

CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE
CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIO
FACATATIVÁ

ESTUDIANTE:
EDIBRAN PULIDO ESPEJO

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

CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE
CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIO
FACATATIVÁ

ESTUDIANTE:
EDIBRAN PULIDO ESPEJO

PROYECTO PARA OPTAR AL TÍTULO DE ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

DOCENTE
RICHARD FAJARDO VERGARA
MAGISTER EN RELACIONES INTERNACIONALES

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

Nota de aceptación

Firma del presidente del jurado

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de grado a mis padres Francy Espejo y Hernando Pulido que siempre me han acompañado en este camino de logros, éxitos y derrotas, por creer en mí y ser ese apoyo incondicional, a Dios por darme la vida y la oportunidad de cumplir mis metas, a mi hijo Evan Andrew Pulido Moreno quien ha sido una de mis motivaciones y me ha brindado confianza para seguir adelante, a mis maestros y tutores que siempre me transmitieron las mejores enseñanzas y me guiaron para poder cumplir este objetivo.

A todas aquellas personas que me han acompañado, haciéndome participe de sus mejores experiencias, buenos recuerdos, que en momentos difíciles siempre me han sabido apoyar y transmitir de manera sincera sus valores, mejores deseos y su amistad, para todos ellos no tengo más que palabras de agradecimiento.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
1. TÍTULO	16
2. PROBLEMA	17
2.1 PLANTEAMIENTO PROBLEMA.....	17
2.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	18
2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	19
3. OBJETIVOS.....	20
3.1 OBJETIVO GENERAL	20
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	20
4. JUSTIFICACIÓN.....	21
5. MARCO DE REFERENCIA.....	22
5.1 MARCO TEÓRICO	22
5.2 MARCO CONCEPTUAL	25
5.3 MARCO GEOGRÁFICO	26
5.4 MARCO LEGAL	27
6. METODOLOGÍA	28
6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	29
6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	29
6.3. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS	30
6.4. FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS	30
6.5 UNIVERSO Y POBLACIÓN MUESTRA	31
6.6 AREA DE ESTUDIO	31
6.7. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
6.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN	33

7. DIAGNOSTICO DOFA DE SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIO DE FACATATIVÁ.....	42
7.1 FORTALEZAS	45
7.1.1 FACATATIVÁ DISPONE DE UNA GRAN VARIEDAD DE RECURSOS NATURALES.	45
7.1.2 FACIL ACCESO AL MUNICIPIO	46
7.1.3 CUENTA CON UN PARQUE ARQUEOLÓGICO DENTRO DEL MUNICIPIO	47
7.2. OPORTUNIDADES.....	50
7.2.1 DAR A CONOCER LOS DIFERENTES SITIOS TURÍSTICOS FACATATIVÁ.	50
7.2.2 INCENTIVAR A LAS PERSONAS LOCALES PARA FOMENTAR EL TURISMO Y EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ.....	51
7.2.3 CREACION DE EVENTOS POR PARTE SECRETARIA DE CULTURA.....	52
7.2.4 ARREGLO DE LA MALLA QUE DENTRO DEL MUNICIPIO.....	53
7.3 DEBILIDADES	53
7.3.1 FALTA DE PROMOCION DE LOS LUGARES TURISTICOS.....	53
7.3.2 FACATATIVÁ CUENTA CON MUY POCOS HOTELES ORIENTADOS A LA PARTE TURÍSTICA.	54
7.3.3 FALTA DE APROPIACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES Y AMBIENTALES.	55
7.3.4 INSATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS.....	56
7.4 AMENAZAS	56
7.4.1 DESACELERACIÓN ECONÓMICA EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO.....	56

7.4.2 INSUFICIENCIA DE RECURSOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR	57
7.4.3 AUMENTO DE LA INSEGURIDAD DEL MUNICIPIO.	57
7.4.4 COMPETENCIAS (OTROS SITIOS TURÍSTICOS) ANOLAIMA, LA VEGA, VILLETA, ENTRE OTROS.	59
7.5. ESTRATEGIAS FO	59
7.5.1 PUBLICACIÓN DE LOS SITIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO.	59
7.5.2 APROVECHAMIENTO DE LAS RUTAS DE ACCESO AL MUNICIPIO.	60
7.5.3 GENERANDO INTERÉS POR PARTE DE LAS PERSONAS LOCALES PARA CONSERVAR Y FOMENTAR EL TURISMO EN EL MUNICIPIO.	60
7.5.4 DIVERSIFICACIÓN EN EVENTOS MEDIANTE LA PLANEACIÓN DE ACTIVIDADES	61
7.6. ESTRATEGIAS FA	61
7.6.1 HACIENDO USO DE LAS BELLEZAS ESCÉNICAS DEL MUNICIPIO.	61
7.6.2 ACTIVACIÓN LA ECONOMÍA EN CUANTO AL TURISMO.	62
7.6.3 AUMENTANDO LA SEGURIDAD EN LAS VISITAS A LOS SITIOS TURÍSTICOS.	62
7.6.4 RESCATANDO LAS ESENCIAS ANCESTRALES Y RASGOS CULTURALES PARA LA SANA DIVERSIÓN.	63
7.7. ESTRATEGIAS DO	63
7.7.1 APROVECHAMIENTO DEL PARQUE ARQUEOLÓGICO COMO SITIO TURÍSTICO.	63
7.7.2 PLANEACIÓN Y MEJORA, PARA INTERCOMUNICACIÓN TERRESTRE CON LA CIUDAD.	64
7.7.3 ORGANIZACIÓN DE UN PLAN DE HOSPEDAJE PARA LOS VIAJEROS INTEGRANDO A LA CIUDADANÍA.	64

7.7.4 CREANDO ESCUELAS DE FORMACIÓN EN GUARDAS TURÍSTICOS.	65
7.8. ESTRATEGIAS DA.....	65
7.8.1 INCREMENTANDO LOS RECURSOS EN EL SECTOR DE TURISMO.	65
7.8.2 PROMOCIONANDO EL TURISMO EN LA PARTE HISTORICA Y CULTURAL.....	66
7.8.3 FOMENTANDO LA IMPORTANCIA Y APROPIACIÓN DE LOS SITIOS TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD.....	66
7.8.4 ESTABLECER LAS NORMAS DE SANA CONVIVENCIA EN LOS SITIOS TURISTICOS Y HOSPEDAJES PARA LOS VIAJEROS.	67
8. INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS SABANA DEL OCCIDENTE.....	67
8.1 MUNICIPIO DE FACATATIVÁ.....	68
9. PROYECCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO FACATATIVÂ CON BASE EN LOS PLANES NACIONALES, DEPARTAMENTALES Y MUNICIPALES.....	84
10. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE FACATATIVÂ.....	98
RECOMENDACIONES.....	101
CONCLUSIONES.....	103
REFERENCIAS.....	129

LISTADO DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1-MAPA DIVISIÓN POLÍTICA POR PROVINCIAS DE CUNDINAMARCA. (PERIÓDICO DE CHÍA, 2015).....	32
ILUSTRACIÓN 2-LOCALIZACIÓN DEL MUNICIPIO FACATATIVÁ (ALCALDÍA DE FACATATIVÁ 2015).....	32

LISTADO DE TABLAS

TABLA 1-ENCUESTA DE DEMANDA TURÍSTICA EN LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA. (GRUPOS DE INVESTIGACIÓN , 2017).....	37
TABLA 2-ENCUESTA DE OFERTA TURÍSTICA EN LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA. (GRUPOS DE INVESTIGACIÓN , 2017).....	41
TABLA 3-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS CATEDRAL DE FACATATIVÁ, (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018) (FACATATIVÀ, 2018)	68
TABLA 4-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS PARQUE ARQUEOLÓGICO PIEDRAS DEL TUNJO (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018) (ICANH, 2017)	70
TABLA 5-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, CASA DE LA CULTURA ABELARDO FORERO BENAVIDEZ (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018) (MINCULTURA, 2018)	73
TABLA 6-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, PARQUE SANTA RITA (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018) (BERMUDEZ R. M., BARRIOS DE FACATATIVÀ, 2018).....	75
TABLA 7-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, PARQUE SANTANDER (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018).....	77

TABLA 8-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, ALTO DE LA TRIBUNA (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018)79

TABLA 9-FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, EL CERRO DE MANJUI (ACALDIA DE FACATATIVA, 2018)81

TABLA 10-PROYECCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO FACATATIVÁ CON BASE EN LOS PLANES NACIONALES, DEPARTAMENTALES Y MUNICIPALES (PLAN DE DESARROLLO DEPARTAMENTAL, 2016 - 2019) (PLAN NACIONAL DE DESARROLLO, 2014-2018)84

LISTADO DE GRÁFICAS

GRAFICA 1 - MOTIVO DE VISITA AL MUNICIPIO (GRUPOS DE INVESTIGACION, 2017).....	46
GRAFICA 2 - MEDIOS DE TRANSPORTE (GRUPOS DE INVESTIGACION, 2017)	47
GRAFICA 3- VISITAS AL PARQUE ARQUEOLÓGICO (GRUPOS DE INVESTIGACION, 2017).....	48
GRAFICA 4 - SECTOR PRINCIPAL ACTUAL (GRUPOS DE INVESTIGACION, 2017).....	49
GRAFICA 5- CONOCEN LOS SITIOS TURÍSTICOS (GRUPOS DE INVESTIGACION, 2017).....	51
GRAFICA 6- CLUBES DEPORTIVOS (ALCALDIA FACATATIVÀ, 2018)	52
GRAFICA 7 - SATISFACCIÓN DE LA SEGURIDAD (GRUPOS DE INVESTIGACION, 2017).....	58

TABLA DE ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA DE DEMANDA105

ANEXO 2. ENCUESTAS DE OFERTA DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ.117

INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo es presentar una caracterización general del sector turismo del DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE FACATATIVÁ, región considerada como área de estudio.

Se consideran esencialmente tres temas, los cuales en diferente medida determinan la caracterización del sector turismo, el primero es definir el diagnóstico que contribuyen a explicar a la provincia de Sabana Occidente municipio de Facatativá, 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.

Inicialmente se elabora un diagnóstico DOFA del sector turismo en el municipio de Facatativá Cundinamarca, tomando como base los datos obtenidos de la información recolectada de oferta y demanda del sector, esto con el fin de determinar las oportunidades del entorno, las amenazas al sector y que fortalezas y debilidades con las que cuenta el municipio.

Dentro de los objetivos se establece realizar un inventario de los sitios más atractivos del municipio de Facatativá, mediante información brindada por entidades públicas y privadas allí situadas, esto con el fin de determinar la cantidad y calidad de turismo con el que cuenta el municipio.

Por último se busca realizar una proyección turística del municipio de Facatativá, teniendo en cuenta la información brindada por los planes nacionales, departamentales y municipales, con el fin de determinar los pronósticos de los

planes turísticos frente al sector, identificando estrategias de adaptación a los a seguir por el municipio, buscando aprovechar y adaptarse a los cambios impuestos.

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. TÍTULO

CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE
CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIO
FACATATIVÁ.

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 de Sabana 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 concretados, 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 de 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, el municipio de Facatativá ubicado 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 el municipio de Facatativá.

¿Cuáles son las características que identifican la actividad turística en el municipio de Facatativá?

2.3 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.

¿La actividad turística en Colombia podría ser una fuente potencial de desarrollo haciendo uso de su biodiversidad y recursos naturales?

¿La actividad turística en Sabana Occidente podría verse beneficiada con la creación del tren de cercanías y la ampliación del aeropuerto?

¿El incremento de la actividad ecoturística en Colombia podría contrarrestar la contaminación ambiental generada por los seres humanos?

¿El inventario de los principales atractivos turísticos del municipio de Facatativá puede afectar el desarrollo del turismo de la región de sabana de occidente?

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

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

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar el diagnóstico del sector turismo del departamento de Cundinamarca, provincia Sabana Occidente, Municipio de Facatativá.

Hacer el inventario de los principales atractivos turísticos del municipio de Facatativá.

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

4. 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 Facatativá, 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 Facatativá, con el fin de analizar su situación y formular estrategias de mejoramiento, para ello se establecen algunos objetivos y se utilizan ciertas herramientas

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.

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.

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 Secretaría 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

El marco conceptual corresponde al municipio de Facatativá donde se describen los aspectos más importantes del sector turístico de la localidad.

Facatativá se considera una ciudad precolombina, prehispánica, sitio de defensa Muisca.

La historia del municipio se originó cuando se otorgó el Mandato de Facatativá a Alonso de Olalla y la de Bojacá a Hernando de Alcocer; ellos dieron apertura del camino que de Facatativá conducía a Honda, lo que hizo que las mulas reemplazaran a los indígenas empleados como cargadores de los españoles en estos viajes. (Bermudez, 2018)

En materia cultural el municipio cuenta con una serie de construcciones antiguas, tanto en el casco urbano como en algunas veredas, casonas o haciendas hacen parte de estos recursos, que generan un complemento a la oferta turística de Facatativá. conocidos por su historia y bellezas escénicas se destacan el parque arqueológico piedras del tunjo, donde se encuentra pinturas de los muisca plasmadas en las formaciones rocosas, la tribuna, el cerro de Manjui, lugares de recreación donde miles de personas puedes disfrutar con sus paisajes, historia y cultura. (Alcaldia Facatativà, 2018)

La base de su economía se integra por la agricultura, ganadería y la floricultura. La agricultura basada en los cultivos de fresas y hortalizas con grandes producciones, gracias a la fertilidad del suelo y los climas propicios para los mismos, La industria floricultora se constituye como renglón importante de la economía, por las exportaciones que salen durante todo el año para cubrir mercados de Estados Unidos y Europa como principales clientes. (Alcaldia Facatativà, 2017)

El sector de comercio y servicios de municipio de Facatativá está representado por almacenes de cadena, bancos, papelerías almacenes de prendas de vestir y calzado, oficinas, servicios mecánicos y automotriz entre otros.

5.3 MARCO GEOGRÁFICO

El municipio de Facatativá se encuentra ubicado geográficamente al extremo occidental de la sabana de Bogotá D.C. a 36 Km de la ciudad capital cerrándose en dos ramificaciones de la cordillera oriental. Tiene aproximadamente 134.000 habitantes, está a una altitud de 2586 m, fundado 03 de julio de 1600. (A alcaldía de Facatativa, 2018)

Extensión total: 158 km².

Extensión área urbana: 6 Km².

Extensión área rural: 152 Km².

Temperatura media: entre 12 y 14°C^o (Orarbo, 2018)

La principal arteria fluvial del municipio de Facatativá está determinada por el río de los Andes que en inmediaciones de la área urbana toma el nombre de río Botello cuyo yacimiento se halla al suroccidente de la cabecera municipal recorre 25 km aproximadamente y desemboca en el río Bojaca. (A alcaldía de Facatativa, 2018)

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

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 Facatativá 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.

6.1 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 Facatativá y finalmente se determina la caracterización del turismo del municipio de Facatativá.

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

6.2. 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.

6.3. 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, en el cual 40 de ellas se llevaron a cabo en el Municipio de Facatativá lo que ayudo a identificar falencias y fortalezas del municipio en el sector turismo.

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

6.4. 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 “Facatativá de todos 2016 - 2019”.

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.

6.5 UNIVERSO Y POBLACIÓN 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 92 de ellas se llevaron a cabo en el Municipio de Facatativá lo que ayudo a identificar falencias y fortalezas del municipio en el sector turismo.

6.6 AREA DE ESTUDIO

El proyecto abarcará el departamento de Cundinamarca, la provincia Sabana Occidente y el municipio de Facatativá.



Ilustración 1-Mapa división Política por Provincias de Cundinamarca. (*PERIÓDICO DE CHÍA, 2015*)

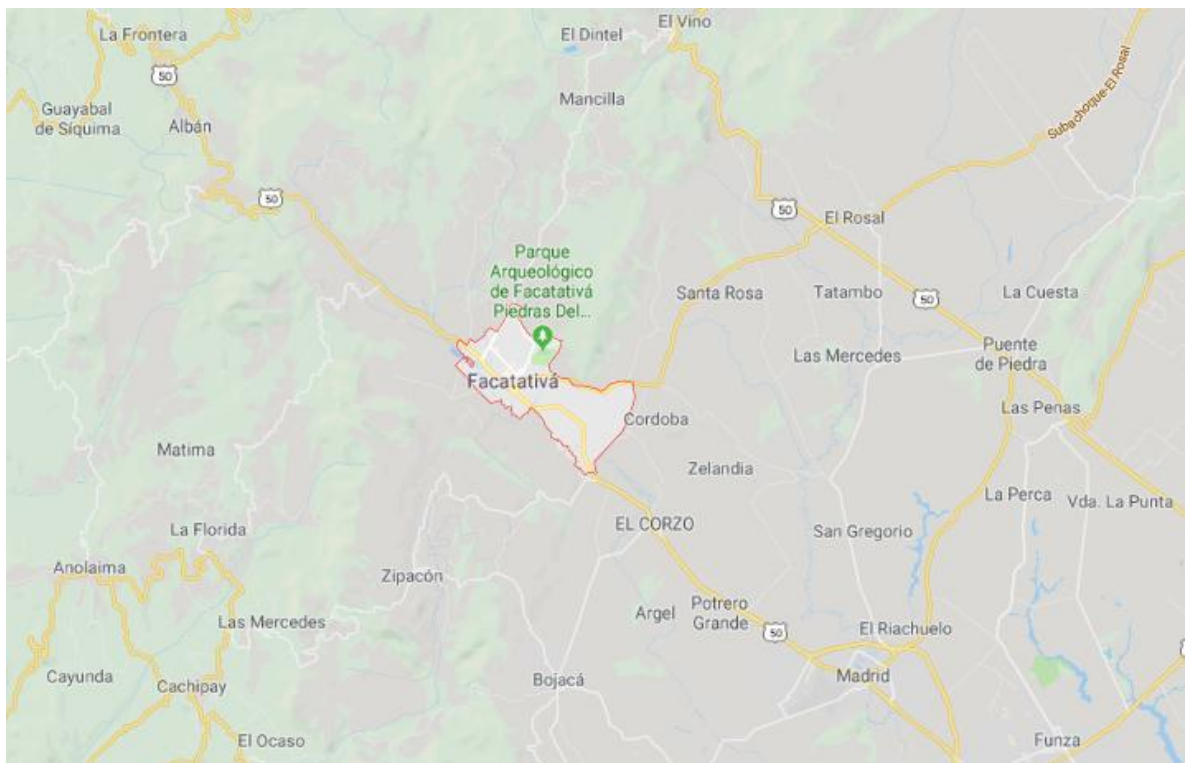


Ilustración 2-Localización del municipio Facatativá (Alcaldía de Facatativá 2015)

6.7. TIPO DE INVESTIGACIÓN

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 del municipio de Facatativá respecto a los servicios y actividades de turismo, cuyo fin es proponer unas estrategias competitivas direccionadas a mejorar el sector turismo en el municipio.

