

**ESTUDIO DE LA OFERTA EN EL TURISMO DE LOS MUNICIPIOS DE ARBELAEZ Y
SAN BERNARDO**

**STUDY OF SUPPLY OF TOURISM SUBSECTOR IN THE MUNICIPALITIES OF
ARBELAEZ AND SAN SERNANDO.**

FRANCO PANQUEBA NANCY VANESSA ¹

CENDALES CASTELLANOS MARCO JULIAN ²

Asesor(a)

JEANE FERNANDA GALVEZ SABOGAL

Líder de Investigación

¹ Franco Panqueba, Nancy Vanessa; Estudiante 9° semestre de Contaduría Pública de la Universidad de Cundinamarca; Auxiliar de investigación del semillero AUDIT grupo TEMCON. francovanessa38@gmail.com; 3219500729

² Cendales Castellanos Marco Julian; Estudiante 9° semestre de Contaduría Pública de la Universidad de Cundinamarca; Auxiliar de Investigación del semillero AUDIT grupo TEMCON. marcojulian99@hotmail.com; 3228557177

RESUMEN

El presente artículo evidencia diferentes variables sociales y económicas de oferta turística en los municipios Arbeláez y San Bernardo. Donde la problemática que se tiene es acerca de la capacidad que tienen estos dos municipios para ello se tomó una metodología exploratoria basada en la descripción y la revisión documental, Observando que Arbeláez y San Bernardo muestran deficiencia y la baja capacidad que tienen para el turista. el paso a paso para que se dé este fenómeno turístico son factores como la falta de inglés por parte de los oferentes, la precaria infraestructura, la poca inversión por parte de la alcaldía. Además de evaluar por medio de la matriz FODA las ventajas, fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.

Palabras Claves

Turismo, Oferta, Demanda, Capacidad, Crecimiento.

INTRODUCCIÓN

El turismo en la región del Sumapaz es un pilar determinante para el crecimiento económico y el desarrollo del mismo, aportando en el PIB el 6.1%. San Bernardo y Arbeláez son municipios con riqueza natural e importancia en Cundinamarca, en donde se han desarrollado diferentes estudios, proyectos y demás acercamientos hacia el sector con el fin de dar una solución a las posibles causas del problema. Consideraremos de forma sucesiva asuntos, infraestructura, mallas viales, servicios públicos, analizando uno a uno la manera en que influyen sobre los municipios. En razón de factores como la infraestructura y las mallas viales son determinante por la cual los turistas no viajan a los municipios de San Bernardo y Arbeláez. Los dos municipios no cuentan con una capacidad de infraestructura para solventar la demanda turística. Para ello se tienen fundamentos teóricos y de antecedentes los cuales fueron sustento para la elaboración de este estudio. La teoría de la competitividad, la teoría del turismo como fuentes primarias para el desarrollo.

Por otra parte, el sector turístico colombiano siempre ha contado con amplia demanda en turistas. con características similares en todas las regiones y ello no es indiferente para la región del Sumapaz, pero en este caso dos municipios como lo son Arbeláez y San Bernardo quienes a pesar de contar con biodiversidad, atractivos turísticos, y fenómenos naturales, su condición de microempresarios, no alcanzan a disfrutar de altas rentabilidades en la prestación de sus servicios, ya que su capacidad de infraestructura, portafolio de servicios e inversión, es muy baja para apalancar sus propios activos, en este caso sus activos, inventarios y la propiedad planta y equipo, además de los muebles y enseres de los establecimientos; Teniendo una ventaja que la mayoría de lugares donde se encuentran sus establecimientos ellos son propietarios factor que reduce costos, y servirían desde la reflexión a invertir más en su mismo negocio.

Sin embargo, muchos de sus procesos administrativos, no son eficientemente gestionados dentro de los cuales se cuentan sus recursos controlados; ya que no tiene una contabilidad ni un sistema financiero de ingresos para evaluar sus posibles ganancias, ni la inversión que es proporcionada a cada uno de los establecimientos.

Por otro lado, se evidencia que los demandantes, quedan con un bajo porcentaje de volver a lugares mencionados anteriormente, y que sus preferencias residen a otros atractivos turísticos. Que bien puedan tener con facilidad de acceso. Aunque la disposición de los mismos quede truncada no es de arrepentirse el visitar lugares de la región del Sumapaz.

