|---------------|----------|-------------|----------|
| ALABORAL    | ECIVIL      | HUJOS | NEDUCATIVO    | ESTRATO | INGRESO | MVIAJE_A | MVIAJE_B  | MVIAJE_C | MENTERO       | MENTERO  | RESERVACION | TRESERVA |
| EMPLEADO    | SOLTERO     |       | PROFESIONAL   | 4       | 1500000 | CONOCER  |           |          | AMIGOS        |          | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | SOLTERO     |       | TECNOLOGO     | 3       | 800000  | VISITA   |           |          | FAMILIA       |          | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | CASADO      | 0     | TECNOLOGO     | 2       | 1400000 | DE PASO  |           |          | FAMILIA       |          | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | SOLTERO     | 0     | TECNICO       | 2       | 1000000 | TURISMO  |           |          | FAMILIA       |          | NO          | NO       |
| CONTADORA   | CASADO      | 2     | PROFESIONAL   | 4       | 3000000 | TURISMO  |           |          | FAMILIA       |          | NO          | NO       |
| ESTUDIANTE  | SOLTERO     | 0     | BACHILLER     | 4       | 700000  | CONOCER  |           |          | FAMILIA       |          | NO          | NO       |
| EMPLEADO    | CASADO      | 1     | PROFESIONAL   | 3       | 2100000 | TURISMO  |           |          | INSTITUCIONAL |          | NO          | NO       |
| DEPENDIENTE | UNION LIBRE | 1     | BACHILLER     | 3       | 1000000 | TRABAJO  | TRANSITO  |          | AMIGOS        | TRANSITO | NO          | 0        |
| PENSIONADO  | CASADO      | 1     | MAESTRIA      | 6       | 13      | CONOCER  | DESCANSAR | NA       | INTERNET      | NA       | SI          | 5        |
| ESTUDIANTE  | SOLTERO     | 0     | UNIVERSITARIO | 2       | 1       | DEPORTE  | CONOCER   | NA       | AMIGOS        | NA       | NO          | NA       |
| PENSIONADO  | CASADO      | 2     | MAESTRIA      | 6       | 11      | TURISMO  | DESCANSAR | NA       | INTERNET      | NA       | SI          | 8        |

|    |         |           |           |                     |           |              |              |          |              |        |    |        |            |         |
|----|---------|-----------|-----------|---------------------|-----------|--------------|--------------|----------|--------------|--------|----|--------|------------|---------|
| 11 | ZIPACÓN | 4/06/2017 | 5/46/1/11 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 66 | MUJER  | PENSIONADO | CASADO  |
| 12 | ZIPACÓN | 4/06/2017 | 5/46/1/12 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | SASAIMA      | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 33 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  |
| 13 | ZIPACÓN | 4/06/2017 | 5/46/1/13 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 53 | MUJER  | EMPLEADO   | CASADO  |
| 14 | ZIPACON | 4/06/2017 | 5/46/1/14 | SABANA DE OCCIDENTE | HOLONDA   | LA HAYA      | LA HAYA      | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 56 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  |
| 15 | ZIPACON | 4/06/2017 | 5/46/1/15 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | BOYACA       | CHITORAQUE   | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 50 | MUJER  | EMPLEADO   | CASADO  |
| 16 | ZIPACON | 4/06/2017 | 5/46/1/16 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 54 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  |
| 17 | ZIPACON | 4/06/2017 | 5/46/1/17 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | CASANARE     | TOMARE       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 53 | MUJER  | EMPLEADO   | CASADO  |
| 18 | ZIPACON | 4/06/2017 | 5/46/1/18 | SABANA DE OCCIDENTE | COLOMBIA  | SANTANDER    | SAN BENITO   | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 45 | HOMBRE | EMPLEADO   | SOLTERO |
| 19 | ZIPACON | 4/06/2017 | 5/46/1/19 | SABANA DE OCCIDENTE | ARGENTINA | BUENOS AIRES | BUENOS AIRES | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 56 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  |

|           |              |              |          |              |        |    |        |            |         |   |               |   |
|-----------|--------------|--------------|----------|--------------|--------|----|--------|------------|---------|---|---------------|---|
| COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 66 | MUJER  | PENSIONADO | CASADO  | 2 | MAESTRIA      | 6 |
| COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | SASAIMA      | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 33 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  | 2 | UNIVERSITARIO | 4 |
| COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 53 | MUJER  | EMPLEADO   | CASADO  | 0 | UNIVERSITARIO | 4 |
| HOLONDA   | LA HAYA      | LA HAYA      | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 56 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  | 0 | UNIVERSITARIO | 4 |
| COLOMBIA  | BOYACA       | CHITORAQUE   | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 50 | MUJER  | EMPLEADO   | CASADO  | 2 | UNIVERSITARIO | 3 |
| COLOMBIA  | CUNDINAMARCA | BOGOTA       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 54 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  | 3 | SECUNDARIA    | 3 |
| COLOMBIA  | CASANARE     | TOMARE       | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 53 | MUJER  | EMPLEADO   | CASADO  | 3 | TECNICO       | 3 |
| COLOMBIA  | SANTANDER    | SAN BENITO   | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 45 | HOMBRE | EMPLEADO   | SOLTERO | 2 | PRIMARIA      | 2 |
| ARGENTINA | BUENOS AIRES | BUENOS AIRES | COLOMBIA | CUNDINAMARCA | BOGOTA | 56 | HOMBRE | EMPLEADO   | CASADO  | 1 | UNIVERSITARIO | 4 |

