

ANÁLISIS DEL MERCADO DEL SECTOR TURISMO EN LA PROVINCIA DE  
SOACHA MUNICIPIO DE SIBATÉ EN EL AÑO 2017

AUTOR

LADY MILENA GIL RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA

FUSAGASUGÁ

2017

ANÁLISIS DEL MERCADO DEL SECTOR TURISMO EN LA PROVINCIA DE  
SOACHA MUNICIPIO DE SIBATÉ EN EL AÑO 2017

AUTOR

LADY MILENA GIL RODRIGUEZ

ASESOR INTERNO:

MANUEL RICARDO GONZALEZ MORENO

ECONOMISTA

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

PROGRAMA CONTADURÍA PÚBLICA

FUSAGASUGÁ

2017

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	7
1. TÍTULO.....	8
2. AREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN .....	8
2.2 LÍNEA .....	8
3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....	8
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	8
5. OJETIVOS.....	9
5.2 OBJETIVO GENERAL.....	9
5.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	9
6. JUSTIFICACIÓN .....	10
7. MARCOS DE REFERENCIA.....	11
7.2 MARCO TEORICO .....	13
7.3 MARCO CONCEPTUAL .....	16
7.4 MARCO GEOGRÁFICO .....	17
7.5 MARCO HISTÓRICO.....	18
7.6 MARCO LEGAL.....	19
8. DISEÑO METODOLÓGICO .....	21
8.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	21
8.2 POBLACION.....	21
8.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	22
8.4 TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	22
8.5 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	23
9. RECURSOS .....	24
9.1 RECURSOS HUMANOS .....	24
9.2 RECURSOS MATERIALES.....	24
9.3 RECURSOS TECNICOS .....	24
10. RESULTADOS.....	25
11. IMPACTOS .....	45
11.2 IMPACTO SOCIAL .....	45
11.3 IMPACTO AMBIENTAL .....	45
11.4 IMPACTO ECONOMICO .....	45
12. CONCLUSIONES .....	46
13. ANEXOS.....	47
14. BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA.....	50

## TABLA DE TABLAS

TABLA 1 MARCO GEOGRÁFICO	17
TABLA 2 RECURSOS HUMANOS	24
TABLA 3 RECURSOS MATERIALES	24
TABLA 4 RECURSOS TÉCNICOS	24
TABLA 5 PAÍS DE NACIMIENTO	25
TABLA 6 DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO	25
TABLA 7 DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA	26
TABLA 8 MUNICIPIO DE RESIDENCIA	27
TABLA 9 GENERO DEL TURISTA	28
TABLA 10 ACTIVIDAD LABORAL	28
TABLA 11 ESTADO CIVIL	29
TABLA 12 NÚMERO DE HIJOS	30
TABLA 13 NIVEL EDUCATIVO	31
TABLA 14 ESTRATO	31
TABLA 15 PORQUE MEDIO SE ENTERÓ DE ESTE DESTINO	32
TABLA 16 MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE	33
TABLA 17 RESERVACIONES	34
TABLA 18 TIEMPO DE ANTELACIÓN DE LA RESERVA	34
TABLA 19 NUMERO DE ACOMPAÑANTES	35
TABLA 20 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	36
TABLA 21 EN QUE FECHAS LE GUSTARÍA VOLVER	37
TABLA 22 CONSERVACIÓN DE MONUMENTOS	37
TABLA 23 SERVICIOS TURISTICOS	38
TABLA 24 ASEO	39
TABLA 25 PRESERVACIÓN DE RECURSOS NATURALES	40
TABLA 26 MALLA VIAL	41
TABLA 27 MOVILIDAD	41
TABLA 28 SATISFACCIÓN GENERAL DEL VIAJE	42
TABLA 29 ESTARÍA DISPUESTO A VOLVER	43
TABLA 30 RECOMENDARÍA ESTE DESTINO A SUS CONOCIDOS	44

## TABLA DE GRAFICAS

GRAFICA 1 PAÍS DE NACIMIENTO	25
GRAFICA 2 DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO	26
GRAFICA 3 DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA	26
GRAFICA 4 MUNICIPIO DE RESIDENCIA	27
GRAFICA 5 GENERO TURISTA	28
GRAFICA 6 ACTIVIDAD LABORAL	29
GRAFICA 7 ESTADO CIVIL	29
GRAFICA 8 NÚMERO DE HIJOS	30
GRAFICA 9 NIVEL EDUCATIVO	31
GRAFICA 10 ESTRATO	32
GRAFICA 11 PORQUE MEDIO SE ENTERÓ DE ESTE DESTINO	32
GRAFICA 12 MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE	33
GRAFICA 13 REALIZO RESERVACIONES	34
GRAFICA 14 CON CUANTO TIEMPO DE ANTELACIÓN HIZO LA RESERVA	34
GRAFICA 15 CON CUÁNTOS ACOMPAÑANTES VIAJA USTED	35
GRAFICA 16 MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO	36
GRAFICA 17 EN QUE FECHAS LE GUSTARÍA VOLVER	37
GRAFICA 18 CONSERVACIÓN DE MONUMENTOS	38
GRAFICA 19 SERVICIOS TURÍSTICOS	38
GRAFICA 20 ASEO	39
GRAFICA 21 PRESERVACIÓN DE RECURSOS NATURALES	40
GRAFICA 22 MALLA VIAL	41
GRAFICA 23 MOVILIDAD	42
GRAFICA 24 SATISFACCIÓN GENERAL DEL VIAJE	43
GRAFICA 25 ESTARÍA DISPUESTO A VOLVER	43
GRAFICA 26 RECOMENDARÍA ESTE DESTINO A SUS CONOCIDOS	44

## TABLA DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO DE SIBATÉ GEOGRÁFICAMENTE EN COLOMBIA .....	18
ILUSTRACIÓN 2 TRABAJO DE CAMPO REALIZADO POR INVESTIGADORES	47
ILUSTRACIÓN 3 TRABAJO DE CAMPO REALIZADO POR INVESTIGADORES	47
ILUSTRACIÓN 4 TRABAJO DE CAMPO REALIZADO POR INVESTIGADORES	48
ILUSTRACIÓN 5 TRABAJO DE CAMPO REALIZADO POR INVESTIGADORES	49

## INTRODUCCIÓN

En la actual situación social, económica y política en que se encuentra el mundo, es imprescindible para cualquier tipo de ente territorial utilizar al máximo toda su capacidad productiva, recursos humanos, técnicos y tecnológicos; trabajando los procesos de manera organizativa con la finalidad de estar presente en los cambios que suceden en el mundo y evolucionar junto con ellos.

Dentro de los aspectos importantes para el bienestar de una sociedad y de un país es el tener un excelente desarrollo económico. Pero entonces surge el siguiente interrogante ¿Cómo determinar qué sectores son los que pueden jalonar una economía?

Para responder la pregunta planteada es necesario hacer un análisis de la economía colombiana (uno de los objetivos de la presente investigación). Al hacerlo se evidencia que en Colombia no se ha logrado consolidar un crecimiento económico importante, ni ha conseguido posicionarse como un país desarrollado con los sectores económicos actuales, (sector industrial, sector agrícola, etc.) por ello entonces con la gran cantidad de recursos naturales, paisajes y sitios de interés cultural, gastronomía, entre muchas otras cosas el turismo es un sector que se puede explotar y porque no generar ese crecimiento económico y ser el causante de que Colombia sea un país desarrollado.

## 1. TÍTULO

Análisis del mercado del sector turismo en la provincia de Soacha municipio de Sibaté en el año 2017

## 2. AREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

Económica y competitividad de las empresas

### 2.2 LÍNEA

Crecimiento y desarrollo económico regional

## 3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuál es la incidencia del turismo en el desarrollo económico de la Provincia de Soacha en el año 2017?

## 4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es un sector económico importante para el país, sin embargo en el momento no está generando bienestar social a los departamentos, provincias, municipios, entre otras entidades territoriales, por tal motivo los datos económicos de la demanda en el sector del turismo, deben ser claros así como objetivos, pero lo más importante de estas estadísticas es que correspondan a la realidad económica actual.



## 5. OJETIVOS

### 5.2 OBJETIVO GENERAL

Determinar el mercado del sector turismo de la provincia de Soacha.

### 5.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la demanda de los sitios turísticos de la provincia de Soacha.
- Analizar la demanda turística de la provincia de Soacha.
- Establecer la capacidad instalada de servicios de alojamiento y alimentación para la permanencia del turista en la provincia de Soacha.
- Graficar la información turística recolectada a través de encuestas en el municipio de Sibaté.

## 6. JUSTIFICACIÓN

El turismo es una actividad importante en el desarrollo económico del país, sin embargo es un ejercicio en muchos casos no regulado, ni tecnificada, tampoco cuenta con el apoyo de las entidades municipales, departamentales y nacionales que incentiven el desarrollo del mismo. Por ello es importante identificar las falencias que existen en este sector en las provincias así como municipios del país para ayudar al crecimiento del sector.

Para identificar y solucionar la problemática planteada anteriormente se realizará un trabajo de campo a través de encuestas a los turistas en el municipio de Sibaté, con la tabulación realizada de las mismas e información recolectada a los habitantes y en las entidades municipales de Sibaté se procederá a realizar un diagnóstico del sector turístico en la provincia de Soacha, analizando tanto ventajas como desventajas. Lo cual es importante para lograr cumplir los objetivos planteados.

Cumpliendo a cabalidad esta estrategia en la provincia de Soacha se logrará un desarrollo económico, con la generación de mayor empleo y más inversión en el turismo haciendo que la provincia sea uno de los principales destinos turísticos del departamento de Cundinamarca.

## 7. MARCOS DE REFERENCIA

### 7.1 MARCO DE ANTECEDENTES

→ Rosa Lila Cerda Ampié y Manuel Leguizamón “ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA URBANA EN COLOMBIA. Universidad Externado de Colombia.”. La actividad turística en el contexto de este artículo se refiere a un producto o servicio de destino de bienes privados y públicos, cuya decisión para su uso eficiente requiere de la organización del mercado y de la disponibilidad a pagar y de las preferencias del consumidor por el uso de este bien o servicio. La base de información está referida a datos de la Encuesta de Turismo a Hogares realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) para siete ciudades principales<sup>1</sup>.

Para el estudio del comportamiento de la demanda turística se analizan variables de edad, género, actividad económica e ingresos, porque se considera que éstas inciden en la disponibilidad de pago por los tipos y productos turísticos que se ofrecen en el mercado.

Los supuestos principales del estudio son: el jefe de hogar toma las decisiones para realizar el viaje, por tanto es la unidad estadística de análisis; los costos por viaje no necesariamente dependen de la duración del viaje, sino de la disponibilidad a pagar por el mismo y de las preferencias del turista; se pueden definir precios implícitos de las características estimadas para cada destino (localización) y número de viajes dándoles un peso relativo; las decisiones relacionadas con la calidad que proporciona un viaje turístico son simultáneas con el destino y con la cantidad de viajes que se realizarán al año. Entre los aspectos que se analizaron están los motivos principales para el viaje, el promedio de noches pernoctadas por los viajeros, el promedio de desplazamientos de los habitantes de las principales urbes a las localidades próximas, la distribución del gasto turístico, las preferencias de los viajeros por época, productos turísticos y destino según la oferta nacional e internacional.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Rosa Lila Cerda Ampié y Manuel Leguizamón “ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA URBANA EN COLOMBIA

<sup>2</sup> Análisis del comportamiento de la demanda turística urbana de Colombia  
Rosa Lila Cerda Ampié, Manuel Leguizamón

Los resultados de la modelación indican que en la elección del viaje tienen un alto grado de significancia el perfil del turista jefe de hogar, su poder adquisitivo por encontrarse empleado y el rol de la estructura familiar. Otro aporte significativo de esta investigación fue la construcción de una “canasta de servicios turísticos” a partir de los resultados de la mencionada Encuesta de Turismo a Hogares. En efecto, con base en los consumos y pagos que realizan los colombianos con motivo de sus desplazamientos se estructuró una “canasta” de servicios turísticos. La canasta de servicios turísticos, se constituyó a partir de la estructura del gasto que realizan los viajeros nacionales. En efecto, al analizar la composición del gasto según los consumos realizados por los residentes colombianos cuando viajan, se pudo establecer la distribución de los pagos realizados por: alojamiento, transporte, alimentos y bebidas, recreación, compra de *souvenirs*, cultura y otros. Si este análisis se mantuviera en el tiempo, la industria turística nacional tendría una herramienta de medición para valorar su impacto y evolución en el marco de la economía nacional.

→ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo de promoción turística de Colombia “ESTRATEGIA DE TURISMO PARA COLOMBIA.”

A continuación el estudio desarrollado por las entidades gubernamentales enseña el tamaño y la importancia del turismo en Colombia.

- El Turismo representa 9% del PIB mundial y se espera que crezca más que la economía mundial al 2020. En contraste, en Colombia el turismo pesa cerca del 3% frente 6,2% de la región. La demanda por turismo aumenta en los países en la medida que aumenta su ingreso per cápita<sup>3</sup>.
- En la mayoría de países, los ingresos por turismo doméstico son mayores (59%). Norte América, Asia y Europa son los mercados más grandes. Sin embargo, las regiones con países emergentes como Medio Oriente, América Latina y África ostentan el mayor crecimiento desde 2000.
- El turismo es un sector generador de bienestar por el impacto en empleo directo e indirecto que genera. Existe una correlación entre valor agregado y empleo generado por el turismo.<sup>4</sup>
- El turismo es un sector muy amplio en el mundo, compuesto por diversas industrias, las cuales sobresalen por su tamaño e intensidad de capital humano. A su vez, el sector se descompone en segmentos-productos masivos, de nichos y negocios. La principal razón de turismo sigue siendo

---

<sup>3</sup> Diagnóstico, visión y estrategias del sector de turismo a nivel nacional y regional” Ministerio de Comercio Industria y Cultura

<sup>4</sup> Estrategia del Turismo para Colombia- Fontur

recreacional, sin embargo en Colombia casi una tercera parte continua siendo de negocios.<sup>5</sup>

La investigación del ministerio indica cuales son las características del sector Turismo para el país: El turismo es un sector con demanda estacional y sujeto a una volatilidades por choques externos como p.ej. seguridad, eventos económicos o desastres naturales.<sup>6</sup>

- El sector turismo es intensivo en capital y trabajo, p. ej. 52% de costos totales de un hotel 5 estrellas son mano de obra. Debido a esto, los gobiernos otorgan incentivos y establecen reglas de juego claras para fomentar grandes inversiones que son necesarias para los desarrollos turísticos<sup>7</sup>.
- Los precios son un componente fundamental para el turismo dado que se trata de un producto perecedero.<sup>8</sup>
- Los distintos emprendimientos del sector turismo otorgan resultados mixtos a los inversionistas luego de haber realizado inversiones cuantiosas. Por esta razón, el gobierno debe generar incentivos extra para atraer la inversión extranjera. Estos beneficios pueden incluir desde reducciones en impuestos, pasando por apoyos a la instalación, hasta el desarrollo de Zonas Económicas Especiales.<sup>9</sup>

## 7.2 MARCO TEORICO

El ámbito teórico de la presente investigación toma como base las diferentes teorías económicas y su aplicación práctica en las regiones y específicamente al sub-sector del turismo. Por tal razón a continuación se enuncian las principales teorías económicas:

Escuela Clásica: Son los padres de lo que se denomina actualmente el capitalismo. Los pensadores de dicha teoría son Adam Smith, David Ricardo y Thomas Malthus. Ellos desarrollan las tesis de los fisiócratas

Adam Smith en su libro la Riqueza de las Naciones publicado en el año de 1776 donde fundamenta las características de la economía clásica basadas en el dejar hacer pasar y su teoría de la mano invisible del mercado. “Desde su primera fecha de publicación, La riqueza de las naciones tuvo una excelente acogida y a

---

<sup>5</sup> “Diagnóstico, visión y estrategias del sector de turismo a nivel nacional y regional” Ministerio de Comercio Industria y Cultura

<sup>6</sup> Estrategia del Turismo para Colombia- Fontur

<sup>7</sup> Estrategia del Turismo para Colombia- Fontur

<sup>8</sup> Estrategia del Turismo para Colombia- Fontur

<sup>9</sup> “Diagnóstico, visión y estrategias del sector de turismo a nivel nacional y regional” Ministerio de Comercio Industria y Cultura

Adam Smith le permitió transformarse en una autoridad indiscutida sobre materias económicas. Uno de los méritos destacados de este libro fue combinar una teoría de la naturaleza humana con observaciones prácticas de la vida económica.

Smith<sup>10</sup> enriqueció la economía con un nuevo supuesto: en materia económica, el ser humano se mueve principalmente por su interés individual antes que por el bien de los demás. En uno de sus pasajes más conocidos, Adam Smith explica esta teoría al señalar que el pan no lo obtenemos en el mercado por la benevolencia del panadero, ni la carne por la benevolencia del carnicero, sino porque éstos buscan una ganancia monetaria. Este hecho se repite, según él, en todas las esferas del ámbito económico. Sin embargo, no implica que las personas se muevan siempre egoístamente. A su juicio, el interés propio se ciñe de manera exclusiva al ámbito económico, pero en otros aspectos de la vida es perfectamente posible -y es incluso un deber moral- ser generoso.”

“Para Adam Smith la División del trabajo es la principal fuente de Crecimiento y Desarrollo de un país. Esto es posible debido a que aumenta la habilidad del trabajador al dedicarse a un número pequeño de operaciones. Su postulado lo ejemplifica con una fábrica de alfileres (y lo hace porque existía una fábrica de alfileres muy cerca de la casa donde vivía cuando era niño). Si un alfiler fuera hecho íntegramente por un trabajador, este hombre se demoraría mucho en estirar el alambre, luego en cortarlo, luego en afilar la punta para finalmente ponerle una cabeza. Es decir, si diez personas realizan aisladamente alfileres, podrían hacer sólo unos cuantos por persona; en cambio, si trabajando juntos cada trabajador se especializa en una parte del proceso (sólo uno corta, el otro estira el alambre, el otro pega la cabeza, etc.), al final del día se tendría una producción muchísimo mayor. Ésta es la clave del Crecimiento Económico.<sup>11</sup>

No obstante, a pesar de los grandes beneficios que le genera a un país la División del Trabajo, Adam Smith considera que esta división es la causa principal de que un grupo importante de la población se idiotice, al tener que realizar labores muy mecánicas. Aquí radica la importancia que le da este autor a que el Estado incentive la educación y la religión como una forma de mitigar este mal causado. Este último punto refleja bien la personalidad de Adam Smith como un liberal moderado; si bien a priori era contrario a la intervención de la autoridad en materia económica, siempre estuvo dispuesto a incluir excepciones a sus reglas generales.”<sup>12</sup>

“Keynes fue el economista que popularizó la idea de que el consumo es el motor de la economía. Según Keynes, el ingreso total de la economía es la sumatoria de

---

<sup>10</sup>

<sup>11</sup> Pensamiento económico de Adam Smith

<sup>12</sup> Adam\_Smith\_Pensamiento\_economico

la “inversión” y el “consumo”. De acuerdo con esta premisa, la “inversión” depende de la iniciativa privada, mientras que el “consumo”, de los consumidores y del Gobierno. Para Keynes, las crisis surgen cuando los inversionistas bajan su nivel de inversión, lo cual lleva a un aumento en el desempleo y como resultado el nivel de consumo disminuye. Dicha disminución del consumo lleva a una consecuente disminución del ingreso y a más desempleo. Para frenar dicho círculo vicioso, o en otras palabras para sacar a la economía de crisis, el Gobierno debe ser un participante activo en la economía del país, estabilizando el consumo a través del gasto público.<sup>13</sup>

Para Keynes, no es esencial la forma en que el Gobierno intervenga, siempre y cuando lo haga con rapidez. En su libro, Keynes menciona que el Gobierno puede utilizar minas abandonadas, enterrar billetes y luego tapar las minas con tierra. Luego el Gobierno puede dejar que empresas e individuos excaven la mina, tomen el dinero y con eso disminuye el desempleo y aumenta el ingreso. La recomendación de Keynes es construir cosas útiles como carreteras, puentes o casas, pero si existen impedimentos para esto, el Gobierno también puede lanzar dinero desde un helicóptero para que la gente tenga más ingresos y pueda consumir más.

En las raíces del pensamiento keynesiano existe una desconfianza fundamental del sistema capitalista, y aunque él se llamaba a sí mismo un capitalista, su pensamiento no confía en el proceso más fundamental del capitalismo, el sistema de precios. Antes de Keynes, los economistas argumentaban que los desequilibrios en la economía se corregían por medio de ajustes en el sistema de precios, sin necesidad de intervención estatal. Sin embargo, desde Keynes ha existido un debate incesable entre economistas sobre las causas de las crisis económicas y su remedio. Por ejemplo, en oposición a Keynes se encuentra la Escuela de Chicago —con su líder Milton Friedman— y la Escuela Austriaca —con Ludwig von Mises y Friedrich Hayek como máximos representantes—. Incluso, los argumentos de los economistas clásicos, como Adam Smith y David Ricardo, pueden interpretarse en oposición al pensamiento de Keynes. Y mientras el debate en círculos académicos continúa, en la esfera de la política pública Keynes tiene mayor influencia. En la crisis crediticia del 2007-2008 vemos la influencia del pensamiento de Keynes en las acciones de los gobiernos a través del mundo. Estados Unidos, Inglaterra, Francia, Alemania, Brasil, China y muchos otros países decidieron que la mejor respuesta ante la crisis era que el Gobierno incrementara el gasto público para estabilizar la economía. Y aunque es imposible medir la eficacia de dichas políticas, ya que en la economía el Gobierno solo es un participante entre muchos, los que

---

<sup>13</sup> Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero. Keynes

critican a Keynes dicen que las políticas no tuvieron el efecto esperado y los que lo defienden argumentan que la crisis hubiera sido peor si el Gobierno no hubiera intervenido.<sup>14</sup>

En materia de teoría económica, aún existe mucho por hacer. Economistas con premios Nobel tienen diferente opinión sobre los principios más básicos de la materia y asesores económicos dan consejos completamente opuestos en situaciones de crisis. En mi opinión, el pensamiento de Keynes tiene errores fundamentales y su aplicación en la crisis causó más daño que beneficio. Sin embargo, es importante entender su filosofía y la de sus seguidores para poder participar en esta intensa lucha de ideas.”<sup>15</sup>

### 7.3 MARCO CONCEPTUAL

Los conceptos utilizados en el estudio investigativo son los siguientes:

**Demanda:** la demanda es la suma de las compras de bienes y servicios que realiza un cierto grupo social en un momento determinado. Puede hablarse de demanda individual (cuando involucra a un consumidor) o demanda total (con la participación de todos los consumidores de un mercado). (SAMUELSON, 2008)

**Destino turístico:** lugar o sitio hacia el cual se dirigen los visitantes, siendo motivados por algún atractivo u objetivo principal. (BULL, 1994).