Para la observación de lo anterior se tuvo en cuenta la metodología definida en las encuestas de oferta y demanda en donde se evalúa muestran deficiencia y la baja capacidad que tienen para el turista, el paso a paso para que se dé este fenómeno turístico son factores como la falta de inglés por parte de los oferentes, la precaria infraestructura, la poca inversión por parte de la alcaldía, la baja contratación de empleados, la baja formación técnica y profesional, la desinformación en cuanto a entidades de educación superior, el poco uso de instrumentos de publicidad. y la informalidad de los establecimientos de comercio, los bajos servicios que ofrecen, y el poco apoyo por entidades gubernamentales, que abordo el dentro del subsector turismo.

Las conclusiones generadas, darán una visión en la capacidad que tienen los oferentes de los municipios de Arbeláez y San Bernardo, para adaptar recomendaciones y estrategias en la gestión de sus procesos en concordancia con los condicionantes de competitividad en los productos que ofrecen, el servicio.

1. MARCO TEÓRICO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1994) “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (SANCHO, 2008)

Una forma bastante clara y contundente de mostrar la férrea relación del paisaje con el turismo se da a partir de la simple constatación que la motivación fundamental para el viaje turístico es la necesidad de romper con la rutina. Para muchos, la mejor forma de conseguir esta ruptura es a través del cambio físico de lugar; actitud que forma parte de la esencia del turismo. Al hacerlo el turista encontrará en el "paisaje" el elemento que mejor le indicará esa tan deseada ruptura con la percepción visual de lo nuevo y lo diferente en el transcurso de su experiencia de viaje. (Pires, 2011)

La relación clima turismo ha sido abordada en el marco geográfico desde dos campos muy diferentes: la geografía del turismo y la climatología. La geografía del turismo ha realizado numerosas reflexiones en torno a la consideración clima-turismo. Estas reflexiones, sin embargo, se han ordenado según tres posturas diferenciadas. La primera considera que la atracción del clima, como elemento del medio natural, es suficiente para explicar la mayor parte de centros y flujos turísticos. La segunda, en cambio, sostiene, con CHADEFAUD (1988) a la cabeza, que todo clima es potencialmente turístico. La tercera, a medio entre las dos anteriores y defendida principalmente por BESANCENOT (1991), pone en evidencia el papel de los factores climáticos en los comportamientos turísticos y a la vez, manifiesta la necesidad de evaluar el potencial de atracción de los diferentes climas de un territorio (GOMEZ, 1999)

En la actualidad, en Colombia, hay una demanda inexistente o muy pequeña de destinos ecoturísticos, como los parques nacionales naturales, que podría aumentarse gracias a estrategias de mercadeo de lugares, las cuales deberían buscar la preservación de los lugares ecoturísticos y al mismo tiempo incrementar los beneficios a los diferentes grupos de interés. (Milton Ricardo Ospina Diaz, 2013)

Colombia tiene la ventaja de ser el segundo país en el total de especies conocidas, el quinto en recursos naturales y el doceavo en número de áreas protegidas. Al combinar su naturaleza prístina, lugares míticos, saberes ancestrales y la hospitalidad de su gente, la industria turística puede marcar la diferencia a nivel mundial, consolidando una oferta especializada, diferenciada, y competitiva. (RAMIREZ, 2016)

En los siguientes párrafos hablarán de los aspectos claves del turismo como la oferta, la demanda y la planificación de una actividad turística.

Turista, viajeros y visitantes forman parte de la demanda turística y, tras este término se encuentra un grupo heterogéneo de personas; un agregado de personalidades e intereses con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias (SANCHO, 2008)

La oferta turística es Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición de usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo (SANCHO, 2008)

El enfoque de la planificación turística ha ido, asimismo. Variando a lo largo de los años. Así, de una preocupación exclusiva por la planificación física de las facilidades turísticas y por su promoción posterior, se ha pasado a un enfoque más amplio, que toma en consideración las necesidades tanto de las empresas, como de los propios turistas y de la comunidad receptora de formar cada vez existe una mayor preocupación por crear sinergias entre el turismo y el entorno social, económico y medio ambiental. (SANCHO, 2008)

Para detallar y adentrarse en el estudio que se está realizando y como fin es evidenciar la capacidad que se tienen en los municipios de Arbeláez y San Bernardo en relación a la demanda turística, se encuentra en varios escenarios literarios los cuales serán el pasado de esta investigación.