## BIBLIOGRAFÍA

Alcaldía Bojacá. (s.f.). Obtenido de [http://www.bojacacundinamarca.gov.co/informacion\\_general.shtml#vias](http://www.bojacacundinamarca.gov.co/informacion_general.shtml#vias)

Alcaldía Bojacá. (s.f.). Obtenido de <http://www.bojacacundinamarca.gov.co/festividades.shtml>

Alcaldía de Bojacá. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2018, de [https://www.ccb.org.co/content/download/28876/578914/file/PDM\\_Bojaca\\_2016.pdf](https://www.ccb.org.co/content/download/28876/578914/file/PDM_Bojaca_2016.pdf)

*Alcaldía de Bojacá.* (2018). Obtenido de <http://www.bojacacundinamarca.gov.co/index.shtml?apc=bjxx-1-&x=2119130>

*ALCALDIA DE BOJACÁ.* (2018). Obtenido de <http://www.bojacacundinamarca.gov.co>

Alcaldía de Bojaca, C. (22 de 01 de 2018). *Alcaldía de Bojaca Cundinamarca.* Obtenido de Alcaldía de Bojaca Cundinamarca: <http://www.bojacacundinamarca.gov.co/municipio/economia>

Alcaldía de Mosquera. (2016 - 2019). *Plan de desarrollo Mosquera tarea de todos.* Obtenido de [http://mosqueracundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/mosqueracundinamarca/content/files/000053/2604\\_acuerdo-no-716-plan-desarrollo.pdf](http://mosqueracundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/mosqueracundinamarca/content/files/000053/2604_acuerdo-no-716-plan-desarrollo.pdf)

Alcaldía de Zipacón. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2018, de <http://concejo.zipacon-cundinamarca.gov.co/apc-aa-files/30653063653562346639643635303261/acuerdo-009-de-mayo-2016-plan-de-desarrollo.pdf>

Alcaldía Zipacón. (s.f.). Obtenido de <http://www.zipacon-cundinamarca.gov.co/turismo.shtml>

BOJACA. (2018). Obtenido de <http://bonitabojaca-telematica.blogspot.com/2009/05/sitios-turisticos.html>

Bojaca, A. (2018).

Bojaca, G. M. (20 de 04 de 2019). *Google Maps Bojaca*. Obtenido de Google Maps Bojaca:

<https://www.google.com/maps/place/Bojac%C3%A1,+Cundinamarca/@4.7368593,-74.3530092,3124m/data=!3m2!1e3!4b1!4m5!3m4!1s0x8e3f7a69ebb70031:0x983a84fcab34d0d8!8m2!3d4.732618!4d-74.341776>

*El Tiempo*. (7 de Noviembre de 1998). Obtenido de [eltiempo.com](http://www.eltiempo.com):

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-829889>

Escobar, I. (13 de 12 de 2013). *Municipio de Bojaca*. Obtenido de Municipio de

Bojaca: <https://image.slidesharecdn.com/bojaca-131213100650-phpapp01/95/bojaca-1-638.jpg?cb=1386929236>

Fondo de promoción turística de Colombia. (2014 - 2018). *Plan Nacional de Desarrollo "Todos por un nuevo país"*. Obtenido de

<http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

Gobernación de Cundinamarca. (2016 - 2020). *Plan de desarrollo Cundinamarca "Unidos podemos más"*. Obtenido de

<http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IDIW39U>

Gobernación de Cundinamarca. (2018). Recuperado el Mayo de 2018, de

<http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IDIW39U>

Grupos de Investigación . (11 de 2017). ACACIOS, ARADO, TEMCON, DEMCUN, GREICO, DOPyS, BOCHICA, ADCUN, ADCODER., 2017. *Encuesta realizada en desarrollo del estudio del subsector turismo deparatamento de Cundinamarca.*

Mosquera, Cundinamarca, Colombia: Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables Universidad de Cundinamarca.

investigacion, G. d. (2017). *Proyecto caracterizacion del sector turismo en sabana de Occidente.* Bojaca.