**Espacio turístico:** lugar o zona determinada donde se asienta la oferta turística y hacia el que fluye la demanda de la misma. (BOULLÓN, 1990)

**Oferta:** la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. (ROSSETTI, 2007)

**Turismo:** Es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto que dichos desplazamientos y permanencias no estén motivados por una actividad lucrativa. (FERNANDEZ FUSTER, 1985)

**Turismo Interno:** Es el que realiza el residente del país dado siempre que viaje únicamente dentro de ese mismo país. (FAYOS, 2000)

---

<sup>14</sup> Teoría general de la ocupación, el interés y el dinero. Keynes

<sup>15</sup> <https://www.plazapublica.com.gt/content/el-pensamiento-de-keynes>



Turismo Nacional: Es el comprendido por el turismo interno. (ALVAREZ, 1998)

Visitantes: Este término representa el concepto básico para el sistema general de estadísticas y comprende, todos los tipos de viajeros por motivo de turismo. Un visitante es toda persona que viaja por un periodo no superior a doce (12) meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunera en el país visitado. (BULL, 1994)

Visitantes de día (Excursionista): Un visitante que no pernocta en un medio de alojamiento colectivo privado del país visitado. Esta definición incluyen a los pasajeros en cruceros, que son las personas que llegan a un país a bordo de un buque de crucero y que vuelven cada noche a bordo de su buque para pernoctar, aunque este permanezca en el puerto durante varios días. (ESPAÑOLA, 2016)

Turista: Visitante que permanece una por lo menos de un medio de alojamiento colectivo o privado en el país visitado. (BOULLÓN, 1990)

Visitantes Internacionales: Designa a toda persona que viaja por un periodo no superior a (12) doce meses, a un país distinto de aquel en el que tiene su residencia, pero fuera del entorno habitual, y cuyo motivo principal no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (FERNANDEZ FUSTER, 1985)

Visitantes Internos: Es toda persona que reside en un país y que viaja, por una duración no menor a 12 meses a un lugar dentro del país, pero distinto al de su entorno habitual y cuyo motivo principal no es ejercer una actividad remunerada en el lugar visitado. (FAYOS, 2000)

#### 7.4 MARCO GEOGRÁFICO

La provincia de Soacha se compone de (2) dos municipios Sibate y Soacha. En la presente investigación nos atañe el municipio de Sibaté, por tanto a continuación se presenta los datos del municipio y un mapa del mismo. Tabla 1 marco Geográfico

Departamento:	Cundinamarca
Provincia:	Soacha
Poblacion (DANE):	38.412 Habitantes
% rural:	77% (29.503)
% urbana:	23% (8.909)
Temperatura promedio:	14° C
Extencion total:	12.560 Hectareas
Area rural:	10.870 Hectareas
Area dedicada a la produccion agricola:	1.100 Hectareas
Sistema de produccion:	(Papa-Fresa-Arveja)
Altitud de la cabecera municipal:	2.700(msnm)
Distancia de referencia:	27 km de Bogota D.C

Información recopilada del censo DANE 2005 y recopilada en tabla realizada por autor

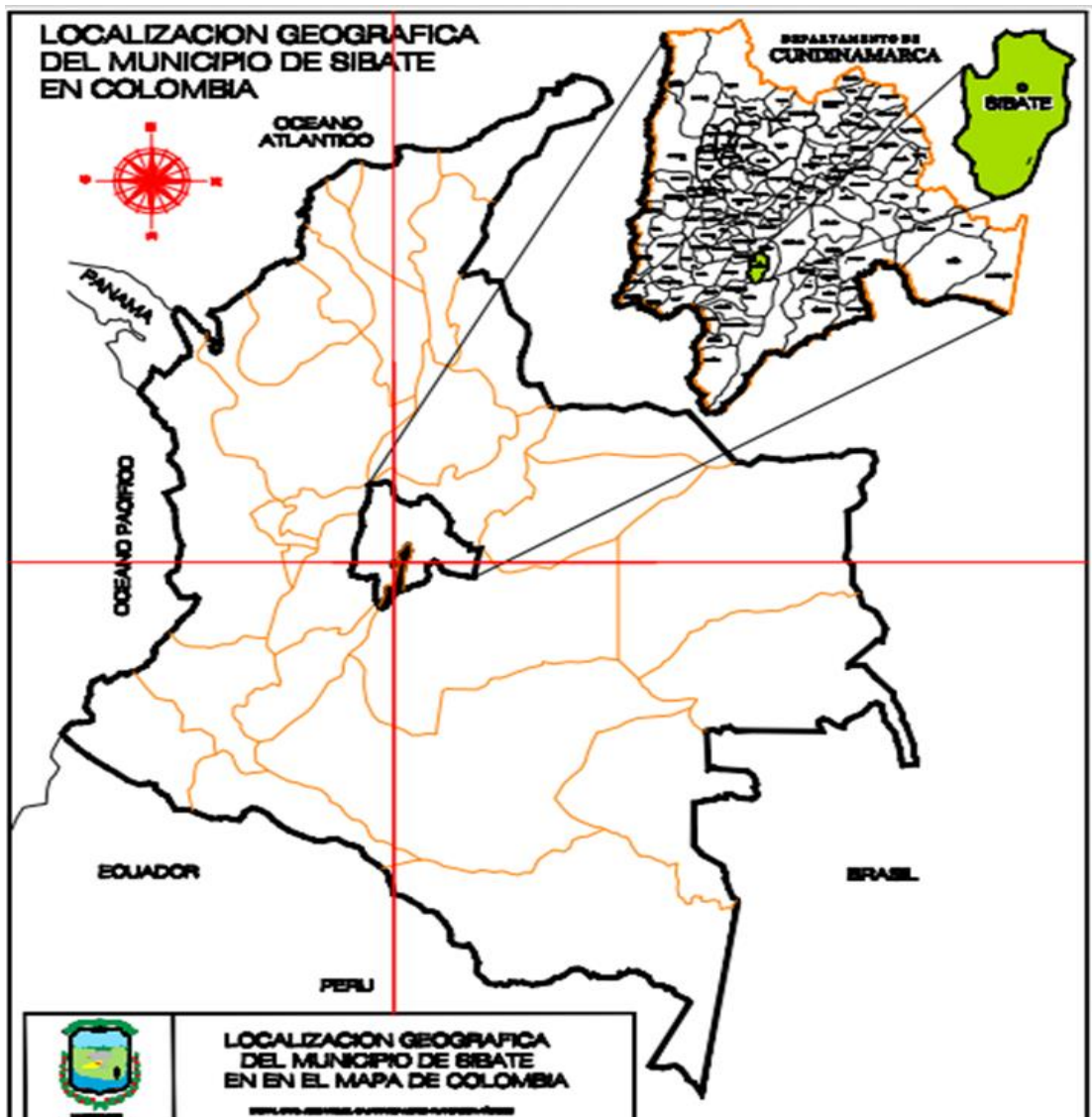


Ilustración 1 Localización del municipio de Sibaté geográficamente en Colombia

## 7.5 MARCO HISTÓRICO

Sibaté significa en lenguaje Chibcha "Derrame de la Laguna" según Miguel Triana. Este nombre lo encontramos en 1615, dado a la tierra que allí poseía el cura Gonzalo García Zorro, de la iglesia de Santa Fe, en el pleito contra Diego Martín de Corral. En octubre de 1627 era dueño de varias estaciones el canónigo Juan de Bonilla y este a su vez la traspaso a Adrián de Villalobos en 1665. Dicho canónigo había heredado del cura Gonzalo García Zorro. En 1657 fue dueño de varias estaciones o predios en el Valle de Sibaté don Bartolomé Rodríguez, uno de sus tantos vecinos por entonces. (ALCALDIA SIBATE, 2014)

Según la alcaldía de Sibate la consolidación del municipio tuvo lugar a comienzos del siglo XX con la llegada del Ferrocarril del Sur vía que terminaba en el Alto de San Miguel y la construcción de la estación Santa Isabel, edificación donde actualmente funciona la Alcaldía Municipal. Esta obra fue contratada por el

Departamento de Cundinamarca con el ingeniero Carlos Tonco Samper. (ALCALDIA SIBATE, 2014)

También relatan que durante esta época se construyó una casa grande nombrada el "Hotel", luego la "Quinta Samper", primeras construcciones de firme arquitectura, pues el caserío hasta entonces era de bahareque, material en el cual eran fabricadas antiguamente.

Pero un el poblado fue adquiriendo mayor renombre alrededor del año 1919, cuando se puso en funcionamiento un asilo para personas con problemas psicológicos y mentales, cuya construcción fue dispuesta por el artículo 4 de la ordenanza 48 de dicho año según lo describe la alcaldía municipal en su sitio web. (ALCALDIA SIBATE, 2014)

Sus edificaciones fueron hechas por la beneficencia de Cundinamarca en los terrenos donados por sus benefactores como el caso de don Francisco Flores. A partir de entonces, sucesivamente se construyeron asilos, hospitales, ancianatos, casas de refugio, colonia de mendigos y clínicas psiquiátricas. Hacia 1940 se suspendió el servicio férreo, los rieles fueron retirados entre Chusacá y San Miguel, para aprovechar la depresión de terreno comprendido entre Chusacá y Sibate a fin de construir una represa sobre el cauce del Río Muña, constituyéndose en la Primera Represa de la Sabana, con destino a la generación de energía eléctrica; como consecuencia se inundó la antigua vía férrea, incluyendo el caserío de la Unión, primer intento de área urbana en el territorio. (SIBATE A. , 2014)

## 7.6 MARCO LEGAL

- Ley 300 de 1996, Congreso de la República, del 30 de julio de 1996. El turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.
- Ley 1101 de 2006 Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 – Ley General de Turismo y se dictan otras disposiciones.
- Ley 1429 de 2010 Por la cual se expide la Ley de Formalización y Generación de Empleo.
- Ley 1558 de 2012 Por la cual se modifica la Ley 300 de 1996 –Ley General de Turismo, la Ley 1101 de 2006 y se dictan otras disposiciones.
- DECRETO 504 DE 1997(Febrero 28) Por el cual se reglamenta el Registro Nacional de Turismo de que tratan los artículos 61 y 62 de la Ley 300 de 1996.
- Decreto 1075 de 1997 Por el cual se señala el procedimiento para la imposición de sanciones a los prestadores de servicios turísticos.

- Decreto 2183 de 2013 Por el cual se regula la elaboración y registro de las estadísticas relacionadas con el sector turístico y se dictan otras disposiciones.
- Resolución 135 de 2016 Por la cual se dicta el Código de Ética de la Profesión de Guionaje o Guianza Turística y se deroga la Resolución N° 221 del 8 de abril de 1999
- Plan de desarrollo municipal 2012-2016 “todos de la mano transformamos a Sibate”
- Acuerdo municipal N° 15 de 2010 Política Municipal de Turismo en el Municipio de Sibate Cundinamarca
- PLAN SECTORIAL DE TURISMO “TURISMO PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA PAZ” 2014-2018 De acuerdo con lo anterior y según lo dispuesto en el Artículo 7 del Decreto 2785 de 2006, corresponde al Ministerio de Comercio, Industria y Turismo “coordinar la elaboración del Plan Sectorial de Turismo, de acuerdo con los artículos 1, 2, 16, 29, 30 y 33 de la Ley 300 de 1996 y demás normas que la modifiquen.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2014 – 2018 DNP

## 8. DISEÑO METODOLÓGICO

### 8.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

El presente proceso investigativo propuesto, se caracteriza por ser una investigación aplicada de campo, con base en encuestas y entrevistas, cuya información será tanto cualitativa como cuantitativa, donde de forma descriptiva, explicativa y prospectiva se abarcaran una serie de hechos, para lograr alcanzar cada uno de los objetivos específicos, por consiguiente los hechos u observaciones, serán analizados para encontrar las razones o causas que fundamenten los diversos argumentos de la investigación.

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

### 8.2 POBLACION

Esta se determinará a través de estadísticas generadas por el método de observación planteado previamente, principalmente los fines de semana, porque son los días en que se presenta mayor afluencia de turistas. Por consiguiente se establecerá allí una población relativa para la muestra del número de turistas que visitan el municipio.