6.8 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN

Como instrumento de recolección se utilizó encuestas aplicadas a los municipios de Sabana Occidente, 40 aplicadas al municipio de Facatativá, en el cual se obtuvo datos estadísticos de la oferta y demanda del mismo, lo que permitió el análisis turístico del municipio, herramientas relacionadas a continuación.

ENCUESTA DEMANDA TURISTICA EN LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO CUNDINAMARCA
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

1. LUGAR Y FECHA DE LA ENCUESTA			
1.1 Municipio:	1.2 Fecha (DIA/MES/AÑO):	1.3 Consecutivo:	
1.4 Provincia:			
2. INFORMACIÓN SOCIOECONOMICA DEL TURISTA			
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)		
3. INFORMACIÓN SOBRE EL VIAJE			
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 ()
3.2.1.1 Indique la edad de los acompañantes (/ / / / / / / / / / / / / / / /) y (/ / / / / / / / / / / / / / / /)						
3.3 ¿Qué medio de transporte utilizó para venir?						
3.4 ¿Qué tipo de Alojamiento utilizó para su estadía?						3.5 ¿Cuántas noches se quedó/quedará?
3.6 ¿Con que frecuencia (aprox) visita este municipio al año?						
3.7 ¿Cuánto dinero gastó/gastará en promedio (incluir todas las personas): Transporte: \$ Alojamiento: \$ Alimentación:\$ Museos y Ocio y Entretenimiento: \$ Parques:\$ regalos/tiendas:\$						
3.8. Describa las actividades turísticas realizadas (Inicie con aquella que más le gustó a la que menos le gustó)						
3.8.1					3.8.6	
3.8.2					3.8.7	
3.8.3					3.8.8	
3.8.4					3.8.9	
3.8.5					3.8.10	
4. GRADO DE SATISFACCION GENERAL CON EL VIAJE: (5 Muy Satisfecho; 1 nada satisfecho; NS/NR)						
ITEM		PRE CIO S	CAL IDA D	DIVERSI DAD	DISPONIBI LIDAD	ATENCIÓN RECIBIDA
Alimentación						
Comercio						
Hospedaje						
Lugares Turísticos						
Espectáculos						
Transporte hacia el municipio						
Ocio						
Servicios Médicos						

Conservación Monumentos								
Señalización Turística	Aseo del							
Municipio								
Seguridad del Municipio								
Preservación Recursos Naturales	Malla							
vial municipal								
Movilidad	Amabilidad de los habitantes							
Satisfacción General del Viaje								
5. ¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS QUE USTED IDENTIFICÓ EN EL MUNICIPIO?								
5.1 POSITIVOS					5.2 NEGATIVOS			
6. INTENCIÓN DE REGRESO								
6.1 ¿Estaría dispuesto a volver?					6.3 ¿Recomendaría este destino a sus conocidos?			
6.2 ¿En qué fechas le gustaría volver?					6.4 ¿Qué le gustaría encontrar nuevo o mejor en su próxima visita?			
6.5 ¿Qué palabras usaría para describir este municipio?								
6.6 ¿Qué otros municipios de Cundinamarca le gustaría visitar?								
OBSERVACIONES:								

Tabla 1-Encuesta de demanda turística en los municipios del departamento de Cundinamarca.. (Grupos de Investigación , 2017)

ENCUESTA OFERTA TURISTICA EN LOS MUNICIPIOS DEL DEPARTAMENTO CUNDINAMARCA			
<p>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</p>			
1. LUGAR Y FECHA DE LA ENCUESTA			
1.1 Municipio:		1.2 Fecha (D/M/A):	1.3 Consecutivo:
1.4 Provincia:		1.5 Nombre establecimiento:	
1.6 Teléfono Establecimiento:		1.7 Dirección:	
2. INFORMACIÓN SOCIOECONOMICA DE LA PERSONA QUE CONTESTA LA ENCUESTA			
2.1 Nacionalidad:		2.1.1 Depto.:	2.1.2 Mpio:
2.2 Edad:	2.3 Género:	2.4: Cargo:	
2.5 Estado Civil:		2.6 # Hijos:	2.7 Nivel Educativo:
2.8: Profesión			
2.9 Estrato	2.10 ¿Ha realizado estudios relacionados con turismo? ¿Cuál?		
2.11 Es propietario del establecimiento?			
2.12 Indique el porcentaje (%) de conocimiento de los siguientes idiomas			

		IDIOMA	HABLADO	LEIDO	ESCRITO			
		Inglés						
		Francés						
3. INFORMACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO								
3.1 ¿Tiene Licencia de Funcionamiento?				3.2 ¿Tiene Cámara de Comercio Activa y Actualizada?				
3.3 ¿En qué tipo de persona jurídica está organizado su establecimiento?								
3.4 ¿Cuenta con Registro Nacional de Turismo?				3.4.1 ¿Está renovado?				
3.5 ¿Qué tipo de servicio(s) ofrece su establecimiento?								
3.6 ¿Año de apertura?		3.6.1 ¿Único Dueño?			3.6.2 ¿Año en			
frente del negocio?								
3.7 ¿Su establecimiento se encuentra certificado?					3.7.1 Nombre las Certificaciones:			
Continua Certificaciones:								
4. INFRAESTRUCTURA								
4.1 ¿Cuál es su capacidad instalada?								
Ítem	NÚMERO	Ítem	NÚMERO	Ítem	NÚMERO	Ítem	NÚMERO	
Habitaciones								
Camas								
Mesas								
Sillas								
Desayunos (día)								
Almuerzos (día)								
Cenas (día)								
Entradas (día)								
5. CAPITAL HUMANO								
5.1 ¿Cuántos empleados tiene la empresa?				5.1.1 Número de empleados con los				

	siguientes contratos			
5.2 ¿En el último año contrato más empleados?	Indefinido		Prestación de Servicios	
5.2.1 ¿Cuántos empleados adicionales contrato?	Fijo			
5.3 ¿Capacita a sus empleados continuamente?	Horas			
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?				
6. INFORMACIÓN DE LA DEMANDA ATENDIDA				
ÍTEM	2105	2016	Municipios Turistas Nacionales	Nacionalidades Turistas Extranjeros
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?								
7. ESTRATEGIAS DE MERCADEO								
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?				
8. RELACIÓN CON LA RED TURISTICA								
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?	
9. ANALISIS DOFA (del más importante al menos importante)			
DEBILIDADES	FORTALEZAS	AMENAZA	OPORTUNIDADES
10. DESARROLLO TURISMO (del más importante al menos importante)			
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?			
OBSERVACIONES:			

Tabla 2-Encuesta de oferta turística en los municipios del departamento de Cundinamarca. (Grupos de Investigación , 2017)

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

El diagnostico de este capítulo se presenta con base en una matriz DOFA del Municipio de Facatativá Departamento de Cundinamarca con el fin de determinar las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con respecto al turismo.

ANALISIS EXTERNO	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dar a conocer los diferentes sitios turísticos Facatativá. 2. Incentivar a las personas locales a fomentar el turismo y eventos en el municipio de Facatativá 3. Creación de eventos por parte secretaria de cultura 4. Arreglo de la malla que dentro del municipio. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Desaceleración económica en el sector turístico del municipio. 2. Insuficiencia de recursos para el desarrollo del sector. 3. Incremento de inseguridad en el municipio 4. Competencias (otros sitios turísticos) Anolaima, La Vega, Villeta, entre otros.
ANALISIS INTERNO		

<p>FORTALEZAS</p> <p>1. Diversidad de recursos naturales en los sitios turísticos.</p> <p>2. Fácil acceso y comunicación con otros municipios de la región.</p> <p>3. Cuenta con un parque arqueológico dentro del municipio.</p> <p>4. Incremento de establecimientos comerciales</p>	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>1. Publicación de los sitios turísticos del municipio.</p> <p>2. Aprovechamiento de las rutas de acceso al municipio.</p> <p>3. Generando interés por parte de las personas locales para conservar y fomentar el turismo en el municipio.</p> <p>4. Diversificación en eventos mediante la planeación de actividades.</p>	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>1. Aprovechando las bellezas escénicas del municipio.</p> <p>2. Activación de la economía en cuanto al turismo</p> <p>3. Aumentando la seguridad en los sitios turísticos.</p> <p>4. Rescatando las esencias ancestrales y rasgos culturales para la sana diversión.</p>

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
<p>1. Falta de promoción de los lugares turísticos.</p> <p>2. Facatativá no cuenta con hoteles orientados a la parte turística.</p> <p>3. Falta de apropiación y valoración de los recursos patrimoniales y ambientales.</p> <p>4. Carencia de guías turísticos que con pedagogía involucren a los visitantes a la apropiación de nuestras raíces.</p>	<p>1. Promoción del parque arqueológico como destino turístico.</p> <p>2. Mejorando la intercomunicación terrestre con la ciudad y otros municipios</p> <p>3. Mejorando la infraestructura hotelera orientadora a viajeros</p> <p>4. Creando escuelas de formación en guardas turísticos.</p>	<p>1. Incrementando el desarrollo económico del sector turístico.</p> <p>2. Promocionando el turismo en la parte histórica y cultural.</p> <p>3. Fomentando la importancia y apropiación de los sitios turísticos en la comunidad.</p> <p>4. Estableciendo normas de sana convivencia en los sitios turísticos y hospedajes para los viajeros</p>

7.1 FORTALEZAS

7.1.1 DIVERSIDAD DE RECURSOS NATURALES EN LOS SITIOS TURÍSTICOS.

El municipio Facatativá dispone de una gran variedad de recursos naturales, bellezas escénicas, biodiversidad florística, juntando esto con los caminos de herradura que se encuentran a los alrededores del municipio.

Parque arqueológico piedras de Tunja destino turístico ideal para visitar en un día, recorriendo el parque nos encontramos con unas enormes piedras sobre las cuales se observan pinturas indígenas antiguas que se estima fueron realizadas hace más de 10.000 años.

Otro sitio donde podemos encontrar gran variedad de recursos es el cerro Manjuy conocido por su Bosque de Niebla, caracterizado por la alta nubosidad, es un elemento atractivo para los foráneos e identificador para los locales. Tiene exuberante vegetación corresponde al bosque Andino; para llegar a su cumbre el camino tiene variaciones: se encuentran túneles de vegetación en escaleras empinadas y angostas; antes de llegar al bosque suprapáramo del cerro hay restos de una hacienda; desde la altura se observa la sabana, al bajar están los caminos Muisca y Panche. (Bermudez R. M., 2017)

De acuerdo con el instrumento de recolección de datos se puede evidenciar que el 55% de las personas que visitan el municipio viene a conocerlo.



Grafica 1 - Motivo de visita al municipio (Grupos de Investigacion, 2017)

Estos sitios turísticos hacen parte de las fortalezas del municipio, las personas que viven allí conocen la historia y pueden educar a los visitantes y a los residentes en cuanto al tema del turismo en estos lugares de sabana de occidente. (en colombia, 2018)

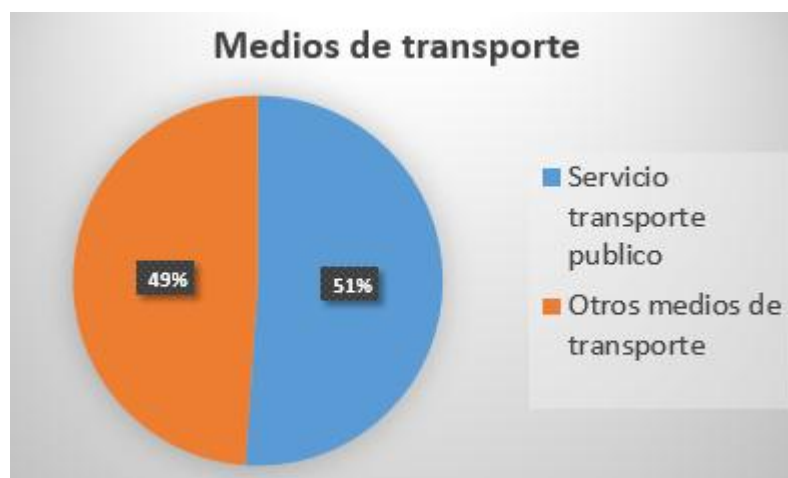
7.1.2 FACIL ACCESO AL MUNICIPIO

El municipio de Facatativá está ubicado al occidente de la ciudad de Bogotá a unos 40 minutos, teniendo una fácil accesibilidad.

La localidad cuenta con acceso por la calle 80, la calle 13 desde Bogotá, los municipios aledaños está a 15 minutos, esta es una fortaleza debido a que los visitantes más comunes son de los municipios aledaños o de la ciudad de Bogotá, el servicio de transporte público es eficiente y económico para los visitantes.

Esto permite que el municipio sea también visitado por personas que vienen de otros lugares del país y extranjeros aunque su promoción turística no sea tan extensa el voz a voz, hace que otras persona quieran visitar esta parte de la región debido a su historia y cultura.

Según la herramienta de investigación un 51% de los visitantes usan el transporte público para llegar a Facatativá.



Grafica 2 - Medios de transporte (Grupos de Investigacion, 2017)

7.1.3 CUENTA CON UN PARQUE ARQUEOLÓGICO DENTRO DEL MUNICIPIO

El municipio de Facatativá cuenta con un parque arqueológico "las piedras del tunjo". Comprende aproximadamente 27 hectáreas donde se pueden encontrar abrigos rocosos, pintura rupestre y paisajes con gran riqueza ambiental.

Facatativá o Totacativá, como fue llamada originalmente, es una región de gran relevancia para el estudio de las culturas del pasado. En este municipio se

encuentran abrigos rocosos con un sinnúmero de pinturas rupestres que conforman un importante patrimonio arqueológico. (Aldia de Facatativa, 2018)

Adquirido por el Ministerio de la Cultura en 1945 y declarado parque arqueológico en 1946. Fue entregado a la Corporación Autónoma Regional -CAR- en 1988 para su administración y manejo. A partir del 2006 el Ministerio de Cultura delegó al ICANH la supervisión del comodato del parque a cargo de la CAR. (ICANH, 2017)

Según el instrumento de recolección de datos el 30% de los visitantes que viene al municipio de Facatativá consideran las piedras del tunjo un lugar para conocer, caminar, descansar y tomar fotos.



Grafica 3- visitas al Parque Arqueológico (Grupos de Investigacion, 2017)

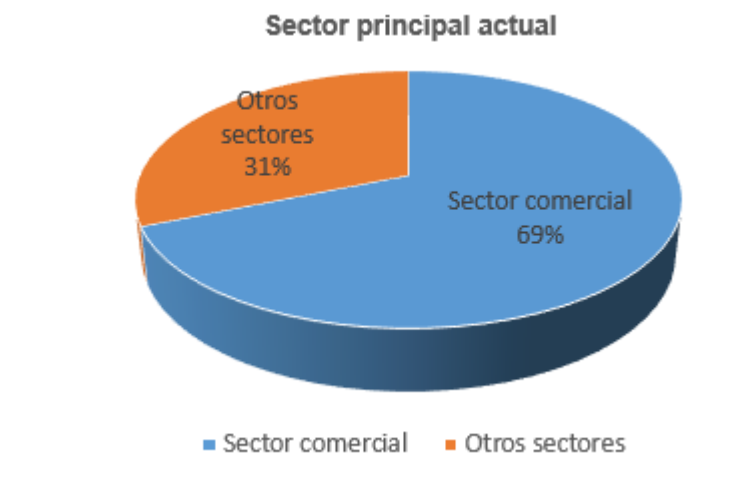
7.1.4 INCREMENTO EN EL SECTOR COMERCIAL

El área urbana de Facatativá es altamente comercial. Este se encuentra principalmente en los sectores de Centro y Chapinero, es fácil encontrar comercio

a lo largo de la ciudad. Ya que esta actividad económica es bastante lucrativa para residentes del municipio. (Alcaldía Facatativà, 2018)

En años recientes, se ha intentado "sectorizar" al comercio para la facilidad de personas al momento de sus compras. Esta medida ha venido funcionando de manera positiva aunque en ocasiones es posible ver comercio de una clase en el sector de otra. (Acaldia de Facatativa, 2018)

Este sector ha tenido un crecimiento importante en los últimos años según la encuesta de demanda aplicada al sector de turismo teniendo una participación del 69% frente a otros sectores como lo muestra la gráfica.



Grafica 4 - sector principal actual (Grupos de Investigacion, 2017)

7.2. OPORTUNIDADES

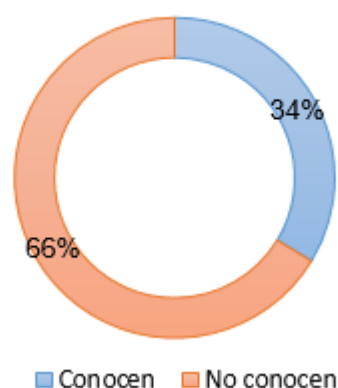
7.2.1 DAR A CONOCER LOS DIFERENTES SITIOS TURÍSTICOS FACATATIVÁ.

Dar a conocer los diferentes sitios turísticos que posee, mediante la secretaria de cultura y turismo que es el ente encargado de fomentar y promocionar todo lo relacionado al turismo y cultura.

El municipio ha intentado velar por la conservación de los sitios más relevantes dentro de su historia dando a conocer su ubicación para que sean de fácil acceso a los visitantes y propios.

Según los datos recolectados aplicadas las personas ven este municipio con grandes oportunidades de recreación y descanso. Es importante dar a conocer esta información debido a que se da la posibilidad de incrementar el turismo y la economía en el municipio, generando un ambiente agradable y de seguridad para la ciudadanía y sus visitantes. (Grupos de Investigación , 2017)

Conocen los sitios turísticos



Grafica 5- Conocen los sitios turísticos (Grupos de Investigación, 2017)

7.2.2 INCENTIVAR A LAS PERSONAS LOCALES PARA FOMENTAR EL TURISMO Y EVENTOS EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ.

En cuanto a la participación ciudadana en los eventos ofrecidos por los entes encargados, es una gran oportunidad tanto recreativa como laboral ya que se ofrece participar de manera activa en los festivales, eventos deportivos y sitios más frecuentados como guías turísticos para los visitantes y se integra a los habitantes para dar una excelente atención, teniendo así una remuneración por su labor y conforma una diversión a la vez.

Esta participación es organizada por la secretaria de cultura mediante convocatorias ofrecidas para hacer parte de los eventos deportivos, cuidadores de los parques, encargado de los sitios con mayor acceso de turistas, para que de

forma organizada se realicen dichos eventos en las fechas estipuladas en los proyectos que llevan a cabo estas actividades.