Lorenzo, P. s. (20 de Diciembre de 2018). *Blog Santuario Virgen.* Obtenido de Blog Santuario Virgen:

<http://santuariovirgendelasalud.blogspot.com/2008/12/resea-historica-del-santuario-de-nuestra.html>

Ministerio de Comercio Industria y Turismo. (2018). Recuperado el Mayo de 2018, de

[http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN\\_SECTORIAL\\_DE\\_TURISMO\\_2014-2018\\_16\\_DE\\_SEPTIEMBRE\\_DE\\_2014.pdf&prefijo=file](http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=71713&name=PLAN_SECTORIAL_DE_TURISMO_2014-2018_16_DE_SEPTIEMBRE_DE_2014.pdf&prefijo=file)

Nubia Camacho, E. T. (03 de 10 de 1993). *Zipacon, La villa cultural de Cundinamarca.* Obtenido de Zipacon, La villa cultural de Cundinamarca:

<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-245296>

PERIÓDICO DE CHÍA. (21 de 03 de 2015). [elperiodicodechia.com](http://elperiodicodechia.com). Obtenido de <http://elperiodicodechia.com/contexto/fusca-antigua-tierra-de-dioses-hoy-territorio-de-nadie/>

Plan de desarrollo de Zipacon. (2016-2019). *COMPETITIVIDAD Y DESARROLLO PARA TODOS.* ZIPACON.

Plan de Desarrollo Departamental. (2016 - 2019). *Unidos podemos mas.* Bojaca y Zipacon, Cundinamarca. Obtenido de

<http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd->

37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES  
&CVID=IDIW39U

Plan de Desarrollo Municipio de Bojaca. (2016-2019). *Competitividad y Desarrollo para Todos*. Bojaca , Cundinamarca. Obtenido de [http://mosqueracundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/mosqueracundinamarca/content/files/000053/2604\\_acuerdo-no-716-plan-desarrollo.pdf](http://mosqueracundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/mosqueracundinamarca/content/files/000053/2604_acuerdo-no-716-plan-desarrollo.pdf)

Plan Nacional de Desarrollo. (2014-2018). *Un nuevo país para todos - Desarrollo estratégico*. Bojaca y Zipacon, Cundinamarca. Obtenido de <https://www.minagricultura.gov.co/planeacion-control-gestion/Gestin/Plan%20de%20Acci%C3%B3n/PLAN%20NACIONAL%20DE%20DESARROLLO%202014%20-%202018%20TODOS%20POR%20UN%20NUEVO%20PAIS.pdf>

*Turismo Zipacon*. (2018). Obtenido de <https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/santuario-de-la-virgen-del-amor-hermoso/>

*Turismo Zipacon*. (2018). Obtenido de <https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/museo-del-disco-carlos-pinzon/>

*Turismo Zipacon*. (2018). Obtenido de <https://turismozipacon.wordpress.com/turismo/capilla-doctrinera-san-antonio-de-padua-de-zipacon/>

Wikipedia, B. (30 de 01 de 2015). *Bojaca*. Obtenido de Bojaca: <https://es.wikipedia.org/wiki/Bojac%C3%A1>

Zipacon, C. (18 de 10 de 2016). *Clima Zipacon*. Obtenido de Clima Zipacon: <https://es.climate-data.org/america-del-sur/colombia/cundinamarca/zipacon-28981/>

Zipacon, G. M. (20 de 04 de 2019). *Google Maps Zipacon*. Obtenido de Google Maps Zipacon: Ilustración 3 Localización del municipio de Mosquera.



Zipacón, G. M. (20 de 04 de 2019). *Google Maps Zipacón*. Obtenido de Google Maps Zipacón:

<https://www.google.com/maps/place/Zipac%C3%B3n,+Cundinamarca/@4.7599404,-74.3821338,810m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x8e3f7b18cf39bbf7:0xf636e82d47e75b40!8m2!3d4.759634!4d-74.380049>

Zipacon, M. d. (22 de 03 de 2013). *Turismo Zipacon*. Obtenido de Turismo Zipacon: <https://turismozipacon.wordpress.com/historia/>

zipacon, P. d. (s.f.).

Zipacon, W. (04 de 04 de 2018). *Wikipedia Zipacon*. Obtenido de Wikipedia Zipacon: <https://es.wikipedia.org/wiki/Zipac%C3%B3n>

Universidad de Cundinamarca Grupo investigativo “Desarrollo Empresarial Mí pyme en Cundinamarca Región Sabana de Occidente” desarrollado por la Universidad de Cundinamarca y los Estudiantes Egresados, constituyendo una primera versión del diagnóstico de la situación de las Mí pyme en la región.

Planes de Desarrollo 2016 – 2020 Bojacá y Zipacón.