- Muestra
- Se utilizará la fórmula muestra para poblaciones finitas.
- Error de confianza del 5%
- Nivel de confianza del 95%
- La muestra será de 88 turistas que visitan el municipio de Sibaté
  
- Demanda de Variables Sociales
- Información socioeconómica del turista
- Departamento de procedencia
- Aspectos positivos del municipio de Sibaté

- Aspectos negativos del municipio de Sibaté
- Demanda de Variables económicas
- Gastos de transporte, ocio y entretenimiento, alojamiento.
- Servicios que ofrece el municipio de Sibaté. La población se establece empleando la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, tomando para este caso 2.200 turistas que visitan el Municipio Sibaté

**Matriz de Tamaños Muestrales para diversos márgenes de error y niveles de confianza, al estimar una proporción en poblaciones Finitas**

<b>N</b> [tamaño del universo]	<b>2.200</b>	<b>← Escriba aquí el tamaño del universo</b>
<b>p</b> [probabilidad de ocurrencia]	<b>0,5</b>	<b>← Escriba aquí el valor de p</b>

Nivel de Confianza (alfa)	1-alfa/2	z (1-alfa/2)
90%	0,05	1,64
95%	0,025	1,96
97%	0,015	2,17
99%	0,005	2,58

**Fórmula empleada**

$$n = \frac{n_o}{1 + \frac{n_o}{N}} \quad \text{donde:} \quad n_o = p^*(1-p)^* \left( \frac{z (1 - \frac{\alpha}{2})}{d} \right)^2$$

Matriz de Tamaños muestrales para un universo de 2200 con una p de 0,5										
Nivel de Confianza	d [error máximo de estimación]									
	10,0%	9,0%	8,0%	7,0%	6,0%	5,0%	4,0%	3,0%	2,0%	1,0%
90%	65	80	100	129	172	240	353	558	953	1.658
95%	92	113	140	180	238	327	472	719	1.148	1.790
97%	112	136	170	217	285	388	551	820	1.259	1.854
99%	155	188	233	294	382	511	706	1.005	1.439	1.943

Ilustración 2 Formula Muestral<sup>17</sup>

### 8.3 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

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

El método inductivo en esta investigación permitirá, desde las entrevistas y encuestas personales, lograr generalizar comportamientos o aptitudes entre los actores de la actividad <sup>18</sup>

### 8.4 TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Inicialmente se acudió a las técnicas que permitan formar una idea sólida del estudio de la investigación que se está planteando, de allí la necesidad de utilizar la técnica de:

- ✓ Revisión bibliográfica
- ✓ Análisis de documentos históricos

<sup>17</sup> Fuente: Universidad Nacional de Colombia

<sup>18</sup> MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA QUALITATIVE RESEARCH METHODS Jorge Martínez Rodríguez

- ✓ Análisis de archivos

Luego se recurrirá a técnicas directas como:

- ✓ Entrevistas directas o por teléfono a especialistas y/o autoridades del sector turismo y gastronómico, que proporcionen experiencias e ideas sobre nuestro tema, a través de un cuestionario previamente estructurado que se utilizará para todas las entrevistas.
- ✓ Análisis de encuestas y en ambas se utilizará la técnica de muestreo, en cuya muestra seleccionada estarán: nombre establecimiento, servicios, valor de cada servicio, ubicación, gastronomía: platos principales, hoteles, restaurantes de diferentes categorías, agencias de viaje de diferentes niveles, así como instituciones y autoridades gubernamentales de este sector.

## 8.5 PRESENTACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Se utilizarán técnicas estadísticas en donde se elaborará tablas, gráficos (Excel) que muestren los resultados cuantitativos de la investigación, para proceder a interpretar y analizar dicha información desde la óptica cualitativa, con base a la filosofía del marco teórico, las disposiciones legales vigentes así como también la necesidad vivida por el universo de la población encuestada, dando lugar finalmente a una identificación formal de la DOFA (Debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas) que tiene el sector turística con sus correspondientes beneficios económicos que da a la provincia de Soacha. (FERRER, 2010)

Demanda de turistas: Esta se determina a través de estadísticas generadas por las empresas transportadoras y por un modelo de observación de migrantes turísticos en los fines de semana.

## 9. RECURSOS

### 9.1 RECURSOS HUMANOS

Tabla 2 Recursos Humanos<sup>19</sup>

GASTOS POR SERVICIOS PERSONALES	
HONORARIOS DE TUTOR	\$ 400.000,00
HONORARIOS DE INVESTIGADORES (ESTUDIANTES)	\$ 1.000.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.400.000,00</b>

### 9.2 RECURSOS MATERIALES

Tabla 3 Recursos Materiales<sup>20</sup>

GASTOS POR RECURSOS MATERIALES	
TRANSPORTE	\$ 200.000,00
IMPRESIONES	\$ 150.000,00
ÚTILES Y PAPELERIA	\$ 90.000,00
FOTOCOPIAS	\$ 50.000,00
INTERNET	\$ 100.000,00
IMPREVISTOS	\$ 200.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 790.000,00</b>

### 9.3 RECURSOS TECNICOS

Tabla 4 Recursos Técnicos<sup>21</sup>

RECURSOS TECNICOS	
COMPUTADOR	\$ 750.000,00
CELULAR	\$ 600.000,00
IMPRESORA	\$ 250.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.600.000,00</b>

Tablas y presupuestos realizados por autor

---

<sup>19</sup>Elaborada por autor

<sup>20</sup> Elaborada por autor

<sup>21</sup> Elaborada por autor



## 10.RESULTADOS

A continuación se muestran cada uno de los ítems encuestados con sus respectivos resultados

- País de nacimiento

Tabla 5 País de Nacimiento<sup>22</sup>

PAIS DE NACIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE		
COLOMBIA	88	100%		



Grafica 1 País de Nacimiento

En esta grafica se puede evidenciar que todos los turistas del municipio de Sibaté son colombianos, por lo tanto se muestra la ausencia de extranjeros.

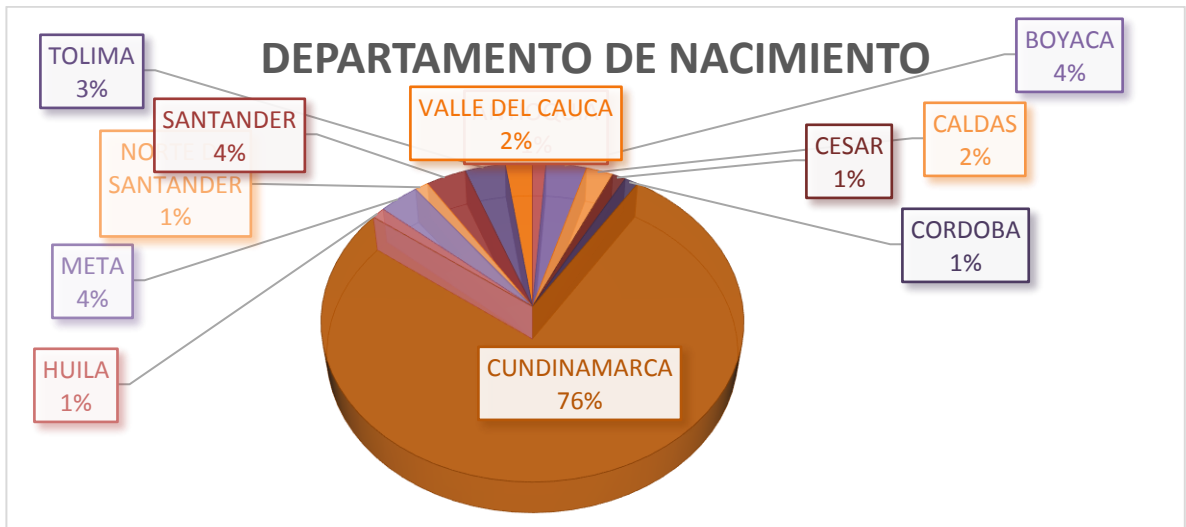
- Departamento de nacimiento

Tabla 6 Departamento de Nacimiento<sup>23</sup>

DEPARTAMENTO DE NACIEMIENTO			ANTIOQUIA	BOYACA	CALDAS	CESAR	CORDOBA
PORCENTAJE			1,14%	3,41%	2,27%	1,14%	1,14%
CUNDINAMARCA	HUILA	META	NORTE DE SANTANDER		SANTANDER	TOLIMA	VALLE DEL CAUCA
76,14%	1,14%	3,41%	1,14%		3,41%	3,41%	2,27%

<sup>22</sup> Elaborada por autor

<sup>23</sup> Elaborada por autor



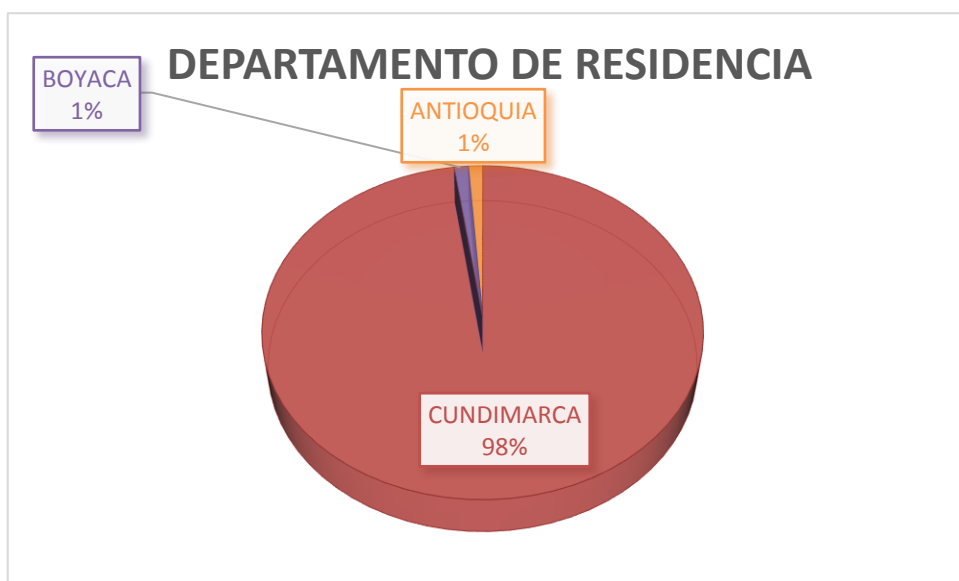
Grafica 2 Departamento de Nacimiento

En esta grafica se observa que en un 76% los visitantes del municipio de Sibaté son del municipio de Cundinamarca, demostrando que las personas que visitan el municipio vienen de municipios aledaños.

- Departamento de residencia

Tabla 7 Departamento de Residencia<sup>24</sup>

DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
CUNDIMARCA	86	98%
BOYACA	1	1%
ANTIOQUIA	1	1%



Grafica 3 Departamento de Residencia

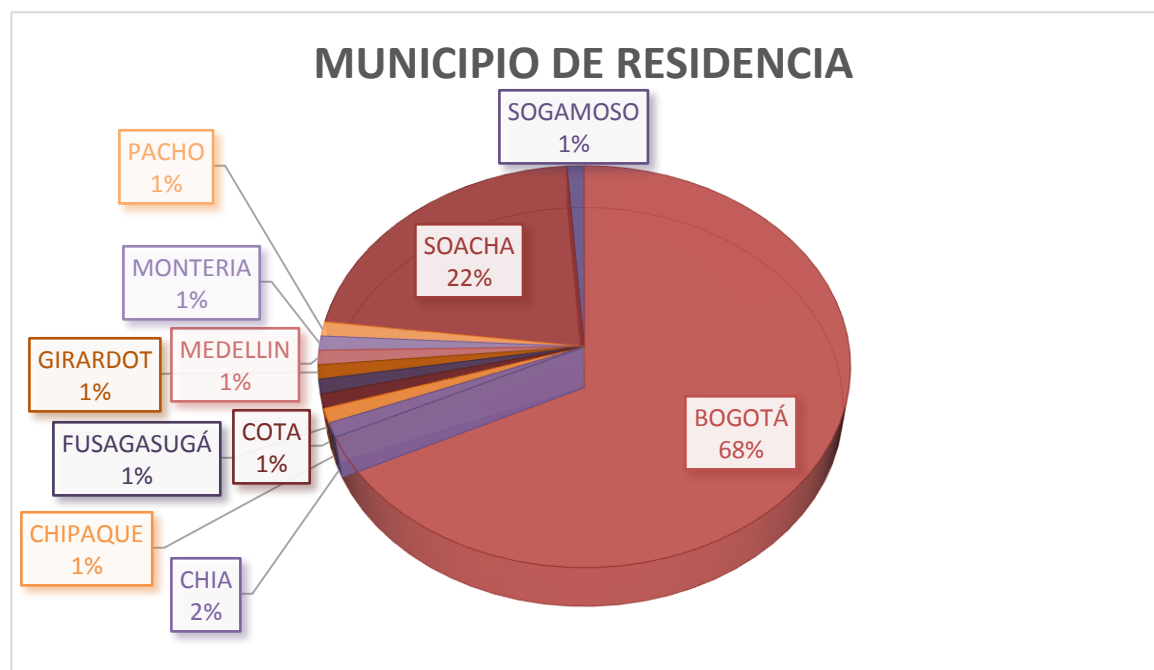
<sup>24</sup> Elaborada por autor

En esta grafica se evidencia que los turistas que acuden al municipio de Sibaté son en un 98% viven en municipios del departamento de Cundinamarca cercanos al municipio de Sibaté

- Municipio de residencia

Tabla 8 Municipio de Residencia<sup>25</sup>

MUNICIPIO DE RESIDENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BOGOTÁ	59	67%
CHIA	1	1%
CHIPAQUE	1	1%
COTA	1	1%
FUSAGASUGÁ	1	1%
GIRARDOT	1	1%
MEDELLIN	1	1%
MONTERIA	1	1%
PACHO	1	1%
SOACHA	19	22%
SOGAMOSO	1	1%