Teniendo esta organización del plan de desarrollo municipal, se promociona de manera adecuada eventos recreativos deportivos como clubes deportivos y así atraer visitantes a conocer y a querer quedarse en el municipio o volver una vez más. (A alcaldía de Facatativa, 2018)



Según muestra la grafica durante los 4 años se incrementaron los clubes deportivos nuevos a los ya existentes que eran 25.

Grafica 6- Clubes deportivos (Alcaldía Facatativa, 2018)

7.2.3 CREACION DE EVENTOS POR PARTE SECRETARIA DE CULTURA

La falta de creación de eventos ya sean recreativos o deportivos puede afectar el flujo de visitantes ya que esto promueve una alta demanda de turistas, teniendo una desaceleración en la economía y en el sector del turismo.

Esto también podría generar oportunidades laborales dentro de los residentes de Facatativá y poblaciones aledañas, por ello sería importante crear actividades y eventos que promuevan la participación de los habitantes y turistas.

7.2.4 ARREGLO DE LA MALLA QUE DENTRO DEL MUNICIPIO.

Es importante considerar que el constante tránsito de tractomulas y tractocamiones que circulan a diario por la malla vial urbana en especial por la Calle 15 y la Carrera 1 del Municipio, han deteriorado las vías de la localidad, así como los otros sectores donde se encuentran las calles en mal estado es necesario tener en consideración hacer mantenimientos y restauración de las mismas.

La planeación, mejoramiento de la estructura de pavimentación, mantenimiento a la señalización vial y zonas verdes, no solo beneficia al sector turístico, sino también a la ciudad, traerá desarrollo y mejorará la movilidad en dentro del municipio. (Julian Duque Garcia, 2018)

7.3 DEBILIDADES

7.3.1 FALTA DE PROMOCION DE LOS LUGARES TURISTICOS.

El municipio no cuenta con una adecuada promoción de los lugares turísticos, solo se utiliza el voz a voz, algunas señalizaciones y la página web en algunos casos, pero falta más promoción mediante redes sociales, publicidad en medios de comunicación de los sitios más vistos y escuchados de la localidad, esto causa

que la gente no conozca todo lo que ofrece Facatativá en cuanto al sector turístico, las actividades culturales, recreación y deporte.

Esta es considerada una debilidad debido a que solo se escuchan noticias sobre políticas, inseguridad y otros temas que no son propios del turismo en el municipio, adicionalmente según las encuestas realizadas la mayoría de las personas conocen el municipio por sus urbanizaciones, empresas y pasajes comerciales, lo que no causa la activación del turismo, se debe realizar dentro de estos espacios la información de todos los sitios emblemáticos que se pueden visitar tanto a los habitantes como a las personas que visitan el municipio para la diversión y la oportunidad laboral.

7.3.2 FACATATIVÁ CUENTA CON MUY POCOS HOTELES ORIENTADOS A LA PARTE TURÍSTICA.

Se evidencio en la encuesta de recolección de datos que realizo el grupo de investigación que el municipio no cuenta con hoteles para los visitantes y turistas que vienen de otros departamentos o países a conocer los sitios turísticos y el municipio en general, esto causa que la economía del municipio y el incremento en el turismo no se ofrezca de la manera correcta.

Esta falta de hospedaje para los turistas, es causada en gran parte por los hoteles que no son utilizados para esta actividad si no para acciones románticas y amorosas de los habitantes del municipio y residentes de municipios cercanos, causando una mala imagen para los turistas y poca actividad hotelera en este sector de la región.

Dicha carencia de lugares de descanso seguros y agradables para permanecer por varios días o ser un lugar de destino factible en un fin de semana, hace necesario que la casa de formación ancestral y turística sea visionariamente a largo plazo una ciudadela donde se promueva la sana diversión y el reconocimiento del municipio a través de diversas actividades en familia con marcación didáctica y rescate de juegos que el auge tecnológico hoy día han dejado de lado.

7.3.3 FALTA DE APROPIACIÓN Y VALORACIÓN DE LOS RECURSOS PATRIMONIALES Y AMBIENTALES.

En la actualidad, el Parque Arqueológico de Facatativá enfrenta diferentes situaciones que reflejan la falta de apropiación y valoración de los recursos patrimoniales y ambientales.

Turismo activo: Produce contaminación auditiva y deterioro del patrimonio arqueológico y ambiental.

Fogatas: Deterioro de fauna, flora y contaminación ambiental.

Grafiti: Causan deterioros en las superficies rocosas y en la pintura rupestre.

Basuras: Los visitantes olvidan recoger su basura, lo cual contamina no sólo los suelos, sino los recursos hídricos del parque.

Delincuencia: los forasteros que llegan con gran ilusión a disfrutar del parque se ven atropellados en sus derechos e integridad física porque no hay un ambiente apropiado para caminar y disfrutar del panorama libremente.

Es inadmisibles la idea de que alguien desde un solo sector de la comunidad pueda abrogarse los derechos sobre el patrimonio y eso viene pasando en parque Arqueológico se deberá llamar la atención de todos los sectores para que defiendan su patrimonio. (ICANH, 2017)

7.3.4 INSATISFACCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LOS TURISTAS.

La falta de productos o servicios destinados del sector turístico no cumplen las expectativas de los visitantes comparado con lo que esperaban adquirir.

La falta de hospedajes destinados el alojamiento de visitantes, de eventos y sitios turísticos e inclusive el clima de Facatativá hacen de que el municipio tenga una baja demanda de turistas, teniendo una baja participación el sector turístico en la economía.

7.4 AMENAZAS

7.4.1 DESACELERACIÓN ECONÓMICA EN EL SECTOR TURÍSTICO DEL MUNICIPIO

Una de las amenazas considerada la más importante es el poco incremento en la economía para el desarrollo turístico del municipio, debido a problemas de inseguridad, presupuesto e inversión en la ciudad por parte de constructoras.

El gobierno municipal no invierte en el desarrollo turístico del municipio causando una de las amenazas económicas en cuanto a la visita de turistas y habitantes a los sitios de interés, se enfocan en el desarrollo y crecimiento de la ciudad en la parte laboral pero no se invierte lo debido en cultura, recreación y turismo para activar esta parte de la economía, que es importante no dejar acabar. (Alcaldía Facatativá, 2017)

Los propios habitantes del municipio no se apersonan de divulgar y dar a conocer las cosas hermosas que existen en este, por ello son tan extranjeros en su propia

tierra que prefieren pasar un fin de semana en otros lugares aledaños porque no se sienten seguros de las maravillas que se encuentran en Facatativá y no las dan a conocer.

7.4.2 INSUFICIENCIA DE RECURSOS PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR

El presupuesto asignado para varios sectores de la economía es insuficiente incluyendo la infraestructura y el desarrollo de la actividad cultural, limitando los proyectos de promoción para el sector del turismo.

Afectando el incremento de eventos de recreación, ya que no se tendrá presupuesto para la adecuación y mantenimiento de escenarios deportivos urbanos y rurales, (Alcaldía Facatativá, 2018)

Esto genera un impacto negativo en el turismo debido a que si no se inyecta capital al sector seguirá decreciendo la demanda de los sitios turísticos del municipio.

7.4.3 AUMENTO DE LA INSEGURIDAD DEL MUNICIPIO.

La inseguridad causada por la ciudad de Bogotá y municipios aledaños es en gran parte una amenaza para el turismo de la región, debido a ello los visitantes se ven en muchas ocasiones abordados por estas personas de mala voluntad que les causan robos y lesiones cuando están de visita en el municipio, produciendo así una disminución en cuanto a las visitas.

En vista de la alarmante situación que se vive por todos los crímenes y olas de violencia en todos los sentidos en nuestro municipio, además por el

desconocimiento de causas que puedan estar originando estos actos, es necesario obtener la opinión de la preocupación que tenemos todos los ciudadanos por tanta delincuencia e indigencia que cada día va aumentando significativamente. (Grupos de Investigación, 2017)

La ciudad de Bogotá también ha generado que haya inseguridad en los municipios de sabana de occidente debido a las medidas que toma la administración distrital para limpiar ciertas zonas de la ciudad, causando una amenaza para los pobladores y visitantes del municipio de Facatativá, donde estas personas buscan desplazarse a lugares de la sabana de occidente.

El elemento de recolección de datos arroja un resultado negativo frente a esta situación generando insatisfacción en esta necesidad



Grafica 7 - Satisfacción de la Seguridad (Grupos de Investigación, 2017)

7.4.4 COMPETENCIAS (OTROS SITIOS TURÍSTICOS) ANOLAIMA, LA VEGA, VILLETA, ENTRE OTROS.

En la región existen otros municipios que tienen una mayor demanda turística ya sea porque tienen sitios más apetecidos por los turistas, por su condición climática o por la calidad de los eventos realizados promocionados por la administración municipal como lo son Anolaima “capital frutera de Colombia”, la vega.

Villeta es uno de los lugares turísticos preferidos por los bogotanos, la cercanía, el clima y el excelente estado de la carretera la han convertido en uno de los barrios calientes de la capital. Es un paseo muy recomendado para fines de semana y vacaciones de descanso total. (en Colombia, 2018)

7.5. ESTRATEGIAS FO

7.5.1 PUBLICACIÓN DE LOS SITIOS TURÍSTICOS DEL MUNICIPIO.

Diseñar una estrategia de publicidad haciendo uso de las TIC que dé a conocer los sitios turísticos del municipio de Facatativá, con las oportunidades que se ofrecen y las promociones a las que se puede acceder y así incrementar el turismo y activar la economía del mismo.

Esta estrategia incentiva a que nativos y visitantes se interesen más por los sitios que existen para visitar y conocer en el municipio, utilizando los medios de información y tecnológicos de forma tal que la gente conozca que Facatativá no es solo un municipio para habitar o laborar si no para recrearse, divertirse y descansar.

7.5.2 APROVECHAMIENTO DE LAS RUTAS DE ACCESO AL MUNICIPIO.

Dentro de la publicidad del municipio se deben informar las rutas de acceso, comunicando precios de transporte municipal e intermunicipal de ciudad a ciudad ya que se cuenta buen servicio por parte de las empresas que interfieren e implementar un servicio de transporte dentro de la región sabana de occidente que cuente con facilidad para poder visitar los sitios turísticos de la ciudad.

Esta estrategia incentiva el turismo en la zona generando un incremento en visitas, crecimiento educativo y cultural del municipio.

7.5.3 GENERANDO INTERÉS POR PARTE DE LAS PERSONAS LOCALES PARA CONSERVAR Y FOMENTAR EL TURISMO EN EL MUNICIPIO.

La creación de promociones y beneficios ofrecidos a los visitantes, habitantes y turistas de otros sectores incrementa el turismo en el municipio de Facatativá, con esta estrategia se logra que los visitantes quieran conocer y hacer parte de estos planes económicos y así disfrutar de un día en familia o amigos lleno de actividades culturales, recreativas de conocimiento y deportivas que ofrece el municipio.

La secretaria de cultura y turismo dentro de sus proyectos debe motivar a los residentes locales a hacerse partícipes en estos eventos recreativos para activar e incrementar el turismo y así hacer que Facatativá sea uno de los municipios más frecuentados en la región.

Esa estrategia genera más confianza tanto a los habitantes como a los visitantes y turistas, ya que se sienten con mayor seguridad al encontrar guías y especialistas en la promoción de los sitios que se van a visitar o que se desean conocer.

7.5.4 DIVERSIFICACIÓN EN EVENTOS MEDIANTE LA PLANEACIÓN DE ACTIVIDADES

Aunque el municipio cuenta con algunos eventos que promueven el turismo dentro de la localidad como lo son: los festivales del Tunjo, danza de tunas, encuentro de bandas marciales, la estrategia sería incrementar, diversificar y promover los otros sitios turísticos que tienen una baja demanda por parte de la administración del municipio, este tipo de eventos buscara incrementar la visitas por parte los turistas, ampliando la economía del sector,

7.6. ESTRATEGIAS FA

7.6.1 APROVECHANDO LAS BELLEZAS ESCÉNICAS DEL MUNICIPIO.

Los entes encargados de promocionar los sitios turismo deben hacer énfasis en las bellezas escénicas, diseñar planes de promoción y beneficios que pueden adquirir teniendo la experiencia de visitar estos sitios, utilizando medios asertivos de comunicación en la región sabana de occidente y en el país para generar el desarrollo económico del municipio.

Esta promoción incentiva a que las personas se interesen por conocer estos sitios históricos ofreciendo a su vez recreación, deporte y cultura, generando planes familiares de fácil adquisición para poder compartir y conocer una parte de la

región con grandes sitios culturales históricos y de recreación que se pueden visitar a bajos costos.

7.6.2 ACTIVACIÓN LA ECONOMÍA EN CUANTO AL TURISMO.

El gobierno municipal dentro de sus planes de trabajo, debe fomentar el turismo como parte de activar la economía del municipio, y no solo centrarse en el crecimiento urbanístico y laboral del mismo.

El turismo es un factor importante dentro de los municipios este genera en gran parte la economía debido a que atrae cada vez a más personas que se interesan por la cultura, el arte y la historia.

Se deben ofrecer oportunidades de descanso, recreación, deporte, conocimiento de historia y demás desde las aulas hasta las empresas para que así se incremente el turismo y la economía crezca dentro del municipio.

7.6.3 AUMENTANDO LA SEGURIDAD EN LAS VISITAS A LOS SITIOS TURÍSTICOS.

El consejo de seguridad que se realiza en el municipio debe tener como una de las prioridades la seguridad de los visitantes y turistas al municipio, al igual que la seguridad de sus habitantes, esto en gran parte incrementa el turismo en la zona ya que las personas al conocer y saber que pueden contar con una buena seguridad se interesan más en participar de los eventos ofrecidos por este y genera una mejor publicidad para el municipio teniendo así cada vez más turistas y habitantes en la ciudad.

7.6.4 RESCATANDO LAS ESENCIAS ANCESTRALES Y RASGOS CULTURALES PARA LA SANA DIVERSIÓN.

Dentro de las visitas a los sitios turísticos y al municipio en general se debe entregar el plan educativo que informe sobre la cultura, historia y riqueza ancestrales dando a conocer sus raíces generando mayor interés en cada uno de los sitios para que el visitante tenga un conocimiento de los lugares que está visitando.

Rescatar un poco de la historia del municipio y venderlo a los turistas como parte de la cultura, valores y creencias de los residentes, esto con el fin para generar una experiencia agradable y positiva frente a los visitantes y con ello generar una voz a voz que invite a más personas a visitar al municipio.

7.7. ESTRATEGIAS DO

7.7.1 APROVECHAMIENTO DEL PARQUE ARQUEOLÓGICO COMO SITIO TURÍSTICO.

Diseñar un plan que sirva para aprovechar el fácil acceso de las personas al parque arqueológico con el fin de darlo a conocer todos los turistas, los beneficios que se pueden adquirir y la seguridad con la que cuentan para poder acceder a este sitio, mostrando planes de fácil adquisición.

Invertir en publicidad por parte del municipio en lugares de fácil visibilidad, acceso a redes y a canales informativos en toda la región sabana de occidente y otros departamentos recomendando el parque arqueológico como sitio ideal de cultura, recreación y descanso.

7.7.2 MEJORANDO LA INTERCOMUNICACIÓN TERRESTRE CON LA CIUDAD Y OTROS MUNICIPIOS.

Dentro de la publicidad generada para la activación del turismo, diseñar y promocionar planes de fácil adquisición sin restricción de acceso a los sitios turísticos, mejorando la intercomunicación de localidad y así los comerciantes sepan de antemano de dichas promociones para también oferten sus servicios o productos implementado horarios y los días en los que se pueden tener una mayor participación de turistas ofreciendo reservas para no perder la oportunidad de que los conozcan.

Dentro de los planes se debe garantizar la estadía y la seguridad generando incrementar las visitas, crear un sitio web en el que puedan hacer las reservas para el ingreso masivo a estos sitios.

7.7.3 ORGANIZACIÓN DE UN PLAN DE HOSPEDAJE PARA LOS VIAJEROS INTEGRANDO A LA CIUDADANÍA.

La secretaria de cultura y turismo debe diseñar un plan de hospedaje seguro donde se integre a la comunidad que reside en el municipio, ofreciendo beneficios para quienes brinden hospedaje a los extranjeros y visitantes en general y así incrementar la oferta turística dentro del municipio.

Generar beneficios dentro del plan de hospedaje, que sean económicos y de fácil acceso a los turistas promocionándolos de manera correcta y brindando la comodidad esperada.

La administración municipal puede diseñar un proyecto de hoteles con las viviendas coloniales sin que genere detrimento en ellas y si obtengan beneficios por prestar sus servicios hoteleros de forma económica.

7.7.4 CREANDO ESCUELAS DE FORMACIÓN EN GUARDAS TURÍSTICOS.

Fomentar el aprendizaje de la historia del municipio, lo relevante e importante del sector turístico desde los centros de formación educativos, con ello generamos conciencia a los jóvenes, se tendrá un poco más de sentido de propiedad por parte de los residentes hacia el municipio.

Crear escuelas enfocadas al turismo donde se capaciten guías para los sitios más representativos del sector, esto con el fin de mejorar la calidad del servicio y promover el turismo dentro del municipio.

7.8. ESTRATEGIAS DA

7.8.1 INCREMENTANDO LOS RECURSOS EN EL SECTOR DE TURISMO.

Destinar más presupuesto para el desarrollo de este sector y así Crear planes turísticos en donde se pueda acceder a los sitios de forma económica y así reactivar el turismo en el municipio.

Estos planes se deben usar para inversión en el desarrollo económico del municipio generando mejoras y restauraciones de los sitios turísticos ofreciendo cada vez una mejor estadía a los visitantes, invertir en el mejoramiento de la

infraestructura local y eventos que ayuden a promover una mayor acumulación de turistas.

7.8.2 PROMOCIONANDO EL TURISMO EN LA PARTE HISTORICA Y CULTURAL.

Generar planes económicos donde los visitantes puedan acceder al conocimiento de los sitios históricos y culturales más emblemáticos del municipio.

Según las encuestas realizadas algunos de los turistas visitan el municipio por su recreación, centro comercial y discotecas, pero en realidad no saben que existen sitios turísticos que ofrecen una muestra de historia cultura y festivales a los cuales también pueden asistir con regularidad. Por este motivo es importante promocionar el turismo en cuanto a la parte histórica con el fin de que la economía en este sector crezca de manera asertiva y efectiva.

