

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

ESTUDIANTE:
MARIO JAVIER MOYA RAMIREZ

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 FUNZA

ESTUDIANTE:
MARIO JAVIER MOYA RAMIREZ

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 principalmente a mi familia por motivar a un crecimiento personal y profesional con gran esfuerzo. A mis padres Luz Marina Ramírez y Mario Moya por apoyar toda esta gestión académica y considerar el esfuerzo hecho en el transcurso de estos años de formación. A mi esposa y mis hijas doy gracias por la ayuda incondicional y la motivación de superación que es importante para el desarrollo de reconocimiento personal.

A mis compañeros y profesores que han compartido toda esta experiencia y logros con gran esmero y dedicación, donde se vivieron muchos momentos de felicidad y momentos poco positivos que dejaron gran enseñanza.

Por último, pero no menos importante mi abuelita Teolinda Cortés, quien, aunque su presencia ya no se encuentre entre nosotros, dedico con mucho cariño este trabajo de grado, ya que ella fue gran partícipe de todo el crecimiento personal y profesional que he tenido en el transcurso de los años.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	21
1. TÍTULO.....	23
1.1. CARACTERIZACIÓN SECTOR TURISMO DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIO DE FUNZA. 24	
2. PROBLEMA.....	25
2.1. PLANTEAMIENTO PROBLEMA.....	25
2.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	26
2.3. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	27
3. OBJETIVOS.....	28
3.1. OBJETIVO GENERAL.....	28
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	28
4. JUSTIFICACIÓN.....	29
5. MARCO DE REFERENCIA.....	30
5.1. MARCO TEÓRICO.....	30
5.2. MARCO CONCEPTUAL.....	32
5.3. MARCO GEOGRÁFICO.....	35
5.4. MARCO LEGAL.....	36
6. METODOLOGÍA.....	38
6.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	38
6.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....	39
6.3. FUENTES DE INFORMACIÓN PRIMARIAS.....	39

6.4.	FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS.....	40
6.5.	UNIVERSO Y POBLACIÓN MUESTRA.....	41
6.6.	AREA DE ESTUDIO	41
6.7.	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	42
6.8.	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN.....	43
7.	DIAGNOSTICO DOFA DE SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE, MUNICIPIO DE FUNZA. 50	
7.1.	MATRIZ DOFA.....	50
7.2.	FORTALEZAS	52
7.2.1.	Cuenta con turismo ecológico, religioso, histórico y cultural.	53
7.2.2.	El ecoturismo que se realiza en el humedal Gualí hace parte de las actividades económicas, turística y recreativa del municipio.....	53
7.2.3.	Cuentan con fiestas municipales y artesanales en varias épocas del año. 53	
7.2.4.	Turismo y ecoturismo ofrecido por agencias.....	54
7.3.	OPORTUNIDADES.....	55
7.3.1.	Generación de empleo y crecimiento económico en el sector turismo.	55
7.3.2.	Promoción del sector turístico por medio de las TIC.....	56
7.3.3.	Alianzas institucionales para fomento de turismo.....	56
7.3.4.	Vinculación del comercio como promotor de turismo.....	57
7.4.	DEBILIDADES	57
7.4.1.	Falta de vías de acceso al municipio.	58
7.4.2.	Ausencia de publicidad para fiestas y ferias municipales.....	59
7.4.3.	La inseguridad afecta el turismo en el municipio de Funza	59

7.4.4.	Pocos sitios turísticos atractivos para ofrecer a los visitantes.	60
7.5.	AMENAZAS	61
7.5.1.	Problemas medioambientales y de contaminación en el municipio.....	61
7.5.2.	Disminución del presupuesto por parte del ministerio de industria y turismo 62	
7.5.3.	Ausencia de nacionales y extranjeros por baja riqueza cultural e histórica. 63	
7.5.4.	Carencia de fuerza pública para la seguridad del turista.....	64
7.6.	ESTRATEGIAS FO.....	64
7.6.1.	Estableciendo publicidad del turismo religioso e histórico.....	64
7.6.2.	Promocionando y difundiendo el ecoturismo.....	65
7.6.3.	Ofreciendo planes turísticos promocionales, económicos y atractivos.	65
7.6.4.	Generación de empleo, a partir de la inversión en el sector turístico.	65
7.7.	ESTRATEGIAS FA	66
7.7.1.	Diseño de programas del cuidado ambiental.	66
7.7.2.	Estableciendo puntos de información para el turista.	66
7.7.3.	Difundiendo publicidad digital del turismo a nivel departamental y nacional. 66	
7.7.4.	Creación de alianzas con la gobernación, promoviendo los eventos destacados.	67
7.8.	ESTRATEGIAS DO	67
7.8.1.	Diseño de un mapa guía de acceso al municipio, con rutas alternativas..	67
7.8.2.	Diseño de un plan de marketing para promocionar las fiestas y ferias municipales.....	68

7.8.3. Establecimiento de un esquema de seguridad que beneficie a todo el municipio.	68
7.8.4. Realizar una campaña publicitaria por medio del comercio.	68
7.9. ESTRATEGIAS DA.....	69
7.9.1. Vinculación de comunidad con la importancia del turismo.	69
7.9.2. Promoción de ferias y fiestas del municipio en medios de comunicación.	69
7.9.3. Inversión en seguridad por los entes encargados la fuerza pública.	69
7.9.4. Creación de eventos deportivos para diferentes gustos y edades.	70
8. INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DEL MUNICIPIO DE FUNZA.	71
8.1. HUMEDAL GUALI.....	72
8.2. PARQUE PRINCIPAL DE FUNZA	74
8.3. CONCHA ACUSTICA	76
8.4. VILLA OLIMPICA.....	78
8.5. CAPILLA DE SAN MARTIN	80
8.6. PARQUE DE LA FRATERNIDAD	82
8.7. PLAZOLETA DE LA SOLIDARIDAD	84
9. PROYECCIÓN TURÍSTICA DEL MUNICIPIO EL FUNZA CON BASE EN LOS PLANES NACIONALES, DEPARTAMENTALES Y MUNICIPALES.....	86
10. CARACTERIZACIÓN DEL SECTOR TURISMO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA, PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE FUNZA.	
100	
CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES.....	111
ANEXOS	113

REFERENCIAS 139

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Encuesta de demanda turística en los municipios del departamento de Cundinamarca. (Grupos de Investigación, 2017)	45
Tabla 2. Encuesta de oferta turística en los municipios del departamento de Cundinamarca. (Grupos de Investigación, 2017)	49
Tabla 3. Diagnostico DOFA del Municipio de Funza Cundinamarca. (Alcaldía de Funza, 2017)	50
Tabla 4. Agencias de turismo de Funza	54
Tabla 5. FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, HUMEDAL GUALÍ.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)	72
Tabla 6. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, parque principal de Funza.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)	74
Tabla 7. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, concha acústica.(MINCIT, 2016) ((Alcaldía de Funza, 2018)	76
Tabla 8. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, VILLA OLIMPICA.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017).....	78
Tabla 9. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, capilla de san Martin.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017).....	80
Tabla 10. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, parque de la fraternidad.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017).....	82
Tabla 11. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, plazoleta de la solidaridad.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017).....	84
Tabla 12. Proyección turística del municipio Funza con base en los planes nacionales, departamentales y municipales.....	86
Tabla 13. Tipos de establecimientos.....	101
Tabla 14. Visitantes por género	102
Tabla 15. Preferencias turísticas municipio de Funza	104
Tabla 16. Estrato social visitantes.....	105

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Mapa turístico de Funza.	36
Ilustración 2. Mapa división Política por Provincias de Cundinamarca	41
Ilustracion 3. Localización del municipio de Funza.	42

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1. Clasificación de actividades en el municipio de Funza	57
Grafica 2. Medios de Transporte utilizados en el municipio de Funza.....	58
Grafica 3. Percepción de seguridad en el municipio de Funza.....	60
Grafica 4. Preservación de los recursos naturales en el municipio de Funza.....	62
Grafica 5. Tipos de establecimientos.	102
Grafica 6. Visitantes por género.....	103
Grafica 7. Motivo del viaje.....	104
Grafica 8. Estrato social visitantes.	106
Grafica 9. Participación en eventos culturales en el municipio de Funza	107
Grafica 10. Clasificación por edad.	107

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1. Tabulación encuestas de demanda municipio de Funza	113
Anexo 2. Tabulación encuestas de oferta municipio de Funza	125

INTRODUCCIÓN

El propósito de este trabajo es presentar una caracterización general del sector turismo del DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA PROVINCIA SABANA OCCIDENTE MUNICIPIO DE FUNZA, 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 Funza, 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 Funza 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 Funza, 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 Funza, 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
MOSQUERA.

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”

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

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 Funza 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 Funza.

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

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 Funza puede afectar el desarrollo del turismo en 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 Funza, con base en los datos obtenidos de las encuestas de 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 Funza.

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

Crear la proyección turística del municipio Funza 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 Funza, 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 Funza, 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 Secretaria de Turismo define la actividad turística como aquellos actos que realizan las personas para que puedan acontecer hechos de carácter Turístico-

Recreacional. Es la suma de todas aquellas empresas que invierten valiosos recursos para producir bienes y servicios en beneficio de las comunidades anfitrionas. (SECTUR, 2018)

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

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

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

5.2. MARCO CONCEPTUAL

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

Funza significa “Varón Poderoso” y/o “Gran Señor”, Capital Muisca de Cundinamarca, sus primeros nombres fueron Mykyta o Muyquyta (Sabana Entera),

Bacatá y Bogotá, fue el centro político, administrativo, económico y cultural de una de las confederaciones indígenas más importantes de América, los Muisca, sociedad destacada por su alto sentido comunitario, sabios naturales al preservar su entorno, hábiles pescadores, agricultores por excelencia, nobles orfebres, prácticos artesanos y estrictos con las leyes sociales, pertenecientes a la gran familia lingüística Chibcha, teniendo su propio alfabeto y descripción numérica. Riqueza ancestral que fue protegida hasta el último Zipa, jefe supremo de los Muisca Zaquesazipa, quien sufrió las peores torturas por parte de los conquistadores por no entregarles el oro y de quien se le hace un homenaje, manteniendo hasta nuestros días el certamen de más connotación de la región, el Festival de Arte y Cultural Zaquesazipa a celebrarse en la última semana de octubre. En 1572 el pueblo de Bogotá, hoy Funza, fue señalado como corregimiento de la provincia de Santafé, incluyendo bajo la jurisdicción de Funza los pueblos de Serrezuela, hoy Madrid y Facatativá. Después de la colonia fue dividida en grandes haciendas de importantes personalidades de índole nacional como presidentes y ministros, así mismo sus tierras y su gente fueron grandes aliados en la época de la independencia, se desarrollaron trascendentales reuniones lideradas por el Libertador Simón Bolívar. En 1660 se construyó el puente de piedra sobre el río Funza o Bogotá, conocido con el nombre de “Puente Grande”, obra que demuestra la consistencia de los trabajos ejecutados en esa época. En 1760 se dio la reconstrucción del pueblo de Funza, ya que fue el centro en donde hubo más destrozos y saqueos de la región por parte de los conquistadores. Ambrosio Pisco descendiente de los Zipas de Bogotá, hoy Funza, fue gran protagonista en la época de los comuneros. Doña Mariana Mogollón González, mujer funzana quien apoyo desde sus casas a los criollos para la ilusión de la independencia, teniendo un importante apoyo con Don Antonio Nariño. Funza y su gente fueron grandes aliados en la época de la independencia, los Guapucheros desarrollaron trascendentales reuniones lideradas por el Libertador Simón Bolívar. El General Francisco de Paula Santander, celebró en Funza las primeras fiestas nacionales para conmemorar la Batalla de Boyacá, en la que se presentó por primera vez al público la obra de teatro

"La Pola", de autoría de José Domingo Roche, escrita por este a petición del General Vicepresidente, (algunos historiadores dicen que esta conmemoración se realizó en 1820, y otros registran el año de 1826). En el mes de septiembre de 1810, Funza llevaba el nombre de Santiago de Bogotá, fue erigida en VILLA, además de la formación del escudo de armas y el título de "IMPERIAL y AGRICULTORA". En el año 1819, el nombre de Santiago de Bogotá le fue quitado a la población, reemplazándolo por el de Funza. 1865 los trabajos de instalación del telégrafo, el pueblo de Funza fue de los primeros en recibir tan benéfico servicio. En la actualidad, Funza avanza integralmente en la región, ratificando su importancia al llevar en su legado, el ser uno de los municipios más antiguos de Colombia, generando estrategias para garantizar un lugar ideal para propios y visitantes, haciendo parte del departamento más unido del país, Cundinamarca. Funza más de 480 años de historia. (Alcaldía de Funza, 2017)

En el sector comercial predominan las tiendas con el 35.9% que equivale a 393 establecimientos, y el comercio al detal con el 36.4% que corresponde 398 negocios. La demanda para los productos ofrecidos por estas unidades económicas se centra en la población que habita el municipio.

En cuanto a la rama de los servicios predominan los restaurantes, las fruterías, las cafeterías y las peluquerías, representando el 13.4% del total de establecimientos. Respecto de las industrias manufactureras, su participación es del 12.2% con 154 unidades económicas. Y existen 6 organizaciones financieras que representan el 0.5% sobre el total de establecimientos. (Alcaldía de Funza, 2017)

La base económica de la cabecera municipal está conformada especialmente por el comercio – al por mayor y al por menor -, los servicios y las industrias manufactureras. En la tabla se observa el número de establecimientos, su clasificación y participación porcentual en las ramas de actividad. (Alcaldía de Funza, 2017)

El sector de comercio y servicios del municipio de Funza está representando por establecimientos comerciales como almacenes, salones de belleza, confecciones, depósitos, droguerías, centros de cómputo, centros de telefonía, ferreterías, papelerías, supermercados, restaurantes, servicios mecánicos y automotriz etc.

5.3. MARCO GEOGRÁFICO

Funza está ubicada en la provincia de sabana de Occidente a 15 Km. De la ciudad de Bogotá. Limita al norte con Madrid y Tenjo, al Oriente con Cota y Bogotá, al Sur con Mosquera y al Occidente con Madrid. Tiene una extensión urbana de 4 kms² y una extensión rural de 66 kms², para un total de 70 kms². Su altura sobre el nivel del mar es de 2.548 m, y su altitud de 4° 43'. La superficie del municipio es plana, presentando las características típicas de las altiplanicies cundinamarqueses con pendientes hasta del 3%; sus suelos (Andepts, Tropepts), que corresponden a la serie Funza Fz, se caracterizan por su relieve plano con pendiente entre 0 -1% moderadamente profundo, bien drenados y con una fertilidad moderada, originados a partir de ceniza volcánica. A menudo a partir de los 40 a 50 cm. de profundidad aparecen saturados con agua, o por lo menos húmedos aún en periodos secos. Son medianamente ácidos y de muy alta capacidad de intercambio catiónico. El suelo de Funza por su capacidad de uso ha sido clasificado en la clase agrológica 11 hc -1 de uso y manejo, drenaje natural moderado e imperfecto, susceptibles a heladas e irregular distribución de la lluvia, con una temperatura de 14°C. Hidrografía La fuente principal de abastecimiento de agua superficial del municipio, son los ecosistemas de los humedales, los cuales abarcan un área de 186.4 hectáreas del total del área del Municipio, representando el 2.7% de la superficie total. Otra fuente importante es el distrito de riego La Ramada, el cual riega y drena terrenos dedicados a la agricultura y a la ganadería, permitiendo el desarrollo agropecuario en zonas de alto potencial para la producción. Y también se cuenta con un gran porcentaje de agua subterránea, que abastecen la zona rural con más de 200 pozos en uso. (Alcaldía de Funza, 2017)

Límites del municipio:

Norte: Madrid y Tenjo

Oriente: Cota y Bogotá

Sur: Mosquera

Occidente: Madrid

Extensión total: 70 Km²

Altitud de la cabecera municipal (metros sobre el nivel del mar): 2.548 metros

Temperatura media: 14°C° C



Ilustración 1. Mapa turístico de Funza. (Alcaldía de Funza, 2017)

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 Funza 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 Funza y finalmente se determina la caracterización del turismo del municipio de Funza.

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

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 41 de ellas se llevaron a cabo en el Municipio de Funza (ver anexos), 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 Funza 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 “De frente con la gente juntos avanzamos 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 41 de ellas se llevaron a cabo en el Municipio de Funza 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 Funza.

Ilustración 2. Mapa división Política por Provincias de Cundinamarca.



Fuente: (PERIÓDICO DE CHÍA, 2015)

Ilustración 3. Localización del municipio de Funza.



Fuente: (Maps, 2018)

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 Funza 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, 41 aplicadas al municipio de Funza, 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			
<p>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</p>			
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 Ocio y Entretenimiento: \$ y 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			
				Ingles						
				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? en frente del negocio?			3.6.1 ¿Único Dueño?			3.6.2 ¿Año				
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	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 quintuple								
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 entidad 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 FUNZA.