Grafica 4 Municipio de Residencia

En la presente grafica se puede constatar que en un 68% de personas que visitan el municipio de Sibaté son provenientes de la ciudad de Bogotá dado que es una de

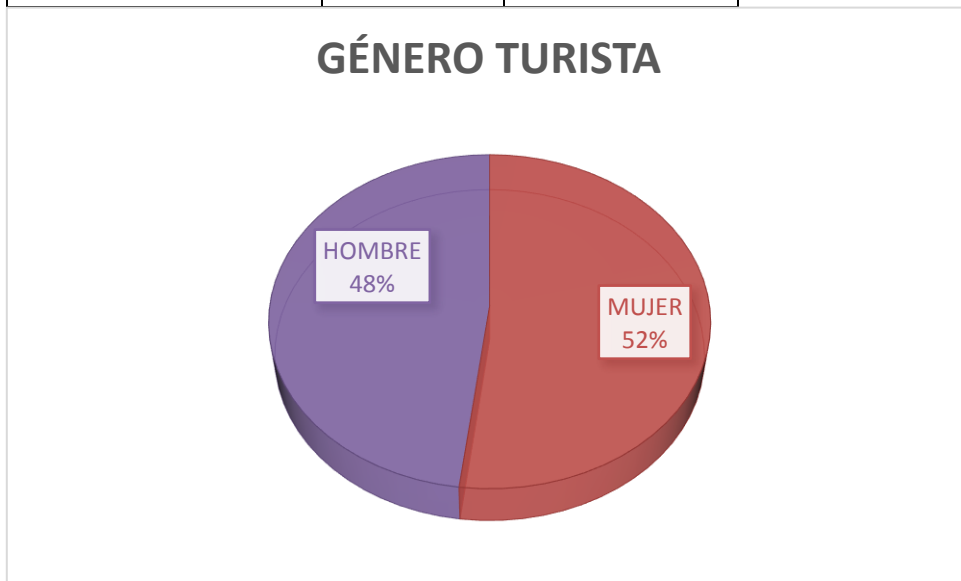
<sup>25</sup> Elaborada por autor

las ciudades más cercanas al municipio, seguido del municipio de Soacha con un 22% de visitantes al municipio.

- Genero del turista

Tabla 9 Genero del turista<sup>26</sup>

GENERO DE TURISTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
MUJER	46	52%
HOMBRE	42	48%



Grafica 5 Genero Turista

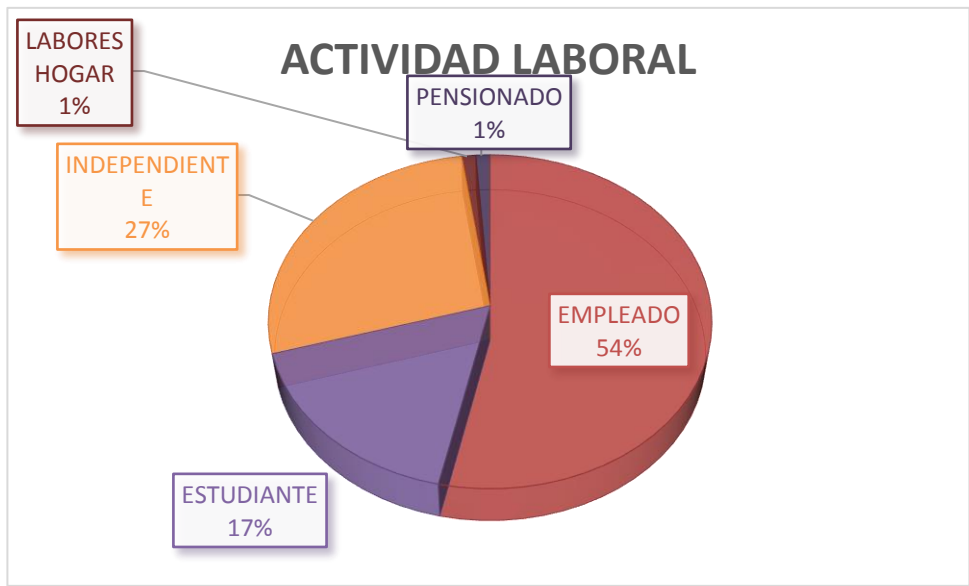
Esta grafica demuestra que la cantidad de turistas tanto hombres como mujeres es muy equitativa.

- Actividad laboral

Tabla 10 Actividad Laboral

ACTIVIDAD LABORAL	CANTIDAD	PORCENTAJE
EMPLEADO	47	54%
ESTUDIANTE	15	17%
INDEPENDIENTE	24	27%
LABORES HOGAR	1	1%
PENSIONADO	1	1%

<sup>26</sup> Elaborada por autor



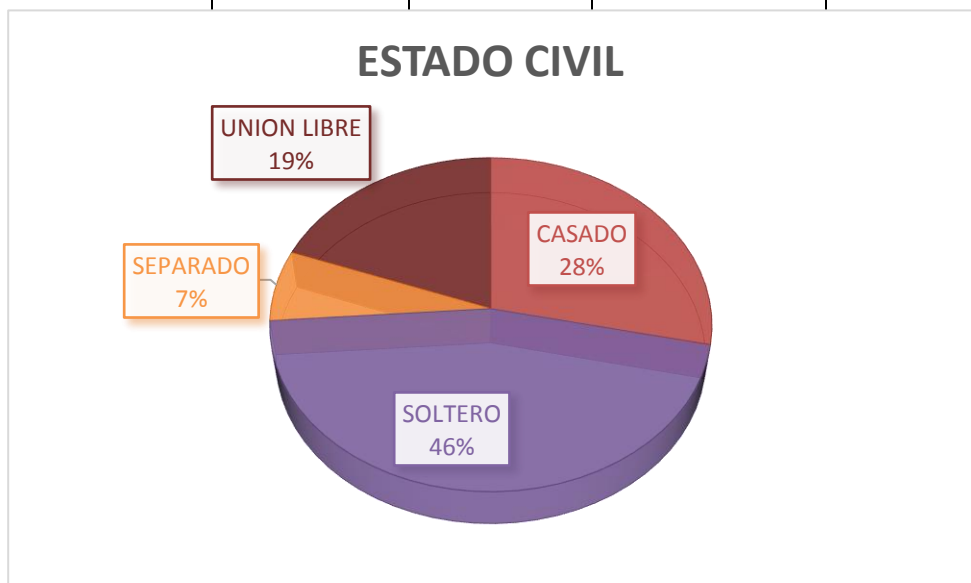
Grafica 6 Actividad Laboral

En la presente grafica se evidencia que la gran mayoría de turistas que visitan el municipio de Sibaté su actividad laboral es de empleado con un porcentaje de 54% seguido de trabajadores independientes con un 27%, es importante resaltar la falta de interés sobre todo de los pensionados por visitar el municipio.

- Estado civil

Tabla 11 Estado Civil<sup>27</sup>

ESTADO CIVIL	CANTIDAD	PORCENTAJE
CASADO	25	28%
SOLTERO	40	46%
SEPARADO	6	7%
UNION LIBRE	17	19%



Grafica 7 Estado Civil

<sup>27</sup> Elaborada por autor

En esta grafica se puede observar que en un 46 % los turistas que visitan el municipio de Sibate son solteros por su facilidad de tiempo y desplazamiento, seguido de un 28 % que contestaron ser casados y viajar con su familia.

- Número de hijos

Tabla 12 Número de Hijos<sup>28</sup>

NUMERO DE HIJOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SIN HIJOS	37	42%
1 HIJO	13	15%
2 HIJOS	27	31%
3 HIJOS	8	9%
4 HIJOS	3	3%



Grafica 8 Número de Hijos

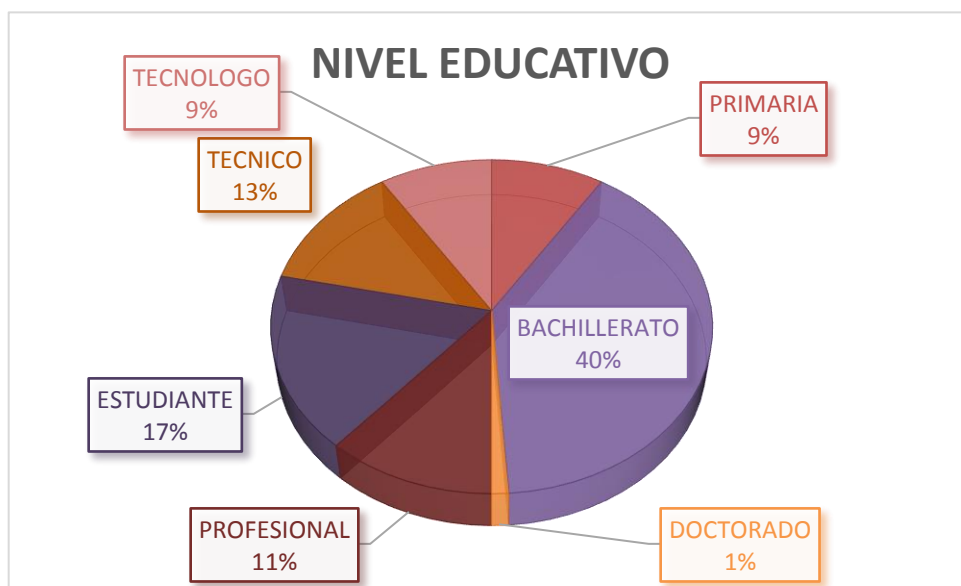
En esta grafica se evidencia que un 42 % de los visitantes no tiene hijos ya que predominan los solteros visitantes de este municipio, seguido de un 31% de visitantes que aseguran tener 2 hijos

<sup>28</sup> Elaborada por autor

- Nivel educativo

Tabla 13 Nivel Educativo<sup>29</sup>

NIVEL EDUCATIVO	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRIMARIA	8	9%
BACHILLERATO	35	40%
DOCTORADO	1	1%
PROFESIONAL	10	11%
ESTUDIANTE	15	17%
TECNICO	11	13%
TECNOLOGO	8	9%



Grafica 9 Nivel Educativo

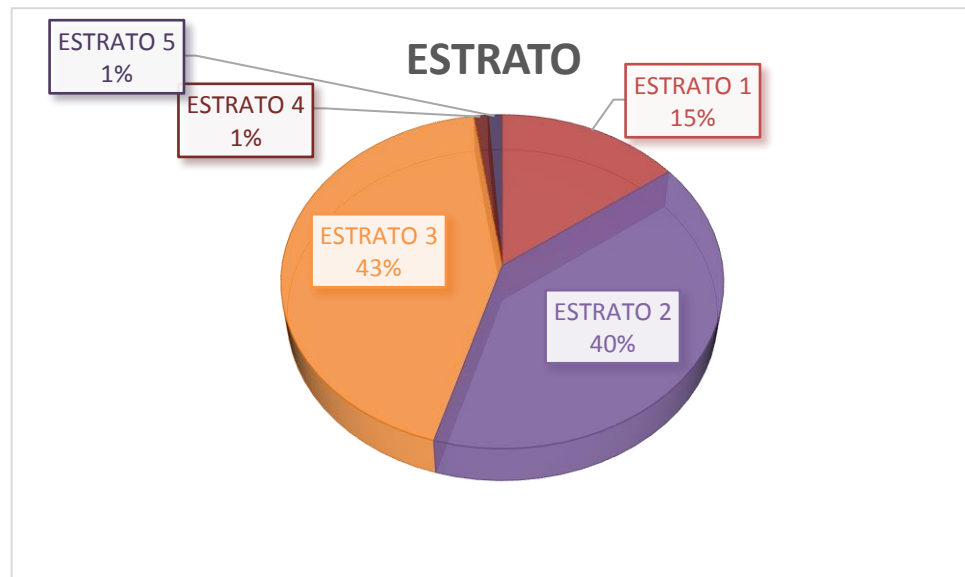
Esta grafica evidencia que el 40 % de las personas encuestadas tan solo han culminado su etapa de bachiller, seguido de un 17 % que están en etapa de finalización bien sea de una carrera universitaria o de un bachillerato.