Cumpliendo con las diferentes fuentes de información se encontró un estudio realizado por la universidad Javeriana el Centro de investigación y Monitoreo Ambiental Páramo del Sumapaz (Camacho Vidal , 2009). Con el fin de incentivar el turismo en el páramo de Sumapaz dando a entender que es uno de los más grandes páramos que hay en el mundo con la idea de crear caminatas ecológicas, observación de aves y otras cosas para así financiar la investigación y dar a entender lo importante que es la naturaleza.

Se incorpora el plan de competitividad para la provincia de Sumapaz hecho por la cámara de comercio de Bogotá en el año 2010 (Camara de comercio , 2010). Da una clara idea de todo lo que tienen que saber de la provincia desde sus amenazas hasta fortalezas.

En el trabajo de grado el turismo como factor de competitividad en el desarrollo del municipio de la dorada (Navarro, 2011) se evidencia las decisiones y la ejecución en las acciones que debe tener este municipio para innovar con propuestas de evolución al desarrollo en el tema de la competitividad.

En el plan de competitividad para la provincia del Sumapaz, se puede verificar la importancia del aporte al PIB desde la región y para ser explícitos del aporte que da en un 5,3% y 6,0% los proyectos que hay por desarrollar en diversos municipios, y la necesidad de dar una correcta destinación a los recursos partiendo desde la planificación hasta su ejecución. (Camara de comercio , 2010)

Incorporando al tema oferta y demanda se referencia la monografía planteada por Martínez Adriana en el año 2011 para la universidad Cooperativa de Colombia (Adriana, 2011) donde se contempla el estudio que se les hace a las ciudades poco reconocidas en el país con el énfasis del tan sonado redes sociales y cómo influyen estas en cada uno de los turistas, que ha medida de que va pasando el tiempo se vuelve más imprescindible la tecnología en los lugares menos visitados. Cada uno de estos trabajos e investigaciones son fundamentales para el desarrollo de la investigación con el material empleado e histórico se fundamentan bases para el correcto camino de la misma.

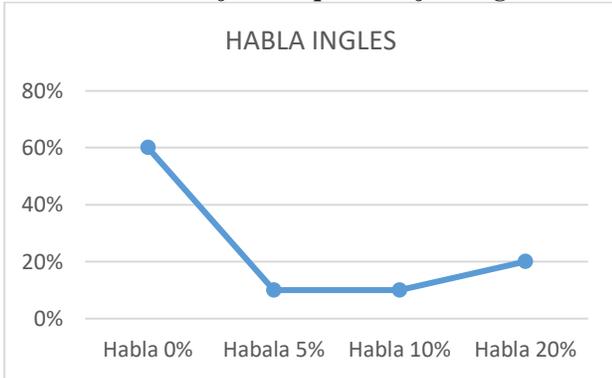
2. METODOLOGÍA

El enfoque practicado en la investigación es mixto; en el cual se aplicó un enfoque cuantitativo y cualitativo buscando opciones y atributos de la sociedad en su relación con el turismo y el ecosistema. Cuantitativo por medio de los instrumentos estadísticos con el fin de determinar los factores económicos de la población y muestra para la Oferta, donde se determinó una población de 30 establecimientos de comercio de acuerdo con el concepto emitido por la alcaldía de cada municipio. Para la Demanda se determinó una población de 30 turistas. Esto con el fin de

determinar las conclusiones que se incurren en el proyecto hecho. Basado en unas encuestas, además, cruzando diferentes fuentes para la veracidad y la exactitud dentro del estudio.

3. RESULTADOS ARBELÁEZ

Grafica 1 Porcentaje de lo que maneja el inglés



Autor: Elaboración Propia

Se pregunta bajo qué porcentaje (%) de 1 a 100 habla y domina el inglés donde dos (2) personas considera que dominan el inglés en un 20%, una (1) persona considera que domina el inglés en un 10%, otra persona estima que maneja en un 5% el inglés y el 60% de la población restante valora que no tienen ningún tipo de dominio en el área.

Grafica 2 Único Propietario



Autor: Elaboración Propia

El 60% de las entidades tan solo requieren y tiene un dueño, por otra parte, está el 40% de las entidades que no solo tiene un dueño, sino que hay más de una

persona asociada a la entidad.

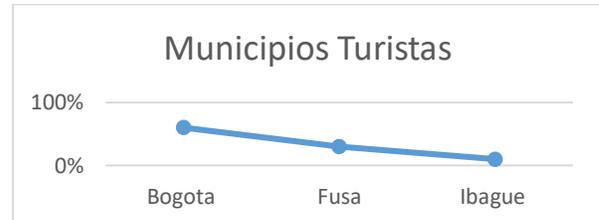
Grafica 3 Contratación Empleados



Autor: Elaboración Propia

Las personas emplearon a los sujetos de manera indefinida en un 5%, en un 6% fueron empleados con un horario fijo, el 28% empleo a los sujetos por horas y el 61% emplea a los sujetos por días, es decir que se emplea a la mayoría de los sujetos por días y un porcentaje bajo entre los sujetos tiene un empleo con contrato indefinido.