7.8.3 FOMENTANDO LA IMPORTANCIA Y APROPIACIÓN DE LOS SITIOS TURÍSTICOS EN LA COMUNIDAD.

Generar conciencia en la importancia de cuidar los recursos en el municipio por parte de la comunidad residente, esto preservara los sitios turísticos ya que en ocasiones son la misma gente local que se encargan de deteriorar el inventario turístico del municipio.

Estas campañas se deben realizar de forma periódica con el fin de establecer las normas de sana y actualizarlas a medida de que se va incrementando el turismo

en el municipio, estas campañas pueden ser promocionadas por la policía nacional o por los mismos habitantes que sean preparados para esta labor.

7.8.4 ESTABLECIENDO NORMAS DE SANA CONVIVENCIA EN LOS SITIOS TURÍSTICOS Y HOSPEDAJES PARA LOS VIAJEROS.

Cada sitio turístico y hotel debe tener las normas de sana convivencia publicadas dentro de sus establecimientos de forma tal que sean claras y visibles para los visitantes, turistas y habitantes y sean de fácil reconocimiento para su efectiva aplicación.

Adicionalmente dentro de los planes turísticos ofrecidos por estos sitios debe existir información de las normas de convivencia y sanciones a las cuales se enfrentan si no se respetan las normas dentro de los establecimientos.

También se deben publicar los derechos y deberes que tienen los visitantes en estos sitios de interés.

8. INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS SABANA DEL OCCIDENTE

En seguida, se encadena el inventario de los principales sitios Turísticos de la Sabana del Occidente del Departamento de Cundinamarca, donde se resalta la

importancia de cada uno, se enseña el formato único para la elaboración de inventarios turísticos de cada uno de ellos, de acuerdo a metodología del Ministerio de Industria Y Turismo.

Este inventario turístico fue tomado de los sitios más representativos del municipio de Facatativá según las encuestas realizadas por el grupo de investigación, adicional hubo un soporte informativo por parte de la alcaldía local donde se destacan estos escenarios.

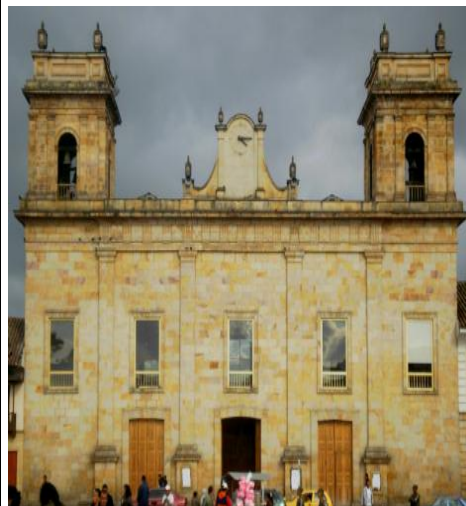
Se presentan las fichas que relacionan los atractivos turísticos representativos del municipio de Facatativá, que componen la Sabana del Occidente.

8.1 MUNICIPIO DE FACATATIVÁ

Tabla 3-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Catedral de Facatativá, (Acaldia de Facatativa, 2018) (Facatativà, 2018)

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Nuestra Señora del Rosario de La Catedral de Facatativá					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio:	Facatativá			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facatativá barrio Centro					
1.5. Administrador o Propietario	Párroco: Pablo Emigdio Beltrán Triana					
1.6. Dirección/Ubicación	Facatativá, Calle 5 N 2 – 60					
1.7. Teléfono/Fax	8423030 8422668					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 km	1.9. Tipo de Acceso				

	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado						
2.2. Descripción:	<p>Desde 1985 ya existía una pequeña iglesia y la ciudad era llamada “el puerto del reino” porque allí se cargaba y descargaba la mercancía que salía o llegaba de Europa. En 1601 el visitador Diego Gómez Mena decreta la construcción de una iglesia de piedra y teja. En 1690 se autoriza abrir el libro de bautismos. La iglesia ha sufrido varios temblores y ha tenido que ser reconstruida: 12 de julio de 1785, 16 de noviembre de 1827 y en 1967 se ve afectada por dos nuevos temblores. Se destaca que el 6 de agosto de 1895, aniversario de la fundación de Bogotá se inaugura el templo con sus pisos de piedra labrada. "Sistema nacional de cultura".</p>					
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			



TOTAL	76	
Fuente:	Sitio oficial Facatativá Cundinamarca	
Diligenciado por:	Edibrán Pulido	Fecha:

La Parroquia Nuestra Señora del Rosario de la Catedral es muy importante para el turismo del municipio, es un lugar cultural de patrimonio representativo por su antigüedad y su arquitectura llama la atención de los visitantes. (Facatativá, 2018)

Se destaca que el 6 de agosto de 1895, aniversario de la fundación de Bogotá se inaugura el templo con sus pisos de piedra labrada. El 26 de marzo de 1962 la iglesia de Facatativá es elevada a la calidad de iglesia Catedral por Su Santidad Juan XXIII. La Catedral se destaca por su arquitectura que integra elementos barrocos y modernos (Facatativá, 2018)

Tabla 4-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos Parque Arqueológico Piedras del Tunjo (Aldía de Facatativa, 2018) (ICANH, 2017)

1. GENERALIDADES				
1.1. Nombre	PARQUE ARQUEOLÓGICO PIEDRAS DE TUNJO			
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio:	Facatativá	
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facatativá barrios: El Bosque y Santa Rita			
1.5. Administrador o Propietario	Instituto Colombiano de Antropología e Historia			
1.6. Dirección/Ubicación	Facatativá, Cundinamarca			
1.7. Teléfono/Fax	3106376588			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 Km	1.9. Tipo de Acceso		

	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín					
2. CARÁCTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3					
	.2					
2.2. Descripción:						
<p>El Parque Arqueológico de Facatativá fue creado en 1946 tras un proceso de expropiación iniciado por el ministro de educación Germán Arciniegas, que se concretó solo hasta 1969. Su administración pasó a manos del Instituto Etnológico Nacional (más tarde Instituto Colombiano de Antropología e Historia ICANH) al tiempo que fue declarado Parque Arqueológico, luego paso al Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura) que lo entrega a la Corporación Autónoma Regional CAR en comodato desde 1972. "Instituto Colombiano de Antropología e Historia".</p>						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD				PUNTAJE		
Estado de Conservación (30)				30		
Constitución del Bien (36)				35		
Representatividad General (20)				20		
Subtotal				85		
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)				6		



TOTAL	91	
Fuente:	Sitio oficial Facatativá Cundinamarca	
Diligenciado por:	Edibrán Pulido	Fecha:

El Parque Arqueológico de Facatativá fue creado en 1946 tras un proceso de expropiación iniciado por el Ministro de Educación Germán Arciniegas, que se concretó solo hasta 1969. Su administración pasó a manos del Instituto Etnológico Nacional (más tarde Instituto Colombiano de Antropología e Historia ICANH) al tiempo que fue declarado Parque Arqueológico, luego paso al Instituto Colombiano de Cultura (Colcultura) que lo entrega a la Corporación Autónoma Regional CAR en comodato desde 1972. Durante todos estos años el terreno, las piedras y las pictografías han sufrido graves deterioros. El parque ofrece un sendero que recorre las pictografías más importantes, a pesar del marcado deterioro del que han sido víctimas durante los últimos 40 años. (ICANH, 2017)

Las rocas fueron lugar espiritual de los Muisca, quienes habitaban en el área a la llegada de los españoles. Algunas piedras contienen pinturas rupestres cuya significación se ha perdido ya que los referentes históricos se han diluido con el tiempo. Se presume su significado de acuerdo a símbolos universales, pero en el caso concreto del parque son solo especulaciones. (ICANH, 2017)

El parque Arqueológico ofrece a los visitantes bancos horizontales de rocas sedimentarias meteorizadas (principalmente areniscas) de la Formación Guadalupe, rodeados de sedimentos arcillosos rojizos. Las rocas están esparcidas irregularmente por todo el parque. La escalada en las rocas se ha constituido en uno de los aspectos deteriorantes, por ello esta costumbre no es deseable en procura de la conservación del patrimonio arqueológico. (ICANH, 2017) Según la encuesta de oferta y demanda es uno de los sitios más representativos del turismo en Facatativá.

Tabla 5-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Casa de la Cultura Abelardo Forero Benavidez (Aldia de Facativá, 2018) (MINCULTURA, 2018)

1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	CASA DE LA CULTURA ABELARDO FORERO BENAVIDES					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio:	Facativá			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facativá barrio Centro					
1.5. Administrador o Propietario	Secretaria De Cultura y Juventud					
1.6. Dirección/Ubicación	Facativá, Calle 5 No 1-73					
1.7. Teléfono/Fax	8922402-8922438					
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 Km	1.9. Tipo de Acceso				
		Terrestre	X	Acuático		Férreo
						Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín					
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado						
2.2. Descripción:						
<p>La actual casa de la cultura Abelardo Forero Benavides, de arquitectura republicana, fue fundada en 1909 siendo sede de la gobernación de Cundinamarca por un año, y luego sede de la alcaldía municipal de Facativá hasta el año 1989. En el año 2007 se realizó su restauración arquitectónica para ser sede de la casa de la cultura de Facativá desde el 9 de noviembre del año 2007. En la casa de la cultura funcionan las escuelas de formación en literatura y artes plásticas, cuenta con dos bibliotecas, salas de exposición y un museo, además de ser la sede de</p>						

la secretaria de cultura y juventud del municipio.
"Sistema nacional de información y cultura".



3. PUNTAJES DE VALORACIÓN	
CALIDAD	PUNTAJE
Estado de Conservación (21)	19
Constitución del Bien (21)	20
Representatividad General (28)	25
Subtotal	70
SIGNIFICADO	
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (30)	6
TOTAL	70

Fuente: Sitio oficial Facatativá Cundinamarca

Diligenciado por:	Edibrán Pulido	Fecha:
-------------------	----------------	--------

La casa de la cultura brinda educación artística intelectual y cívica de las habitantes y visitantes ofrece además un apoyo incluyente para la población vulnerable, cuenta con iniciativas para el desarrollo de proyectos donde allí se les propone capacitaciones e investigaciones y organización de actividades artísticas y culturales. (MINCULTURA, 2018)

La casa de la cultura es el epicentro para la recreación, todo gira alrededor de ella en cuanto a las actividades, se coloca mensualmente una programación que se desarrolla en dicho mes, están dispuestas una serie de actividades como lo son el

rock al tunjo donde vienen 10 bandas de todo Latinoamérica y se realizan una serie de conciertos y exposiciones de arte en más de 300 presentaciones esto se realiza en el mes de octubre, fomentando el turismo en el municipio. (MINCULTURA, 2018)

Tabla 6-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Parque Santa Rita (Acaldia de Facatativa, 2018) (Bermudez R. M., Barrios de Facatativa, 2018)

1.1. Nombre	Parque Santa Rita				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio: Facatativá			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facatativá barrio Santa Rita				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Local				
1.6. Dirección/Ubicación	Facatativá, carrera 5ª no. 9				
1.7. Teléfono/Fax	8425024				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 Km	1.9. Tipo de Acceso			
	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín				
. CARÁCTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado					
2.2. Descripción:					
El Parque de Santa Rita originariamente no tenía ese nombre, es posible que lo llamaran Parque 7 de Agosto por la pila que hay en el sitio, en su parte superior está dicha fecha. Estuvo en este parque el					

busto de Santander y posiblemente se llamó el Parque Santander, este busto fue trasladado al Parque de la República o de los Mártires, tomando el nombre de dicho prócer. Esta pila parece que data de 1948, y en años anteriores estuvo en la Plaza principal del Municipio. "Sistema nacional de información y cultura".

3. PUNTAJES DE VALORACIÓN

CALIDAD		PUNTAJE
Estado de Conservación (21)		16
Constitución del Bien (21)		18
Representatividad General (28)		25
Subtotal		70
SIGNIFICADO		
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)
	Internacional (30)	
TOTAL		65



Fuente: Sitio oficial Facatativá Cundinamarca

Diligenciado por:	Edibran Pulido	Fecha:	
-------------------	----------------	--------	--

Este parque ofrece a los turistas la combinación de espacios verdes y deportivos, que permite a la población facatativeña y visitantes un sano esparcimiento. Fue restaurado hace 10 años para incorporar escenarios deportivos tales como cancha

de microfútbol, cancha multipropósito, arenero y por ultimo zona skate; volviéndose muy atractivo para las gente del municipio y alrededores. Tiene mayor tránsito los días domingos por la gente que sale de misa de la Iglesia Santa Rita y los torneos de microfútbol que mantienen los habitantes atentos a la diversión. (Bermudez R. M., Barrios de Facatativá, 2018)

Tabla 7-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Parque Santander (Aldia de Facatativa, 2018)

1.1. Nombre	Parque Santander				
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio:	Facatativá		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facatativá barrio San Rafael				
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Local				
1.6. Dirección/Ubicación	Facatativá, carrera 1				
1.7. Teléfono/Fax	3156702507				
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 Km	1.9. Tipo de Acceso			
	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín				
2. CARACTERÍSTICAS					
2.1. Código Asignado					
2.2. Descripción:					
Allí se ubica otra plazoleta principal y la prisión de máxima seguridad de Facatativá. Monumentos					

como es el caso del Obelisco y el busto del General Santander que fue robado en año 2008."Alcaldía Municipal de Facatativá en Cundinamarca".



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
TOTAL	76

Fuente: Sitio oficial Facatativá Cundinamarca

Diligenciado por:	Edibrán Pulido	Fecha:	
-------------------	----------------	--------	--


En los últimos años uno de los centros culturales e históricos de Facatativá es el Parque Santander se ha venido deteriorando notablemente, hoy en día vemos como su infraestructura presenta grandes grietas y sus principales monumentos como es el caso del Obelisco y el busto del General Santander que fue robado en año 2008 necesitan una pronta restauración. (Alcaldía de Facatativa, 2018)

Es por esta razón que la comunidad del sector está tratando de recoger recursos para que este parque vuelva hacer un lugar en donde todas las personas pueden realizar actividades culturales sin temor a que se presente algún accidente

debido a que su plazoleta presenta varias grietas y lo más importante recuperar la cultura e historia del parque para que futuras generaciones tengan más sentido de pertenencia con Facatativá. (A alcaldía de Facatativa, 2018)

Tabla 8-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, Alto de la Tribuna (A alcaldía de Facatativa, 2018)

1.1. Nombre	Alto la Tribuna						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio			Facatativá		
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facatativá Vereda la Tribuna						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Local						
1.6. Dirección/Ubicación	Albán - Facatativá, Facatativá, Yerbabuena, Facatativá, Cundinamarca						
1.7. Teléfono/Fax	8439101						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 Km	1.9. Tipo de Acceso					
		Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:							
El Alto de la Tribuna, cuenta con una altura próxima a los 3.000 m s. n. m., ubicado al occidente de la Vía Albán; el Alto de las Cruces con 2.700 m s. n. m., ubicado al sur de la Vía Anolaima por el Camino Real, caminos reales de Zipacón, al Gualivá (Sasaima); el sendero de la vereda Mancilla, la Selva San Rafael, el Camino Antiguo Ferrocarril Mancilla El Dintel, las reservas naturales en la Vereda La Selva, entre otros.							

(A alcaldía de Facatativa, 2018)				
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			
TOTAL	76			
Fuente: Sitio oficial Facatativá Cundinamarca				
Diligenciado por:	Edibrán Pulido	Fecha: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 40px; height: 20px;"></td><td style="width: 40px; height: 20px;"></td></tr></table>		


Es uno de los pasajes más deseados, ya que durante su recorrido de casi 7 Km se puede hallar fauna de la Sabana ya extinta en otros lugares; también, tiene presencia la belleza escénica que convive en estado armonioso con la flora natural de la región. Su gran altura, permite en algunos puntos divisar los municipios aledaños que se encuentran al occidente de Facatativá. (A alcaldía de Facatativa, 2018)

La medición comienza sobre el puente del río Villeta a las afueras del municipio, sobre los 784 MSNM y toma la vía principal que conduce hasta Facatativá. Vamos

a pasar por los municipios de Sasaima y Albán. La carretera está totalmente pavimentada y señalizada, pero solo tiene dos carriles y debido a esto no es recomendable llevar vehículo acompañante. Se recomienda hacer este recorrido bien temprano y ojalá en días festivos para escapar en lo posible del impresionante tráfico de ruidosos vehículos de carga. (Acaldia de Facatativa, 2018)

Tabla 9-Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, El Cerro de Manjui (Acaldia de Facatativa, 2018)

1.1. Nombre	El cerro de Manjui						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Facatativá				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Facatativá						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Local						
1.6. Dirección/Ubicación	Facatativá, Cundinamarca						
1.7. Teléfono/Fax	8439101						
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	12,7 Km	1.9. Tipo de Acceso					
	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo	
1.11. Indicaciones para el acceso:	Ingreso por la calle 13 desde Bogotá, calle 80 autopista Medellín						
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado							
2.2. Descripción:							

El cerro de Manjui (mayor elevación del municipio) y el otro de Sur-Norte formando los cerros de Churrasi, Piedrecitas, entre otros, para terminar en el punto de la vuelta del cerro, en el camino que conduce a Subachoque. " (República de Colombia Departamento Cundinamarca alacaldía de facatativa, 2018)				
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			
TOTAL	76			
Fuente: Sitio oficial Facatativá Cundinamarca				
Diligenciado por:	Edibrán Pulido	Fecha: <table border="1" style="display: inline-table; vertical-align: middle;"><tr><td style="width: 50px; height: 20px;"></td><td style="width: 50px; height: 20px;"></td></tr></table>		

Es considerado como el Cerro principal de la ciudad. Su ubicación y su forma le han dado una importancia desde la época prehispánica ofreciendo a los visitantes una gran información cultural de las raíces del municipio y otros alrededores. En notas históricas sobre Facatativá de Luis María Mora escribe “no deja de llamar la atención la semejanza de Manjui con el de Monjuieh Cerro que en Barcelona ocupa la misma posición de éste; por lo cual no es muy aventurado suponer que algún catalán le dio este nombre acordándose de la antigua y opulenta ciudad que

señores la costa occidental del Mediterráneo De acuerdo a los estudios etnohistóricos el traslado de poblaciones indígenas en el territorio americano fue notorio para el poblamiento en Colombia. Recibió oleadas por todos los puntos cardinales de tal forma que, por la región amazónica, entraron familias indígenas del Brasil, del Paraguay, Perú y de Bolivia, en busca de mejores tierras, y formas de subsistencia. En la sabana de Bogotá y sus alrededores habitaron, se mezclaron con los nativos, hubo intercambio de costumbres, de lenguaje, de religión y es posible que estos paisajes les recordara su región (el Chaco Paraguay) y dejaron como herencia algunas costumbres, vocablos entre ellos el nombre de Manjui se destacan sus bellezas escénicas y sus caminos de herradura. (Aldia de Facatativa, 2018).

9. PROYECCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO FACATATIVÁ CON BASE EN LOS PLANES NACIONALES, DEPARTAMENTALES Y MUNICIPALES.

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

Tabla 10-Proyección turística del municipio Facatativá con base en los planes nacionales, departamentales y municipales (Plan de Desarrollo Departamental, 2016 - 2019) (Plan Nacional de Desarrollo, 2014-2018)

Nacional (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 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,	Priorización de las necesidades regionales de infraestructura	Número de lugares inspeccionados / Número de lugares priorizados.

	incluyendo una 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/ 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	Viabilidad de un

		cimentar una cultura turística.	Conpes para la 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	Número de programas de formación aplicados.

	receptoras, sobre la 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	Porcentaje de participación de las comunidades en

		frente a los proyectos y planes de turismo cultural.	proyectos turísticos.
Municipal Facatativá 2016-2019	Promover el sector turístico en el municipio, partiendo de la importancia de mantener los bienes patrimoniales y culturales propios del municipio.	Diseñar un plan sectorial turístico para el siguiente periodo gubernamental (4 años).	Diseño del plan turístico para el municipio con un periodo de vigencia establecido.
		Realizar un sistema informativo del patrimonio cultural y material.	Inventario específico del patrimonio cultural y material, arrojado por el sistema de información.
		Llevar a cabo labores de reconocimiento de bienes patrimoniales.	Recolección y manejo de la información de bienes patrimoniales.
		Impulsar el sector comercial, mediante la implementación de unidades de trabajo.	Cantidad de espacios para unidades de trabajo desarrollados.

El plan de desarrollo municipal de Facatativá 2016-2019, menciona tenuemente el plan de desarrollo turístico, como norte para llevar al turismo a ser uno de los generadores de desarrollo social y económico del municipio. Consecuentemente se requiere el análisis de la proyección turística a escala nacional, departamental y

municipal, con la finalidad de identificar la proyección turística a largo plazo del municipio. Plan de desarrollo municipal.

Por lo tanto, se realizará la proyección mediante las estrategias relacionadas a continuación, las cuales impactarían el municipio de Facatativá en su desarrollo.

- Mejoramiento y consolidación de la competitividad incluyendo la calidad de los prestadores, de los destinos y de los productos turísticos.

Con pleno conocimiento que la riqueza natural y ecológica del país es la más importante y notable se generaron metas que buscan fortalecer, proteger e impulsar las actividades turísticas relacionadas con la riqueza natural y cultural que posee el país; también mediante este tipo de estrategias se busca disminuir la informalidad en el sector turístico ya que actualmente es una problemática que frena el desarrollo del mismo. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2014 - 2018)

Teniendo en cuenta que la visión del país ha cambiado año tras año y la globalización ha transformado la perspectiva de servicio y fomentado nuevas prácticas de turismo, se hace vital una constante revisión y actualización de los planes que en ello influyan.

Siendo la competitividad un tema transversal que se articula con los sectores públicos, privados, nacionales, regionales y locales basado en los instrumentos que brindan el ministerio de comercio industria y turismo y con el sistema nacional de competitividad se hace necesaria una revisión de los convenios firmados hasta diciembre del 2008 para actualizar y armonizar dichas estrategias con las que

recientemente se han puesto en funcionamiento. (Gobernación de Cundinamarca, 2016 - 2020)

Para el desarrollo de esta estrategia la nación también se planteó metas que impulsen directamente el turismo y que trabajen sobre una misma directriz, que logre una armonización competitiva y un orden para el desarrollo de este sector como lo son las asistencias técnicas, los programas de asistencia técnica derivados de los convenios de competitividad y de los planes de desarrollo local, que brinda el ministerio de comercio industria y turismo ha consolidado los procesos de competitividad regional y local.

Establecer el acompañamiento y orientación en planificación turística, diseño del producto, acceso a programas de promoción y acceso a incentivos tributarios; esto con el fin de nivelar los sectores competitivos de región a región; para poder acceder a la asistencia técnica se deben cumplir ciertos requisitos que conllevan a respetar una secuencia lógica en los procesos de consolidación del destino.

Esta estrategia a nivel nacional impacta positivamente la estrategia municipal de Facatativá, a nivel nacional se habla de una revisión de convenios turísticos, a nivel municipal se busca impulsar los destinos turísticos y culturales con la actualización e implementación de planes sectoriales de turismo ya existentes, donde también es necesario la revisión de convenios.

- Mejoramiento y promoción de escenarios y destinos turísticos.

Con el mejoramiento y la promoción de los sitios turísticos se busca elevar los índices de consumo de este sector en el departamento; esto se lleva a cabo mediante estrategias como la formación empresarial turística y la formulación de

proyectos que mejoren la infraestructura turística existente para que las comunidades locales se vinculen productivamente a la gestión de dichos proyectos y a la prestación de estos servicios. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2012)

Desde el punto de vista de la planificación con base al ordenamiento territorial la recolección y análisis de fuentes de información primaria y secundaria establecen una orientación a la revisión de condiciones de oferta y demanda teniendo en cuenta componentes de accesibilidad, movilidad, espacio público, equipamiento turístico, aspectos ambientales, uso del suelo, planes de ordenamiento territorial, lugares de estudio, programas, proyectos y normas que favorecen la implementación para la práctica y aceptación de la actividad turística, permitiendo concentrar la fidelidad de la demanda de acuerdo a la gestión de canales de comercialización, notoriedad en el mercado, identificar preferencias de los turistas, medios de información, nivel de precios, calificación de servicios determinando los perfiles regionales y campos de acción. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2012).

Esta estrategia nacional se complementa con la estrategia municipal del municipio de Facatativá donde se busca implementar sistemas de información turística, promocionando los lugares más representativos y atractivos del municipio, además se requiere formación empresarial turística y desarrollo de proyectos en pro de mejorar los sitios turísticos existentes actualmente en el mismo.

- Mejoramiento de la infraestructura turística, incluyendo una mejor y mayor conexión de los destinos turísticos.

La consolidación de Colombia como un destino turístico con altos niveles de competitividad, establecerá como meta la priorización de las necesidades

regionales de infraestructura, tomando como base la aplicación de nuevas alternativas de mejoramiento de sitios turísticos priorizando los sitios con mayor representatividad ecológica, cultural y social para el país. (Plan Nacional de Desarrollo, 2014-2018)

Se buscara la conservación e inversión para sostenimiento enfatizándose en los lugares turísticos, por lo cual el CONPES 3397 establecerá y guiara los convenios de desarrollo turístico y la destinación de mayores recursos para la mejora de la competitividad para la cual establecerá señalizaciones turísticas para los diferentes destinos y rutas permitiendo una mayor orientación y visualización del país en turismo, además del establecimiento y ampliación de vías, modernización de aeropuertos y mejora en la cobertura de servicio público. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2014 - 2018)

De acuerdo a lo departamental se establece como estrategia el mejoramiento y promoción de escenarios y destinos turísticos a través de la ejecución de proyectos estratégicos de infraestructura en el sector.

En conjunto con los municipios buscar alternativas de turismo sostenible y preservación de los recursos naturales a través de la atracción de inversiones para impulsar el sector empresarial y emprendimiento tanto de la comunidad como del sector público y privado.

De acuerdo a los instrumentos de desarrollo y ejecución del turismo a nivel departamental se establecen acciones encaminadas a buscar realizar una mejor ubicación de las actividades económicas y sociales, infraestructuras y equipamiento adaptados a los esquemas turísticos locales por medio de la planificación territorial, señalización turística, incorporación de nuevas tecnologías,

gestión institucional para concretar mejoramiento de la accesibilidad de turistas entre ellos personas con discapacidad además del seguimiento y establecimiento de la seguridad turística tanto para turistas como prestadores de servicios, de esta manera se garantiza el desarrollo sustentable del turismo, condiciones aptas de competitividad, e instalación de reglamentos de protección y promoción del turismo. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2012)

Se potencializara el posicionamiento del Departamento de Cundinamarca a nivel regional y nacional estableciendo como meta principal el desarrollo de estándares de calidad y gestión por medio de la participación y fomento en actividades y eventos de negocios mediante la utilización de los medios de comunicación masiva regional, además de la implementación de convenios con agencias de viajes establecidas a nivel nacional fijando la identidad cultural, generando empleo y potencializar la cadena productiva de servicios y productos turísticos ya sean gastronómicos, arquitectónico, museos, religioso y ecológico. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2012)

El impacto de la consolidación de escenarios y destinos turísticos a nivel departamental y la mayor conectividad turística a nivel nacional permite al municipio enfocar sus esfuerzos en el aprovechamiento de iniciativas turísticas, establecer estándares de calidad, especialización de la oferta, recuperación del turismo interno instaurando estrategias de captación de nuevos turistas y el fortalecimiento del turismo y los recursos naturales enfocados en prácticas sustentables productivas. (Plan de Desarrollo Departamental, 2016 - 2019)

El municipio de Facatativá no tiene definido en su plan de desarrollo una estrategia de mejora de infraestructura, conexión y señalización turística, por lo

que es importante que el departamento y el país logren llegar a los municipios como mediante mayor conectividad, instaurando nuevos turistas en el municipio.

- Creación de un sistema de información turística.

A nivel nacional mediante la implementación de las Tics se busca fortalecer, promocionar e informar sobre los lugares turísticos por medio de políticas que faciliten la creación de plataformas tecnológicas, de transferencia de conocimiento y de fomento a la incorporación de elementos de innovación y calidad en los productos competitivos.

Para esto se creó la red de puntos de información cuyo fin es canalizar y difundir la información de los atractivos turísticos, actividades, servicios y oferta en general de los lugares turísticos nacionales e internacionalmente ya que este proyecto está vinculado a Proexport y contara con estándares internacionales. (Gobernación de Cundinamarca, 2016 - 2020).

A nivel departamental para mejorar la competitividad empresarial y de los destinos turísticos el ministerio de comercio, industria y turismo dará especial relevancia al uso de las tecnologías de la información y comunicación, como soporte de los procesos administrativos y para labores como la promoción y la comercialización de los productos turísticos; a nivel de regional se buscara establecer mecanismos del comportamiento del mercado demandante estableciendo parámetros de medición, capacitación y establecimiento de indicadores permitiendo en conjunto con empresas y administradores locales y regionales emprender estudios para el diseño de productos, portafolio de negocios turísticos prestación y viabilidad turística. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2014 - 2018).

Como estrategia de comunicación y conectividad apostar por incorporar tecnologías de información y comunicación permite a los prestadores de servicios tener bases de datos sólidas de sus clientes, además de servir como fuentes para analizar, planificar, diseñar parámetros financieros, administrativos y de infraestructura atendiendo a las necesidades de los mercados. Los mecanismos de promoción a partir del uso de plataformas tecnológicas como redes sociales y páginas web favorecen procesos de prestación y venta de servicios turísticos siendo estas herramientas de apoyo adicional para llevar a cabo procesos internos de las organizaciones en la medida que puede agilizar los procesos, reducir costos y tiempo. (Fondo de promoción turística de Colombia, 2014 - 2018).

El municipio de Facatativá no ha desarrollado un plan integral de turismo, es así como el sector turístico no ha tenido un desarrollo importante, el único atractivo conocido ha sido el Parque Arqueológico Piedras del Tunjo, sin embargo, no se le ha dado el manejo adecuado para la representatividad Arqueológica e histórica que posee, en la actualidad se encuentra en un proceso de reestructuración necesaria para transformarlo en un atractivo de importancia nacional e internacional. Lo cual, no significa que el municipio no cuente con diversos escenarios para el fomento turístico, como los caminos reales, de gran importancia histórica y un potencial inmenso para la realización de caminatas, cabalgatas y otras actividades turísticas. Plan de desarrollo municipal (Alcaldía Facatativá, 2018)

No obstante, como objetivo para el desarrollo del sector turístico en el municipio, se desea impulsar el turismo, teniendo en cuenta la importancia de los bienes patrimoniales y culturales del municipio, incluyendo la participación de la ciudadanía en cada una de las estrategias, que estarán enfocadas en la realización de actividades que fomenten la información de el inventario turístico el

cual permite conocer los atractivos, servicios y recursos turísticos de Facatativá.
(Lobatan, 2019)

Entre tanto, por medio de festivales como Tunjo fest y ferias artesanales es posible conducir al municipio a turistas de municipios cercanos y así mismo hacer partícipe a la ciudad de influencia para el municipio en este caso Bogotá.

10. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE FACATATIVÀ.

A continuación, se describe la caracterización del sector turístico del municipio de Facatativá, departamento de Cundinamarca.

Facatativá es uno de los municipios que integran política-administrativamente al departamento de Cundinamarca, se halla localizado en su parte centro occidental, forman parte de la región de la Sabana de Bogotá, extensa altiplanicie sobre la cordillera Oriental. (A alcaldía de Facatativa, 2018)

En el aspecto cultural el cual tiene una relación directa con el sector turístico, Facatativá se ha distinguido por su desarrollo cultural; a partir de la educación, las instituciones educativas han fortalecido la cultura en los diferentes aspectos, además del fortalecimiento del turismo frente a el desarrollo de actividades y programas del Patrimonio Cultural, como los Festivales del Tunjo, de Danza, de Tunas, Bandas Marciales, Música Colombiana, Moderna, de las Flores, entre otros.

Es así, como vamos a ver ahora, los sitios turísticos representativos del municipio:

El Parque Santander, dado el 6 de mayo de 1940 conmemorando el centenario de la muerte de este prócer, del cual se realizó un busto. La plaza Simón Bolívar, es una plaza que por su estilo y forma conserva aún las características de una plaza española. En ella se encuentra: La Catedral de la Diócesis; A su derecha se encuentra el palacio episcopal; las edificaciones de las alcaldías: la antigua de estilo republicano, y que sirvió de sede para la gobernación del departamento de

Cundinamarca desde 1905 hasta 1910, y ahora es la Casa de la Cultura y la Nueva Alcaldía. Parque Arqueológico de las Piedras del Tunjo, el Cerro de Manjui y el alto de la Tribuna lugares donde se puede encontrar variedad en bellezas escénicas y raíces de la historia de nuestros antepasados

Según la encuesta de demanda aplicada al municipio se evidencia un gran desconocimiento de los sitios turísticos por parte de los visitantes solo en algunos casos se demuestró interés por el Parque Arqueológico Piedras del tunjo y monumentos.



Grafica 8 - Parque y monumentos(Grupos de Investigacion, 2017)

Las instalaciones de Ecopetrol: entre el municipio de Facatativá y la Empresa Colombiana de Petróleos, celebraron en 1983 una negociación con el objeto de poner en funcionamiento en esta ciudad el TERMINAL DE LA SABANA.

De acuerdo a lo anterior, el municipio de Facatativá cuenta con bienes turísticos representativos e importantes, no obstante, el sector turístico no se ha desarrollado en su máxima dimensión, de allí la necesidad de integrar un plan sectorial turístico

RECOMENDACIONES

Invertir en proyectos y actividades por parte de la administración en Facatativá, como lo son eventos de recreación y deportes, también ferias o fiestas, para que de esta manera se fomente la llegada de turistas, participando en acciones que sean atractivas con la mejora continua de experiencias.

Organizar la administración pública de municipio para crear una agencia de turismo en Facatativá con la finalidad de cautivar masas promocionando los lugares turísticos que se ajustan al destino de las personas mejorado notablemente la apariencia del municipio. Estableciendo programas estratégicos como viajes por el mismo en donde se hable de su historia, cultura y recursos naturales conectando el turismo con los restaurantes, sectores comerciales potenciando la economía del municipio.

Combinar estrategias en relación de la comunidad con la mejora del entorno social promocionando productos y servicios en el mercado demandando como lo son el sector hotelero y la gastronomía de nuestra región, generando experiencias como lo son espacios en familia, Facatativá centro de cultura e historia para que los turistas prefieran a Facatativá por encima de otros municipios de Cundinamarca.

Mejorar las infraestructuras actuales construyendo nuevos escenarios deportivos, un recinto para conciertos, donde se fomente la recreación el deporte y la cultura con la finalidad de promover el sector turístico del municipio alineando las inversiones públicas que aportan al desarrollo de los destinos de los viajeros.

Incluir para el próximo Plan de desarrollo presupuesto para desarrollar nueva estrategias enfocadas al turismo del municipio ya que en el actual, este sector económico no tiene mayor relevancia.

Abrir escuelas de formación enfocadas a inculcar aprendizaje encaminado al turismo de Facatativá, reclutando personas del municipio para que trasmitan este conocimiento de historia y cultura a los visitantes ellos pueden ser guías turísticos de los viajeros, esto con el fin de estimular una mejor experiencia.

CONCLUSIONES

El turismo es una actividad que ha venido evolucionando a través de los años siendo considerado como un acontecimiento económico y social el cual mantiene un elevado crecimiento constante y sostenido con la ayuda de los escenarios científicos, culturales, patrimoniales y ecológicos en la sabana de occidente de Facatativá.

En relación con la investigación realizada en la localidad de Facatativá se encuentra con que el municipio cuenta con una historia de gran valor y construcciones antiguas generando con esto un impulso demandante en la oferta turística de Facatativá con el valor agregado de su historia sus paisajes y su cultura

El municipio de Facatativá en relación con las investigaciones por parte de universidad de Cundinamarca, cuenta con un inventario turístico viable, también comprende cada área identificando el incremento acelerado de comercio y las grandes construcciones del municipio como un factor que impacta al turismo, pero aun así Facatativá sigue al margen de su potencial turístico.

El sector turismo del municipio de Facatativá presenta una ventaja debido a su fácil accesibilidad de los ingresos por la calle 80 y por la calle 13 desde Bogotá, esto permite que el municipio sea visitado por variedad de personas de diferentes partes del país inclusive extranjeros potenciando turísticamente esta parte de la región

Por los últimos años las visitas turísticas del municipio de Facatativá han intentado innovar en cuanto a la entrada y salida de los visitantes turísticos, con la ayuda de los municipios aledaños se ve grandemente influenciada en su parte por el transporte público siendo eficiente contribuyendo en pro económicamente.

Con la organización y la participación por parte de la secretaria de cultura de Facatativá se ofrecen eventos deportivos y el manejo adecuado de los parques con fechas estipuladas de proyectos y actividades llenando los sitios de valor con la promoción para que con esto haya mayor acceso turistas.

Con la creación de promociones y de beneficios se pretende incentivar y generar una estrategia orientada al turismo alineados a los planes nacionales y departamentales en la zona con la intención de incrementar las visitas el crecimiento educativo y cultural del municipio de Facatativá.