- Estrato

Tabla 14 Estrato

ESTRATO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ESTRATO 1	13	15%
ESTRATO 2	35	40%
ESTRATO 3	38	43%
ESTRATO 4	1	1%
ESTRATO 5	1	1%

<sup>29</sup> Elaborada por autor



Grafica 10 Estrato

En esta grafica se evidencia que los turistas que visitan el municipio de sibate en su gran mayoría con un 40 % de los encuestados son de estrato social medio económico 3, seguido de un porcentaje del 40 % en el estrato 2, esto evidencia que los estratos altos no están interesados en visitar el municipio de sibate.

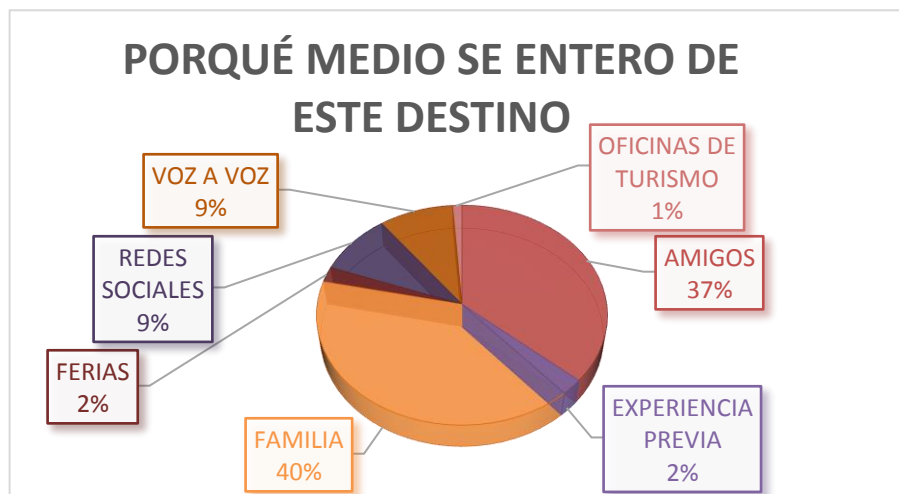
- Porque medio se enteró de este destino

Tabla 15 Porque medio se enteró de este destino<sup>30</sup>

PORQUE MEDIO SE ENTERÓ DE ESTE DESTINO	CANTIDAD	PORCENTAJE
AMIGOS	32	37%
EXPERIENCIA PREVIA	2	2%
FAMILIA	35	40%
FERIAS	2	2%
REDES SOCIALES	8	9%
VOZ A VOZ	8	9%
OFICINAS DE TURISMO	1	1%

<sup>30</sup> Elaborada por autor



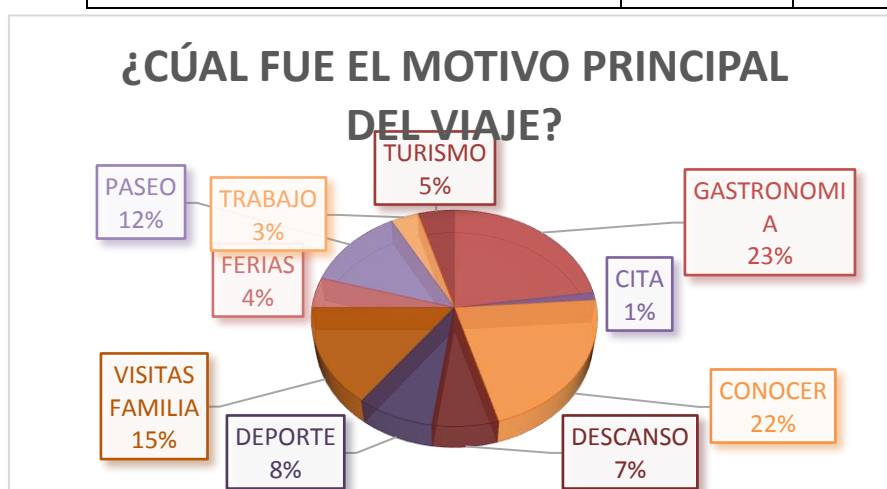


En la presente grafica se evidencia que en un 40 % las personas que visitan este destino fueron referenciados por su familia, y en un 37% por sus amigos, esto demuestra que hace falta más publicidad del municipio por canales informativos, internet y redes sociales.

- Motivo principal del viaje

Tabla 16 Motivo principal del viaje<sup>31</sup>

CÚAL FUE EL MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
GASTRONOMIA	20	23%
CITA	1	1%
CONOCER	19	22%
DESCANSO	6	7%
DEPORTE	7	8%
VISITAS FAMILIA	13	15%
FERIAS	4	4%
PASEO	11	12%
TRABAJO	3	3%
TURISMO	4	5%



Grafica 12 Motivo principal del Viaje

<sup>31</sup> Elaborada por autor

La gastronomía es uno de los atractivos turísticos del municipio por ello el 23% de los encuestados asegura estar allí por ir a degustar sus comidas, seguido de el 22% que visita el municipio lo hace por motivo laboral.

- Reservas

Tabla 17 Reservas

REALIZO RESERVACIONES	SI	NO
CANTIDAD	1	87
PORCENTAJE	1%	99%

Grafica 13 Realizo Reservas



Con un 99% se evidencia en esta grafica que las personas que visitan el municipio lo hacen de paso y no se hospedan en el también dado a su falta de infraestructura hotelera.

- Tiempo de antelación de la reserva

Tabla 18 Tiempo de antelación de la reserva<sup>32</sup>

CON CUANTO TIEMPO DE ANTELACION HIZO LA RESERVA	NO HIZO	15 DIAS
CANTIDAD	87	1
PORCENTAJE	99%	1%

<sup>32</sup> Elaborada por autor

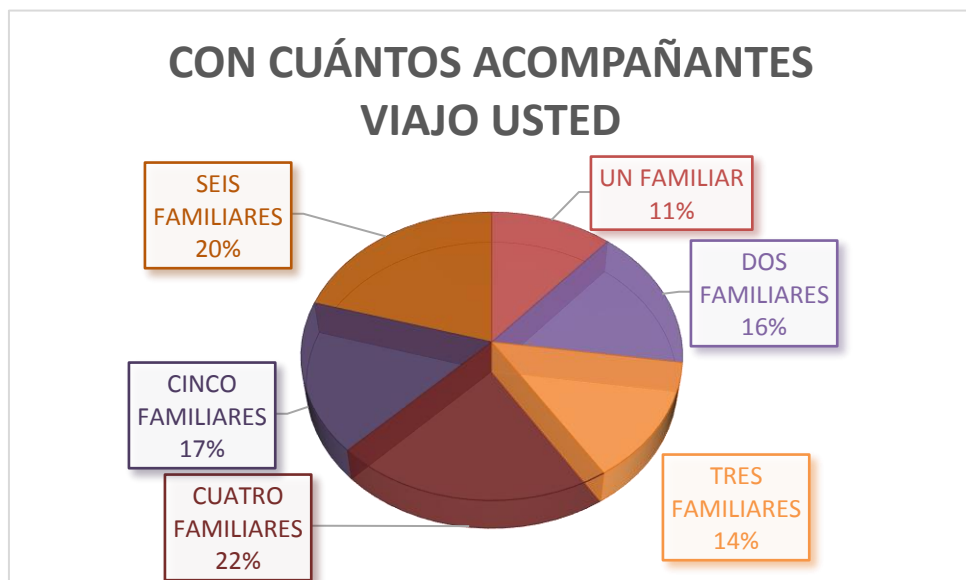


Esta grafica esta correlacionada con la de reservaciones y evidencia que el 99% de los turistas no hacen reserva pues no permanecerán en el municipio más de un día.

- Numero de acompañantes

Tabla 19 Número de Acompañantes<sup>33</sup>

CUANTOS ACOMPAÑANTES VIAJAN CON USTED	CANTIDAD	PORCENTAJE
UN FAMILIAR	10	17%
DOS FAMILIARES	14	16%
TRES FAMILIARES	12	14%
CUATRO FAMILIARES	19	22%
CINCO FAMILIARES	15	17%
SEIS FAMILIARES	18	20%



Grafica 15 Con Cuántos acompañantes viaja usted

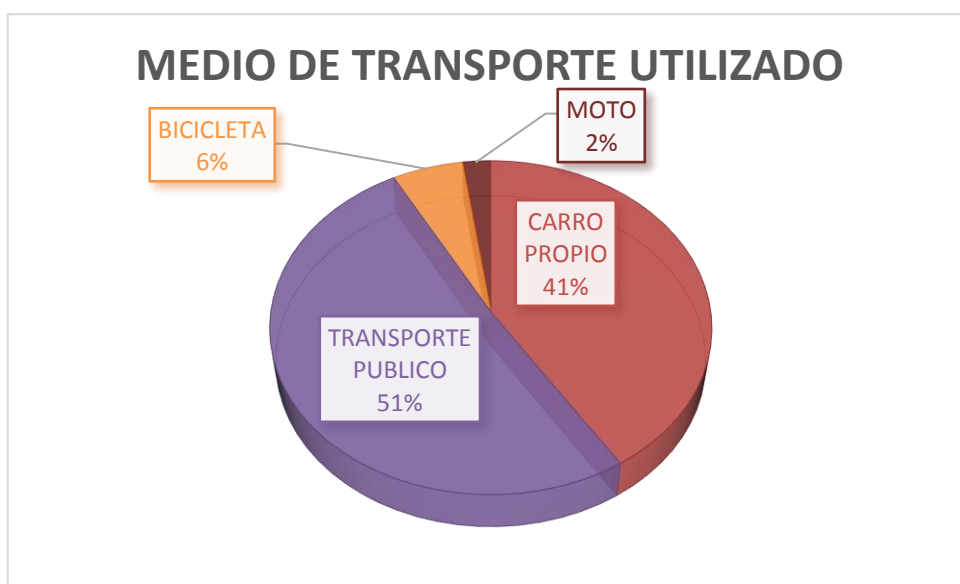
<sup>33</sup> Elaborada por autor

Cabe destacar que es gratificante viajar, conocer y disfrutar la gastronomía de un pueblo en compañía de la familia, por ello el 22% de los encuestados aseguran viajar con cuatro personas seguido de un 20% que viaja con seis personas.

- Medio de transporte utilizado

Tabla 20 Medio de transporte utilizado<sup>34</sup>

QUE MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZÓ PARA VENIR	CANTIDAD	PORCENTAJE
CARRO PROPIO	36	41%
TRANSPORTE PUBLICO	45	41%
BICICLETA	5	6%
MOTO	2	2%



Grafica 16 Medio de Transporte Utilizado

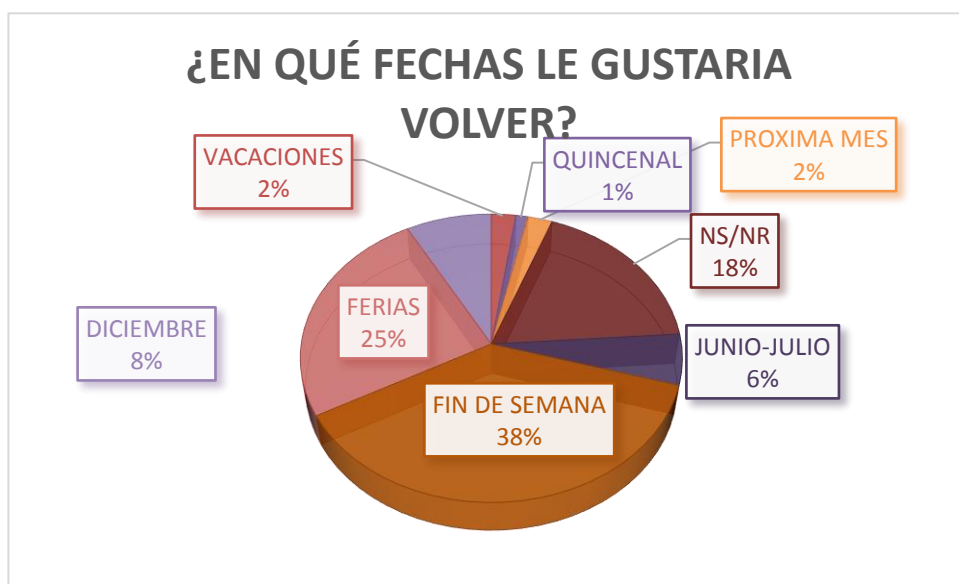
Por su cercanía con el municipio de Soacha y la ciudad de Bogotá los visitantes eligen en un 51% el transporte público seguido de un 41% que cuenta con transporte propio para desplazarse al municipio

<sup>34</sup> Elaborada por autor

- En que fechas le gustaría volver

Tabla 21 En que fechas le gustaría volver<sup>35</sup>

VACACIONES	2	2%
QUINCENAL	1	1%
PROXIMA MES	2	2%
NS/NR	16	18%
JUNIO-JULIO	5	6%
FIN DE SEMANA	33	38%
FERIAS	22	25%
DICIEMBRE	7	8%



Grafica 17 En que Fechas le Gustaría Volver

En un 38% los visitantes aseguran que volverían los fines de semana ya que estos son ideales para descansar, seguido de un 25% que asegura que volverá al municipio en días de ferias.