Grafica 4 Turistas Nacionales



Autor: Elaboración Propia

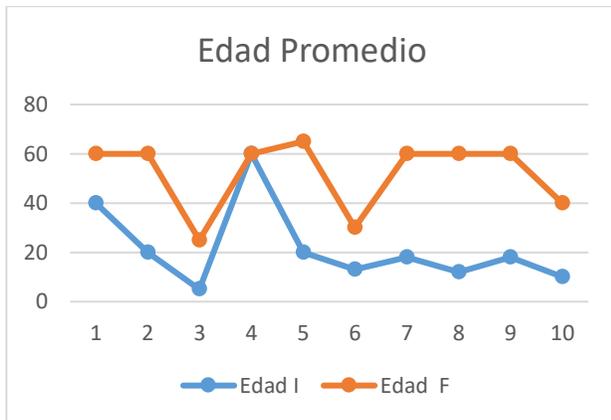
Entre los municipios que más atraen turistas a Arbeláez se encuentra Fusagasugá siendo el municipio más cerca a este generando tan solo un 30% de turismo. Por otra parte, se encuentra Bogotá quien es quien genera el mayor turismo en este municipio generando un 60% del mismo y se encuentra Ibagué generando un 10% de turismo en este municipio.

Grafica 5 Publicidad

Autor: Elaboración Propia

La publicidad que se maneja en estas entidades para su reconocimiento, se da a partir de los medios más asequibles a la sociedad siendo la página web la que menos predomina tiene ya que tan solo se aborda en un 10%, mientras que, por medio de avisos, redes sociales y el voz a voz cada una se maneja en un 30% obteniendo mayor cobertura en la publicidad puesto que son los medios más asequibles a la sociedad.

Grafica 6 Edades promedio visitantes



Autor: Elaboración Propia

El promedio de edades que maneja cada entidad es muy heterogéneo entre sí. La entidad número 4 por su parte solo maneja un rango de edad que está entre los 60 años de edad, la entidad número 3 maneja el menor rango de edad con respecto a las de más puesto que sus visitantes están entre las edades de 5 a 25 años. La entidad número 1 en promedio maneja edades entre 50 años. Las demás entidades manejan un rango de edad mínima entre 10 a 20 años y un rango de edad no mayor a 65 años.

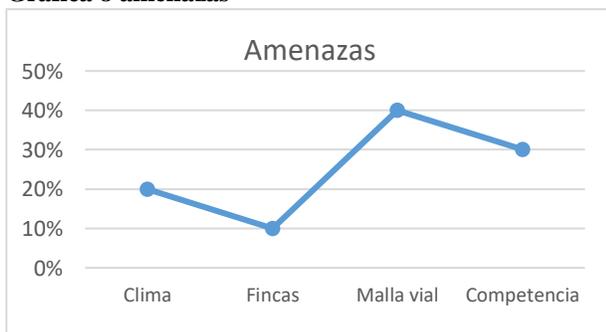
Grafica 7 Turistas Extranjeros



Autor: Elaboración Propia

Los extranjeros que más asisten a Arbeláez son de Estados Unidos generando un 50% de turismo en este municipio por otra parte esta Venezuela generando un 30% de turismo siendo este uno de los países visitantes más cercanos al nuestro. España por su parte asiste en un 10% a los establecimientos.

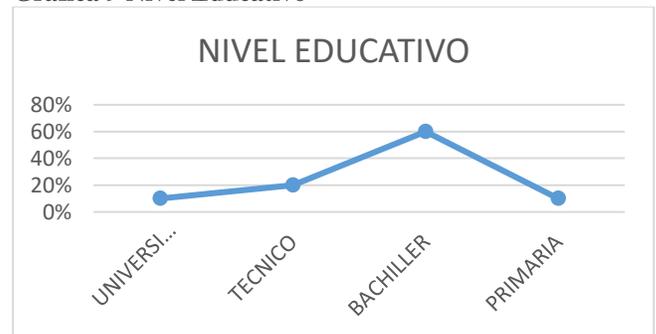
Grafica 8 amenazas



Autor: Elaboración Propia

Una de las mayores amenazas que presentan los establecimientos es la malla vial puesto que está no se encuentra en las mejores condiciones para transitar lo cual se ven afectados en un 40%, la competencia que se da allí amenaza en un 30% puesto que se presenta mayor oferta que demanda. Las fincas son una amenaza ya que estas ofrecen servicios que hacen que la demanda de turista disminuya para ellos. El clima se puede caracterizar como una amenaza en un 20% debido a la variación del mismo.