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

7.1. MATRIZ DOFA

Tabla 3. Diagnostico DOFA del Municipio de Funza Cundinamarca. *(Alcaldía de Funza, 2017)*

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
ANALISIS EXTERNO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generación de empleo y crecimiento económico en el sector turismo. 2. Promoción del turístico por medio de las TIC. 3. Alianzas institucionales para fomento del turismo. 4. Vinculación del comercio como promotor de turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Problemas medioambientales y de contaminación en el municipio. 2. Disminución de presupuesto por parte del ministerio de industria y turismo. 3. Ausencia de nacionales y extranjeros por baja riqueza cultural e histórica. 4. Carencia de fuerza pública para la seguridad del turista.
ANALISIS INTERNO		

FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
<p>1. Cuenta con Turismo religioso, Histórico y Cultural</p> <p>2. El Ecoturismo que se realiza en el Humedal Gualí hace parte de las actividades económicas, turística y recreativa del municipio.</p> <p>3. Cuentan con fiestas municipales y artesanales en varias épocas del año.</p> <p>4. Turismo y ecoturismo ofrecido por agencias.</p>	<p>(Usar las fortalezas para aprovechar las oportunidades)</p> <p>1. Estableciendo publicidad del turismo religioso e histórico.</p> <p>2. Promocionando y difundiendo el ecoturismo.</p> <p>3. Ofreciendo planes turísticos promocionales, económicos y atractivos.</p> <p>4. Generación de empleo, a partir de la inversión en el sector turístico.</p>	<p>(Usar las fortalezas para evitar las amenazas)</p> <p>1. Diseño de programas de cuidado medioambiental con un enfoque turístico.</p> <p>2. Estableciendo puntos de información para el turista.</p> <p>3. Difundiendo Publicidad digital del turismo a nivel departamental y nacional.</p> <p>4. Creación de alianzas con la gobernación, promoviendo los eventos destacados.</p>

DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
1. Falta de vías de acceso al municipio	(superar las debilidades aprovechando las oportunidades)	(reducir las debilidades y evitar las amenazas)
2. Ausencia de publicidad para fiestas y ferias municipales.	1. Diseño de un mapa guía de acceso al municipio con rutas alternativas.	1. Vinculación de la comunidad con la importancia del turismo.
3. La inseguridad afecta el turismo en el municipio de Funza.	2. Diseño un plan de marketing para promocionar las fiestas y ferias municipales.	2. Promoción de ferias y fiestas del municipio en medios de comunicación.
4. Pocos sitios turísticos atractivos para ofrecer a los visitantes.	3. Establecimiento de un esquema de seguridad que beneficie a todo el municipio.	3. Inversión en seguridad por los entes encargados de la fuerza pública.
	4. Realización de una campaña publicitaria por medio del comercio.	4. Creación de eventos deportivos para diferentes gustos y edades.

7.2. FORTALEZAS

7.2.1. Cuenta con turismo ecológico, religioso, histórico y cultural.

Turismo Religioso

Existen varios escenarios religiosos, tales como iglesias, capillas, conventos, casas de convivencias, seminarios, que valen la pena conocer, no solo por su valor religioso, sino también por su historia, el arte y su labor con la comunidad. Una de las manifestaciones de tipo cultural y religioso más importante dentro del Municipio de Funza es la Semana Santa, llamando a peregrinos de diferentes regiones. (Alcaldía de Funza, 2017)

Turismo Histórico y Cultural

Además de contener en su centro histórico la gran mayoría de casas de conservación arquitectónica de tipo colonial, cuenta con varios sitios de interés que tienen una historia por contar, todo esto se complementa con las manifestaciones de tipo cultural que siempre está fomentando la alcaldía municipal y el centro cultural Bacatá, no solo se vive la cultura contemporánea, sino que también se vive la cultura tradicional. Allí es común encontrar gran variedad de postres característicos de la región y artesanías que fomentan la identidad Funzana. (Alcaldía de Funza, 2017)

7.2.2. El ecoturismo que se realiza en el humedal Gualí hace parte de las actividades económicas, turística y recreativa del municipio.

Ecoturismo

Funza cuenta con el 80% de la totalidad del Humedal Gualí, actualmente es un sitio donde se realizan actividades y competencias deportivas, avistamiento de aves, además los visitantes recorren esta extensión natural mediante senderos sostenibles que no afectan el ecosistema también se puede recorrer por medio de Barcas que se alquilan. (Alcaldía de Funza, 2017). (Grupos de Investigación, 2017)

7.2.3. Cuentan con fiestas municipales y artesanales en varias épocas del año.

Festival de Arte y Cultura Zaqesazipa

Con el fin de promulgar y consolidar las tradiciones y valores culturales de la región, se realiza en el municipio de Funza este festival, reconocido como uno de los más importantes del departamento, pues da a conocer las diferentes expresiones artísticas de los pobladores, como el teatro, la literatura, danzas, música, artes plásticas, en concursos como el de Música de Cámara, Concurso Intermunicipal de Ortografía, Festival de Títeres, Simposios Literarios de la Red Relata, Celebración del Día Blanco, Stand up comedy, Noche de Teatro, entre otras actividades. El nombre del festival es en honor a la cultura indígena ancestral que desde antes de la Colonia habitó este territorio.

Fecha: Finales de septiembre y comienzos de octubre de cada año

Duración: 10 días

Lugar: Funza.

La Feria Artesanal

Desde el inicio del mes de mayo los artesanos emprendedores del municipio se ubicarán en el Parque Principal Capitán Ernesto Esguerra, para dar a conocer sus productos como Tejidos en lana virgen y en croché, pantuflas con base de alpargatas y vitrales. Esta feria la lidera la Secretaría de Desarrollo Económico. (Alcaldía de Funza, 2017)

7.2.4. Turismo y ecoturismo ofrecido por agencias.

Existen agencias de viaje que promueven y dan a conocer los sitios de interés y el ecoturismo del municipio y sus alrededores. Además de promocionar este sector también aporta para desarrolló económico de Funza.

Algunas de Estas agencias son:

Tabla 4. Agencias de turismo de Funza

Promotora de viajes Y TURISMO BACATA S A S	Proviatur Bacata
Fantasia eventos y turismo	Excursiones especializadas
Viajes y turismo omega	Go2travel
Promotora de turismo P. R	Excursiones especializadas
viajes de la sabana	Eco tour Colombia Funza
Life and travel	Promotora de turismo patricia ramos
viajes Colombia viva	

Fuente: (Alcaldía de Funza, 2017)

7.3. OPORTUNIDADES

7.3.1. Generación de empleo y crecimiento económico en el sector turismo.

Un porcentaje importante aporta a el sector del turismo al crecimiento económico del municipio. La industria de los viajes y el turismo genera oportunidades de empleo.

Resulta satisfactorio que en una economía como la del municipio de Funza, la importancia del sector turismo experimente un importante crecimiento: el ingreso de turistas últimamente se ha incrementado sustancialmente debido en su mayoría al ecoturismo. Debemos, entonces, considerar al turismo como un sector clave para el crecimiento económico y una actividad de gran relevancia.

Otro aspecto positivo se relaciona con el tema de encadenamientos: se han evidenciado importantes vínculos del turismo con los sectores medioambientales, agrícolas y manufactureros y con servicios tales como el sector financiero, y diversas ramas del comercio. (Grupos de Investigación, 2017)

7.3.2. Promoción del sector turístico por medio de las TIC.

Sin duda, la utilización de las TIC es útil para cualquier tipo de negocio, pero para el turismo es especialmente importante, ya que los clientes recurren más a Internet para contratar estos servicios. Los datos confirman que los turistas utilizan Internet para planificar su viaje. Además, los dispositivos móviles también cobran cada vez más protagonismo en el turismo, tanto en la planificación como en el uso durante el viaje.

Las TIC facilitan la distribución de la información sobre los productos y servicios. La publicidad de pago, el posicionamiento SEO, las redes sociales y, en general, todas las estrategias de marketing digital, son el medio para que las compañías de turismo accedan a sus potenciales clientes.

También son una herramienta muy potente para gestionar la relación con los clientes, ya sea mediante foros, redes sociales o e-mails. En la mayoría de ocasiones los clientes no viven en el lugar donde contratan los servicios de turismo, por lo que es necesario que existan canales de comunicación online. Aunque, para ello, lo primero que hay que hacer es saber qué canales crear y cómo utilizarlos correctamente.

7.3.3. Alianzas institucionales para fomento de turismo.

Es fundamental el apoyo de las instituciones del estado para el fomento del crecimiento turístico del municipio de Funza, por el acceso que tienen estas para la toma de decisiones en la planeación y selección de presupuestos que le pueden dar mayor participación al sector turismo, mejorando indirectamente las alternativas de empleo para la población y aporte económico a la región. En la gráfica observamos que la mayoría de las personas que visitan el municipio lo hacen buscando descansar, conocer un nuevo sitio turístico y buscando nuevas alternativas de recreación, demostrando que hay gran potencial para trabajar en nuevas fuentes

que hagan una apertura extensa al turismo en el municipio de Funza. (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 1. Clasificación de actividades en el municipio de Funza



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

7.3.4. Vinculación del comercio como promotor de turismo.

Una alianza entre el sector comercial y el sector turismo, es sin duda una buena base para el crecimiento y promoción de los sectores turísticos de Funza, ya que debido a sus escasas no es tan atractivo para los visitantes esos sitios de interés. Teniendo una campaña publicitaria la cual promuevan el turismo por medio del comercio en general, incrementaría sustancialmente la participación del turismo de Funza a nivel departamental. (Grupos de Investigación, 2017)

7.4. DEBILIDADES

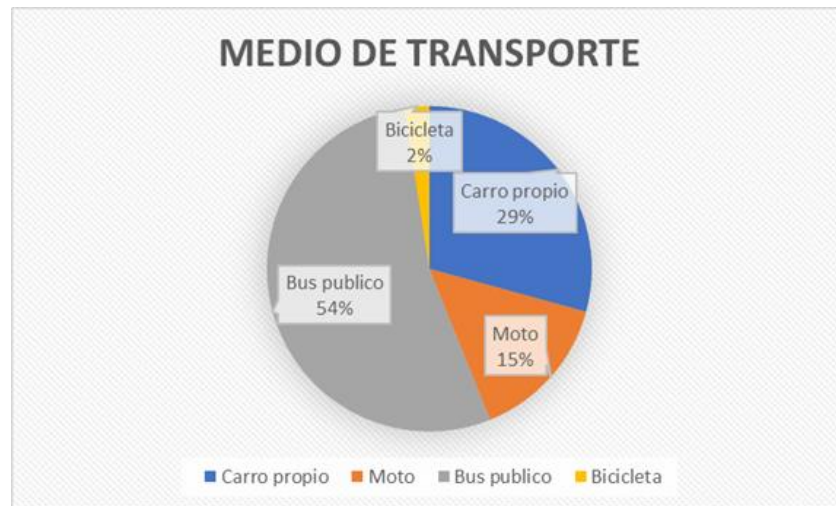
7.4.1. Falta de vías de acceso al municipio.

Actualmente el municipio de Funza sufre problemas de movilidad a causa del aumento de población y la poca inversión en infraestructura vial. Este inconveniente frena el libre desarrollo y crecimiento en el sector turístico y por ende económico, ya que la movilidad es precaria interna y externa del municipio. Los resultados obtenidos por el trabajo investigativo demuestran claramente que el 29% de las personas que visitan a Funza lo hacen en carro particular y el 15% en moto, siendo una cifra considerable, la cual hace importante el mejoramiento de infraestructura vial, como la señalización en las vías, con énfasis en los sitios turísticos del municipio. Es de aclarar según estudio investigación, que la malla vial de Funza se encuentra en condiciones aceptables, pero con grandes oportunidades de mejora por parte de las instituciones encargadas.

En 4 intersecciones del municipio calle 19, 15, 13, 9 existen semáforos, de los cuales 3 son nuevos, se instalaron hace 6 meses y no se han puesto en funcionamiento. En las horas pico es cuando hay menos movilidad. Muchos habitantes y turistas optan por no utilizar carro y se movilizan caminando. La vía principal por donde se accede desde Bogotá y otras vías importantes ya nombradas, están en un gran porcentaje deterioradas.

La comunidad busca el apoyo de los entes pertinentes a esta situación, lo cual afecta a todos los sectores que aportan al desarrollo económico del municipio. (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 2. Medios de Transporte utilizados en el municipio de Funza.



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

7.4.2. Ausencia de publicidad para fiestas y ferias municipales

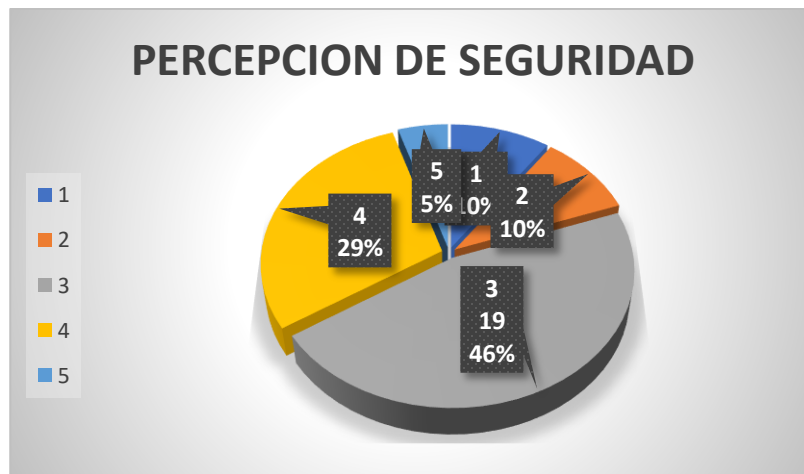
No cabe duda de que la publicidad es la mejor herramienta para llegar a los consumidores y una de las más eficaces formas de promocionar las fiestas y ferias que se realizan anualmente en el municipio de Funza. La función de la publicidad es dar a conocer los productos y servicios turísticos. Uno de los promotores de la publicidad en una proporción alta, son las comunidades locales, ellos se encargan de difundir los eventos de manera tradicional por medio de folletos, periódicos, vallas o voz a voz. Actualmente se cuenta con herramientas tecnológicas y métodos de publicidad para difundir la información. Si las instituciones encargados de difundir y promocionar el turismo de este municipio lo hacen de forma competitiva, la publicidad podría atraer a más turistas y elevar las ventas en la gastronomía, artesanías y otras fuentes que aportan al crecimiento y desarrollo económico, ya sea de forma directa o por medio de campañas de relaciones públicas, redes sociales o herramientas comerciales etc. (Grupos de Investigación, 2017)

7.4.3. La inseguridad afecta el turismo en el municipio de Funza

La inseguridad es una problemática que también afecta al sector del turismo. La población actual de Funza está constituida el 70% por pobladores propios o de los

alrededores y el otro 30% de foráneos (un porcentaje alto de extranjeros venezolanos) que se han refugiado en este municipio, así como en otras partes de todo el país. El problema de la inseguridad es en gran parte responsabilidad por los habitantes que residen a los alrededores del municipio, en conjunto provocan hurtos y atracos, violencia en las calles y como consecuencia genera miedo a los turistas para visitar al municipio. Además de pérdidas económicas en el turismo y el comercio. Sin embargo, los resultados del grupo investigativo demuestran que los visitantes tienen una buena percepción de seguridad en el sector, calificando la seguridad entre 4 y 3 puntos (siendo 1 poco y 5 máximo), arrojando un dato positivo, logrando las autoridades locales aprovechar esa información como punto de partida para la mejora en diferentes temas de seguridad que sigan fortaleciendo el concepto por parte de foráneos y visitantes. (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 3. Percepción de seguridad en el municipio de Funza



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

7.4.4. Pocos sitios turísticos atractivos para ofrecer a los visitantes.

Según el inventario de los sitios turísticos de Funza, se puede evidenciar que los sitios turísticos de Funza son pocos y adicional a esto no son atractivos para los visitantes, sitios como la concha acústica, villa olímpica y el parque principal de Funza entre otros, son poco llamativos para el público en general por su poca

autenticidad y relevancia con respecto a otros sitios del departamento de Cundinamarca.

Otro factor que implica la ausencia de público en los pocos sitios de interés de Funza, es que este municipio se encuentra muy cerca del municipio de Mosquera, el cual tiene más y mejores sitios turísticos, donde la respuesta de los visitantes es más afín con este municipio.

La alta concentración de industria o fábricas es más significativa que los sitios turísticos que hay en Funza, haciendo que el municipio pierda interés para verlo como una opción de entretenimiento, demostrando claramente que es una limitante para el municipio en cuestiones de turismo. (Grupos de Investigación, 2017)

7.5. AMENAZAS

7.5.1. Problemas medioambientales y de contaminación en el municipio.

Funza se ha caracterizado últimamente por los problemas medioambientales que sufren a causa de la alta industrialización cerca al municipio. Las aguas residuales y Los agentes tóxicos provocados por estas empresas, están alterando la calidad de vida y afectando la salud de los pobladores, la calidad del recurso hídrico, así como la fauna, flora y toda forma de vida que existen en las reservas naturales, en especial el Humedal Gualí.