- Conservación de monumentos

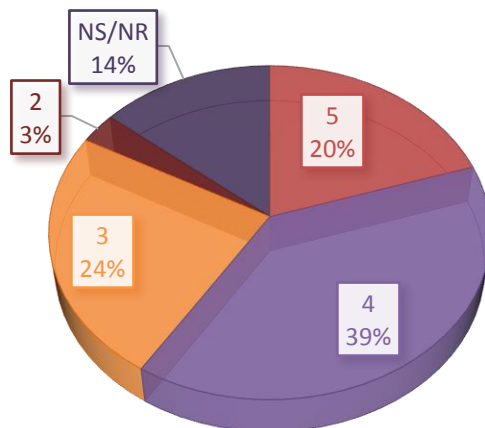
Tabla 22 Conservación de monumentos<sup>36</sup>

CONSERVACION DE MONUMENTOS		
NUMERO DE PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
18	5	20%
34	4	39%
21	3	24%
3	2	3%
12	NS/NR	14%

<sup>35</sup> Elaborada por autor

<sup>36</sup> Elaborada por autor

## CONSERVACIÓN DE MONUMENTOS



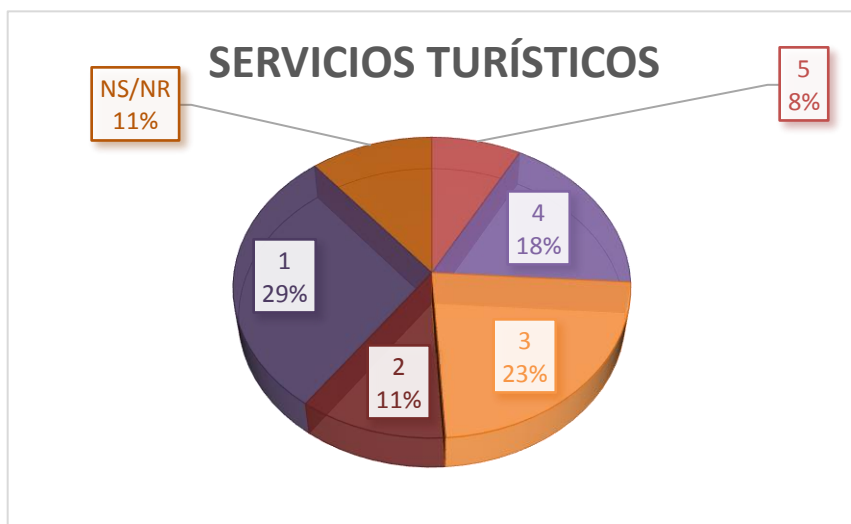
Grafica 18 Conservación de Monumentos

Con respecto a la pregunta de que como veía la conservación de monumentos los encuestados aseguraron con un 39 % que están conservados en un 4 con una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, seguido de un 20% que le otorgan un 5 de 5.

- Servicios turísticos

Tabla 23 Servicios turísticos<sup>37</sup>

SERVICIOS TURISTICOS		
NUMERO DE PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
7	5	8%
16	4	18%
20	3	23%
10	2	11%
25	1	29%
10	NS/NR	11%



<sup>37</sup> Elaborada por autor

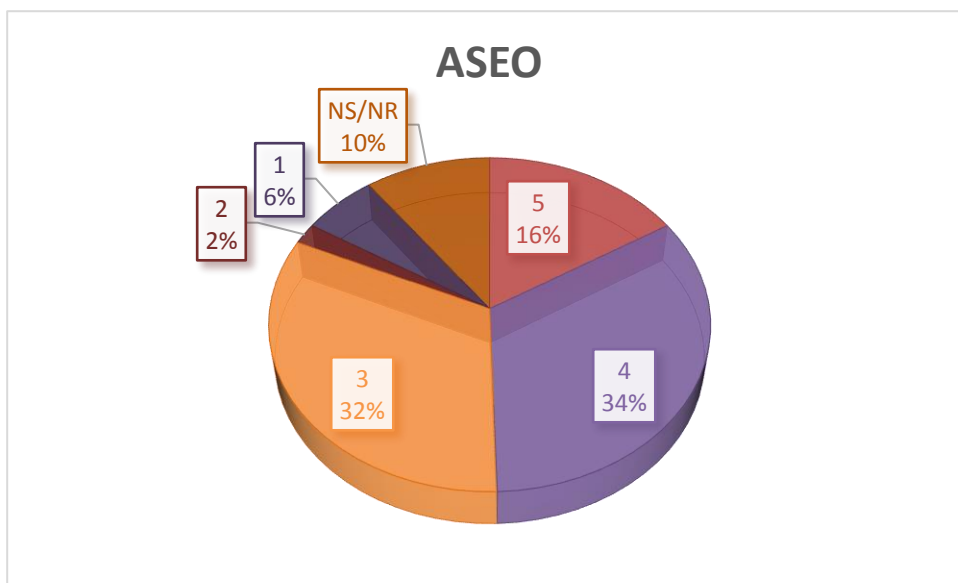
Grafica 19 Servicios Turísticos

Frente a la pregunta de cómo le parecen los servicios turísticos ofrecidos por el municipio de Sibate los visitantes aseguraron en un 29 % que el servicio es de 1 con una calificación de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, seguido de un 23% que lo calificó con un 3 el servicio.

- Aseo

Tabla 24 Aseo<sup>38</sup>

ASEO		
NUMERO DE PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
14	5	16%
29	4	33%
28	3	32%
3	2	2%
5	1	6%
9	NS/NR	10%



Grafica 20 Aseo

Esta grafica muestra que el turista en un 33% le da un 4 al municipio en una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, en percepción

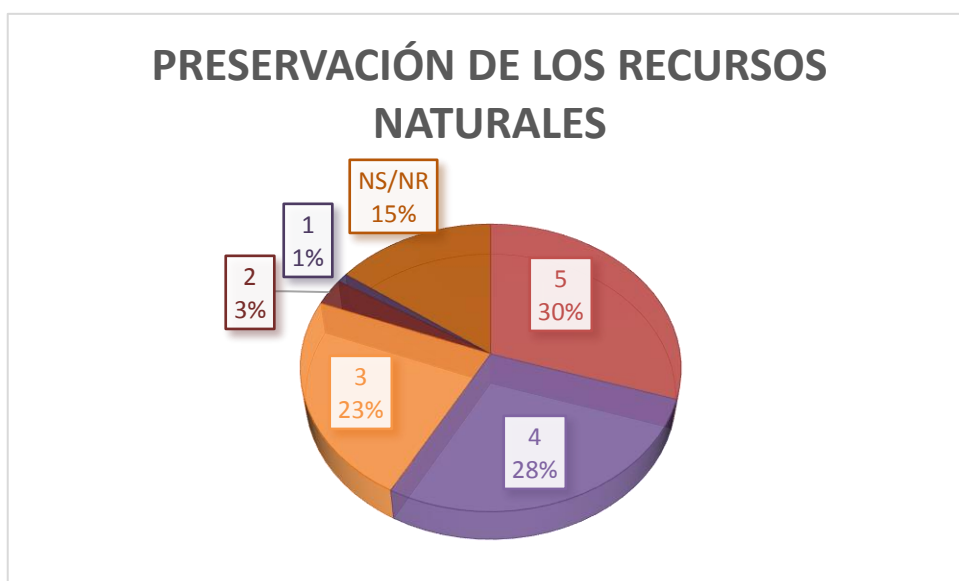
<sup>38</sup> Elaborada por autor

de limpieza y aseo, seguido de un 32% que le da una calificación de 3, esto evidencia que el municipio se encuentra en un buen estado de aseo.

- Preservación de recursos naturales

Tabla 25 Preservación de Recursos Naturales<sup>39</sup>

PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
26	5	30%
25	4	28%
30	3	23%
3	2	3%
1	1	1%
13	NS/NR	15%



Grafica 21 Preservación de Recursos Naturales

Frente a la pregunta cómo ve la preservación de recursos naturales del municipio en un 30 % de los encuestados lo ve como positivo con un 5 en una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, seguido de un 28% que le otorga un puntaje de 4.

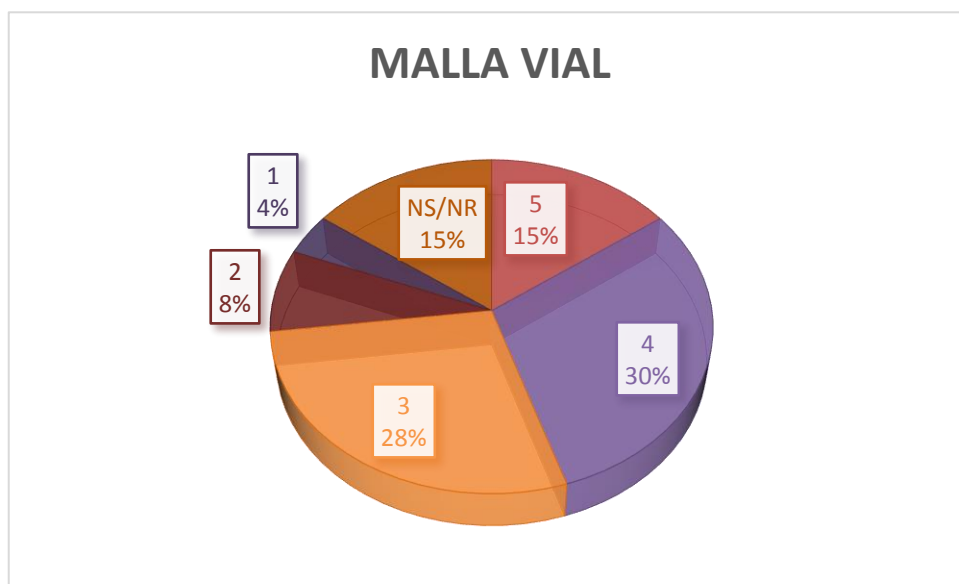
<sup>39</sup> Elaborada por autor



- Malla vial

Tabla 26 Malla vial<sup>40</sup>

MALLA VIAL		
NUMERO DE PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
13	5	15%
26	4	30%
25	3	28%
7	2	8%
4	1	4%
13	NS/NR	15%



Grafica 22 Malla Vial

En esta grafica se puede evidenciar la percepción que los visitantes tienen frente a la malla vial del municipio siendo para esta positiva ya que el 30 % de los encuestados le otorga un puntaje de 4 en una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, seguido de un 28% que puntúa al municipio en 3.