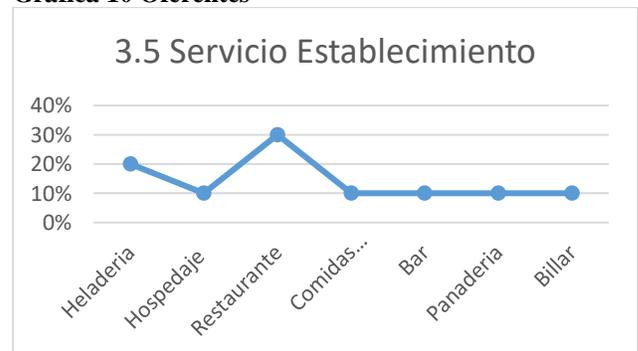
Grafica 9 Nivel Educativo



Autor: Elaboración Propia

Toda la población ha tenido algún nivel educativo uno con más que otros, ya que tan solo el 10%, otro 20% la han realizado estudios técnicos, la mayoría de la población realizo sus estudios solo hasta el bachillerato correspondiendo al 60% y el 10% faltante tan solo finalizo la primaria.

Grafica 10 Oferentes



Autor: Elaboración Propia

Los establecimientos tratan de ofrecer diferentes servicios para el turista, pero hay mayor cobertura en los restaurantes ya que cubren un 30% de todos los servicios, sigue la heladería con un 20% por lo que la comida o

aperitivos tienen más demanda en estos sitios. Los demás servicios responden a un 50% de cobertura del mismo.

4. RESULTADOS SAN BERNARDO

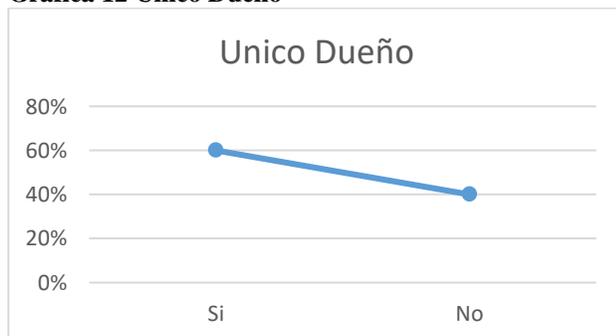
Grafica 11 Porcentaje de lo que maneja el inglés



Autor: Elaboración Propia

Se puede observar que las personas que hablan inglés en un 35% tan solo corresponde al 10% de la población, esto quiere decir que el bilingüismo en este municipio es muy bajo. Un factor importante para el TURISMO.

Grafica 12 Único Dueño



Autor: Elaboración Propia

El 20% tan solo no son establecimiento con único dueño, el 80% de los establecimientos son de solo un dueño.

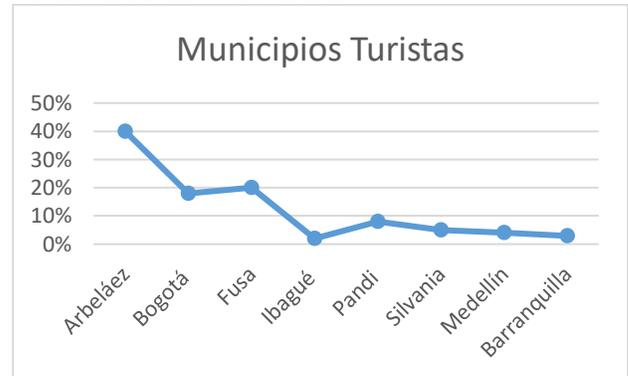
Grafica 13 Contratación empleados



Autor: Elaboración Propia

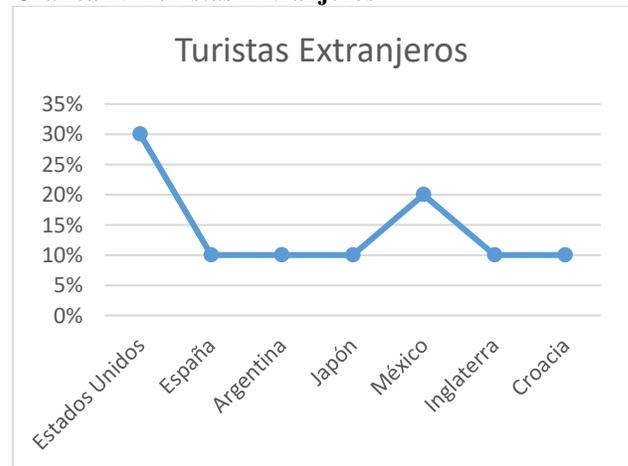
La contratación de estos empleados es de manera informal, contratándose por días, tan solo el 20% de la población es contratada con un contratado a término indefinido.