Esta problemática afecta sustancialmente el sector turístico. En el ecoturismo afecta al humedal Gualí, allí se llevan a cabo importantes actividades y competencias deportivas y caminatas ecológicas. Además, afecta al interior y exterior del municipio los malos olores y la contaminación auditiva.

Todas estas problemáticas ambientales afectan grandemente el desarrollo turístico de Funza. Aunque los resultados de la investigación arrojan una aceptable preservación de los recursos naturales con un 93% de personas que piensan que,

si están en buenas condiciones, demostrando claramente que la percepción del ojo humano no abarca en grandes rasgos el daño ambiental que está sufriendo el municipio. (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 4. Preservación de los recursos naturales en el municipio de Funza



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

7.5.2. Disminución del presupuesto por parte del ministerio de industria y turismo
El municipio de Funza es un destino turístico poco conocido por los colombianos y extranjeros. El turismo en Colombia es conocido mundialmente por sus paisajes, gastronomía, artesanías, arquitectura, cultura y costumbres.

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia (MinCIT) es un ministerio de la República de Colombia encargado de apoyar la actividad empresarial, productora de bienes, servicios y tecnología, así como la gestión turística de las diferentes regiones del país. El comercio, la industria y el turismo han sido declarados ejes fundamentales en el desarrollo económico colombiano. Este ministerio invierte grandes cantidades de dinero en promoción de destinos turísticos reconocidos mundialmente y esto es un factor que afecta a los municipios, veredas y corregimientos del país. Estos pequeños destinos, pero no menos importantes, no los hacen conocer a propios y mucho menos a extranjeros, ya que la rentabilidad de su inversión para su promoción no es significativa. La gobernación del municipio de Funza debe gestionar y presentar planes y proyectos donde demuestren que Funza cuenta con ferias y fiestas atractivas para los turistas, por su historia, cultura, costumbres, gastronomía, artesanías y una fuente significativa de aporte económico. (Grupos de Investigación, 2017)

7.5.3. Ausencia de nacionales y extranjeros por baja riqueza cultural e histórica.

El municipio de Funza no es tan conocido a nivel nacional e internacional, eso lo hace un destino de baja demanda para las personas que les gusta conocer varias partes del país y del mundo; adicional a eso no cuenta con mucha cultura clásica, que tenga una marca histórica relevante para ser más visible a nivel local y mucho menos mundial. Esta difícil condición hace que Funza le cueste un poco más resaltar en su turismo como fuente fundamental de ingreso para el municipio y alternativa de empleo para muchas personas de la comunidad Funzana. Debido a esto es que la industria ha cogido mucha fuerza los últimos años siendo principalmente la base de la economía local, dejando en un plano más bajo el sector turístico.

Según las encuestas realizadas, el municipio de Funza se encuentra muy poco la presencia de extranjeros norte americanos, europeos, asiáticos y latino americanos

en general, ya sea en rol de turistas o residentes. Por el contrario, la presencia de ciudadanos venezolanos va en aumento por la problemática que aqueja a ese país en la actualidad, aclarando que no llegan al municipio con intenciones de turismo, sino como alternativa de refugio. (Grupos de Investigación, 2017)

7.5.4. Carencia de fuerza pública para la seguridad del turista

En general la percepción de más del 50% de las personas encuestadas ha dado a la seguridad con una calificación media en el municipio. En los últimos años Funza se ha visto afectada por diferentes factores que afectan por completo la seguridad de la comunidad, siendo sin duda un determinante para que los turistas eviten por completo tener al municipio como una alternativa de esparcimiento. Factores como la delincuencia común, pandillas organizadas y bandas delincuenciales procedentes de la ciudad de Bogotá, hacen más complejo el tema de seguridad, teniendo pocas garantías para los visitantes y habitantes locales.

Las autoridades locales no han dado la importancia que merece el tema, dejando de lado las medidas necesarias de seguridad como factor determinante para la afluencia de más personas al municipio y por ende el aumento de visitantes que vayan a invertir transitoriamente en diferentes opciones de entretenimiento turístico del municipio. (Grupos de Investigación, 2017)

7.6. ESTRATEGIAS FO

7.6.1. Estableciendo publicidad del turismo religioso e histórico.

La época de semana santa es sin duda una buena fecha para difundir el turismo, buscando un aumento significativo en la frecuencia de nuevos visitantes por motivos religiosos. En esta estrategia se puede crear alguna actividad que impulse la participación de Funza en el turismo, convirtiéndola con el tiempo una festividad tradicional, haciéndola parte del cronograma de sitios infaltables por visitar. (Grupos de Investigación, 2017)

7.6.2. Promocionando y difundiendo el ecoturismo

Funza posee varios humedales los cuales pueden ser una gran alternativa para promocionar una nueva forma de turismo o de ecoturismo, el cual promueve la conservación y cuidado de la naturaleza y de forma pedagógica se puede enseñar a las personas la importancia de estos ecosistemas para toda la biodiversidad. Este concepto turístico se ha fortalecido en los últimos años a lo largo del territorio nacional, demostrando que se puede llevar de la mano un turismo con responsabilidad ambiental y de preservación del medio ambiente. (Grupos de Investigación, 2017)

7.6.3. Ofreciendo planes turísticos promocionales, económicos y atractivos.

Analizando los resultados de la investigación, existe una gran posibilidad en el mejoramiento del portafolio de servicios turísticos por medio de planes más atractivos, con buenas alternativas de transporte, hospedaje y una gran variedad de sitios de interés, sería una buena herramienta para aumentar el turismo en el municipio de Funza, compitiendo con calidad y precios que se acomoden a todo tipo de presupuesto, buscando el crecimiento significativo de Funza en materia de turismo a nivel regional. (Grupos de Investigación, 2017)

7.6.4. Generación de empleo, a partir de la inversión en el sector turístico.

El gobierno municipal deberá buscar la forma óptima de ampliar el presupuesto del municipio en materia de turismo, para poder así hacer inversiones que a corto y mediano plazo pueda generar ingresos que beneficien al municipio de Funza y poder aprovechar esos recursos en más inversión en esta área o en apoyo de otro sector económico de los sectores rurales y urbanos. Sería una forma de bajar las tasas de desempleo, ya generaría muchos puestos de trabajo por medio del turismo. (Grupos de Investigación, 2017)

7.7. ESTRATEGIAS FA

7.7.1. Diseño de programas de cuidado medioambiental con un enfoque turístico.

En cabeza del gobierno municipal por medio de su departamento de medio ambiente, deberá diseñar campañas que promueva la conservación del medio ambiente y los recursos naturales, apoyados de una alternativa turística que promocióne los sitios naturales más representativos del municipio de Funza en la parte rural. Esta estrategia debe nacer de una alianza entre el departamento de medio ambiente y el de turismo, buscando el bien común para el municipio, fomentando y promocionando el ecoturismo como parte de una solución. (Grupos de Investigación, 2017)

7.7.2. Estableciendo puntos de información para el turista.

En alianza con los municipios de sabana de occidente, se podrán establecer varios puntos de interés, donde se promocióne los sitios turísticos del municipio de Funza, como también todas las alternativas de turismo de los demás municipios del sector de sabana de occidente. En estos puntos se dará información clara de cada sitio turístico por medio oral y un con un folleto publicitario que refuerce y publicite todo lo relacionado con el municipio en materia de entretenimiento y turismo en general. (Grupos de Investigación, 2017)

7.7.3. Difundiendo publicidad digital del turismo a nivel departamental y nacional.

Es una estrategia algo ambiciosa, debido al poco reconocimiento que hay localmente, sin embargo, esto sería la consecución del camino que debe seguir la promoción del turismo de Funza, dándolo a conocer en diferentes partes de Colombia como una buena opción turística. Esta estrategia puede apoyarse en gran medida con los viajeros o turistas que visitan a Bogotá, aprovechando la cercanía que existe entre la capital y el municipio de Funza. Para lograr esto se debe contar con una inversión en materia de publicidad en los diferentes medios de

comunicación que llegue a todas las regiones del territorio nacional. (Grupos de Investigación, 2017)

7.7.4. Creación de alianzas con la gobernación, promoviendo los eventos destacados.

La gobernación de Cundinamarca como institución principal del departamento, tiene como tarea primordial la promoción de todos los sitios turísticos de los diferentes municipios que lo componen, obviamente incluido el municipio de Funza; allí se encontrara toda la información relacionada con el turismo, mostrando una buena galería de fotos para poder ser más explícitos con los sitios que se ofrecen en materia turística. Esta estrategia se desarrollará por medio de las TICS, ya que es sin duda el mejor medio y herramienta publicitaria de los últimos años. Acá se creará una página web interactiva, vinculando las redes sociales como apoyo de promoción. (Grupos de Investigación, 2017)

7.8. ESTRATEGIAS DO

7.8.1. Diseño de un mapa guía de acceso al municipio, con rutas alternativas

Las vías de acceso al municipio de Funza son buenas dependiendo del punto de donde se vaya ir a visitar el municipio. Por ejemplo, desde cualquier municipio vecino es muy fácil acceder por sus buenas carreteras y buena señalización. Si se parte de Bogotá para ir a visitar el municipio, solo cuenta con dos alternativas viales, una por la calle trece y otra por la calle ochenta. Se podría diseñar una nueva ruta de acceso que no tenga por obligación entrar a la ciudad de Bogotá, minimizando los tiempos de recorrido hasta el municipio.

Para sus rutas internas deberá haber un diseño previo que lleve fácilmente a los viajeros a su sitio turístico de interés fácil y rápidamente. (Grupos de Investigación, 2017)

7.8.2. Diseño de un plan de marketing para promocionar las fiestas y ferias municipales

En el mundo moderno es de vital importancia crear estrategias de marketing que promocionen en un rango extenso el sector turístico, resaltando todos los atributos que posee los sitios de interés del municipio de Funza. Estas estrategias estarán enfocadas en el servicio, con buenos precios de acceso, apoyados en alianzas estratégicas con todos los promotores de turismo del municipio y agencias de publicidad locales. (Grupos de Investigación, 2017)

7.8.3. Establecimiento de un esquema de seguridad que beneficie a todo el municipio.

El esquema de seguridad deberá diseñarse pensando en la prioridad de protección de las áreas turísticas, tanto en sus vías de acceso como internamente en cada sitio de interés, dando una sensación de tranquilidad a sus visitantes. De esta forma se promueve de manera efectiva el turismo de Funza, creando ambientes que proporcionen de principio a fin una buena experiencia para todo el público en general. (Grupos de Investigación, 2017)

7.8.4. Realizar una campaña publicitaria por medio del comercio.

Es de vital importancia crear y realizar una campaña publicitaria, donde se vea comprometido todos los sectores del municipio, en especial el de comercio. Ese medio publicitario deberá ofrecer a sus visitantes una experiencia de vida que satisfaga todas las expectativas de los usuarios al tener contacto con los sitios turísticos. En esta campaña se deben vincular todas las ramas del sector comercial, incluidos industria, grandes almacenes de comercio, y pequeñas tiendas de todo el municipio de Funza. (Grupos de Investigación, 2017)

7.9. ESTRATEGIAS DA

7.9.1. Vinculación de comunidad con la importancia del turismo.

La comunidad sin duda es parte fundamental en el desarrollo de cualquier sector económico, aportando de manera significativa al crecimiento del municipio en esos diferentes aspectos. Un mecanismo que puede ser utilizado como base de progreso es motivar y preparar a la comunidad de Funza a promover el turismo de su municipio por medio de las diferentes instituciones educativas, sensibilizando a los niños y jóvenes de la importancia del aumento del turismo para beneficios de toda la población. Esto ayudara en gran medida a que la gente sienta propiedad por su municipio y hablen con orgullo y de manera espontánea de todos los sitios turísticos que le pertenecen a Funza. Esta estrategia se desarrollará a en un periodo de corto plazo, dando resultados positivos para la imagen del sector. (Grupos de Investigación, 2017)

7.9.2. Promoción de ferias y fiestas del municipio en medios de comunicación.

El municipio de Funza ya cuenta con algunas ferias y fiestas, donde algunas ya son reconocidas. Con esta estrategia lo que se busca es aumentar el número de estas fiestas, creando nuevas opciones apoyados en la cultura del municipio, en alianza con un patrocinador de una marca reconocida, donde se publicite sus productos, pero a su vez impulsa la visita de nuevos turistas a conocer esa región del país. Estaría apoyado por un plan publicitario que ligue al visitante con la marca patrocinadora y los sitios de interés del municipio. (Grupos de Investigación, 2017)

7.9.3. Inversión en seguridad por los entes encargados la fuerza pública.

Se ha resaltado la importancia del estado en la consecución del mejoramiento de las diferentes problemáticas que tiene el municipio de Funza. Sin duda el aumento de la inversión en materia de seguridad y medio ambiental es vital para la población en el ejercicio de mejorar el turismo como parte activa de la economía. Ese aumento se vería reflejado en planes estratégicos que aporten en gran medida la seguridad

del municipio, tanto en la parte rural como la urbana, y en planes de protección del medio ambiente. Los planes tienen que ser bien elaborados y ejecutados de manera que los recursos asignados se aprovechen de forma efectiva. (Grupos de Investigación, 2017)

7.9.4. Creación de eventos deportivos para diferentes gustos y edades.

Con el pasar de los años se ha ido dando reconocimiento a ciertos lugares del municipio como sitios turísticos, donde la gente tiene preferencia para su visita. El municipio no cuenta con muchas alternativas de turismo, donde la mayoría de veces resalta como opción primaria el parque principal y en su mayoría uno que otro sitio deportivo. De acuerdo con esto se podría implementar para su promoción algún evento deportivo, que de cierta forma brinde al visitante o turista un paso obligado al municipio. Los eventos podrían ser de cualquier disciplina deportiva en un nivel profesional para que sea más atractivo para el público. El municipio tendría una fuerte tarea con la gobernación de buscar y obtener esos convenios y patrocinios con las diferentes ligas y federaciones deportivas nacionales.

8. INVENTARIO TURÍSTICO DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS DEL MUNICIPIO DE FUNZA.

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


Se presentan 7 fichas que corresponden los atractivos turísticos más representativos del municipio de Funza Departamento de Cundinamarca y que las encuestas relacionan en su conjunto de datos.

Este inventario turístico fue tomado de los sitios más representativos del municipio de Funza 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.

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

8.1. HUMEDAL GUALI

Tabla 5. FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS, HUMEDAL GUALÍ. (MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS																		
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL																		
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles																		
1. GENERALIDADES																		
1.1. Nombre	HUMEDAL GUALI																	
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA															
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	FUNZA																	
1.5. Administrador o Propietario	CAR																	
1.6. Dirección/Ubicación	FUNZA-CUNDINAMARCA																	
1.7. Teléfono/Fax																		
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	11.2 km	1.9. Tipo de Acceso																
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo										
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá																	
2. CARACTERÍSTICAS																		
2.1. Código Asignado	1.1.5																	
2.2. Descripción:	<p>Ubicado en la parte central de la cordillera Oriental Colombiana, justo en el occidente de la sabana de Bogotá, sobre los municipios de Funza, Tenjo y Mosquera, con un área aproximada de 1.196 hectáreas se extiende una de las maravillas ambientales de mayor riqueza del departamento de Cundinamarca, El Humedal Gualí Actualmente el Humedal cuenta con un espejo de agua de 268 hectáreas, con una zona de recuperación de 327 hectáreas y una zona de desarrollo sostenible de 601 hectáreas, afectando un total de 397 predios, 15 del municipio de Tenjo, 139 de Mosquera y 243 predios de Funza, esto según datos de la Alcaldía del municipio de Funza.</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: http://okcundinamarca.com/funza-protege-bienestar-del-humedal-guali/ http://coratierras.org/2017/04/20/best-spots-to-see-wildlife-in-the-u-s/			
Diligenciado por:	MARIO MOYA	Fecha :	nov-17-2017

Este humedal es de vital importancia por sus ricos recursos naturales y la gran cantidad de ecosistemas que se resguardan allí, con una gran variedad de especies animales y vegetales. Este humedal es uno de las pocas reservas naturales que se encuentran activas actualmente en el departamento de Cundinamarca, siendo este un sitio de gran impacto medio ambiental. Ahora con la fuerza que ha tenido últimamente el turismo ecológico, este humedal es cada vez más, una muy buena opción para visitar.