- Movilidad

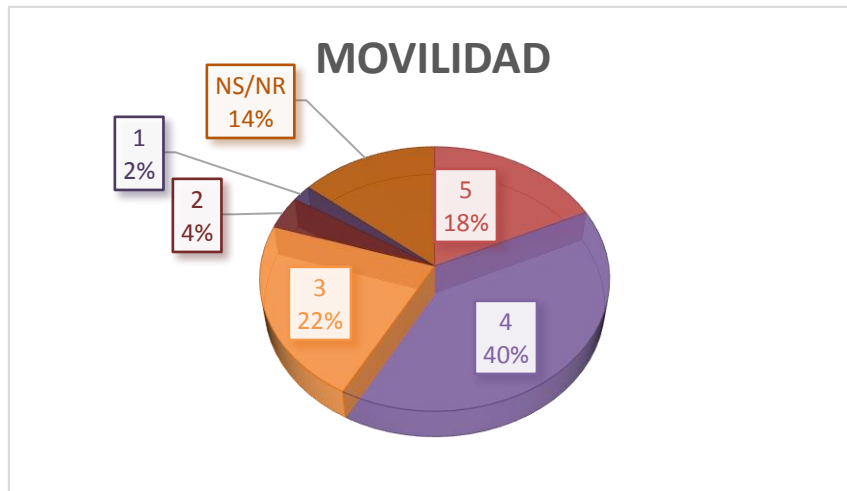
Tabla 27 Movilidad<sup>41</sup>

MOVILIDAD		
NUMERO DE PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
16	5	18%
35	4	40%

<sup>40</sup> Elaborada por autor

<sup>41</sup> Elaborada por autor

19	3	22%
4	2	4%
2	1	2%
12	NS/NR	14%



Grafica 23 Movilidad

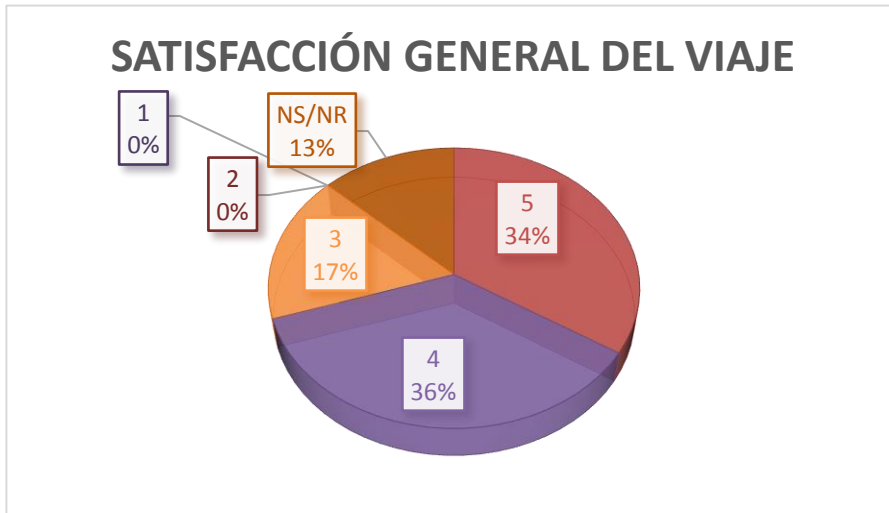
Con respecto a la movilidad el 40% de los encuestados asegura que la movilidad del municipio es positiva otorgando al municipio un 4 en una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, seguido de un 22% que le otorga una calificación de 3.

- Satisfacción General del viaje

Tabla 28 Satisfacción General del Viaje<sup>42</sup>

SATISFACCIÓN GENERAL DEL VIAJE	PERSONAS	ITEM	PORCENTAJE
	30	5	34%
	25	4	36%
	15	3	17%
	0	2	0%
	0	1	0%
	11	NS/NR	13%

<sup>42</sup> Elaborada por autor



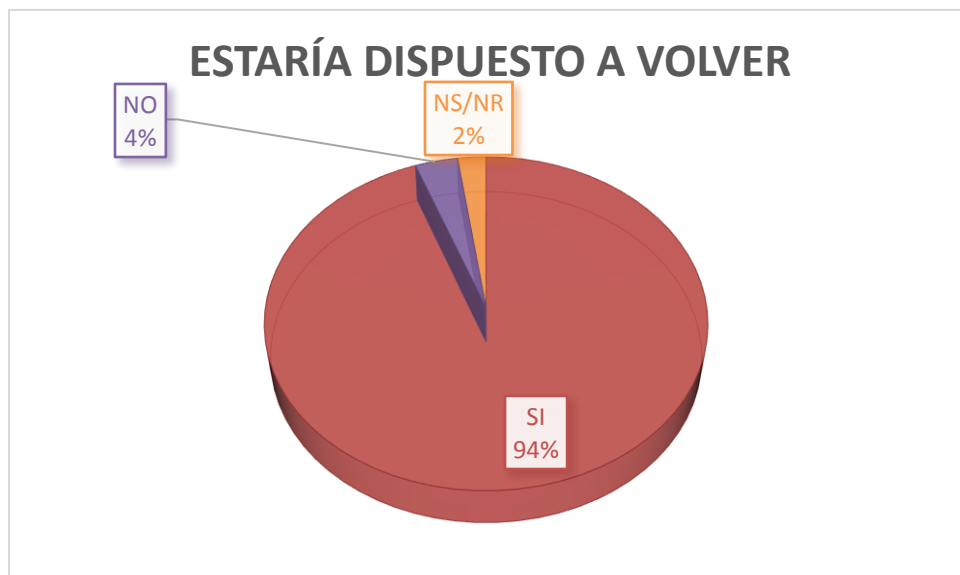
Grafica 24 Satisfacción General del Viaje

El 36% de los encuestados afirman estar satisfechos con la visita al municipio de Sibaté destacando así esto como aspecto general de toda la investigación otorgando un puntaje de 4 en una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, seguido de un 34% que aun siendo mejor y más satisfactorio puntea al municipio con un 5 en una calificación de 1 a 5 siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta.

- Estaría dispuesto a volver

Tabla 29 Estaría dispuesto a volver<sup>43</sup>

ESTARIA DISPUESTO A VOLVER	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	83	94%
NO	3	4%
NS/NR	2	2%



Grafica 25 Estaría Dispuesto a Volver

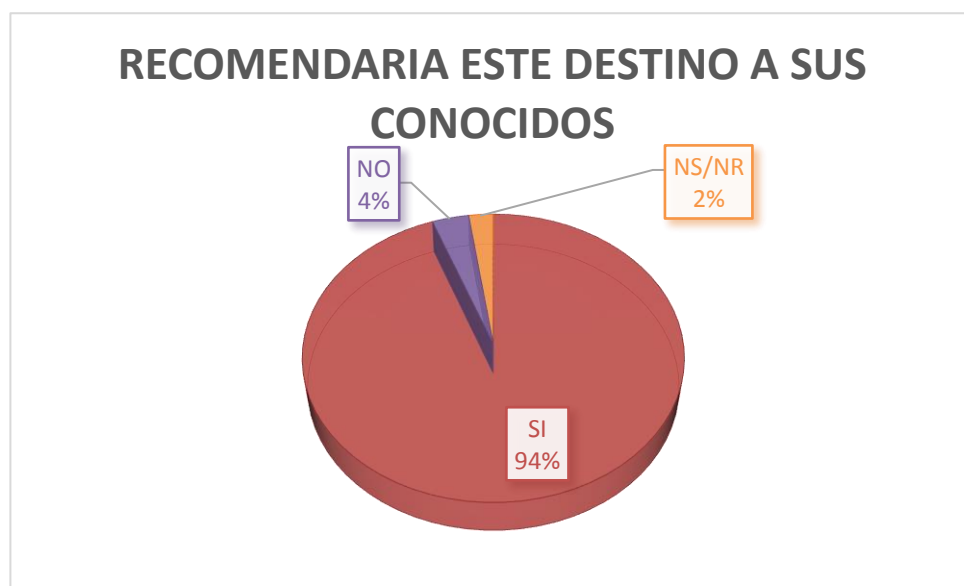
<sup>43</sup> Elaborada por autor

En esta grafica podemos evidenciar que un 94% de los turistas encuestados desean volver al municipio a conocer más de su gastronomía y costumbres, siendo esto satisfactorio para el municipio y las entidades gubernamentales.

- Recomendaría este destino a sus conocidos

Tabla 30 Recomendaría este destino a sus conocidos<sup>44</sup>

¿RECOMENDARIA ESTE DESTINO A SUS CONOCIDOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	83	94%
NO	3	4%
NS/NR	2	2%



Grafica 26 Recomendaría este destino a sus conocidos

Esta grafica evidencia que el 94% de los encuestados estaría dispuesto a recomendar a amigos familiares y conocidos el municipio de Sibate como sitio turístico a visitar, siendo esto positivo y gratificante para el turismo.

<sup>44</sup> Elaborada por autor

## 11.IMPACTOS

### 11.2 IMPACTO SOCIAL

Se espera que la presente investigación tenga un impacto positivo en la provincia de Soacha y específicamente en el municipio de Sibaté ya que con los datos obtenidos en la presente investigación se podrá fijar políticas e incentivar el turismo en el municipio. Con el crecimiento del turismo se podrá generar un turismo urbano y cultural en el municipio, se realizará un control político por parte de los habitantes del municipio sobre el eficiente manejo de los recursos destinados al turismo

### 11.3 IMPACTO AMBIENTAL

Con el crecimiento del turismo se concienciara a todos los actores del municipio de Sibate a cuidar el medio ambiente, proteger los recursos naturales, también existirá cultura ciudadana de mantener las calles limpias, cuidar monumentos y edificaciones, también se creará sentido de pertenencia en los habitantes de Sibaté sobre la importancia de conocer la historia de su municipio. También es importante crear una conciencia sobre el ecoturismo y esto se hará a través de enseñanza en colegios para que las nuevas generaciones aprecien las riquezas naturales del municipio.

### 11.4 IMPACTO ECONOMICO

El impacto económico que se ve en el municipio de Sibaté sería la generación de empleo porque al existir una demanda de turismo más alta se generaría más vacantes para sus habitantes y para los dueños de locales comerciales, mejorando así sus ingresos asimismo el crecimiento económico tanto de ellos como del municipio.

## 12. CONCLUSIONES

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

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

Hace falta dar a conocer los principales atractivos turísticos del municipio (Gastronomía, cultura y ecoturismo), para que las personas planeen un itinerario y conozcan que sitios, lugares visitar y que planes hacer antes de visitar el municipio y no lo hagan por casualidad, curiosidad o simplemente para degustar unas deliciosas fresas con crema.

Es necesario contar con empresas de servicios turísticos, porque aunque Sibaté cuenta con diversidad de entornos especiales para el ecoturismo no se aprovechan adecuadamente.

### 13. ANEXOS



*Ilustración 3 Trabajo de campo realizado por investigadores*



*Ilustración 4 Trabajo de campo realizado por investigadores*



*Ilustración 5 Trabajo de campo realizado por investigadores*





*Ilustración 6 Trabajo de campo realizado por investigadores*

## 14. BIBLIOGRAFÍA Y CIBERGRAFÍA

<http://www.secretariassenado.gov.co/>

<http://www.sibate-cundinamarca.gov.co/NuestraAlcaldia/Paginas/Concejo.aspx>

ALCALDIA SIBATE,.. (2014). SITIO WEB ALCALDIA SIBATE. Obtenido de PASADO, PRESENTE Y FUTURO: <http://www.sibate-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/Paginas/Pasado-Presente-y-Futuro.aspx>

ALCALDIA DE SOACHA,.. (2014). ALCALDIA DE SOACHA CUNDINAMARCA.

ALVAREZ, A. (1998). El ocio turístico en las sociedades industriales avanzadas. España: Editorial Bosch.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Fondo de promoción turística de Colombia "ESTRATEGIA DE TURISMO PARA COLOMBIA." Páginas 9 y 26.

BULL, A. (1994). La economía del sector turístico. Madrid: Alianza editorial.

<https://www.eco->

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

Rosa Lila Cerda Ampié y Manuel Leguizamón "ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA TURÍSTICA URBANA EN COLOMBIA" Universidad Externado de Colombia páginas 70 y 71. Facultad de administración de empresas turísticas y hoteleras.

<https://www.plazapublica.com.gt/content/el-pensamiento-de-keynes>

ESPAÑOLA, R. A. (2016). DICCIONARIO.

FAYOS, E. (2000). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. Mexico: Estudios turísticos. Edit.

FERNANDEZ FUSTER, L. (1985). Introducción a la teoría y la técnica del turismo. Madrid: Alianza Editorial.

FERRER, J. (2010). Metodología para la investigación.

RODRIGUEZ, A. L. (2009). SISTEMA INTEGRADO DE GESTION PARA EMPRESAS TURISTICAS. UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, 150.

ROSSETTI, J. (2007). Introducción a la Economía. Buenos aires.: Publicaciones academia.edu.

SAMUELSON, P. A. (2008). MACROECONOMIA (15 ed.). Madrid, España: Libros de economía.

SANCHEZ, E. D. (2014). ELEMENTOS DETERMINANTES EN CUNDINAMRCA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO COMO ACTIVIDAD ESTRATEGICA REGIONAL. ELSEVIER DOYMA, 48.

SIBATE, A. (2014). Cielo turístico sibate. Obtenido de Bogotá un lugar para disfrutar: <http://cieloturisticoensibate.blogspot.com.co/2012/04/sibate-un-municipio-para-disfrutar-sus.html>

SIBATE, A. D. (2014). Sibaté cundinamarca.gov.