Grafica 14 Turistas Nacionales



Autor: Elaboración Propia

Grafica 15 Turistas Extranjeros



Autor: Elaboración Propia

La mayoría de turistas extranjeros son de Estados Unidos, con un 30% a este le sigue México, también vienen países de Japón, Croacia, Argentina, Inglaterra, España en porcentajes menores, pero se han evidenciado todos estos a causa del Mausoleo. Por su conocimiento a nivel mundial, siendo un fenómeno natural

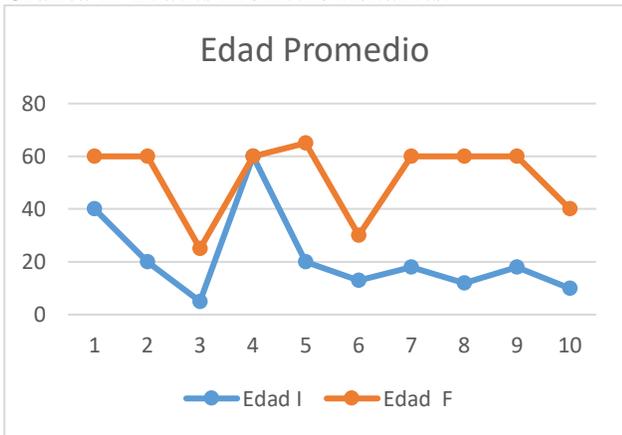
Grafica 16 Instrumentos de publicidad.



Autor: Elaboración Propia

Los instrumentos de publicidad son poco innovadores y con poca tecnología, dentro del 40% se encuentran los avisos, el 30% con tarjetas, y tan solo 10% tiene cabida con páginas web, redes sociales.

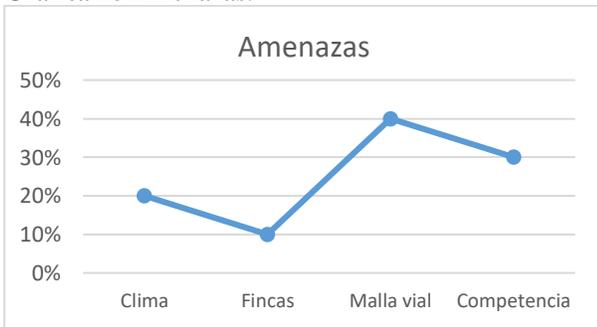
Grafica 17 Edades Promedio visitantes.



Autor: Elaboración Propia

Los rangos dentro de los turistas que viajan a San Bernardo están desde los 18 a 60 años. Debido a las ferias y fiestas, y la edad final por el Mausoleo.

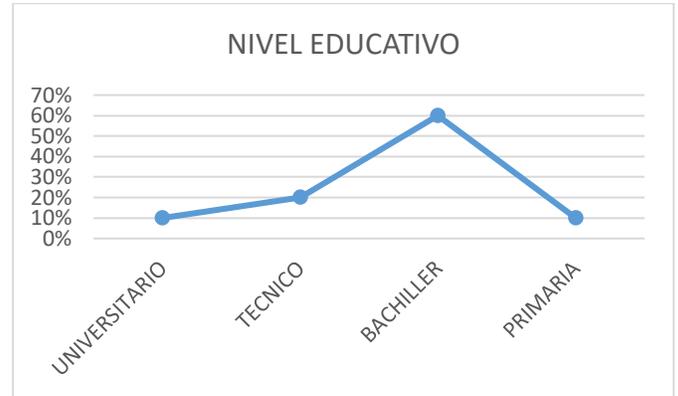
Grafica 18 Amenazas.



Dentro de la matriz Dofa Tienen como amenazas se encuentran la poca gente que va a visitarlos con un 20%,

la malla vial con un 40% la poca ayuda e inversión al municipio en un 10%, la competencia dentro del sector con los demás comerciantes.