El municipio de Facatativá no ha desarrollado un plan integral de turismo, es así como el sector turístico no ha tenido un desarrollo importante, el único atractivo conocido ha sido el Parque Arqueológico Piedras del Tunjo, sin embargo, no se le ha dado el manejo adecuado para la representatividad Arqueológica e histórica que posee.

De acuerdo a los instrumentos de desarrollo y ejecución del turismo a nivel departamental se establecen acciones encaminadas a buscar realizar una mejor ubicación de las actividades económicas y sociales, infraestructuras y equipamiento adaptados a los esquemas turísticos locales por medio de la planificación territorial encaminados y debidamente direccionados para las actividades turísticas.

ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA DE DEMANDA

1,1 IDMPIO	1,2 IDFECHA	1,3 IDCONSE	1,4 IDPROVINCIA	2,1 PAISNACI	2.1.1 DEPTONACI	2.1.2 MPIO NACI	2,2 PAISRESI	2.2.1 DEPTO RESI	2.2.2 MPIO RESI	2,3 EDAD
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/1	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	18
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/2	SABANA OCCIDENTE	ALEMANIA	BAVIERA	BAVIERA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	59
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/3	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	COLOMBIA	TOLIMA	MELGAR	26
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/4	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	META	VILLAVICENCIO	COLOMBIA	META	VILLAVICENCIO	28
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/5	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	23
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/6	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	PUERTO SALGAR	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	PUERTO SALGAR	33
FACATATIVA	15/04/2017	5/41/1/7	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	ANTIOQUIA	MEDELLIN	COLOMBIA	ANTIOQUIA	RIONEGRO	27
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/8	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	ZIPACON	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	EL ROSAL	28
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/9	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	MOSQUERA	74
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/10	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	MOSQUERA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	MOSQUERA	44
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/11	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	CHIA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	37
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/12	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	BOYACA	ARCABUCO	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	20
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/13	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	SANATANDER	FLORIAN	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	39
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/14	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	BOYACA	COPER	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	BOGOTA	37
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/15	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	SASAIMA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	MOSQUERA	21
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/16	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	META	VILLAVICENCIO	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	MADRID	28
FACATATIVA	23/04/2017	5/41/1/17	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	LA VEGA	COLOMBIA	CUNDINAMARCA	TOBIA	30

2,4 GENERO	2,5 ALABORAL	2,6 ECIVIL	2,7 HIJOS	2,8 NEDUCATIVO	2,9 ESTRATO	2,10 INGRESO	3.1.A MVIAJE_A	3.1.B MVIAJE_B	3.1.C MVIAJE_C	3.1.1 MENTERO
HOMBRE	ESTUDIANTE	SOLTERO		BACHILLER	4	1000000	LIMENTACIO	DEPORTE		INTERNET
HOMBRE	DOR INMOBI	CASADO	3	PROFESIONAL	4	4000000	TRABAJO	QUEDA INMUE	LOTES	INTERNET
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	1	TECNOLOGO	2	2000000	RISMO DE PASO			INTERNET
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	2	PROFESIONAL	3	1400000	PASADIA	MONUMENTO	PARQUES	FAMILIA
HOMBRE	EMPLEADO	SOLTERO	0	TECNICO	3	1200000	RISMO DE PALIMENTACIO		OCIO	FAMILIA
MUJER	NDEPENDIENT	CASADO	3	TECNICA	2	1400000	RISMO DE PATAR LAS PIEDRAS			INTERES PROPIO
HOMBRE	EMPLEADO	SOLTERO	0	PROFESIONAL	4	2100000	VISITA	NEGOCIOS		FAMILIA
MUJER	EMPLEADO	SOLTERA	1	INIVERSITARI	2	4	CONOCER	DESCANSAR	NA	EXPERIENCIA PREVIA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	10	PRIMARIA	3	5	CONOCER	DESCANSAR	NA	EXPERIENCIA PREVIA
MUJER	EMPLEADO	SOLTERA	0	INIVERSITARI	4	8	CONOCER	RUTAR EL PAF	DESCANSAR	EXPERIENCIA PREVIA
HOMBRE	EMPLEADO	UNION LIBRE	4	SECUNDARIA	3	4	DESCANSAR	TRETENIMIEN	NA	EXPERIENCIA PREVIA
MUJER	EMPLEADO	SOLTERA	0	TECNICO	2	2	CONOCER	DESCANSAR	NA	INTERNET
HOMBRE	NDEPENDIENT	UNION LIBRE	2	SECUNDARIA	3	7	CAMINAR	DESCANSAR	NA	AMIGOS
MUJER	NDEPENDIENT	UNION LIBRE	5	SECUNDARIA	2	4	CONOCER	DESCANSAR	PARTIR EN FAI	FAMILIARES
MUJER	EMPLEADO	SOLTERA	0	TECNICO	2	3	CONOCER	DESCANSAR	NA	FAMILIARES
HOMBRE	NDEPENDIENT	CASADO	1	INIVERSITARI	2	6	DESCANSAR	COMER	NA	EXPERIENCIA PREVIA
MUJER	EMPLEADO	CASADA	0	INIVERSITARI	2	3	CONOCER	DESCANSAR	NA	FAMILIARES

3.1.1.1	3.1.2	3.1.2.1	3.1.2.2	3.1.2.3	3,2	3.2.1.A	3.2.1.B	3.2.1.1A	3.2.1.1B	3.2.1.1C
MENTERO	CUARESERVACION	TRESERVA	MRESERVA	'AGORESERVA	COMPANANT	AMIGOS	FAMILIA	EDAD1	EDAD2	EDAD3
	NO	NO	NO	NO	4	0	55	50	22	22
	NO	NO	NO	NO	0	0	0	0	0	0
	NO	NO	NO	NO	2	0	2	30	3	0
	NO	NO	NO	NO	3	0	3	25	4	2
	NO	NO	NO	NO	4	4	0	25	30	28
	NO	NO	NO	NO	3	0	3	33	6	3
	NO	NO	NO	NO	0	0	0	0	0	0
NA	NO	NA	NA	NA	1	0	1	NA	NA	NA
NA	NO	NA	NA	NA	3	0	3	NA	NA	NA
NA	NO	NA	NA	NA	8	4	4	44	32	25
NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA	NA
NA	NO	NA	NA	NA	2	2	0	23	35	NA
NA	NO	NA	NA	NA	4	0	4	NA	NA	NA
NA	NO	NA	NA	NA	3	0	3	NA	NA	NA
NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA	NA
NA	NO	NA	NA	NA	2	2	0	30	26	NA
NA	NO	NA	NA	NA	1	0	1	NA	NA	NA

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	3,5	3,6	3,7A	3,7B	
EDAD5	EDAD6	EDAD7	EDAD8	EDAD9	EDAD10	TRANSPORTE	LOJAMIENT	NOCHES	FRECUENCIA	TAT	TRANSPOLATAAL	LOJAN
0	0	0	0	0	0	CULO PARTIC	NO	0	12	20000	0	
0	0	0	0	0	0	CULO PARTIC	NO	0	12	30000	0	
0	0	0	0	0	0	CULO PARTIC	NO	0	1	30000	0	
0	0	0	0	0	0	CULO PARTIC	NO	0	1	200000	0	
0	0	0	0	0	0	CULO PARTIC	NO	0	1	0	0	
0	0	0	0	0	0	CULO PARTIC	NO	0	1	50000	0	
0	0	0	0	0	0	MOTO	NO	0	3	10000	0	
NA	29	NA	NA	NA	NA	MOTO PROPIA	NA	NA	6	20000	0	
NA	74	26	6	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	1	30000	0	
8	6	36	25			CARRO PROPIA	NA	NA	5	50000	0	
NA	13	35	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	2	25000	0	
NA	NA	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	5	45000	0	
NA	20	17	6	23	NA	CARRO PROPIA	NA	NA	5	40000	0	
NA	5	3	32	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	4	24000	0	
NA	21	25	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	24	35000	0	
NA	NA	NA	NA	NA	NA	CARRO PROPIA	NA	NA	2	40000	0	
NA	27	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	1	30000	0	

3.7C	3.7D	3.7E	3.7F	3.8.1	3.8.2	3.8.3	3.8.4	3.8.5	3.8.6
PLATAOCIO	ATAALIMEN	ATATURISTICL	ATAREGALC	ACTV1	ACTV2	ACTV3	ACTV4	ACTV5	ACTV6
0	20000	0	0	DEPORTE	ALIMENTACION			ND	ND
0	10000	0	0	TRABAJO	BUSCAR LOTE	DESCAR BODEGAS		ND	ND
0	20000	0	0	ORQUE PRINCIP	ISITA PARQUE			ND	ND
0	100000	0	0	ORQUE PRINCIP	FEDRAL PRINCIPAL			ND	ND
0	400000	0	0	ALMUERZO	OCIO	CO POR EL CEM	CAMINAR	ND	ND
0	50000	0	0	ASEEO PIEDRA	ALMUERZO			ND	ND
0	40000	0	0	MPRA PRODUCTO	ISITA FAMILIAR			ND	ND
10000	30000	10000	0	CAMINAR	ESCALAR	TOMAR FOTOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR
10000	30000	10000	0	ISITAR EL LAG	CAMINAR	ALAR LAS PIED	NS-NR	NS-NR	NS-NR
10000	70000	40000	0	CAMINATA	ISITAR EL LAG	ONTAR EN TRI	NS-NR	NS-NR	NS-NR
5000	30000	15000	0	JUGAR	CAMINAR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
10000	30000	15000	0	CAMINAR	ALAR LAS PIED	NTAR BICICLI	NS-NR	NS-NR	NS-NR
0	40000	20000	10000	CAMINAR	ALAR LAS PIED	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
10000	50000	9000	0	CAMINAR	ISITAR EL LAG	TOMAR FOTOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR
20000	40000	15000	50000	CAMINAR	ISITAR EL LAG	ALAR LAS PIED	NS-NR	NS-NR	NS-NR
15000	45000	15000	0	CAMINAR	ISITAR EL LAG	TOMAR FOTOS	ESCALAR	NS-NR	NS-NR
10000	40000	10000	0	CAMINAR	TOMAR FOTOS	ISITAR EL LAG	NS-NR	NS-NR	NS-NR

3.8.7 ACTV7	3.8.8 ACTV8	3.8.9 ACTV9	3.8.10 ACTV10	4.1PRE ALIPRE	4.1CAL ALICAL	4.1DIVE ALIDIVE	4.1DISPO ALIDISPO	4.1ATEN ALIATEN
ND	ND	ND	ND	3	3	1	5	1
ND	ND	ND	ND	5	5	3	2	1
ND	ND	ND	ND	4	4	3	4	4
ND	ND	ND	ND	5	3	1	0	2
ND	ND	ND	ND	1	1	1	5	5
ND	ND	ND	ND	5	3	3	5	4
ND	ND	ND	ND	5	5	0	0	0
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	44	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	4	3	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	3	2	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	1	1	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	1	4	3	4	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	3	3	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	3	3	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	3	4	4

4.2PRE COMEPRE	4.2CAL COMECAL	4.2DIVE COMEDIVE	4.2DISPO COMEDISPO	4.2ATEN COMEATEN	4.3PRE HOSPEPRE	4.3CAL HOSPECAL	4.3DIVE HOSPEDIVE	4.3DISPO HOSPEDISPO	4.3ATEN HOSPEATEN
5	2	5	5	5	0	0	0	0	0
4	4	4	4	4	0	0	0	0	0
4	4	4	4	4	0	0	0	0	0
4	3	2	0	2	0	0	0	0	0
5	1	1	5	1	0	0	0	0	0
4	3	3	3	3	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
5	4	3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
4	4	4	4	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
2	4	4	4	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
4	3	4	3	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
4	5	5	5	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
3	4	3	4	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR

4.4PRE TURIPRE	4.4CAL TURICAL	4.4DIVE TURIDIVE	4.4DISPO TURIDISPO	4.4ATEN TURIATEN	4.5PRE ESPEPRE	4.5CAL ESPECAL	4.5DIVE ESPEDIVE	4.5DISPO ESPEDISPO	4.5ATEN ESPEATEN	4.6PRE TRANSPRE
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4
5	4	1	3	3	0	0	0	0	0	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
5	4	3	5	4	0	0	0	0	0	5
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	4	2	3	4	2	2	2	2	2	NS-NR
5	4	3	3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4
5	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
5	5	1	2	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4
4	5	4	4	4	1	1	1	1	1	4
5	5	1	1	3	3	3	3	3	3	NS-NR
4	5	2	2	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5
4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2
4	4	3	3	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
5	4	2	1	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3

4.6DISPO TRANSDISPO	4.6ATEN TRANSATEN	4.7PRE OCIOPRE	4.7CAL OCIOCAL	4.7DIVE OCIODIVE	4.7DISPO OCIODISPO	4.7ATEN OCIOATEN	4.8PRE MEDIPRE	4.8CAL MEDICAL	4.8DIVE MEDIDIVE
5	5	0	0	0	0	0	5	5	5
3	3	0	0	0	0	0	0	0	0
4	4	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	3	3	3	3	3	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	3	0	0	0	0	0	0	0	
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
NS-NR	NS-NR	4	4	3	3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR
3	3	4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR
3	2	4	3	3	3	2	NS-NR	NS-NR	NS-NR
4	4	3	3	3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
5	4	3	3	3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR
1	1	2	2	2	2	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	4	3	3	4	4	1	1	1
3	3	4	3	4	3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR

4.8DISPO	4.8BATEN	4,9	4.10	4.11	4,12	4,13	4,14	4,15	4,16	4,17	5.1A
MEDIDISPO	MEDIATEN	MONUMENTO	STURISTICA	ASEO	SEGURIDAD	RESERVACIO	MALLA	MOVILIDAD	AMABILIDAD	SATISFACCIO	POS11
5	5	1	1	1	1	5	1	1	1	1	POYO DEPOR
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	RSIDAD DE BI
0	0	4	5	3	3	4	2	2	3	3	DRAS DEL TUN
0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	FACIL ACCESC
0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	ERCA A BOGOT
0	0	4	3	4	4	4	3	2	4	3	AMABILIDAD,
0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	IDAD DEL COM
NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	3	4	4	NATURALEZA
NS-NR	NS-NR	5	5	4	3	4	4	2	4	4	ETERCERA EC
NS-NR	NS-NR	4	1	4	3	4	3	4	4	3	UEN AMBIENT
NS-NR	NS-NR	5	5		5		4	4	5	4	ACION DE LAS
NS-NR	NS-NR	3	3	4	2	4	4	3	4	4	RANQUILIDA
NS-NR	NS-NR	5	4	5	3	5	3	3	5	4	NATURALEZA
NS-NR	NS-NR	1	2	3	2	4	5	4	4	4	RANQUILIDA
NS-NR	NS-NR	1	2	3	1	3	3	3	4	3	IDAD DE CON
1	1	3	3	3	1	4	2	4	4	4	RANQUILIDA
NS-NR	NS-NR	3	2	4	2	5	3	3	4	3	UENTE DEL I

5.1B POSI2	5.1C POSI3	5.1D POSI4	5.1E POSI5	5.2B NEGA1	5.2C NEGA2	5.2D NEGA3	5.2E NEGA4	6,1 VOLVER	6,2 ECHA VOLVER	6,3 RECOMENDAR	6,4 CONTRARRENDER
BIOPARQUE				FALTA DE SE	SEGURIDAD VIAL			SI	JUNIO	SI	OTRO COMERCI
LOTES	FINCAS	BODEGAS		ARREGLOS EN LA	INFRAESTRUCTURA VIAL			SI	AL MES	SI	A DE INMUEBI
UJO				INSEGURIDAD				SI	OTRO AÑO	SI	CINE
A OTROS MUNICIPIOS				TRAFICO DIFICHO	VEHICULOS			NO	NO	NO	PEDAJE DECEFF
CHA ECONOMIA				TRANCON AL INGRESAR	ARREGLO DE VIAL	SEÑALIZACION		NO	NO	NO	GO PARA HAC
DE ACCESO DOS				POCO MENU	AVANCES ESTATALES			NO	NO	NO	TRABAJO INF
PACIO PUBLICO				DESOGANUIZACION DEL	INSEGURIDAD DEL ESPACIO PUBLICO			SI	JUNIO	SI	S ORGANIZACI
RANQUILIDAD	CLIMA	NS-NR	NS-NR	TACION DE ES	LUGARES RECF	NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	ROS DE DIVERFF
	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GUIAS TURI		NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	IAS TURISTIC
	CLIMA	PAISAJE	LIMPIEZA	IZACION TUR		NS-NR	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	OR SEÑALIZA
LUGARES DE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	S DE ALIMENT	PARQUES DE	NS-NR	NS-NR	SI	ACIONES DE JU	SI	JES PARA LOS
VACION DE RE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GUIAS TURI	ENTROS DE RE	NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	ITE DENTRO C
RANQUILIDAD	ENTORNO	NS-NR	NS-NR	GUIAS TURI	PARA COMP	NS-NR	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	ITE DENTRO C
	CLIMA	NS-NR	NS-NR	GUIAS TURI		NS-NR	NS-NR	SI	JUNIO	SI	MONUMENTO
	CLIMA	NS-NR	NS-NR	DADES DE ENTIDADES TURIS	SEGURIDAD		NS-NR	SI	MAYO	SI	DE ENTRETEN
AMBIENTE	CLIMA	NS-NR	NS-NR	DE RESTAUR	DE GUIAS TURE	SEÑALIZACION	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	ROS RECREAT
NATURALEZA	LIMPIEZA	NS-NR	NS-NR	GUIAS TURI	LUGOS DE DI	NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	ROS DE DIVERFF

6,5					6,6				
PALABRA1	PALABRA2	PALABRA3	PALABRA4	PALABRA5	OTROMPIO 1	OTROMPIO 2	OTROMPIO 3	OTROMPIO 4	OTROMPIO 5
BONITO					ANAPOIMA	LA VEGA	GUADUAS		
UNIDAD DE NEGOCIOS					GUAVIO	GACHETA	MACHETA		
VIEJO					ZIPACON	BOJACA			
TRADICIONAL EL MANTENIMIENTO EN ZONAS VERDES					LA VEGA	VILLETA			
SOLITARIO	INSIPIDO	ABURRIDO			ZIPAQUIRA	PACHO			
NORMAL	BUENO				ZIPAQUIRA				
APRENDIZAJE					ZIPACON				
TRANQUILIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NIMAIMA	NOCAIMA	LAVEGA	NS-NR	NS-NR
NATURALEZA	BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ZIPAQUIRA	NEMOCON	VILLETA	NS-NR	NS-NR
NATURALEZA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA VEGA	NIMAIMA	TOBIA	NS-NR	NS-NR
ATRACTIVO	INTERESANTE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ZIPAQUIRA	NEMOCON	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NATURALEZA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TOBIA	VILLETA	LA VEGA	NS-NR	NS-NR
BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ZIPAQUIRA	GUASCA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
BONITO	NATURALEZA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GUADUAS	VILLETA	LA MESA	NS-NR	NS-NR
VIDA CIUDADANA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TOBIA	CHIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
FANTASTICO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FUSAGASUGA	CHIA	BOJACA	NS-NR	NS-NR
TRANQUILIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA MESA	GUADUAS	VILLETA	NS-NR	NS-NR

Anexo 2. ENCUESTAS DE OFERTA DEL MUNICIPIO DE FACATATIVÁ.