Este importante recurso ambiental contiene una infinidad de atributos que hacen necesaria su perduración. El Humedal Gualí, se divide a su vez en 8 humedales: Humedal Furatena, Humedal Pato Blanco, Humedal La Isla, Humedal El Cacique, Humedal Galicia, Humedal Gualí, Humedal Tres Esquinas y Humedal La Florida. (Funza A. M., 2017)

Los visitantes pueden encontrar allí una conexión con la naturaleza, saliendo de la congestión urbana, conociendo una gran variedad de flora y fauna, con unas extensiones bastante grandes de recurso hídrico que sin duda es un espectáculo maravilloso para los amantes de ecoturismo y la biodiversidad. Este sitio también puede ser una importante plataforma educativa para las nuevas generaciones, donde resalte la importancia de la conservación de los recursos naturales renovables y no renovables. . (Grupos de Investigación, 2017)

8.2. PARQUE PRINCIPAL DE FUNZA

Tabla 6. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, parque principal de Funza. (MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL										
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	PARQUE PRINCIPAL DE FUNZA									
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Centro Histórico									
1.5. Administrador o Propietario	ADMINISTRACION MUNICIPAL									
1.6. Dirección/Ubicación	CRA 6 # 6-91									
1.7. Teléfono/Fax										
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	11.2	1.9. Tipo de Acceso								
	KM	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo		
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá.									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.2.2									
2.2. Descripción:	En el parque principal encontramos la iglesia de Funza, la alcaldía algunos bancos y locales comerciales reconocidos. Se destaca por su arquitectura colonial, donde es visitado por los habitantes de la comunidad local y foránea. Adicional hace parte fundamental de la historia del municipio por los grandes eventos religiosos y culturales que han pasado por él.									
3. PUNTAJES DE VALORACION										
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: http://funzaysuhistoria.blogspot.com/										
Diligenciado por:			MARIO MOYA				Fecha:		nov-17-2017	



El parque principal de Funza es sin duda el sitio más concurrido al ser la puerta de entrada del municipio, allí es frecuente una buena cantidad de personas, ya sea por alguna diligencia personal, por costumbre o simplemente una buena alternativa de turismo. Este parque cuenta con varios jardines de gran variedad de plantas y árboles, también tiene unos grandes corredores y asientos para sus visitantes.

Otro atractivo muy importante del parque es que cuenta con tres monumentos significativos para la región, como lo son la estatua del Zipa supremo, quien era dignatario civil y religioso de los aborígenes cundinamarqueses, la estatua de la virgen para la protección de sus ciudadanos y por último una placa del libertador Simón Bolívar, quien estuvo en Funza varios días en los años de 1826, 1827 y 1830. (Funza A. d., 2017)

Este sitio turístico ofrece a sus visitantes una experiencia histórica y cultural, con una variedad de jardines con árboles y diferentes especies de aves que le dan un buen aspecto. Allí también encontrarán varios caminos y pasillos peatonales, acompañados de bancas donde la gente puede sentarse y apreciar la hermosa arquitectura colonial. . (Grupos de Investigación, 2017)

8.3. CONCHA ACUSTICA

Tabla 7. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, concha acústica.(MINCIT, 2016) ((Alcaldía de Funza, 2018)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL										
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	CONCHA ACUSTICA									
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	FUNZA									
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía municipal									
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 15#12-10 FUNZA-CUNDINAMARCA									
1.7. Teléfono/Fax										
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	11.2 km	1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo			
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.5									
2.2. Descripción:	Espacio diseñado para la recreación y el deporte de los ciudadanos, equipado con máquinas para hacer ejercicio, pista para trotar, canchas de tenis, baloncesto y de volibol, pista de patinaje, parque infantil con fuentes y arena.									
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: http://funzaysuhistoria.blogspot.com/										
Diligenciado por:			MARIO MOYA				Fecha:		nov-17-2017	



La concha acústica se atribuye un espacio muy importante para la recreación de los habitantes y visitantes del municipio de Funza, dado que allí se realizan diversos eventos culturales, de entretenimiento y deportivos, los cuales son de gran aporte para incentivar el turismo a la región. Este sitio también está dotado con diferentes máquinas para hacer ejercicio, donde puede acceder todo tipo de personas, teniendo disponibilidad para su uso en cualquier horario.

Con el ánimo de brindarle una nueva imagen al municipio este sitio se ha convertido en lugar por excelencia para reunir a todo el pueblo funzano, en reuniones de gran importancia tanto políticas, musicales y comunales. En materia de escenarios Funza ha venido avanzando a buen ritmo, haciéndola más atractiva para nuevos visitantes por sus diferentes opciones de entretenimiento.

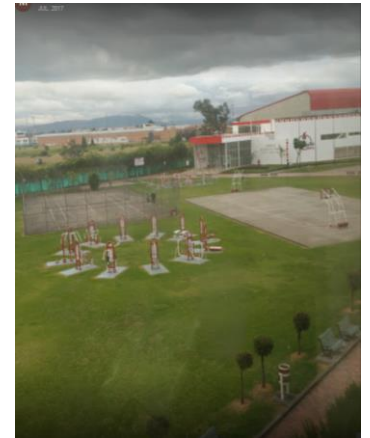
(Funza A. d., Concha Acustica, 2017)

Este espacio turístico tiene diferentes alternativas para el deporte y la recreación donde sus visitantes pueden gozar de diferentes escenarios, dotados con diferentes máquinas para hacer ejercicios. . (Grupos de Investigación, 2017)

8.4. VILLA OLIMPICA

Tabla 8. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, VILLA OLIMPICA.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO 1. SITIOS NATURALES										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	VILLA OLIMPICA									
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Funza									
1.5. Administrador o Propietario	CUNDEPORTES									
1.6. Dirección/Ubicación	Funza									
1.7. Teléfono/Fax										
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	7 km	1.9. Tipo de Acceso								
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo		
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá.									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	2.1.13									
2.2. Descripción:	Un lugar para el entretenimiento y el deporte en familia. Cuenta con canchas para practicar deportes como futbol, baloncesto, patinaje y mucho más. Cuenta con una gran extensión de zonas verdes, las cuales se encuentran en óptimas condiciones de aseo y preservación.									
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)						12				
TOTAL								82		
Fuente: http://funzaysuhistoria.blogspot.com/ http://funza-cundinamarca.xtodocolombia.co/villa-olimpica/										
Diligenciado por:				MARIO MOYA			Fecha:		nov-17-2017	



La villa olímpica es sitio más grande en zonas verdes para la recreación y el deporte de la comunidad del municipio de Funza, cuenta con buenos espacios recreativos como canchas para los diferentes deportes como futbol, basquetbol entre otros. En la villa olímpica también se organizan diferentes torneos en las diferentes actividades deportivas, vinculando la comunidad del municipio con otras personas del departamento de Cundinamarca.

La villa olímpica es muy concurrida los fines de semana y días festivos, ya que es una buena opción para el esparcimiento y el deporte. Estos acercamientos deportivos es una buena alternativa para fomentar el turismo en el municipio, fortaleciendo este sector cada vez más, con diferentes propuestas que sean un atractivo para los vecinos de otros municipios y personas de todo el país. (Funza A. d., Villa Olimpica, 2017)

Allí encontrará el turista un gran espacio para el entretenimiento y el deporte, ya que cuenta con un gran terreno de zonas verdes, acompañado de diferentes especies de árboles, canchas de fútbol y básquetbol. . (Grupos de Investigación, 2017)

8.5. CAPILLA DE SAN MARTIN

Tabla 9. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, capilla de san Martin.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS										
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL										
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles										
1. GENERALIDADES										
1.1. Nombre	CAPILLA DE SAN MARTIN									
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA							
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	CENTRO HISTORICO									
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía municipal									
1.6. Dirección/Ubicación	Funza									
1.7. Teléfono/Fax	8423166									
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	11,2 km	1.9. Tipo de Acceso								
		Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo		
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá.									
2. CARACTERÍSTICAS										
2.1. Código Asignado	1.1.3.2									
2.2. Descripción:	Iglesia principal, ubicada en la plaza principal del municipio de Funza, se destaca por su arquitectura y diseño colonial interno y externo. Es uno de los sitios turísticos más concurridos por los visitantes, sobretodo en fechas especiales para la comunidad religiosa.									
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: http://funzaysuhistoria.blogspot.com/										
Diligenciado por:			MARIO MOYA				Fecha:		nov-17-2017	




La capilla de san Martín sobresale en el aporte al turismo de Funza debido a su perfecta ubicación en el parque principal del municipio, siendo este un lugar de alto impacto cultural y religioso por su historia, ya que es patrimonio arquitectónico por ser una construcción antigua de la época colonial.

Además, La capilla de san Martín tiene bastante afluencia de público en época de semana santa y en diciembre por las festividades navideñas. Su decoración para la época decembrina es muy atractiva para los visitantes. Estos dos eventos en el año son los de más alto impacto para la comunidad, donde miles de personas se desplazan con diferentes expectativas, ya sean de índole religiosa o de aspecto turístico. (Funza A. d., Capilla de San Martín, 2017)

La capilla San Martín ofrece a sus visitantes una hermosa arquitectura colonial, la cual se destaca por su historia y cultura, es un sitio muy importante para la comunidad religiosa y es sin duda el sitio turístico más visitado del municipio de Funza. . (Grupos de Investigación, 2017)

8.6. PARQUE DE LA FRATERNIDAD

Tabla 10. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, parque de la fraternidad.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS																			
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL																			
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles																			
1. GENERALIDADES																			
1.1. Nombre	PARQUE DE LA FRATERNIDAD																		
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA																
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad																			
1.5. Administrador o Propietario	ADMINISTRACION MUNICIPAL																		
1.6. Dirección/Ubicación	calle 15 #20-a30 Funza																		
1.7. Teléfono/Fax																			
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	11,2 KM	1.9. Tipo de Acceso																	
	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo												
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá.																		
2. CARACTERÍSTICAS																			
2.1. Código Asignado	1.2.2																		
2.2. Descripción:	Parque de la fraternidad: espacio diseñado para la recreación y el deporte de los ciudadanos, equipado con máquinas para hacer ejercicio, pista para trotar, canchas de tenis, baloncesto y de volibol, pista de patinaje, parque infantil con fuentes y arena.																		
																			
										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: http://funzaysuhistoria.blogspot.com	https://www.laguiacundinamarca.com/noticia/4107/parque-de-la-fraternidad-un-escenario-mas
Diligenciado por:	MARIO MOYA
Fecha:	nov-17-2017

El parque de la fraternidad es un centro zonal que mejora las prácticas deportivas para los habitantes de la Ciudad. Este equipamiento cuenta con los mejores estándares de calidad en cuanto a los elementos que lo integran, construido en un área total de 15.000 Mt².

Incluyendo Canchas Múltiples, Canchas Sintéticas, Cancha de Tenis, Campo de Skate, Aéreas de Recreación Activa y Pasiva, Senderos Peatonales, Cancha de Hockey, Pista de Trote, Gimnasio al Aire Libre, Parque Infantil “Pies Descalzos”, además de contar con la Plazoleta toma de “San Patricio” como la puerta de entrada a este magnífico proyecto. (Funza A. d., El parque de la fraternidad, 2017)

Es otro sitio importante para la recreación y el deporte de la comunidad local, cuenta con múltiples máquinas para hacer ejercicio, pistas para trotar, canchas de tenis, baloncesto, pistas de patinaje, parque infantil y una gran zona de arena. Este sitio turístico fue renovado recientemente para la comodidad y bienestar de la comunidad. (Grupos de Investigación, 2017)

8.7. PLAZOLETA DE LA SOLIDARIDAD

Tabla 11. Formato único para la elaboración de inventarios turísticos, plazoleta de la solidaridad.(MINCIT, 2016) (Alcaldía de Funza, 2017)

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS											
FORMULARIO 1. PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL											
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles											
1. GENERALIDADES											
1.1. Nombre	PLAZOLETA DE LA SOLIDARIDAD										
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	FUNZA								
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Centro Histórico										
1.5. Administrador o Propietario	ADMINISTRACION MUNICIPAL										
1.6. Dirección/Ubicación	Funza										
1.7. Teléfono/Fax											
1.8. Distancia (desde el municipio más cercano)	11,2	1.9. Tipo de Acceso									
	KM	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo			
1.11. Indicaciones para el acceso:	Desde Bogotá: Desde el Portal de la 80 de Transmilenio, se toma un bus intermunicipal; también salen buses intermunicipales desde la Calle 13 con Avenida de Las Américas. Desde Bogotá: Por Fontibón tomando un bus en la Calle 13 con Avenida Boyacá.										
2. CARACTERÍSTICAS											
2.1. Código Asignado	1.2.2										
2.2. Descripción:	La plazoleta cuenta con zonas verdes y jardines, senderos peatonales de acceso a la Plazoleta Central, zona de parqueaderos, mobiliario urbano e iluminación. Es uno de los sitios más modernos, ya que fue remodelado recientemente por las autoridades municipales, como parte de un programa de inversión social.										
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 Funza - Cundinamarca http://funza-cundinamarca.xtocolombia.co/plazoleta-de-la-solidaridad/											
Diligenciado por:				MARIO MOYA				Fecha:		nov-17-2017	



La Plazoleta de la Solidaridad frente al Centro de Enlace Operacional de Funza es un lugar que no puede faltar conocer si va de turismo por el municipio de Funza. Esta plazoleta mejoro de manera importante la movilidad, comodidad y seguridad de los ciudadanos, además de aumentar la cantidad de visitantes de forma eficaz fomentando de forma significativa el turismo.

Esta plazoleta está compuesta por una gran alameda y 3 mil metros de ciclo rutas, brindando a los usuarios una buena alternativa para movilidad y el deporte. Esta obra está consolidada como una de las más grandes del municipio de Funza por la alta inversión que se hizo en su construcción y el aporte positivo para mejorar la imagen de Funza incentivando el turismo. (Funza A. d., Plazoleta de la Solidaridad, 2017)

Este sitio turístico brinda a sus visitantes un lindo paisaje con estructura moderna, acompañado diferentes elementos cómo jardines extensos, también cuenta con un gran número de parqueaderos para sus visitantes. . (Grupos de Investigación, 2017)

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

El siguiente capítulo presenta la proyección de cada municipio con base en la normatividad existente para el turismo, empezando por lo nacional, lo departamental y finalizando lo municipal.

El análisis de la proyección se presenta en la siguiente tabla donde se muestran las estrategias, metas e indicadores que enmarcan el desarrollo turístico en el país, y que determinan que se va a realizar en el municipio.

Tabla 12. Proyección turística del municipio Funza con base en los planes nacionales, departamentales y municipales.

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	Número de programas de asistencia técnica en funcionamiento.

		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, incluyendo una	Priorización de las necesidades regionales de infraestructura	Número de lugares inspeccionados / Número de lugares priorizados.

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

		Educación para cimentar una cultura turística.	Viabilidad de un 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 receptoras, sobre la integración de los bienes culturales a la actividad turística.	Número de programas de formación aplicados.
	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 de calidad aplicados.
		Establecer empoderamiento de las comunidades locales frente a los proyectos y planes de turismo cultural.	Porcentaje de participación de las comunidades en proyectos turísticos.
MUNICIPAL (alcaldía de Funza)	Planificación del sector turístico mediante la implementación de la Política pública de turismo para el municipio Fomentar la institucionalidad	Brindar asistencia, formación y capacitación a los prestadores de servicios turísticos en bilingüismo, seguridad turística, gestión turística entre otros. Proporcionar estrategias de adecuación para la vigilancia y atención a los visitantes y al sector turístico Propiciar un turismo competitivo y sostenible, donde se	Número de actividades de reconocimiento patrimonial y turístico realizadas Número de espacios para desarrollo de unidades de negocio generados porcentaje de participación de las comunidades en proyectos turísticos Porcentaje de la comunidad donde haya un comité participativo,

<p>del turismo desde los gobiernos locales, mediante la realización de asistencia técnica a los municipios con vocación turística, identificando su potencialidad de acuerdo a la normatividad vigente.</p>	<p>involucre a la comunidad en el desarrollo de los planes Realizar encuentros regionales de autoridades de turismo para la integración y fortalecimiento institucional</p>	<p>generando nuevas ideas</p>
<p>Organización del sector turístico dirigido a la cualificación del talento humano de</p>	<p>Capacitar e incentivar a los prestadores de servicio turístico en las áreas de la actividad</p>	<p>Números de estándares de calidad aplicadas con un seguimiento</p>
<p>los prestadores de servicios turísticos para el desarrollo de la actividad turística.</p>	<p>Realizar campañas de promoción para hacer notorio el turismo del municipio en diferentes lados del país</p>	<p>Número de programas de formación aplicados</p>

		Implementar rutas turísticas vivenciales, que interactúen con la comunidad y Los visitantes	Numero de legislación turística implementada.
--	--	---	---

(Fondo de promoción turística de Colombia, 2012) (Ministerio de Comercio Industria y turismo, 2008- 2010) (Plan de Desarrollo Municipio de Funza, 2016-2019) (Plan de Desarrollo Departamental, 2016 - 2019) (Plan Nacional de Desarrollo, 2014-2018)

El plan de desarrollo “Funza para todos 2016 – 2019” se observa allí planteado un plan de mejoramiento del sector turismo, de manera que se aproveche y se impulse los lugares y sitios más representativos del municipio de Funza. Por lo tanto, se pretende analizar la proyección turística nacional, departamental y municipal, identificando que horizonte y que proyección puede tener el turismo en Funza Cundinamarca. (Plan de Desarrollo Municipio de Funza, 2016-2019)

Por lo tanto, se realizará la proyección mediante las estrategias relacionadas a continuación, las cuales impactarían el municipio de Funza 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 Funza, 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 Funza 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)

- 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 promocion turistica 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 solidas 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 impacto del sistema de información turística nacional y departamental a nivel municipal es positivo en la medida que establece mecanismos de incorporación de las TICS para soportar e incrementar la participación en turismo, a través de la apertura de nuevas formas de promoción y sistematización de servicios el constante crecimiento de la utilización de plataformas digitales plantea nuevas formas de creación de valor y ampliación del sector turismo generando una orientación con capacidad para generar iniciativas para mantener y optimizar recursos y atender a los requerimientos turístico del sector.