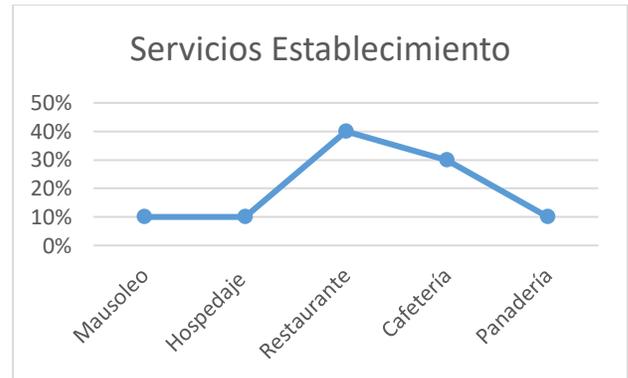
Grafica 19 Nivel Educativo



Autor: Elaboración Propia

Dentro de esta encuesta se puede evidenciar que del total de personas encuestadas el 70% no cuentan con educación superior donde sus estudios son solo de secundaria un 10% en primaria y tan solo el 20% de la población con educación superior.

Grafica 20 Oferentes



Autor: Elaboración Propia

Como se puede observar la mayoría de establecimientos son lugares para alimentarse como restaurantes que está en un 40% del total de encuestados, siguiendo con cafeterías y panaderías, por último, la oferta de Hospedaje es baja para la cantidad de turistas que pueden llegar en vacaciones, o ferias y fiestas. El mausoleo siendo solo uno ocupa el 10% pero este es el más importante del Municipio de San Bernardo.

5. CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Es fundamental la capacitación para los oferentes turísticos en manejo de herramientas tecnológicas que permitan mejorar con calidad y eficiencia de los servicios, requieren también de una cultura hacia el aprendizaje de nuevos idiomas, además de un apoyo e incentivos gubernamentales, asistencia técnica y capacitación en mercadeo.

Se concluye en la identificación de los establecimientos de comercio dentro de los municipios, con esto se identifica su oferta y los factores negativos que se evidencian en los resultados, factores como la falta de apoyo y de inversión por entes de la alcaldía.

Se determinó que los factores claves para que se dé una demanda en los municipios de Arbeláez y San Bernardo, son: El presupuesto, el clima, algunos de los atractivos turísticos que en estos se presentan, la calidad y en un bajo porcentaje la gastronomía sobre todo en el municipio de San Bernardo.

Los datos descritos en la presente investigación arrojan la situación actual de la economía turística en Arbeláez y San Bernardo dando conclusiones con resultados planteados en la hipótesis y resueltos con el problema de investigación.

Ante los resultados obtenidos y las teorías competitivas, y de Turismo contempla los aspectos negativos y la deficiencia del portafolio de servicios por parte de los establecimientos de comercio factor que desacelera la economía de los municipios. En los cuales se debería tener un cambio conveniente con ayuda de alcaldías y entes gubernamentales para la aceleración y desarrollo de los mismos.

Hallando que la capacidad de la infraestructura esta evaluada de manera negativa dentro de los municipios de Arbeláez y San Bernardo. En esta discusión se revela la baja cantidad de hoteles, parques y zonas comunes para el desarrollo y el disfrute de los municipios.

Encontrando la falta de inversión en las vías terrestres para la llegada de los turistas y ciudadanos de los municipios que no viven en la zona rural. Se revela que las faltas de conocimiento de ciudadanos de los municipios no saben su patrimonio cultural.

6. BIBLIOGRAFÍA

Adriana, M. (12 de Enero de 2011). *Colombia Aprende*. Obtenido de www.colombiaprende/martinezadrianaredesymas.com

ARBELAEZ, A. D. (2017). *ALCALDIA DE ARBELAEZ*. Obtenido de ALCALDIA DE ARBELAEZ.