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 TELEFONO	ID DIRECCION
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/1	SABANA DE OCCIDENTE	ASADERO EMPERACIÓN	8421977	CRA 5 N° 6-23
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/2	SABANA DE OCCIDENTE	JARRON CAFÉ	NS-NR	CALLE 8 N° 5-18
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/3	SABANA DE OCCIDENTE	CAMPEONA	3202400389	CRA 4 N° 5-57
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/4	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE Y PARRILLA LA ESTRELLA DEL SABOR	3124688977	CRA 5 N° 7-159
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/5	SABANA DE OCCIDENTE	HOTEL FACAREAL	3202368931	CRA 2 N° 13 - 65
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/6	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE EL PAISA	8426405	CRA 5 N° 14 - 20
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/7	SABANA DE OCCIDENTE	HOTEL LAS RAMBLAS	8421934	CRA 2 N° 8- 113
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/8	SABANA DE OCCIDENTE	ASADERO BRASON DORADO	8402083	CRA 5 N° 12- 01
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/9	SABANA DE OCCIDENTE	4 WINNERS, SPORTS BAR & COFFE	842 9572	CALLE 8 N. 2-45
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/10	SABANA DE OCCIDENTE	HOTEL MONSERRATE	8426002	CALLE 8 N. 3-40
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/11	SABANA DE OCCIDENTE	SABOR DE LA BRAZA	8430714	CRA 5 N. 13-40
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/12	SABANA DE OCCIDENTE	SUMAJESTAD EL SABOR	8424378	CALLE 6 N.3-54
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/13	SABANA DE OCCIDENTE	BRASA ROLA	3143292919	CALLE 6 CON 7 ESQUINA
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/14	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE LA CASA	8422518	CENTRO
FACATATIVA	22/04/2017	5/41/2/15	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE ANA LUZ	3219621802	CALLE 8 N 4-120

2.1	2.1.1	2.1.2	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8
NACIONALIDAD	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	EDAD	GENERO	CARGO	ESTADO CIVIL	# HIJOS	NIV. EDUC.	PROFESION
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	FACATATIVA	47	HOMBRE	ADMINISTRADOR	UNION LIBRE	4	SECUNDARIA	ADMINISTRADOR
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	FACATATIVA	23	HOMBRE	ADMINISTRADOR	SOLTERO	1	UNIVERSITARIO	LICENCIADO EN FILOSOFIA EN LEYES
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	MEDINA	48	MUJER	ADMINISTRADORA	CASADA	6	PRIMARIA	NA
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	NOCAIMA	38	MUJER	ADMINISTRADORA	CASADA	2	TECNICO	AUXILIAR DE EMFERMERIA
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	MADRID	27	MUJER	RECEPCIONISTA	SOLTERA	1	BACHILLER	SECRETARIA
COLOMBIANA	ANTIOQUIA	EL JARDIN	39	HOMBRE	ADMINISTRADOR	CASADO	2	BACHILLER	CHEF
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	FACATATIVA	22	MUJER	ADMINISTRADOR	UNION LIBRE	0	TECNICO	AUXILIAR CONTABLE
COLOMBIANA	BOYACA	TOGÜI	26	HOMBRE	ADMINISTRADOR	SOLTERO	1	PRIMARIA	NA
COLOMBIANA	CUNDINAMARCA	FACATATIVA	23	MUJER	ADMINISTRADORA	UNION LIBRE	0	SECUNDARIA	ADMINISTRADORA
COLOMBIANO	BOYACA	SATIBASUR	30	MUJER	AMINISTRADOR	UNION LIBRE	2	UNIVERSITARIO	ADMINISTRADORA DE EMPRESAS
COLOMBIANO	CUNDINAMARCA	BOGOTA	32	HOMBRE	ADMINISTRADOR	CASADO	2	PRIMARIA	ADMINISTRADOR
COLOMBIANO	CUNDINAMARCA	QUEBRADANEGRA	29	HOMBRE	ADMINISTRADOR	SOLTERO	1	UNIVERSITARIO	ADMINISTRADOR AGROPECUARIO
COLOMBIANO	CUNDINAMARCA	BOGOTA	50	HOMBRE	SUPERVISOR	SOLTERO	3	UNIVERSITARIO	SUPERVISOR
COLOMBIANO	CUNDINAMARCA	BOGOTA	17	MUJER	EMPLEADA	UNION LIBRE	2	SECUNDARIA	MESERA
COLOMBIANO	SUCRE	TOLU	43	MUJER	ADMINISTRADORA	UNION LIBRE	2	PRIMARIA	ADMINISTRADORA

2.9	2.10	2.10 A	2.11	2.12.1A	2.12.1B	2.12.1C	2.12.1D	2.12.1E	2.12.1F	3.1	3.2	3.3
ESTRATIGO	ESTUDIOS	ESTUDIO S	PROPIETARIO	INGLES HABLADO	INGLES LEIDO	INGLES ESCRITO	FRANCES	FRANCES LEIDO	FRANCES	LICENCIA DE	CAMARA Y	TIPO DE PERSONA
2	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
4	NO	NA	SI	0,4	0,4	0,4	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
NA	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
3	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
2	NO	NA	NO	0,3	0,3	0,4	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
2	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI	SAS
2	NO	NA	NO	0,1	0,5	0,5	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
3	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
2	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
1	SI	TURISMO Y	SI	0,5	0,5	0,5	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
2	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
4	SI	MIGRACION	SI	0,3	0,6	0,6	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
3	NO	NA	NO	0,3	0,3	0,3	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO
1	NO	NA	NO	0,2	0,3	0,3	0	0	0	SI	SI	PERSONA NATURAL
3	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI	REGIMEN SIMPLIFICADO

3.4	3.4.1	3.5	3.5 B	3.5 B	3.6	3.6.1	3.6.2	3.7	3.7.1		
REGISTRACIONAL	¿RENOVADO?	SERVICIOS DEL	SERVICIOS DEL	SERVICIOS DEL	AÑO APERTURA	UNICO DUEÑO	AÑOS FRENTE	¿ESTABLECIMIENTO?	NOMBRE DE CERTIFICACIONES	NOMBRE DE CERTIFICACIONES	NOMBRE DE CERTIFICACIONES
NO	NO	RESTAURANTE	NA	NA	2011	SI	6	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
NO	NO	CAFÉ-BAR	NA	NA	2004	SI	4	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
NO	NO	RESTAURANTE	EVENTOS	NA	2005	SI	3	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
NO	NO	RESTAURANTE	NA	NA	2014	SI	2	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
SI	SI	HOSPEDAJE	NA	NA	2011	SI	6	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2000	NO	10	SI	CAMARA DE COMERCIO	ALCALDIA MUNICIPAL	SECRETARIA DE SALUD
SI	SI	HOSPEDAJE	NA	NA	2000	SI	2 MESES	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
NO	NA	RESTAURANTE	ASADERO	NA	2012	SI	2	SI	CAMARA DE COMERCIO	NA	NA
NO	NA	CAFÉ BAR	NA	NA	2015	SI	1	NO	NA	NA	NA
SI	SI	HOTEL	NA	NA	1980	SI	10	SI	CAMARA DE COMERCIO	NORMA TECNICA SECTORIAL	NA
NO	NA	RESTAURANTE	EVENTOS	NA	2010	SI	4	NO	NA	NA	NA
NO	NA	RESTAURANTE-CASA COLABOR	CASA COLABOR	NA	2008	SI	1	NO	NA	NA	NA
NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2000	SI	17 AÑOS	SI	CAMARA Y COMERCIO	NA	NA
NO	NA	RESTAURANTE	BAR	CAFÉ	2014	SI	2 AÑOS	SI	CAMARA Y COMERCIO	NA	NA
NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2017	SI	2 MESES	NO	NA	NA	NA

4.1	4.1A	4.1B	4.1C	4.1D	4.1E	4.1F	4.1G	4.1H	4.1K	4.1K	4.1L	4.1M
CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS	MESAS	SILLAS	DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS (DIAS)	ESTRADAS	PLATOS A LA	SOFAS	TELEVISORES	NEVERA
60	NA	NA	12	50	NA	50	NA	NA	NA	NA	1	1
52	NA	NA	10	40	NA	N	NA	NA	NA	2	NA	NA
200	NA	NA	32	128	5	15	NA	NA	30	NA	2	3
50	NA	NA	13	50	30	50	NA	NA	NA	NA	1	3
120	30	37	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	3	30	NA
90	NA	NA	22	80	15	80	15	NA	NA	NA	NA	NA
100	14	50	28	NA	NA	NA	NA	NA	NA	4	14	NA
50	NA	NA	18	72	NA	30	20	NA	NA	NA	NA	NA
120	NA	NA	24	100	NA	NA	NA	NA	NA	NA	9	4
40	10	20	10	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	10	NA
40	NA	NA	20	40	NA	30	NA	NA	NA	NA	1	1
90	NA	NA	17	96	25	50	NA	80	NA	NA	2	NA
150	NA	NA	60	240	NA	20	NA	NA	NA	NA	NA	NA
70	NA	NA	12	52	NA	40	0	50	NA	NA	NA	NA
28	NA	NA	12	28	NA	50	NA	15	NA	NA	2	NA

4.1N			5.1	5.5.1A	5.1.1B	5.1.1C	5.1.1D	5.1.1E	5.2	5.2.1	5.3
ASADOR	HORNO	4.1K	# EMPLEA	INDEFINIDO	FIJO	HORAS	DIAS	PRESTACION DE	¿CONTRATO EN	EMPLEADOS	CAPACITADA
1	NA	BARRAS	5	0	2	0	3	0	SI	3	SI
NA	NA	NA	1	0	1	0	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	4	0	1	0	3	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	6	0	5	0	1	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	2	0	2	0	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	4	0	4	0	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	2	0	2	0	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	4	0	4	0	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	6	0	2	4	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	2	0	2	0	0	0	NO	NA	SI
1	NA	NA	3	0	2	0	1	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	14	0	3	0	11	0	SI	11	SI
NA	NA	NA	5	0	5	0	0	0	NO	NA	SI
NA	NA	NA	6	0	0	0	5	1	SI	3	SI
NA	NA	NA	2	0	2	0	0	0	NO	NA	SI

5.3.1A	5.3.1B	5.3.1C	5.3.2 A	5.3.2 B	5.3.2 C	5.3.3 A	5.3.3 B	5.3.3 C
¿QUIEN DICTA	¿QUIEN DICTA	¿QUIEN DICTA	NOMBRE CAPACITACION	NOMBRE CAPACITACIONE	NOMBRE CAPACITAC	MECANISMOS DE	MECANISMOS DE	MECANISMOS DE
ALCALDIA	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA	NA	CONFERENCIAS	NA	NA
SENA	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA	NA	CONFERENCIAS	CURSOS	NA
SENA	ALCALDIA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	CULINARIA	NA	CONFERENCIAS	CURSOS	NA
SENA	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	ATENCION AL CLIENTE	NA	CONFERENCIAS	CURSOS	NA
PROPIETARIO	NA	NA	ATENCION AL CLIENTE	RECEPCION	CONTABILIDAD	CONFERENCIAS	NA	NA
BOMBEROS	SECRETARIA DE SALUD	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	PRIMEROS AUXILIOS	ATENCION AL CLIENTE	CONFERENCIAS	CURSOS	NA
JEFE DE PERSONA SECRETARIA DE	NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	CAMARERA	RECEPCIONISTA	CHARLAS	NA	NA
ALCALDIA	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA	NA	CONFERENCIAS	CURSOS	NA
SENA	CAMARA DE COMERCIO	NA	ATENCION AL CLIENTE	GUIA TURISTICA	NA	CHARLAS	CURSOS	NA
SECRETARIA DE	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA	NA	CURSOS	NA	NA
ADMINISTRADOR	NA	NA	ATENCION AL CLIENTE	FORMA DE SERVIR BEBIDAS	NA	CHARLAS	NA	NA
SUPERVISOR	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	SERVICIO AL CLIENTE	NA	CHARLAS	NA	NA
SECRETARIA DE	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA	NA	CONFERENCIAS	CURSOS	NA
SECRETARIA DE	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA	NA	CHARLAS	NA	NA

5.3.3 D	5.3.3 E	5.3.4 A	5.3.4 B	6.1 2015	6.2 2015	6.3 2015	6.4 2015	6.5 2015	6.6 2015
MECANISMOS DE	MECANISMOS DE	PROGRAMAS DE FORMACION QUE	PROGRAMAS DE	NUMERO VISITANTES	% NACION	% EXTRAJ	PROMEDIO	MININO ESTADIA	MAXIMO ESTADIA
NA	NA	ATENCION AL CLIENTE	NS-NR	900	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	5500	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	500	0,97	0,03	NA	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	7000	0,95	0,05	NA	NA	NA
NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	MANEJO AMBIENTAL	8000	1	0	7	1	2
NA	NA	NS-NR	NS-NR	4000	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	SEGURIDAD	NS-NR	1000	0,95	0,05	7	1	3
NA	NA	NS-NR	NS-NR	10000	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	COCTELERIA	NS-NR	4000	0,8	0,2	NA	NA	NA
NA	NA	IDIOMAS	NS-NR	300	0,95	0,05	7	1	15
NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	NS-NR	730	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	800	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	10000	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	NS-NR	8000	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	ETIQUETA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

6.7 2015	6.8 2015	6.9 2015	6.10 2015	6.11 2015	6.12 2015	6.13 2015	6.14 2015	6.15 2015	6.16 2015	6.17 2015	6.18 2015
PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO SUITE	PRECIO DESAYU	PRECIO ALMUER	PRECIO CENA	PAQUETE	ENTRETIENIMIENTO	COCTELES
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	16000	16000	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	7000	9000	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	5000	8000	NA	NA	NA	NA
15000	40000	NA	NA	NA	40000	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	6000	12000	9000	NA	NA	NA
20000	30000	NA	NA	80000	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	16000	16000	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	10000	11000	NA	NA	NA	12000
35000	40000	65000	80000	100000	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	12000	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	6000	6000	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	10000	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	11000	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

6.19 2015	6.20 2015	6.1 2016	6.11 2016	6.12 2016	6.13 2016	6.14 2016	6.15 2016	6.16 2016	6.17 2016	6.18 2016	6.19 2016	6.110 2016	6.111 2016
CERVEZAS	CAFES	NUMERO VISITAN	% NACION	% EXTRAJ	PROMEDIO	MINIMO ESTADIA	MAXIMO ESTADIA	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO SUITE
NA	NA	1000	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	5500	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	590	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	5000	8000	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	9000	1	0	10	3	4	30000	50000	NA	NA	NA	50000
NA	NA	4500	0,95	0,05	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	1500	0,98	0,02	10	1	2	25000	35000	NA	NA	85000	NA
NA	NA	9000	0,95	0,05	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3800	4000	4500	0,8	0,9	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	400	0,95	0,05	8	1	3	40000	40000	65000	80000	100000	NA
NA	NA	800	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	810	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	13000	0,96	0,04	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	10000	0,97	0,03	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

6.1.12 2016	6.1.13 2016	6.1.14 2016	6.1.15 2016	6.1.16 2016	6.1.17			6.1.18			6.1.19 A
PRECIO DESAYU	PRECIO ALMUER	PRECIO CENA	PAQUET E	ENTRETE NIAMIENTO	MUNICIPIOS TURISTAS	MUNICIPIO S	MUNICIPIOS TURISTAS	NACIONALIDAD TURISTAS	NACIONALID AD	NACIONALI DAD	# TOTAL DE VISITANTES
NA	18000	NA	NA	NA	SUBACHOQUE	EL ROSAL	ZIPACON	NA	NA	NA	200
NA	NA	NA	NA	NA	BOGOTA	EL ROSAL	ALBAN	JUDIOS	ISRRELITAS	NA	150
6500	7000	NA	NA	NA	ALBAN	CACHIPAY	NA	ARGENTINOS	NA	NA	70
6000	8500	NA	NA	NA	BOJACA	BOGOTA	CACHIPAY	EE.UU	ARGENTINOS	CHILENOS	400
NA	NA	NA	NA	NA	FUNZA	MOSQUERA	BOGOTA	NA	NA	NA	100
8000	14000	11000	NA	NA	MEDELLIN	FUNZA	COSTA	ALEMANES	MEXICANOS	NA	400
NA	NA	NA	NA	NA	MARIQUITA	DORADA	COSTA	ESTADOUNIDENC ES	ARGENTINOS	MEXICANOS	200
NA	17000	17000	NA	NA	FUNZA	MOSQUERA	BOGOTA	FRANCESES	JAPONESES	NA	150
NA	NA	NA	NA	NA	ANOLAIMA	SASAIMA	BOGOTA	ESTADOUNIDENS E	ARGENTINOS	NA	100
7000	8000	10000	NA	NA	VILLETA	GUAYABAL	NA	ESTADOUNIDENS ES	CANADIENCE	NA	34
NA	12000	NA	NA	NA	ALBAN	MADRID	EL ROSAL	CHINOS	NA	NA	100
6500	6500	NA	NA	NA	SASAIMA	VILLETA	BITUIMA	CUBANOS	VENEZOLANO S	NA	100
NA	12000	NA	NA	NA	VILLETA	NA	NA	MEXICO	NA	NA	70
NA	15000	NA	NA	NA	SASAIMA	NA	NA	ARGENTINA	NA	NA	200
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	200

6.1.19 B	6.1.19 C	6.1.19 D	6.1.19 E	6.1.19 F	6.1.20 A	6.1.20 B	6.1.20 C	6.1.20 D	6.1.20 E	6.1.20 F	6.1.21 A
% VISITANTES	% EXTRANJER	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE
1	0	NA	NA	NA	200	1	0	NA	NA	NA	300
0,98	0,02	NA	NA	NA	160	0,98	0,02	NA	NA	NA	200
1	0	NA	NA	NA	50	1	0	NA	NA	NA	60
0,98	0,02	NA	NA	NA	160	0,98	0,02	NA	NA	NA	200
1	0	2	1	2	60	1	0	2	1	2	60
1	0	NA	NA	NA	500	0,85	0,15	NA	NA	NA	300
1	0	2	1	2	150	1	0	3	1	2	300
0,95	0,05	NA	NA	NA	250	0,95	0,05	NA	NA	NA	255
1	0	NA	NA	NA	100	0,98	0,02	NA	NA	NA	0
1	0	2	1	2	20	1	0	2	1	2	40
1	0	NA	NA	NA	150	1	0	NA	NA	NA	200
1	0	NA	NA	NA	130	0,98	0,02	NA	NA	NA	135
0,99	0,01	NA	NA	NA	80	0,97	0,03	NA	NA	NA	120
0,98	0,02	NA	NA	NA	70	0,98	0,02	NA	NA	NA	120
1	0	NA	NA	NA	80	1	0	NA	NA	NA	100