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

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

El principal desafío del programa es poner al municipio de Funza en el panorama turístico, y que se convierta en un renglón importante para la economía, generando empleo, mayores ingresos comerciales y creación de nuevos negocios. (Plan de Desarrollo Municipio de Funza, 2016-2019)

Funza cuenta con varios atractivos turísticos Como el humedal wali ubicado en la parte central de la Cordillera Oriental colombiana, también está el parque principal de Funza donde encontramos su catedral o la capilla de San Martín, la cual es muy concurrida porcel puerta de entrada al municipio. También está la concha acústica donde se realizan diferentes eventos deportivos y de recreación para habitantes y visitantes. Está la Villa olímpica dónde se realiza deporte en familia ya que cuenta con escenarios para practicar diferentes deportes. También encontramos el parque de la fraternidad qué es un espacio de conexión con la naturaleza. Y por último encontramos la plaza Delta de la solidaridad siendo una estructura moderna en el municipio, mejorando la movilidad comodidad y seguridad de los ciudadanos.

El municipio de Funza se destaca principalmente por la industria ya que se encuentra muchas empresas y fábricas de diferentes tipos de productos haciendo parte fundamental de la economía del sector

Un aspecto importante que vale la pena mencionar es que Funza hace parte de la historia del país de que allí se dieron acontecimientos importantes históricos

Funza no cuenta con muchos sitios turísticos destacados a nivel histórico, pero sí cuenta con grandes sitios naturales que hacen parte de un futuro para el ecoturismo nacional.

La mayoría de visitantes al municipio de Funza son provenientes de la capital Bogotá debido a su cercanía y la gran relación industrial que hay entre ellos.

De acuerdo el análisis de la herramienta aplicada a la oferta de turismo, donde de las 15 encuestas de oferta turística que se aplicaron en el municipio, solo el 13% de los establecimientos son de hospedaje, mientras en gran parte son restaurantes y sitios de comida en general, demostrando claramente que el sector hotelero no juega un papel fundamental para la economía el municipio, ya que en su mayoría Los visitantes van de paso, utilizando solo un día para su visita.

Tabla 13. Tipos de establecimientos

ESTABLECIMIENTO	OFERENTES	% PARTICIPACION
RESTAURANTES	9	60%
HOSPEDAJE	2	13%
CAFÉ	1	7%
COMIDAS TIPICAS	1	7%
BEBIDAS Y ALIMENTOS ASOCIADOS AL CAFÉ	1	7%
COMIDAS RAPIDAS	1	7%
TOTAL	15	100%

Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 5. Tipos de establecimientos.



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

En la época de semana Santa y Navidad aumenta la cantidad de visitantes debido a los alumbrados que se instalan en esas fechas y la fuerte influencia religiosa. También se estableció que el 51% de las personas que viajan al municipio de Funza son hombres y el otro 49% son mujeres.

Tabla 14. Visitantes por género

GENERO	CANTIDAD	PROMEDIO
HOMBRES	21	51%
MUJERES	20	49%
TOTAL	41	100%

Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 6. Visitantes por género.



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

El trabajo de investigación desarrollado por el equipo, destaca que el municipio de Funza no es muy conocido en otros sectores del país y solamente tiene interacción con los municipios vecinos y la capital colombiana.

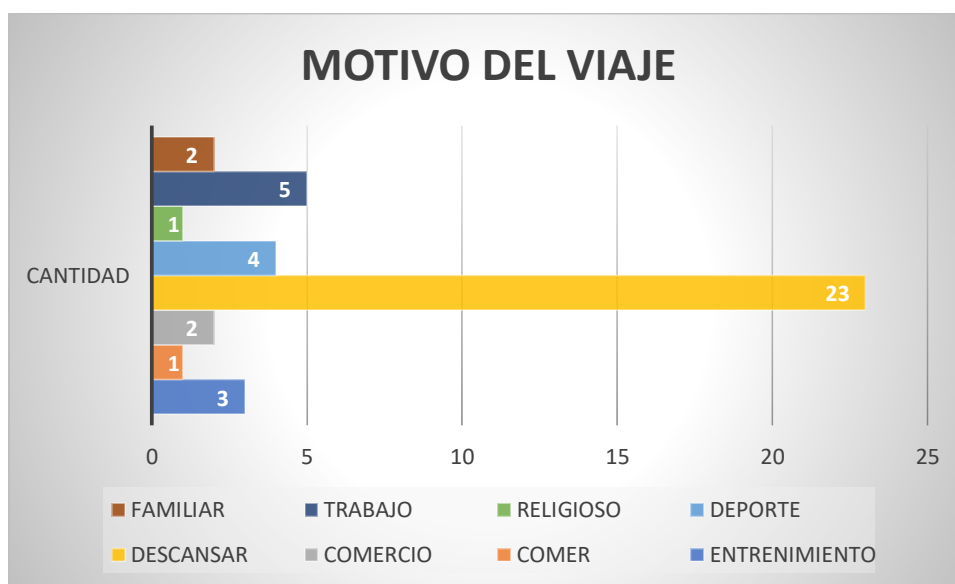
El municipio de Funza tampoco se destaca en el comercio, ya que la mayoría de personas encuestadas, acerca del 5%, dijo que sólo iban a comprar transitoriamente productos producidos en el municipio, resaltando nuevamente qué es un sector netamente industrial. Se encontró que el 56% de los visitantes lo hacen por motivos de descanso y el 5% por familia el otro el 33% restante visita el municipio por paseo, deporte y negocio lo que nos muestra que el municipio debe contar con más opciones comerciales vinculadas al sector turístico.

Tabla 15. Preferencias turísticas municipio de Funza

PREFERENCIAS	No. VISITANTES	PORCENTAJE
ENTRENAMIENTO	3	7%
COMER	1	2%
COMERCIO	2	5%
DESCANSAR	23	56%
DEPORTE	4	10%
RELIGIOSO	1	2%
TRABAJO	5	12%
FAMILIAR	2	5%
TOTAL	41	100%

Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 7. Motivo del viaje.



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Se evidencia que el estado de los monumentos que se encuentran en Funza está en regulares condiciones, más del 50% de las personas encuestadas dieron una calificación de 3 sobre 5.

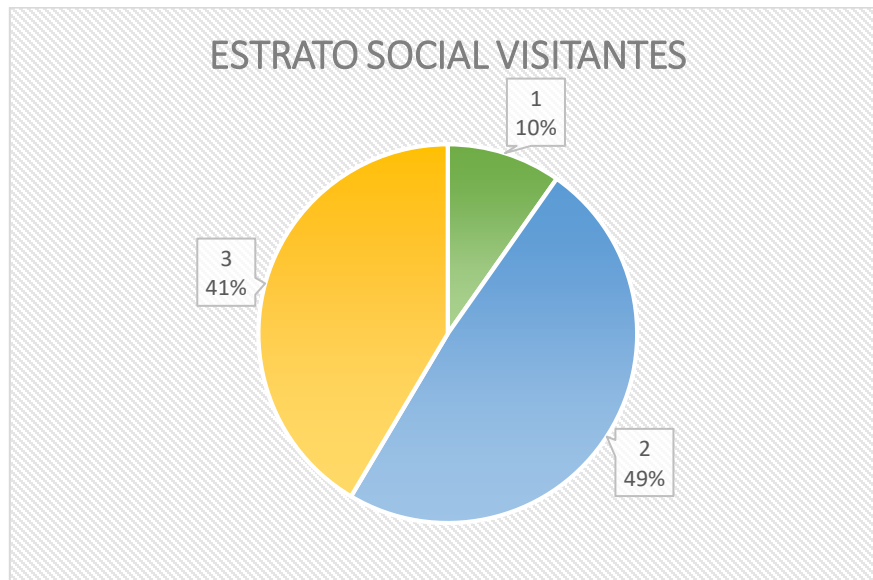
Otro aspecto importante que se pudo evidenciar es que los turistas o visitantes que van al municipio son de estratos del 1 al 3 siendo poco alentador este panorama, ya que el ingreso promedio no es muy alto, afectando el aporte económico al municipio. Del estrato tres son 41%, del dos son en el 49% y el 10% restantes son del estrato 1.

Tabla 16. Estrato social visitantes

ESTRATO	VISITANTES	PORCENTAJE
1	4	10%
2	20	49%
3	17	41%
TOTAL	41	100%

Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 8. Estrato social visitantes.



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Existe un gran potencial para desarrollar el turismo, debido a la frecuencia que tienen los visitantes al municipio, la cual destaca al 20% de las personas encuestadas con 3 visitas al año al municipio de Funza.

El municipio cuenta con grandes escenarios deportivos y recreativos los cuales les permiten proyectar grandes eventos futuros que aumenten masivamente la visita al municipio. (Grupos de Investigación, 2017)

Grafica 9. Participación en eventos culturales en el municipio de Funza



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Uno de los monumentos y sitios más destacados de la zona es la catedral de la plaza principal donde es muy reconocida por la mayoría de los visitantes e históricamente tiene un gran valor cultural. (Grupos de Investigación, 2017)

Un dato importante que se evidencia en la investigación, es que la visita al municipio se da más en familia que individualmente.

Grafica 10. Clasificación por edad.



Fuente: (Grupos de Investigación, 2017)

Del total de encuestas realizadas por el grupo de investigación, midiendo la oferta y la demanda del sector de sabana de Occidente, donde 41 encuestas fueron para el municipio de Funza, hacer relevancia que la mayoría de visitantes son de municipios vecinos.

Un aspecto negativo para la investigación del municipio fue que la mayoría de Los visitantes encuestados no invertían más de \$10.000 en consumo tras la visita.

Teniendo presente la caracterización anterior se puede establecer que el municipio tiene todo el potencial para mejorar y explotar sus recursos, proporcionando un ambiente más acogedor y atractivo para el turismo, trabajando en mejorar los diferentes aspectos que están relacionados directamente es este sector, como por ejemplo el mantenimiento de los sitios, mejorando la señalización y estableciendo nuevas rutas alternativas de acceso para poder darle diferentes alternativas a los visitantes, de esta forma será más atractivo el sector turismo a nivel local departamental y nacional. (Grupos de Investigación, 2017)

CONCLUSIONES

Luego de implementar el análisis DOFA, se determina que Funza es un municipio que actualmente tiene en bajo crecimiento turístico, sin embargo tiene un gran potencial para aumentar su participación, apoyado del comercio y de la alcaldía municipal, generando un mejor ingreso para el municipio y con una gran proyección de expansión en el departamento de Cundinamarca.

Durante la realización del inventario de los sitios turísticos en el municipio de Funza, se evidencia que existe una gran variedad de lugares para conocer y visitar, el con gran proyección para ecoturismo a nivel nacional, donde existe gran cantidad de territorio para explorar.

En el plan de desarrollo Municipal se evidencia que se han diseñado programas turísticos y culturales, teniendo en cuenta la poca publicidad que se ha encontrado para el sector turismo en el municipio.

Según la proyección nacional, Colombia cuenta con un plan de desarrollo que se espera se ponga en marcha rápidamente para recuperar los activos turísticos y desarrollar nueva infraestructura e instalaciones, beneficiando directamente al municipio de Funza, enfocando en un turismo de calidad internacional donde se ofrecerá cultura y entretenimiento.

El Análisis DOFA desarrollado para el municipio de Funza, funcionaria de forma efectiva siempre y cuando se involucren otros elementos que aporten a la cultura y al turismo por medio de un proyecto gubernamental, apoyado por diferentes instituciones relacionadas con el turismo.

La proyección turística del municipio tiene un gran potencial de crecimiento, con una buena viabilidad debido a la gran cercanía que hay con la capital colombiana, ya

que Bogotá es la ciudad más habitada del país, siendo esto un elemento fundamental para promocionar de manera óptima un buen sector turístico, que brinde apoyo a la economía del municipio de Funza.

Según el inventario realizado, se evidencio que los atractivos turísticos del municipio de Funza realmente son muy pocos comparados con otras potencias turísticas del país.

El inventario de los atractivos turísticos, arrojó que el municipio cuenta con grandes recursos naturales, acompañado de diferentes especies de flora y fauna, haciendo de este un elemento relevante para su proyección turística y darlo a conocer a las demás comunidades del país y del mundo.

Según en el plan de desarrollo departamental, está enfocado a la recuperación de los distintos sitios y activos turísticos que han sido de una otra forma abandonados y que podrían propiciar grandes recursos económicos al municipio de Funza, aportando sitios de recreación y entretenimiento para la comunidad local y la extranjera, realizando capacitación y asistencia técnica a los prestadores de servicios turísticos.

El municipio según la proyección turística del plan de desarrollo, necesita implementar rápidamente el programa enfocado al turismo, el cual involucraría a los demás municipios aledaños para darle fuerza al sector de sabana de Occidente en el turismo.

A través de los resultados y durante el desarrollo del diagnóstico, el municipio no cuenta con una buena malla vial y mucho menos con rutas de acceso alternativas, con buena señalización turística, la cual le ayudaría de forma determinante para su promoción y reconocimiento por distintos sectores de interés.

RECOMENDACIONES

Con el fin de mejorar los recursos financieros, se recomienda al municipio de Funza que solicite a la gobernación de Cundinamarca aumentar el presupuesto, el cual ayudara al crecimiento del turismo y otros sectores de interés.

Es la era de la tecnología, se recomienda que el gobierno municipal, departamental y nacional, haga uso herramientas de expansión para brindarle publicidad a los sitios turísticos del municipio.

Es de vital importancia buscar asesoría profesional para que el municipio de Funza explote de forma controlada y sostenida un ecoturismo, qué cuente con varios aspectos importantes que le pueden dar un reconocimiento nacional e internacional. De igual forma La autoridad municipal debe realizar convenios con instituciones que tengan gran experiencia en el sector turismo para afianzar de forma exponencial los sitios de interés del municipio de Funza y poder ofertarlos con mayor solidez.

Es necesario que al ejecutar los planes de desarrollo por medio de las diferentes entidades del estado, y se establezca la normatividad pertinente para la conservación de los recursos naturales, llámese flora o fauna y que tenga un enfoque turístico de calidad.

La alcaldía municipal de Funza debe mejorar en temas de infraestructura y seguridad, ya que estos dos elementos son fundamentales para la toma de decisión de visitar o no el municipio.

El municipio de Funza debe establecer y dar a conocer, un calendario formal de todas sus actividades y festividades, para motivar a las personas de otros municipios y ciudades del país, difundiéndolos por el canal institucional y distintos medios de comunicación.

Otra recomendación importante para el municipio es que debe mejorar la malla vial de sus vías importantes de acceso, con su debida señalización de tránsito y turística, brindando un mejor aspecto y movilidad hacia los diferentes sitios de interés.