ARBELAEZ, A. D. (19 de Agosto de 2017). *ALCALDIA DE ARBELAEZ*. Obtenido de ALCALDIA DE ARBELAEZ: www.alcadiadearbelaez.com

Aula de Economía. (2002). *OFERTA Y DEMANDA* . Obtenido de <http://www.auladeeconomia.com/micro-material2.htm>

Banco de la Republica Cultural . (2 de Octubre de 2000). *banrepcultural.org*. Obtenido de [banrepcultural.org](http://www.banrepcultural.org): http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/economia/oferta_y_demanda

- Barbosa, P. M. (2010). *Doctrina económica de Adam Smith*. Obtenido de Doctrina económica de Adam Smith: http://pmrb.net/blog/wp-content/uploads/2010/11/adam_smith.pdf
- Cachanosky, N. (13 de Noviembre de 2011). *Punto de vista económico*. Obtenido de Punto de vista económico: <https://puntodevistaeconomico.wordpress.com/2011/11/13/ley-de-say/>
- Camacho Vidal . (noviembre de 2009). *Centro de Inestigacion y Monitoreo Ambiental*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/3988/tesis251.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camara de comercio . (Febrero de 2010). *Plan de Competitividad Para la Provincia de Sumapaz*. Obtenido de Camara de Comercio de Bogota: http://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/2807/5070_sumapaz.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Colombia, C. D. (2008).
- Colombia, C. D. (2008). *Congreso De La Republica De Colombia*. Obtenido de Congreso De La Republica De Colombia.
- Congreso de Colombia. (10 de JULIO de 2012). *LEY No. 1558 DEL 10 DE JULIO DEL 2012*. Recuperado el 16 de 09 de 2016, de LEY GENERAL DE TURISMO: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley155810072012.pdf>
- Diaz, E. B. (21 de agosto de 2016). *Ruta Ecotusitica*. Obtenido de www.rutasecotusiticas.trl.com
- Diaz, M. (2013). TURISMO Y ARQUEOLOGÍA. UNA MIRADA HISTÓRICA A. 10-12.
- Escuela Universitaria De Turismo De Murica. (2006). *EL TURISMO, CONCEPTOS Y DEFINICIONES E IMPORTANCIA ACTUAL*. Obtenido de <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/Turismo1c.pdf>
- FlorS. (01 de Febrero de 2011). *Turismo*. Obtenido de Turismo: <http://florecianur.blogspot.com.co/2011/02/origen-y-evolucion-del-turismo.html>
- GOMEZ, M. B. (1999). *RELACION CLIMA TURISMO*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/407/1/Gomez%20Martin-Relacion%20clima-turismo.pdf>
- Marroquín, L. J., & Triana, M. Y. (2011). *Trabajo de grado*. Recuperado el 03 de octubre de 2016, de El turismo como factor de competitividad en el desarrollo del Municipio de la Dorada.: <http://repositorio.autonoma.edu.co/jspui/bitstream/11182/313/1/trabajo%20de%20grado.pdf>
- Milton Ricardo Ospina Diaz, R. M. (29 de NOVIEMBRE de 2013). *REDALYC.ORG*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409633955002.pdf>
- Mireia Ferri Sanz, E. D. (03 de 11 de 2014). El turismo como estrategia de envejecimiento activo y saludable: efectos del turismo en la salud de las personas mayores. *Cartas al director*, págs. 547-548.
- Navarro, L. J. (12 de agosto de 2011). *Factor de competitividad en el desarrollo del municipio de la dorada*. Obtenido de tesis turismo.
- Organizacion Mundial del Turismo. (11 de Diciembre de 2015). *media.unwto.org*. Obtenido de [media.unwto.org](http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico): <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

- perez, A. m. (1 de julio de 2015). *Aplicacion del metodo sinergia seguimiento a la planificacion y gestion ambiental* . Obtenido de www.sinergiaenmunicipios.com
- Pires, P. D. (junio de 2011). *scielo*. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322011000300001
- Prieto, N. C. (12 de febrero de 2015). *Ideas sobre el turismo de la region de sumapaz*. Obtenido de Ideas sobre el turismo de la region de sumapaz: <http://dspace.ucundinamarca.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/468/situaci%C3%B3n%20socioecon%C3%B3mica%20en%20el%20%C3%A1rea%20rural.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- RAMIREZ, E. A. (NOVIEMBRE de 2016). *PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA*. Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20864/AvilaRodriguezErikaRocio2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rossetti, J. P. (1991). *Introduccion a la Economia* . Sao Paulo: Harla.
- Ruiz, D. F. (2007). *Analisis de la oferta y la demanda turistica del parque natural* . Sevilla : Universidad Internacional de Andalucia .
- SANCHO, A. (14 de JULIO de 2008). *ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4096/409633955002.pdf>
- Valle, E. M. (27 de MAYO de 2015). *Repositorio digital universidad técnica del norte*. Recuperado el 29 de SEPTIEMBRE de 2016, de Oferta y demanda del Mercado Centenario Artesanal ¿Plaza de ponchos¿ en el cantón Otavalo, para el rediseño de imagen turística y cultural.: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4856>