6.1.21 B	6.1.21 C	6.1.21 D	6.1.21 E	6.1.21 F	6.1.22 A	6.1.22 B	6.1.22 C	6.1.22 D	6.1.22 E	6.1.22 F	6.1.23 A	6.1.23 B
% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN
1	0	NA	NA	NA	200	1	0	NA	NA	NA	200	1
0,98	0,02	NA	NA	NA	250	0,98	0,02	NA	NA	NA	300	0,98
1	0	NA	NA	NA	50	1	0	NA	NA	NA	60	1
0,98	0,02	NA	NA	NA	500	0,98	0,02	NA	NA	NA	1000	0,98
1	0	3	1	3	60	1	0	5	2	6	60	1
0,85	0,15	NA	NA	NA	250	0,92	0,08	NA	NA	NA	900	0,94
1	0	3	1	2	150	1	0	3	1	3	100	1
0,95	0,05	NA	NA	NA	300	0,95	0,05	NA	NA	NA	200	0,95
0	0	NA	NA	NA	0	0	0	NA	NA	NA	150	0,98
0,98	0,02	3	1	2	40	0,98	0,02	2	1	2	10	0,98
0,98	0,02	NA	NA	NA	180	0,98	0,02	NA	NA	NA	100	1
0,98	0,02	NA	NA	NA	150	0,98	0,02	NA	NA	NA	130	1
0,96	0,04	NA	NA	NA	100	0,96	0,04	NA	NA	NA	100	0,94
0,97	0,03	NA	NA	NA	200	0,96	0,04	NA	NA	NA	150	1
1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

6.1.23 C	6.1.23 D	6.1.23 E	6.1.23 F	6.1.24 A	6.1.24 B	6.1.24 C	6.1.24 D	6.1.24 E	6.1.24 F	6.1.25 A	6.1.25 B	6.1.25 C
% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN
0	NA	NA	NA	300	1	0	NA	NA	NA	200	1	0
0,02	NA	NA	NA	300	0,98	0,02	NA	NA	NA	150	0,98	0,02
0	NA	NA	NA	100	1	0	NA	NA	NA	80	1	0
0,02	NA	NA	NA	1200	0,98	0,02	NA	NA	NA	600	0,98	0,02
0	5	2	6	60	0,97	0,03	5	2	6	60	0,98	0,02
0,06	NA	NA	NA	800	0,75	0,25	NA	NA	NA	400	0,85	0,15
0	4	1	4	150	100	0	5	1	5	100	1	0
0,05	NA	NA	NA	300	0,95	0,05	NA	NA	NA	350	0,95	0,05
0,02	NA	NA	NA	150	0,98	0,02	NA	NA	NA	100	0,98	0,02
0,02	2	1	2	15	1	0	7	1	5	40	0,98	0,02
0	NA	NA	NA	180	0,98	0,02	NA	NA	NA	300	0,98	0,02
0	NA	NA	NA	150	0,98	0,02	NA	NA	NA	150	0,98	0,02
0,06	NA	NA	NA	200	0,92	0,08	NA	NA	NA	80	0,97	0,03
0	NA	NA	NA	250	0,97	0,03	NA	NA	NA	100	1	0
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

6.1.25 D	6.1.25 E	6.1.25 F	6.2	7.1	7.2 A	7.2 B	7.2 C	7.2.1	7.3	7.3 A	7.3 B	7.3 C	7.4
PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	PROMED IO EDAD	¿CUENT A CON	INSTRU MENTOS	INSTRU MENTOS	INSTRU MENTOS	CUALES SON	¿SERVIC IOS	SERVICI OS 1	SERVICI OS 2	SERVICI OS 3	MECANI SMOS
NA	NA	NA	40	SI	TARJETAS	AVISOS	NA	TARJETAS	SI	DOMICILIO	NA	NA	NO
NA	NA	NA	30	SI	TARJETAS	VOLANTE S	INTERNET	VOZ A VOZ	NO	NA	NA	NA	NO
NA	NA	NA	30	SI	VOLANTE S	NA	NA	VOLANTE S	SI	EVENTOS	NA	NA	NO
NA	NA	NA	35	SI	PERIFONE O	VOLANTE S	NA	PERIFONE O	SI	EVENTOS	NA	NA	NO
5	2	6	30	SI	TARJETAS	INTERNET	NA	INTERNET	NO	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	30	NO	TARJETAS	INTERNET	VOZ A VOZ	VOZ A VOZ	SI	DOMICILIO	NA	NA	NO
5	1	5	40	NO	TARJETAS	INTERNET	NA	TARJETAS	NO	NA	NA	NA	NO
NA	NA	NA	30	NO	TARJETAS	VOZ A VOZ	AVISOS	AVISOS	SI	DOMICILIO	NA	NA	NO
NA	NA	NA	35	NO	REDES SOCIALES	AVISOS	NA	REDES SOCIALES	SI	EVENTOS PRIVADO	NA	NA	NO
7	1	5	40	NO	VOLANTE S	REDES SOCIALES	NA	REDES SOCIALES	SI	RESTAUR ANTE	NA	NA	NO
NA	NA	NA	30	NO	TARJETAS	PAGINA EN	NA	PAGINA EN	NO	NA	NA	NA	NO
NA	NA	NA	35	NO	REDES SOCIALES	VOZ A VOZ	NA	REDES SOCIALES	SI	EVENTOS	FECHAS ESPECIAL	PRESENT ACIONES	NO
NA	NA	NA	50	NO	NA	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NA	NO
NA	NA	NA	30	SI	TARJETAS	VOS A VOS	NA	VOS A VOS	SI	BAR	EVENTOS	RECEPCIO NES	NO
NA	NA	NA	45	SI	LOCUTOR	AVISOS	NA	LOCUTOR	NO	NA	NA	NA	NO

7.4 A	7.4 B	8.1	8.1 A	8.1 B	8.1 C	8.2 A	8.2 B	8.2 C	8.2 D	8.2 E	8.3	8.3.1
MECANISMO 1	MECANISMO 2	AFILIADO A	GREMIO 1	GREMIO 2	GREMIO 3	ACTOR DE LA	ACTOR DE LA	ACTOR DE LA	ACTOR DE LA	ACTOR DE LA	CON CUALES	TIPO DE CONTACTO
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	RED HOTELER	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	BCD TRAVEL	DIRECTO-RESERVA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA

8.4 A	8.4 B	8.4 C	8.4.1	8.5	8.5.1 A	8.5.1 B	8.5.1 C	9.1 A	9.1 B	9.1 C	9.1 D
ENTIDAD ES QUE	ENTIDAD ES QUE	ENTIDAD ES QUE	¿COMO LO APOYAN?	BENEFICIOS DEL	BENEFICIOS	BENEFICIOS	BENEFICIOS	DEBILIDAD 1	DEBILIDAD AD 2	DEBILIDAD AD 3	DEBILIDAD AD 4
ALCALDIA	NS-NR	NS-NR	PROYECTOS EN LAS PIEDRAS DEL TUNJO	NO	NA	NA	NA	ESPACIO PEQUEÑO	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	ESPACIO PEQUEÑO	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	UBICACIÓN	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
CAMARA DE	NS-NR	NS-NR	CAPACITACIONES	NO	NA	NA	NA	INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	CALENTADOR DE AGUA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	POCA GASTRONOMIA	POCOS COCTELE	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	PERSONAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NO	NA	NA	NA	FALTA DE ESPACIO	UBICACIÓN	NS-NR	NS-NR
LA SECRETA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NO	NA	NA	NA	DESCONOCIMIENTO DEL PUBLICO	LA ESTIGMAT	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NO	NA	NA	NA	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR
ADMINISTRACION	CORPORACIONES	NS-NR	NS-NR	NO	NA	NA	NA	INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NO	NA	NA	NA	PERSONAL	CAPACITACIONES	FALTA IMPLEMEN	FALTA DE PUBLICID

9.2 A	9.2 B	9.2 C	9.2 D	9.3 A	9.3 B	9.3 C	9.3 D	9.4 A
FORTALEZA 1	FORTALEZA 2	FORTALEZA 3	FORTALEZA 4	AMENAZA 1	AMENAZA 2	AMENAZA 3	AMENAZA 4	OPORTUNIDAD 1
GASTRONOMIA EXPERIENCIA	UBICACIÓN CALIDAD DEL SERVICIO	ATENCIÓN AL CLIENTE NS-NR	ACCESIBILIDAD NS-NR	VENEDORES INFORMALES INSEGURIDAD	NS-NR VENEDORES INFORMALES	NS-NR	NS-NR	AMPLIAR EL NEGOCIO Poca COMPETENCIA FUENTE DE EMPLEO
ESPACIO	INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	COMPETENCIA	ECONOMIA	TRABAJADORES INFORMALES	NS-NR	GENERAR EMPLEO
UBICACIÓN	CALIDAD DEL SERVICIO	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CRECIMIENTO
SERVICIO	ATENCIÓN AL CLIENTE	ASEO	COMODIDAD	COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ASESORIAS
ATENCIÓN	CALIDAD DEL SERVICIO	UBICACIÓN	NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EMPLEO
UBICACIÓN	ATENCIÓN AL CLIENTE	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CONOCIMIENTO
UBICACIÓN	CALIDAD DEL SERVICIO	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EXPANSIÓN
ACOGEDOR COMODIDAD	INFRAESTRUCTURA ATENCIÓN AL CLIENTE	INNOVACION AMBIENTE	PERFIL DEPORTIVO NS-NR	INSEGURIDAD COMPETENCIA	COMPETENCIA BAJOS PRECIOS	NS-NR	HOTELES CLANDESTINOS NS-NR	AMPLIARLO
CALIDAD	GASTRONOMIA	NS-NR	NS-NR	LA VIA	LA COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	EMPLEO
INNOVADOR	APORTE SOCIAL	ESPACIOS RECREATIVOS	UBICACIÓN	PLAN DE DESARROLLO MUNICIPAL	AUTORIDADES	NS-NR	NS-NR	UNICO
UBICACIÓN	AMPLITUD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	PROGRESO
UBICACIÓN	CALIDAD DEL SERVICIO	NS-NR	NS-NR	COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	AMPLIAR NEGOCIO
ATENCIÓN AL CLIENTE	CALIDAD DEL SERVICIO	NS-NR	NS-NR	COMPETENCIA	PRECIOS BAJOS	NS-NR	NS-NR	PROGRESO

9.4 B	9.4 C	9.4 D	10.1		10.2	10.2B	10.2 C	10.2 D	10.2 E	10.2 F
OPORTUNIDAD 2	OPORTUNIDAD 3	OPORTUNIDAD 4	¿FACTORES QUE BENEFICIAN EL TURISMO?1	¿FACTORES QUE BENEFICIAN EL TURISMO?2	ATRATIVOS TURISTICOS DE LA	ATRATIVOS TURISTICOS DE LA	ATRATIVOS TURISTICOS DE	ATRATIVOS TURISTICOS	ATRATIVOS	ATRATIVOS
NS-NR	NS-NR	NS-NR	PARQUES TEMATICOS	ACTIVIDADES RELACIONADAS CON TURISMO	PIEDRAS DEL TUNJO	LAS TORRES DE MARFIL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	PLAN ESTRUCTURADO DEL TURISMO ANCESTRAL	NS-NR	PIEDRAS DEL TUNJO	CAMINOS REALES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	CENTROS DE ENTRETENIMIENTO	ACTIVIDADES TURISTICAS	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	CREAR CENTROS DE DIVERSION	PUBLICIDAD	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PUBLICIDAD	CONOCIMIENTO	NS-NR	SITIOS TURISTICOS	PISCINAS	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	CENTROS VACACIONALES	NS-NR	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	GUIAS TURISTICOS	TIENDAS TIPICAS DE FACATATIVA	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	CENTROS COMERCIALES	NS-NR	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	EVENTOS TURISTICOS	NS-NR	LAS PIEDRAS DEL TUNJO	LA VILLA OLIMPICA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
RESTAURANTE	NS-NR	NS-NR	SEGURIDAD	NS-NR	LAS PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA INFRAESTRUCTURA	NS-NR	LAS PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
GASTRONOMIA	AMBIENTE	NS-NR	DAR A CONOCER EL MUNICIPIO	NS-NR	LAS PIEDRAS DEL TUNJO	MANCILLA	EL ALTO DEL VINO	CAMINOS REALES	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	PUBLICIDAD	NS-NR	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	PUBLICIDAD	NS-NR	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
OFRECER OTROS	NS-NR	NS-NR	PUBLICIDAD	NS-NR	PIEDRAS DEL TUNJO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR

REFERENCIAS

Alcaldía Facatativà. (03 de 08 de 2018). *plan de desarrollo recuperemos a facatativa*. Obtenido de file:///C:/Users/ALEJO/Downloads/PDM_Facat_Anexo1.pdf

Plan Nacional de Desarrollo. (2014-2018). *Un nuevo país para todos - Desarrollo estratégico*. Mosquera, 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>

Acaldia de Facatativa. (18 de 03 de 2018). *Alcaldía Municipal de Facatativa en Cundinamarca*. Obtenido de <http://www.facatativa-cundinamarca.gov.co/municipio/nuestro-municipio>

Alcaldía Facatativà. (28 de 11 de 2017). *Plan de desarrollo recuperemos a Facatativà*. Obtenido de file:///C:/Users/ALEJO/Downloads/PDM_Facat_Anexo1%20(1).pdf

Bermudez, R. M. (25 de 09 de 2017). *caminando por la historia de Facatativà*. Obtenido de <https://www.facativateamo.com/pdf/turismofaca-rosamaria.pdf>

Bermudez, R. M. (25 de 11 de 2018). *Barrios de Facatativà*. Obtenido de <https://facativateamo.com/pdf/BARRIOS-DE-FACATATIVA.pdf>

Bermudez, R. M. (04 de 08 de 2018). *facatativa te amo*. Obtenido de <https://www.facativateamo.com/pdf/recopilacion-de-la-historia-de-Facatativa.pdf>

Centro de estudios sociales y opinión pública. (16 de Febrero de 2006). *Turismo*. Obtenido de www.diputados.gob.mx/cesop/

Centro de Estudios Sociales y Opinión Pública. (16 de Febrero de 2006). *Turismo*. Obtenido de www.diputados.gob.mx/cesop/

en Colombia. (13 de 10 de 2018). *en Colombia*. Obtenido de <https://encolombia.com/turismo/destinos-turisticos/destinos-colombianos/cundinamarca>

en colombia. (28 de 9 de 2018). *Parque arqueologico piedras del tunjo*. Obtenido de <https://encolombia.com/turismo/destinos-turisticos/destinos-colombianos/cundinamarca/parque-arqueologico-piedras-del-tunjo>

Facatativà, d. d. (25 de 11 de 2018). *Parroquia Nuestra Señora del Rosario*. Obtenido de <https://www.diocesisfacatativa.org> › Parroquias › Diócesis de Facatativá › Parroquias

Fondo de promoción turística de Colombia. (2012). *Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

Fondo de promoción turística de Colombia. (2012). *Plan de desarrollo turístico de Cundinamarca*. Obtenido de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=65678&name=CUNDINAMARCA-JULIO-2012.pdf&prefijo=file>

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>

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

Grupos de Investigacion. (11 de 2017). ACACIOS, ARADO, TEMCON, DEMCUN, GREICO, DOPyS, BOCHICA, ADCUN, ADCODER., 2017 . *Encuesta realizada en desarrollo del estudio del subsector turismo departamento de cundinamarca*. Facatativà, Cundinamarca, Colombia: Facultad de Ciencias Administrativas Econòmicas y Contables Universidad de Cundinamarca .

ICANH. (24 de 11 de 2017). *Instituto colombiano de antropología e Historia*. Obtenido de <https://www.icanh.gov.co/index.php?idcategoria=2564%20INSTITUTO%20NACIONAL%20DE%20ANTROPOLOG%3%8DA%20E%20HISTORIA,%20Parque%20Arqueol%3%B3gico%20de%20Facatativ%3%A1>

Julian Duque Garcia. (11 de 3 de 2018). *mutantes.tv*. Obtenido de <http://www.mutantes.tv/comunidad-y-administracion-municipal-veedores-del-mantenimiento-y-arreglo-de-la-via-facatativa-el-rosal/>

Lobatan, M. L. (18 de 03 de 2019). *DIAGNÒSTICO BASE PARA EL ANALISIS AMBIENTAL EN EL MUNICIPIO DE FACATATIVÀ*. Obtenido de <http://hdl.handle.net/11349/1785>

MINCULTURA. (25 de 11 de 2018). *Sistema Nacional De Información Cultural*. Obtenido de www.sinic.gov.co/SINIC/Secciones/PaginaDireCulDetalle.aspx?AREID=2&SECID=1&SERID=14&Id=41460

Ministerio de Industria y Turismo. (12 de Enero de 2016). *MINCIT*. Obtenido de http://www.mincit.gov.co/minturismo/publicaciones/16387/inventarios_turisticos

Orarbo. (23 de 09 de 2018). *Observatorio Regional Ambiental y de Desarrollo sostenible de Rio Bogota*. Obtenido de <http://orarbo.gov.co/es/el-observatorio-y-los-municipios/informacion-general-municipio?cd=90cf78e97390b77466147dc4c893fc09>

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

Plan de Desarrollo Departamental. (2016 - 2019). *Unidos podemos mas*. Mosquera, 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>

Recomendaciones sobre estadísticas de turismo OMT - ONU Serie M N. 83. (1994). *Conceptos de turismo*. Obtenido de <https://unstats.un.org/unsd/statcom/doc00/m83note-s.pdf>

República de Colombia Departamento Cundinamarca alcaldía de facatativa. (09 de 11 de 2018). *Recuperemos a Facatativá*. Obtenido de http://facativacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/facativacundinamarca/content/files/000411/20532_planeacion-plan-de-prevencion-y-proteccion-municipio-de-facatativa-2018-1.pdf

SECTUR. (2018). *Secretaria de turismo*. Obtenido de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

World Torism Organization. (1998). *TUR y DES*.