Las autoridades municipales deben crear planes sociales que involucren a la comunidad en todo el tema relacionado con el turismo, que tenga aspectos relevantes que generen conciencia en la conservación de los recursos naturales, Implementando campañas en los distintos instituciones educativas de orden público o privado, que incorporen un sentido de propiedad, el cual sirva como medio publicitario voz a voz, brindando información a los visitantes

ANEXOS

Anexo 1. Tabulación encuestas de demanda municipio de Funza

	1,1	1,2	1,3	1,4	2,1	2.1.1	2.1.2	2,2	2.2.1	2.2.2	2,3
	IDMPI	IDFECH	DCOR	PROVIN	PAISI	DEPTON	MPIOIN	PAISR	DEPTOR	MPIOR	EDAI
1	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/1	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	MADRID	COLOMBIA	UNDINAMAR	MADRID	55
2	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/2	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	MOSQUERA	COLOMBIA	UNDINAMAR	MOSQUERA	24
3	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/3	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	ROSAL	COLOMBIA	UNDINAMAR	MADRID	32
4	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/4	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	LA VEGA	COLOMBIA	UNDINAMAR	FACATATIVA	26
5	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/5	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	FACATATIVA	COLOMBIA	UNDINAMAR	FACATATIVA	21
6	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/6	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	UNDINAMAR	FACATATIVA	43
7	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/7	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	ROSAL	COLOMBIA	UNDINAMAR	ROSAL	30
8	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/8	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	FACATATIVA	COLOMBIA	UNDINAMAR	FACATATIVA	25
9	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/9	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	CHIA	COLOMBIA	UNDINAMAR	CHIA	25
10	FUNZA	16/04/2017	5/42/1/10	SABANA OCCIDENTE	COLOMBIA	UNDINAMAR	MOSQUERA	COLOMBIA	UNDINAMAR	MOSQUERA	40
11	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/11	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	VILLET	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	25
12	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/12	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	GIRARDOT	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	55
13	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/13	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	LA CALERA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	LA CALERA	60
14	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/14	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	42
15	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/15	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FOSCA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	EL ROSAL	55
16	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/16	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CAQUETA	FLORENCIA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	32
17	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/17	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	BOYACA	SUTAMARCAN	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	66
18	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/18	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	ANTIOQUIA	MEDELLIN	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	25
19	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/19	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CORDOBA	MONTELIBANO	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	39
20	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/20	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOJACA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOJACA	62
21	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/21	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	BOYACA	MOTAVITA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	23
22	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/22	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	32
23	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/23	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	VILLET	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	68
24	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/24	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	TOLIMA	HONDA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	40
25	FUNZA	03/04/2017	5/42/1/25	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MADRID	28
26	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/26	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	META	VILLAVICENCIO	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	32
27	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/27	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	ANTIOQUIA	MEDELLIN	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	40
28	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/28	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MOSQUERA	31
29	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/29	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MADRID	31
30	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/30	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CALDAS	MANIZALES	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	25
31	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/31	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	BOYACA	ACUITANIA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FUNZA	30
32	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/32	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	NOCAIMA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	45
33	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/33	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOJACA	61
34	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/34	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	VILLET	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	19
35	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/35	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	META	VILLAVICENCIO	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MADRID	24
36	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/36	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	LA VEGA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	FACATATIVA	24
37	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/37	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MOSQUERA	34
38	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/38	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MADRID	46
39	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/39	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	UNE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MOSQUERA	57
40	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/40	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	MADRID	48
41	FUNZA	03/06/2017	5/42/1/41	SABANA DE OCCIDENTE	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	COLOMBIA	CUNDINAMAR	BOGOTA	25

2.4 GENE	2.5 ALABORA	2.6 ECIVIL	2.7 HIJO	2.8 NEDUCATIV	2.9 ESTRA	2.10 INGRE	3.1.A HVIAJE	3.1.B HVIAJE	3.1.C HVIAJE
HOMBRE	INDEPENDIENTE	UNION LIBRE	1	BACHILLER	2	1200000	FAMILIA	CONOCER	LA IGLESIA
HOMBRE	INDEPENDIENTE	SOLTERO	0	BACHILLER	2	1200000	VACACIONES	LA IGLESIA	FAMILIA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	2	TECNICO	2	1500000	COMPRAS	COMERCIO	LA IGLESIA
MUJER	EMPLEADO	SOLTERO	0	TECNICO	2	1000000	TRABAJO	COMERCIO	ND
HOMBRE	EMPLEADO	SOLTERO	0	BACHILLER	2	1000000	CINE	ECOPLAZA	COMERCIO
HOMBRE	INDEPENDIENTE	CASADO	4	BACHILLER	3	1800000	DEPORTES	CINE	COMERCIO
MUJER	ADMINISTRADOR	UNION LIBRE	0	ADM. PUBLICO	3	1700000	COMERCIO	VISITA FAMILIA	CONOCER
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	0	BACHILLER	2	1000000	CINE	COMERCIO	COMIDA
MUJER	CONTADORA	SOLTERO	0	CONTADOR PUBLICO	3	1800000	FAMILIAR	COMERCIO	TRABAJO
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	2	BACHILLER	2	900000	LA IGLESIA	MERCADO	COMERCIO
MUJER	EMPLEADO	UNION LIBRE	1	SECUNDARIA	2	4	CONOCER	NA	NA
HOMBRE	INDEPENDIENTE	CASADO	2	PRIMARIA	3	4	REUNION	NA	NA
HOMBRE	INDEPENDIENTE	CASADO	4	PRIMARIA	2	4	TRABAJO	NA	NA
MUJER	EMPLEADO	CASADO	2	SECUNDARIA	2	4	ALMORZAR	NA	NA
MUJER	EMPLEADO	CASADO	3	PRIMARIA	2	3	DESCANSAR	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	1	TECNICO	3	4	DESCANSAR	NA	NA
HOMBRE	PENSIONADO	SOLTERO	2	PRIMARIA	3	3	CONOCER	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	SOLTERO	0	EMPLEADO	2	3	DESCANSAR	NA	NA
MUJER	EMPLEADO	UNION LIBRE	1	ESPECIALIZACION	3	5	DESCANSAR	CONOCER	NA
HOMBRE	INDEPENDIENTE	UNION LIBRE	2	PRIMARIA	1	3	CONOCER	NA	NA
MUJER	EMPLEADO	CASADA	1	UNIVERSITARIO	2	4	CONOCER	CAMINAR	NA
HOMBRE	EMPLEADO	SOLTERO	1	UNIVERSITARIO	3	5	DESCANSAR	NA	NA
DESEMPLEADO	DESEMPLEADO	CASADO	4	PRIMARIA	1	SIN INGRESO	DESCANSAR	NA	NA
MUJER	EMPLEADO	SOLTERO	2	TECNOLOGO	3	4	DESCANSAR	DIVERSION	NA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	1	SECUNDARIA	2	3	CONOCER	NA	NA
MUJER	INDEPENDIENTE	CASADO	2	TECNICO	2	4	DESCANSAR	NA	NA
HOMBRE	INDEPENDIENTE	CASADO	2	TECNICO	3	4	TRABAJO	NA	NA
MUJER	DESEMPLEADO	SOLTERO	2	BACHILLER	2	1	PASEO	DESCANSO	NA
MUJER	EMPLEADO	SOLTERO	1	TECNOLOGO	2	4	BAZAR	NA	NA
MUJER	ESTUDIANTE	SOLTERO	0	UNIVERSITARIO	3	2	CONOCER	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	2	UNIVERSITARIO	3	4	DESCANSAR	ENTRETENIMIENTO	NA
MUJER	EMPLEADO	CASADO	2	UNIVERSITARIO	3	5	DESCANSAR	COMER	NA
MUJER	LABORES DEL HOGAR	UNION LIBRE	6	PRIMARIA	1	1	CONOCER	DESCANSAR	NA
MUJER	ESTUDIANTE	SOLTERO	0	TECNICO	2	1	CONOCER	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	UNION LIBRE	1	SECUNDARIA	2	4	DESCANSAR	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	SOLTERO	0	SECUNDARIA	3	4	CONOCER	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	2	TECNICO	3	3	TRABAJO	NA	NA
HOMBRE	EMPLEADO	CASADO	1	UNIVERSITARIO	3	5	PATINAJE	NA	NA
MUJER	LABORES DEL HOGAR	CASADO	4	PRIMARIA	1	1	DEPORTE	NA	NA
MUJER	EMPLEADO	CASADO	1	ESPECIALIZACION	3	5	DEPORTE	NA	NA
MUJER	DESEMPLEADA	SOLTERO	2	SECUNDARIA	2	1	CONOCER	DESCANSAR	NA

3.1.1	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.A	3.2.1.B
ENTE	ENTEROC	SERVA	RESE	IRESEI	IGORESE	OMPAAI	IMIG	FAMIL	EDAD	EDAD
FAMILIA	FAMILIA	NO	0	NO	NO	2	1	1	49	17
FAMILIA	FAMILIA	NO	0	NO	NO	3	2	1	25	20
INTERNET	KATRONIX	NO	0	NO	NO	3	0	3	28	6
NINGUNO	PROPIO	NO	0	NO	NO	0	0	0	0	0
AMIGO	AMIGOS	NO	0	NO	NO	1	0	1	23	0
AMIGO	AMIGOS	NO	0	NO	NO	5	0	5	24	22
INTERNET	FAMILIA	NO	0	NO	NO	1	1	0	27	0
INTERNET	ROYAL FILMS	NO	0	NO	NO	5	5	0	26	24
NINGUNO	NINGUNO	SI	8	INTERNCT	EFFECTIVO	0	0	0	0	0
OCACIONA	NINGUNO	NO	0	NO	NO	3	0	3	35	11
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	4	4	0	37	70
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	4	4	0	50	40
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	1	0	1	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	3	3	0	28	27
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	1	0	1	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	6	1	5	NA	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	6	1	5	NA	NA
INTERNET	NA	NO	NA	NA	NA	2	1	1	35	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	3	0	3	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	4	4	0	50	34
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	3	3	0	24	27
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	3	0	3	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	1	0	1	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	3	3	0	19	20
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	1	0	1	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	1	1	0	22	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	3	3	0	50	45
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	6	0	6	NA	NA
EXPERIEN CIA	NA	NO	NA	NA	NA	2	0	2	NA	NA
AMIGOS	NA	NO	NA	NA	NA	3	0	3	NA	NA

3.2.1.1C	3.2.1.1C	3.2.1.1D	3.2.1.1E	3.2.1.1F	3.2.1.1G	3.2.1.1H	3.2.1.1I	3.3	3.4	3.5	3.6
EDAD	EDAD	EDAD	EDAD	EDAD	EDAD	EDAD	EDAD	TRANSPORTE	LOJAMIE	IOCI	ECUEP
0	0	0	0	0	0	0	0	CARRO PROPIO	ASA FAMILIA	2	1
0	0	0	0	0	0	0	0	CARRO PROPIO	NO	0	2
3	0	0	0	0	0	0	0	BUS	NO	0	20
0	0	0	0	0	0	0	0	MOTO	NO	0	50
0	0	0	0	0	0	0	0	MOTO	NO	0	5
41	17	18	0	0	0	0	0	CARRO PROPIO	NO	0	10
0	0	0	0	0	0	0	0	CARRO PROPIO	NO	0	15
25	22	21	0	0	0	0	0	BUS	NO	0	10
0	0	0	0	0	0	0	0	CARRO PROPIO	HOTEL	1	35
9	0	0	0	0	0	0	0	BUS	NO	0	25
NA	NA	NA	30	2	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	PRIMERA VEZ
45	50	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	4
45	39	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BICICLETA	NA	NA	12
NA	NA	NA	13	10	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
NA	NA	NA	59	NA	NA	NA	NA	CARRO PROPIO	NA	NA	1
NA	NA	NA	30	4	NA	NA	NA	CARRO PROPIO	NA	NA	2
NA	NA	NA	31	8	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
30	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	MOTO PROPIA	NA	NA	PRIMERA VEZ
NA	NA	NA	2	34	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
NA	NA	NA	61	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	PRIMERA VEZ
NA	NA	NA	2	28	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
NA	NA	6	11	25	31	28	8	CARRO PROPIO	NA	NA	2
NA	NA	65	5	12	13	15	8	BUS PUBLICO	NA	NA	10
NA	NA	NA	38	NA	NA	NA	NA	CARRO PROPIO	NA	NA	2
NA	NA	NA	25	3	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
NA	NA	NA	5	7	36	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
70	45	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	3
NA	NA	NA	66	8	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	12
NA	NA	NA	14	39	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	10
30	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	MOTO PROPIA	NA	NA	1
NA	NA	NA	25	27	32	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	15
NA	NA	NA	46	NA	NA	NA	NA	CARRO PROPIO	NA	NA	6
NA	NA	NA	7	61	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	1
21	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	1
NA	NA	NA	19	NA	NA	NA	NA	MOTO PROPIA	NA	NA	5
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	MOTO PROPIA	NA	NA	1
60	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	50
NA	NA	NA	48	9	NA	NA	NA	CARRO PROPIO	NA	NA	15
NA	NA	69	5	5	15	15	12	BUS PUBLICO	NA	NA	12
NA	NA	NA	46	9	NA	NA	NA	CARRO PROPIO	NA	NA	6
NA	NA	NA	30	8	6	NA	NA	BUS PUBLICO	NA	NA	1

3.7A	3.7B	3.7C	3.7D	3.7E	3.7F	3.8.1	3.8.2	3.8.3
STATRANSP	LATAALOJ	LATAOC	ATAALIM	ATURI	TAREC	ACTY	ACTY2	ACTY3
20000	0	80000	50000	25000	50000	VISITA	BAILAR	MISA
40000	0	50000	50000	50000	0	UGAR TENI	DEPORTE	VISITAR EL COMERCIO
10000	0	15000	50000	0	20000	COMERCIO	S CENTROS COMERCIAL	TRANSPORTE
10000	0	7000	7500	0	0	TRABAJO	COMERCIO	ND
15000	0	80000	10000	0	0	CINE	COMERCIO	MOVILIDAD
30000	0	150000	80000	0	10000	COMIDA	DEPORTE	S CENTROS COMERCIAL
60000	0	50000	50000	20000	0	COMERCIO	ALIMENTACION	TRANSPORTE
25000	0	50000	65000	10000	0	CINE	COMIDA	PARQUE
50000	80000	50000	30000	0	30000	COMERCIO	TRABAJO	PARQUE
15000	0	0	40000	0	150000	OS COMER	LA IGLESIA	LA COMIDA
15000	0	5000	20000	0	0	CAMINAR	TOMAR FOTOS	NS-NR
10000	0	0	15000	0	0	TRABAJAR	TOMAR FOTOS	NS-NR
0	0	0	20000	0	0	TRABAJAR	CAMINAR	TOMAR FOTOS
15000	0	0	25000	0	0	CAMINAR	IR AL PARQUE	NS-NR
30000	0	0	30000	0	0	CAMINAR	TOMAR FOTOS	NS-NR
30000	0	40000	40000	0	0	DIVERSION	CAMINAR	JUGAR
25000	0	30000	0	0	0	CAMINAR	OBERVAR EL PAISAJES	NS-NR
15000	0	15000	25000	0	10000	TOMAR FOTOS	CAMINAR	VISITAR PARQUES
25000	0	10000	30000	0	0	JUGAR	DESCANSAR	NS-NR
10000	0	10000	20000	0	0	DESCANSAR	CAMINAR	NS-NR
20000	0	10000	12000	0	0	DESCANSAR	DEPORTE	NS-NR
10000	0	15000	14000	0	0	JUGAR	DESCANSAR	NS-NR
40000	0	10000	40000	0	0	JUGAR	REALIZAR DEPORTE	NS-NR
15000	0	10000	20000	0	20000	CAMINAR	VISITAR CENTRO COMERCIALES	TOMAR FOTOS
20000	0	0	20000	0	0	ALMORZAR	CAMINAR	JUGAR CON EL NIÑO
30000	0	0	50000	20000	10000	CAMINAR	IR AL CENTRO COMERCIAL	TOMAR FOTOS
40000	0	0	40000	0	0	TRABAJAR	TOMAR FOTOS	NS-NR
6000	0	10000	30000	10000	20000	DEPORTE	DESCANSAR	NS-NR
20000	0	0	30000	0	10000	RECORRER EL	VISITAR LOS PARQUES	TOMAR FOTOS
20000	0	10000	30000	0	20000	DEPORTE	CONOCER EL ACUARIO	TOMAR FOTOS
10500	0	10000	50000	0	15000	TOMAR FOTOS	IR AL PARQUE DE LAS AGUAS	CAMINAR
20000	0	15000	20000	0	10000	TOMAR FOTOS	CAMINAR	IR A LOS PARQUES
25000	0	15000	50000	0	0	PATINAJE	DESCANSAR	TOMAR FOTOS
30000	0	0	30000	0	0	CAMINAR	ALMORZAR	NS-NR
15000	0	0	40000	0	0	TOMAR FOTOS	ALMORZAR	NS-NR
10000	0	0	30000	0	0	CAMINAR	TOMAR FOTOS	ALMORZAR
10000	0	0	10000	0	0	TOMAR FOTOS	NS-NR	NS-NR
40000	0	0	5000	3000	0	PATINAJE	NS-NR	NS-NR
20000	0	0	15000	0	0	PATINAJE	DEPORTE	NS-NR
40000	0	5000	10000	0	0	PATINAJE	DESCANSAR	AEROBICOS
30000	0	10000	40000	0	0	IR AL PARQUE	NS-NR	NS-NR

3.3.4 ACTV4	3.3.5 ACTV5	3.3.6 ACTV6	3.3.7 ACTV7	3.3.8 ACTV8	3.3.9 ACTV9	3.3.10 ACTV10	4.1PRE ALIFE	4.1CAL ALIC1	4.1DIVE ALIDI	4.1DISP ALIDIS	4.1ATEN ALIAI
COMPRAS	ND	ND	ND	ND	ND	ND	5	5	5	5	5
ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	5	5	5	5	55
CINE	ND	ND	ND	ND	ND	ND	4	5	4	4	4
ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	5	5	5	5	5
ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	5	5	55	5	5
MOVILIDAD	ND	ND	ND	ND	ND	ND	3	4	4	4	4
SEGURIDAD	PRECIOS	LA GENTE	ALOJAMIENT	ND	ND	ND	5	5	5	5	5
COMERCIO	TRANSPOT	ND	ND	ND	ND	ND	4	5	5	5	3
ALIMENTACIO	HOTEL	ND	ND	ND	ND	ND	4	4	4	4	4
TRANSPORTE	ND	ND	ND	ND	ND	ND	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
TOMAR FOTOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	4	4	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
CAMINAR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
CAMINAR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
COMER	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2	2	2
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3

4.2PRE	4.2CAL	4.2DIYE	4.2DISP	4.2ATEN	4.3PRE	4.3CAL	4.3DIYE	4.3DISP	4.3ATEN	4.4PRE	4.4CAL	4.4DIYE
OMEF	OMEQ	OMED	DMEDI	OMEA	OSPEI	OSPEI	OSPEI	SPEDI	DSPEA	TURIP	TURIC	TURIDI
3	4	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	5	5	5
5	5	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	3	3	3
5	5	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	4	4	4
4	4	5	5	4	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
5	5	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	4	4	4
5	5	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	5	5	5
5	5	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	3	4	3
5	4	5	4	5	NS	NS	NS	NS	NS	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	5	5	NS	NS	NS	NS	NS	4	4	4
2	2	2	2	2	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2
3	2	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	1
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2
5	5	5	5	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3
5	5	5	5	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2
5	5	5	5	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3
5	5	5	5	5	2	2	2	2	2	3	3	3
5	5	5	5	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
4	4	4	4	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	4
4	4	4	4	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
4	3	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	3
4	4	4	4	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	2
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3
5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	4	3
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	4	2
3	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	4	3
3	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	3
3	3	3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
3	3	3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
3	3	3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4
4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
2	2	2	2	2	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3

4.4DISP	4.4ATEM	4.5PRE	4.5CAL	4.5DIVE	4.5DISP	4.5ATEM	4.6PRE	4.6CAL	4.6DIVE	4.6DISP	4.6ATEM	4.7PRE	4.7CAL
URIDI	URIAI	ESPEP	ESPEC	ESPED	SPEDI	SPEAI	RANSI	RANSI	RANSI	ANSDI	IANSI	DCIOP	DCIOC
5	5	1	1	1	1	1	NS	NS	NS	NS	NS	0	0
3	3	1	1	1	1	1	NS	NS	NS	NS	NS	3	3
4	4	NS	NS	NS	NS	NS	3	2	2	2	2	NS	NS
NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
4	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS
5	5	3	3	3	3	3	NS	NS	NS	NS	NS	4	4
3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	NS	NS
5	5	3	4	4	4	4	NS	NS	NS	NS	NS	5	5
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
2	2	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	2	2
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	NS-NR	NS-NR
2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3	4	4
2	2	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	3	3	2	5	5
3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	5	5	5	5	4	4
3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
4	5	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4
3	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4
3	3	2	2	2	2	2	2	1	3	3	1	NS-NR	NS-NR
3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	NS-NR	NS-NR
4	4	5	5	2	2	4	3	3	3	3	3	NS-NR	NS-NR
2	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
3	4	5	5	2	2	4	2	2	2	2	2	4	4
4	4	4	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3
3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	4	4	3	4	3
3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
3	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3	4	4
4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2	2	2	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	4	4	4	4	4
3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2	2	2	4	4

4.7DIVE	1.7DISP	4.7ATEN	4.3PRE	4.3CAL	4.3DIVE	1.3DISP	4.3ATEN	4.9	4.10	4.11	4.12	4.13	4.14
(CIOD)	(CIOD)	(CIOA)	MEDIP	MEDIC	MEDID	EDIDI	MEDIA	NUME	TURIS	ASE	EGURI	SERV	MALL
0	0	0	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	4
3	3	3	2	2	2	2	2	4	5	3	3	4	3
NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	NS	3	1	2	2	2	3
NS	NS	NS	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4
NS	NS	NS	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3
4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
5	5	5	3	4	5	4	5	3	5	3	3	5	4
NS	NS	NS	3	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4
5	5	5	3	3	3	3	3	4	5	3	3	4	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
2	2	2	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	3	4	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	1	1	1	1	3	2	1	1	2	3
4	4	4	1	1	1	1	1	3	3	4	1	4	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	2	1	3	2
5	5	5	1	1	1	1	1	3	3	3	2	3	2
4	4	4	1	1	1	1	1	1	3	1	4	3	2
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	4	4	3	4	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	2	4	4	4	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	4	5	3	5	4
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	2	4	4	4	3
4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5	4
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	4	4
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	4	4	4	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	1	1	1	1	1	3	2	2	3	3	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	2	2	2	2	2	4	4	3	3	4	4
NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3	4	3	3	5	5	3
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	3	3	3	3	3
3	2	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	2	3	4	4	4
3	3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	2	2	4	4
3	3	3	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	2	2	3	4	4
3	3	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	3	3	3	5	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	5	4	4	4	4	4
4	4	4	1	1	1	1	1	4	3	4	4	4	4
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	2	4	4	4	3
3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	2
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	2	1	2	3	1
3	3	3	1	1	1	1	1	4	5	5	3	3	3
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	3	2	4	4	4	4
4	4	4	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	4	3	2	1	1	2

4.15 MOVILIDAD	4.14 AMABILIDAD	4.17 SISFAC	5.1A POS1	5.1B POS2	5.1C POS3	5.1D POS4	5.1E POS5	5.2B MEGA1	5.2C MEGA2
3	5	5	COMERCIO	SEÑALIZACION	ND	ND	ND	MOVILIDAD	ND
2	5	5	COMERCIO	ALIMENTOS	ND	ND	ND	ASEO	MOVILIDAD
3	4	3	ALIMENTACION	COMERCIO	ND	ND	ND	TRANSPORTE	ASEO
2	5	4	COMERCIO	ND	ND	ND	ND	TRABAJO	ND
4	5	5	COMERCIO	COMERCIO	ND	ND	ND	MOVILIDAD	ASEO
3	5	5	COMERCIO	DEPORTE	MEDIO AMBIENTE	COMIDA	ND	MOVILIDAD	ND
4	2	5	COMERCIO	ALIMENTOS	ENTROS COMERCIAL	TRASPORTE	ND	SEGURIDAD	ALOJAMIENTO
5	2	5	ESPACIOS NATURALES	VIVIENDA	MICROEMPRESAS	EMPLEO	ND	DESCONFIANZA	SEGURIDAD
3	4	5	GASTRONOMIA	HOTELES	COMERCIO	ND	ND	SEGURIDAD	ASEO
4	4	5	COMIDA	ENTROS COMERCIAL	ND	ND	ND	TRANSPORTE	ND
4	3	4	AMBIENTE	PARQUES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ASEO	NS-NR
3	4	4	AMABILIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	ASEO
3	4	4	BUENO PARA TRABAJAR	AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR
3	4	4	COMERCIO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	SEGURIDAD	ASEO
2	4	4	CANTIDAD DE COMERCIO	AMABILIDAD DE LOS HABITANTES	GASTRONOMIA	NS-NR	NS-NR	ASEO	SEGURIDAD
4	4	4	VARIEDAD DE RESTAURANTES	PARQUES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ASEO	SEGURIDAD
3	4	4	COMERCIO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ASEO	MALLA VIAL
4	4	4	COMERCIO	ZONA INDUSTRIAL	LIMPIEZA	NS-NR	NS-NR	HUECOS EN LAS VIAS	MALA CONSERVACION
4	5	4	VIGILANCIA	ES AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ANDENES EN MAL ESTADO	POPO DE PERRO
4	5	5	DEPORTE	TRANQUILIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	INFRAESTRUCTURA	POPO DE PERRO
3	3	4	PARQUE PARA NIÑOS	SITIOS PARA HACER DEPORTE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	BASURA DE LA NATURALEZA	MOVILIDAD
2	4	4	FOMENTA EL DEPORTE	ZONA WIFI	NS-NR	NS-NR	NS-NR	BASURAS EN PARQUE	FALTA DE MANTENIMIENTO DE LAS VIAS
4	3	5	ZONA DEPORTIVA	TRANQUILIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FALTA DE SEÑALIZACION	MANTENIMIENTO DE LAS VIAS
4	4	4	AMABILIDAD DE LOS HABITANTES	PRESERVACION DE LOS RECURSOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FALTA DE ASEO MUNICIPAL	SEÑALIZACION TURISTICA
4	4	4	PRESERVACION DE RECURSOS	LIMPIEZA DE PAREJAS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FALTA DE MANTENIMIENTO DE	CONSTRUCCION DE VIAS
3	4	4	AREAS NATURALES	CLIMA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ASEO	INSEGURIDAD
4	4	4	HABITABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	ASEO
5	3	5	CRECIMIENTO DEL MUNICIPIO	ALTO NIVEL DE COMERCIO	UBICACION	NS-NR	NS-NR	LA FALTA DE PUBLICIDAD	ASEO
3	3	3	COMERCIO	UBICACION	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TRANSPORTE	MOVILIDAD
4	4	4	DIVERSIDAD DE COMERCIO	UBICACION	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NO HAY SEÑALIZACION TURISTICA	NO HAY GUIAS TURISTICOS
4	4	4	DIVERSIDAD DE PARQUES	SECTOR COMERCIAL	DIVERSIDAD DE RESTAURANTES	NS-NR	NS-NR	FALTAN SEMAFOROS	ASEO DE LAS CALLES
2	4	4	FUENTES HIDRICAS	NIVEL DE EMPLEO	INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	ALUMBRADO PUBLICO	FLUJO VEHICULAR EN LA NOCHE
5	4	4	DIVERSIDAD DE PARQUES	ZONAS VERDES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA SEGURIDAD	LA INFRAESTRUCTURA
4	4	5	COMIDA	PARQUES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LUGARES TURISTICOS	NS-NR
4	4	4	COMIDA	SEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EVENTOS	ATENCION MEDICA
2	4	4	ALIMENTACION	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	SEÑALIZACION	VIAS
2	4	4	CERCANIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	ASEO
3	4	4	CALIDAD DEPORTES	PARQUES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CORRUPCION	FALTA DE PUBLICIDAD
4	3	4	BIEN ARREGLADO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ATENCION MEDICA	NS-NR
3	4	4	CANCHAS DEPORTIVAS	NATURALEZA	PARQUES	NS-NR	NS-NR	SEÑALIZACION	MANTENIMIENTO PARQUES
3	4	3	CLIMA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR

5.2D MEGA3	5.2E MEGA	6.1 VOLVE	6.2 CHAYOI	6.3 OMENI	6.4 ENCONTRARHUEVA	PALABRA
ND	ND	SI	DICIEMBRE	SI	MOVILIDAD	TURISTICA
ND	ND	SI	ABRIL	SI	MAS PARQUEADEROS	ORGANIZADA
ND	ND	SI	JUNIO	SI	TRANSPORTES	1UY COMERCIAL
ND	ND	SI	JUNIO	SI	ASEO	1UY COMERCIAL
ND	ND	SI	MAYO	SI	MEJOR MOVILIDAD	ORDENADO
ND	ND	SI	MAYO	SI	SEGURIDAD	DEPORTIVA
PRECIOS	ND	SI	JUNIO	SI	MAS COMERCIO	1UCHA CULTUR
DELINCUENCIA	ND	SI	DICIEMBRE	SI	UNIVERSIDADES	DESARROLLO
MALLA VIAL	ND	SI	ABRIL	SI	SEÑALIZACION VIAL	DESARROLLO
ND	ND	SI	MAYO	SI	TRANSPORTES	1UY COMERCIAL
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	LIMPIEZA	BONITO
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	MAS SEGURIDAD	BONITO
NS-NR	NS-NR	SI	UNA SEMANA	SI	MAS SEGURIDAD	AGRADABLE
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	MAS ASEO	COMERCIAL
NS-NR	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	MAS SEGURIDAD	AGRADABLE
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	MAS POLICIA	BONITO
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	MAS ASEO Y MEJORES VIAS	BONITO
NS-NR	NS-NR	SI	AGOSTO	SI	VIAS MEJORADAS	TRANQUILO
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	ASEO MUNICIPAL	TRANQUILO
NS-NR	NS-NR	SI	AGOSTO	SI	LIMPIEZA DEL POPO DE PERRO	AMPLIO
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	MOVILIDAD	BONITO
VIDRIOS EN LAS ZONAS VERDES	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	MANTENIMIENTO	TRANQUILO
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	SEÑALIZACION TURISTICA	EXCELENTE
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	SEÑALIZACION TURISTICA	AGRADABLE
NS-NR	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	MANTENIMIENTO DE LOS SITIOS TURISTICOS DEL	CHEVERE
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	ASEO	BONITO
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	SEGURIDAD	BONITO
NS-NR	NS-NR	SI	FERIAS	SI	EVENTOS CULTURALES	ACOGEDOR
CONGESTION VEHICULAR EN LAS	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	ASEO Y SEÑALIZACION	COMERCIAL
ASEO	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	SEÑALIZACION TURISTICA	AGRADABLE
INSEGURIDAD	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	EVENTOS CULTURALES	AGRADABLE
NS-NR	NS-NR	SI	DICIEMBRE	SI	ACTIVIDADES DE ENTRETENIMIENTO	EXTENSO
SEMAFOROS	ASEO	SI	FERIAS	SI	ASEO EN LAS CALLES	BUENO
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	EVENTOS	AGRADABLE
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	EVENTOS	AGRADABLE
INSEGURIDAD	SEÑALIZACION	SI	VACACIONES	SI	VIAS ARREGLADAS	AGRADABLE
SEÑALIZACION	MOVILIDAD	SI	FIN DE SEMANA	SI	PARQUES	ENTUSIASTA
FALTA CUERPO POLICIAL	VIAS	SI	FIN DE SEMANA	SI	POLIDEPORTIVO	DEPORTIVO
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	ASPECTOS RECREATIVOS	AGRADABLE
NS-NR	NS-NR	SI	FIN DE SEMANA	SI	MANTENIMIENTO	ATRACTIVO
NS-NR	NS-NR	SI	VACACIONES	SI	LUGARES DE RECREACION	BONITO

PALABRA	5.5				5.6				
	ALABI	ALABI	ALABI	ALABI	OTROMPIO 1	TROMP	TROMP	TROMP	TROMP
TURISTICA	ND	ND	ND	ND	LA MESA	ND	ND	ND	ND
ORGANIZADA	ND	ND	ND	ND	LAS PIEDRAS DEL TUN.	ND	ND	ND	ND
MUY COMERCIAL	ND	ND	ND	ND	EL ROSAL	ND	ND	ND	ND
MUY COMERCIAL	ND	ND	ND	ND	LA GRAN VIA	ND	ND	ND	ND
ORDENADO	ND	ND	ND	ND	LA VEGA	ND	ND	ND	ND
DEPORTIVA	ND	ND	ND	ND	CHOACHI	ND	ND	ND	ND
LUCHA CULTUR	ND	ND	ND	ND	ZIPACON	ND	ND	ND	ND
DESARROLLO	ND	ND	ND	ND	VILLETA	ND	ND	ND	ND
DESARROLLO	ND	ND	ND	ND	FACATATIVA	ND	ND	ND	ND
MUY COMERCIAL	ND	ND	ND	ND	CACHIPAY	ND	ND	ND	ND
BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CAJICA	COTA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
BONITO	AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	VILLETA	LA VEGA	SASAIMA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GIRARDOT	UBATE	MEDINA	LA VEGA	NS-NR
COMERCIAL	AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GIRARDOT	LA VEGA	ZIPAQUIRA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	SASAIMA	VILLETA	UNE	NS-NR	NS-NR
BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FACATATIVA	SASAIMA	ZIPAQUIRA	VILLETA	FOSCA
BONITO	COMERCIAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TENJO	TABIO	NS-NR	NS-NR	NS-NR
TRANQUILO	CHEVERE	BUEN AMBIENT	NS-NR	NS-NR	GIRARDOT	LA MESA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
TRANQUILO	AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	SAN JUAN DE RIO SECO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
AMPLIO	BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	BOGOTA	MADRID	FACATATIVA	NS-NR	NS-NR
BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	VILLETA	ANOLAIMA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
TRANQUILO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TOBIA	SOPO	NS-NR	NS-NR	NS-NR
EXCELENTE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FACATATIVA	LA VEGA	VILLETA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	AMENO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ANAPOIMA	ANOLAIMA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
CHEVERE	BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CHIA	COTA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
BONITO	AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TOBIA	VILLETA	LA VEGA	NS-NR	NS-NR
BONITO	LLAMATIVO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TOBIA	NOCAIMA	VILLETA	NS-NR	NS-NR
ACOGEDOR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	VILLETA	SASAIMA	NIMAIMA	LA VEGA	NS-NR
COMERCIAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	UTICA	SASAIMA	NOCAIMA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	ATRACTIVO	COMERCIAL	NS-NR	NS-NR	GIRARDOT	VILLETA	UTICA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	COMERCIAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA VEGA	LA MESA	ZIPAQUIRA	VIANI	NS-NR
EXTENSO	COMERCIAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA MESA	FACATATIVA	GUAYABALDE	NS-NR	NS-NR
BUENO	ACOGEDOR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GIRARDOT	LA MESA	VILLETA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	GIRARDOT	TOBIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	TOBIA	BOJACA	GIRARDOT	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	SASAIMA	VILLETA	NS-NR	NS-NR	NS-NR
ENTUSIASTA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	MADRID	SASAIMA	BOKACA	NS-NR	NS-NR
DEPORTIVO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	VILLETA	TOBIA	SASAIMA	NS-NR	NS-NR
AGRADABLE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	LA MESA	GIRARDOT	TOCAIMA	NS-NR	NS-NR
ATRACTIVO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NOCAIMA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
BONITO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	VILLETA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR

Anexo 2. Tabulación encuestas de oferta municipio de Funza

	1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6
	ID MUNICIPIO	ID FECHA	ID CONSEC	ID PROVINCIA	ID NOMBRE	ID TELEFO
1	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/1	SABANA DE OCCIDENTE	LA COCINA DE DANI	3,1E+09
2	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/2	SABANA DE OCCIDENTE	EL RINCON VENEZOLANO	3,02E+09
3	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/3	SABANA DE OCCIDENTE	STIC GOURMET	3,11E+09
4	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/4	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE MI CASA	3,14E+09
5	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/5	SABANA DE OCCIDENTE	PACHO PARRILLA	8258942
6	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/6	SABANA DE OCCIDENTE	PAREY COMA	3,19E+09
7	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/7	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE GOURMETH	3,21E+09
8	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/8	SABANA DE OCCIDENTE	HOTEL MASTER SUITE	8257395
9	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/9	SABANA DE OCCIDENTE	CAFÉ EXPRESS BAR	NS-NR
10	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/10	SABANA DE OCCIDENTE	PIG and PARK	NS-NR
11	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/11	SABANA DE OCCIDENTE	DOÑA NATY RESTAURANTE	3,13E+09
12	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/12	SABANA DE OCCIDENTE	CAFÉ GOURMET	3,05E+09
13	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/13	SABANA DE OCCIDENTE	LA CASTILLA	8263236
14	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/14	SABANA DE OCCIDENTE	HOTEL VYAJE	8261348
15	FUNZA	03/06/2017	5/42/2/15	SABANA DE OCCIDENTE	RESTAURANTE SANTADEREANO	3,14E+09

1.5	1.6	1.7	2.1	2.1.1
ID NOMBRE	ID TELEFO	ID DIRECCION	NACIONALIDAD	DEPARTAMENTO
LA COCINA DE DANI	3,1E+09	CRA 10 N 13 - 16	COLOMBIANA	CUNDINAMARCA
EL RINCON VENEZOLANO	3,02E+09	CALLE 14 N 14 - 10	VENEZOLANA	ESTADO CARABOBO
STIC GOURMET	3,11E+09	CRA 9 N 14 - 95	COLOMBIANA	SANTANDER
RESTAURANTE MI CASA	3,14E+09	CRA 16 N 12 - 28	COLOMBIANA	VALLE
PACHO PARRILLA	8258942	CALLE 13 N 12-47	COLOMBIANA	ANTIOQUIA
PAREY COMA	3,19E+09	CALLE 15 CRA. 16	COLOMBIANA	META
RESTAURANTE GOURMETH	3,21E+09	CRA 9 N 11-69	COLOMBIANA	CESAR
HOTEL MASTER SUITE	8257395	CALLE 9 N 10 B - 13	COLOMBIANA	CUNDINAMARCA
CAFÉ EXPRESS BAR	NS-NR	CALLE 14 N 13-54	COLOMBIANA	CUNDINAMARCA
PIG and PARK	NS-NR	CANCHA CUSTICA	COLOMBIANA	CUNDINAMARCA
DOÑA NATY RESTAURANTE	3,13E+09	CRA 11 N 14-64	COLOMBIANA	CUNDINAMARCA
CAFÉ GOURMET	3,05E+09	CALLE 13 N 11-05	COLOMBIANA	ARAUCA
LA CASTILLA	8263236	CALLE 15 N 17-25	COLOMBIANO	CUNDINAMARCA
HOTEL VYAJE	8261348	CALLE 10 A N 12A-04	COLOMBIANO	NORTE SANTANDER
RESTAURANTE SANTADEREANO	3,14E+09	CALLE 15 N 15-14	COLOMBIANO	CUNDINAMARCA

2.1.2	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	2.9			
MUNICIPIO	EDAD	GENERO	CARGO	ESTADO CIVIL	# HIJOS	NIV. EDUC.	PROFESION	ESTRAT O			
FUNZA	57	HOMBRE	PROPIETARIO	UNION LIBRE	4	PRIMARIA	NA	3			
VALENCIA	51	MUJER	PROPIETARIO	SOLTERO	4	UNIVERSITARIO	DOCENTE	3			
PUENTE NACIONAL	52	HOMBRE	PROPIETARIO	UNION LIBRE	3	PRIMARIA	NA	2			
PALMIRA	31	MUJER	PROPIETARIO	CASADO	2	SECUNDARIA	NA	2			
MEDELLIN	42	MUJER	ADMINISTRADOR A	UNION LIBRE	2	UNIVERSITARIO	CONTADURIA PUBLICA	4			
VILLAVICENCIO	41	HOMBRE	PROPIETARIO	CASADO	2	SECUNDARIA	NA	2			
VALLEDUPAR	40	MUJER	AUXILIAR DE COCINA	SOLTERO	1	SECUNDARIA	NA	1			
BOGOTA	40	MUJER	ADMINISTRADORA	SOLTERO	0	UNIVERSITARIO	ADMINISTRACION DE EMPRESA	4			
BOJACA	38	HOMBRE	ADMINISTRADOR	SOLTERO	2	UNIVERSITARIO	ADMINISTRADOR	2			
BOGOTA	60	MUJER	EMPLEADO	SOLTERO	1	BACHILLER	NA	3			
FACATATIVA	23	MUJER	ADMINISTRADOR	UNION LIBRE	2	BACHILLER	NA	2			
ARAUCA	40	HOMBRE	ADMINISTRADOR	SOLTERO	0	UNIVERSITARIO	FILOSOFO	2			
MADRID	37	HOMBRE	PROPIETARIO	UNION LIBRE	2	UNIVERSITARIO	INGENIERO DE SISTEMAS	3			
CUCUTA	20	MUJER	ADMINISTRADORA	SOLTERA	0	SECUNDARIA	NA	3			
BOGOTA	43	HOMBRE	ADMINISTRADORA	CASADO	4	UNIVERSITARIO	CHEF ALTA COCINA	3			
2.9	2.10	2.10 A	2.11	2.12.1 A	2.12.1 B	2.12.1 C	2.12.1 D	2.12.1 E	2.12.1 F	3.1	3.2
ESTRAT O	ESTUDIO S	ESTUDIO S	PROPIET ARIO	INGLES HABLAD O	INGLES LEIDO	INGLES ESCRITO	FRANCE S	FRANCE S LEIDO	FRANCE S	LICENCIA DE	CAMARA Y
3	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	NO	NO
3	SI	TECNICO EN	SI	0	0	0	0	0	0	NO	NO
2	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI
2	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI
4	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI
2	NO	NA	SI	0	0	0	0	0	0	SI	SI
1	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI
4	SI	MERCADE O	NO	1	1	1	0	0	0	SI	SI
2	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI
3	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI
2	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI
2	SI	ATENCION AL	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI
3	NO	NA	SI	0,6	0,6	0,6	0	0	0	SI	SI
3	NO	NA	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI
3	SI	COCINA-BARY	NO	0	0	0	0	0	0	SI	SI

3.3	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
TIPO DE PERSONA	REGISTRACIONAL	¿RENOVADO?	SERVICIOS DEL	SERVICIOS DEL	SERVICIOS DEL	AÑO APERTURA	UNICO DUEÑO	AÑOS FRENTE	¿ESTABLECIMIENTO?	NOMBRE DE CERTIFICACIONES
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2015	SI	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	COMIDAS RAPIDAS	NA	2015	SI	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2010	SI	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2014	SI	3	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2000	SI	1	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2014	SI	3	NO	NA
REGIMEN COMUN	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2005	NO	1	NO	NA
REGIMEN COMUN	SI	TRAMITE	HOSPEDAJE	NA	NA	2011	NO	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	CAFÉ	BAR	NA	2010	SI	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	COMIDAS TIPICAS	NA	NA	2007	SI	10	SI	CAMARA DE COMERCIO
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	CAFETERIA	NA	2011	SI	6	NO	NA
REGIMEN COMUN	NO	NA	BEBIDAS Y ALIMENTOS	NA	NA	2012	SI	2	SI	CERTIFICADO DE EXPRESS PERFECTO
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	COMIDAS RAPIDAS	VENTA LICOR	NA	2014	NO	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	SI	SI	HOSPEDAJE	NA	NA	2011	SI	2	NO	NA
REGIMEN SIMPLIFICADO	NO	NA	RESTAURANTE	NA	NA	2007	SI	2	NO	NA

		4.1	4.1A	4.1B	4.1C	4.1D	4.1E	4.1F	4.1G
NOMBRE DE CERTIFICACIONES	NOMBRE DE CERTIFICACIONES	CAPACIDAD	HABITACIONES	CAMAS	MESAS	SILLAS	DESAYUNOS	ALMUERZOS	CENAS (DIAS)
NA	NA	30	NA	NA	7	28	5	40	NA
NA	NA	30	NA	NA	6	24	10	25	NA
NA	NA	35	NA	NA	7	28	15	60	NA
NA	NA	50	NA	NA	12	48	10	60	NA
NA	NA	160	NA	NA	40	160	4	30	10
NA	NA	40	NA	NA	9	36	20	30	NA
NA	NA	30	NA	NA	8	30	30	40	NA
NA	NA	24	12	12	24	6	NA	NA	NA
NA	NA	30	NA	NA	10	25	NA	N	NA
ALIMENTOS	NA	40	NA	NA	7	30	50	NA	NA
NA	NA	40	NA	NA	8	35	10	8	NA
NA	NA	25	NA	NA	4	24	5	N	NA
NA	NA	9	NA	NA	3	9	NA	NA	NA
NA	NA	30	27	30	60	30	NA	NA	NA
NA	NA	100	NA	NA	30	100	NA	50	NA

4.1H	4.1K	4.1K	4.1L	4.1M	4.1N					
ESTRAD AS	PLATOS A LA	SOFAS	TELEVIS ORES	NEVERA	VIDEIBE AM	EQUIPO DE	ASADOR	HORNO	4.1K	
NA	NA	NA	1	2	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	1	1	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	1	3	NA	NA	NA	1	NA	
NA	NA	NA	1	2	NA	1	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	NA	2	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	1	1	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	NA	1	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	2	13	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	2	2	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	2	1	NA	NA	NA	NA	NA	
20	NA	NA	1	2	NA	NA	NA	NA	7	
NA	NA	NA	2	3	NA	NA	NA	NA	NA	
NA	NA	NA	28	1	NA	NA	NA	NA	NA	
30	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	

4.1L	4.1M	4.1N			5.1	5.5.1A	5.1.1B	5.1.1C		
TELEVIS ORES	NEVERA	VIDEIBE AM	EQUIPO DE	ASADOR	HORNO	4.1K	* EMPLEA	INDEFINI DO	FUJO	HORAS
1	2	NA	NA	NA	NA	NA	2	0	2	0
1	1	NA	NA	NA	NA	NA	2	0	2	0
1	3	NA	NA	NA	1	NA	2	0	2	0
1	2	NA	1	NA	NA	NA	2	0	2	0
NA	2	NA	NA	NA	NA	NA	10	0	10	0
1	1	NA	NA	NA	NA	NA	2	0	2	0
NA	1	NA	NA	NA	NA	NA	4	0	4	0
13	NA	NA	NA	NA	NA	NA	6	0	6	0
2	2	NA	NA	NA	NA	NA	2	0	1	0
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	2	0	1	0
2	1	NA	NA	NA	NA	NA	1	0	1	0
1	2	NA	NA	NA	NA	7	1	0	1	0
2	3	NA	NA	NA	NA	NA	1	0	1	0
28	1	NA	NA	NA	NA	NA	3	0	3	0
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	4	0	2	0

5.1.1D	5.1.1E	5.2	5.2.1	5.3	5.3.1A	5.3.1B	5.3.1C	5.3.2 A	5.3.2 B
DIAS	PRESTACION DE	¿CONTRATO EN	EMPLEADOS	CAPACITACION	¿QUIEN DICTA	¿QUIEN DICTA	¿QUIEN DICTA	NOMBRE CAPACITACION	NOMBRE CAPACITACION
0	0	NO	NA	SI	CENTRO FUNZA	ALCALDIA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA
0	0	NO	NA	SI	ALCALDIA	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	ATENCION AL CLIENTE
0	0	NO	NA	SI	ALCALDIA	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA
0	0	NO	NA	SI	ALCALDIA DE	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA
0	0	NO	NA	SI	ALCALDIA	NA	NA	INGLES	SERVICIO AL CLIENTE
0	0	NO	NA	SI	ALCALDIA	SENA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA
0	0	NO	NA	SI	SECRETARIA DE	SENA	NA	ATENCION AL CLIENTE	MANIPULACION DE ALIMENTOS
0	0	SI	2	SI	SGS	NA	NA	SEGURIDAD INDUSTRIAL	MANEJO DE INSTINTORES
1	0	SI	1	SI	SENA	NA	NA	COCTELERIA	MANIPULACION DE ALIMENTOS
1	0	NO	NA	SI	INGENIERO	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	ATENCION AL CLIENTE
0	0	SI	1	NO	NA	NA	NA	NA	NA
0	0	NO	NA	SI	TECNOCAFE	NA	NA	BARISMO	ARTE DE LATTE
0	0	NO	NA	NO	NA	NA	NA	NA	NA
0	0	NO	NA	SI	ALCALDIA	NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	MUCAMA
2	0	NO	NA	SI	SECRETARIA DE	NA	NA	MANIPULACION DE ALIMENTOS	NA
5.3.2 C	5.3.3 A	5.3.3 B	5.3.3 C	5.3.3 D	5.3.3 E	5.3.4 A	5.3.4 B		
NOMBRE CAPACITACION	MECANISMOS DE	MECANISMOS DE	MECANISMOS DE	MECANISMOS DE	MECANISMOS DE	PROGRAMAS DE FORMACION QUE	PROGRAMAS DE		
NA	CONFERENCIAS	NA	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
NA	CONFERENCIAS	NA	NA	NA	NA	CURSOS DE COCINA	NS-NR		
NA	CONFERENCIAS	NA	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
NA	CONFERENCIAS	NA	NA	NA	NA	ATENCION AL CLIENTE	ADMINISTRACION DE EMPRESAS		
NA	CONFERENCIAS	CURSOS	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
NA	CONFERENCIAS	NA	NA	NA	NA	MERCADEO	NS-NR		
NA	CHARLAS	NA	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
PRIMEROS AUXILIOS	CHARLAS	NA	NA	NA	NA	CURSOS DE IDIOMAS GRATIS	NS-NR		
NA	CURSOS	NA	NA	NA	NA	SERVICIO AL CLIENTE	NS-NR		
NA	CURSOS	VIDEOS	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
NA	NA	NA	NA	NA	NA	ATENCION AL CLIENTE	NS-NR		
MANEJO DE CHEMEX	LABORATORIOS	NA	NA	NA	NA	CAPACITACION CONTABLE	NS-NR		
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
NA	CHARLAS	NA	NA	NA	NA	NS-NR	NS-NR		
NA	CHARLAS	NA	NA	NA	NA	BARY MESA	NS-NR		

6.1 2015	6.2 2015	6.3 2015	6.4 2015	6.5 2015	6.6 2015	6.7 2015	6.8 2015	6.9 2015	6.10 2015
NUMERO VISITANTES	% NACION	% EXTRAJ	PROMEDIO	MININO ESTADIA	MAXIMO ESTADIA	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC
2700	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
850	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
2000	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3500	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
8000	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
7000	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1000	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1000	0,98	0,02	5	1	5	45000	45000	NA	NA
3500	0,97	0,03	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
5000	0,95	0,05	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3500	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
5000	0,95	0,05	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
3000	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1000	0,95	0,05	5	1	5	35000	40000	NA	NA
1200	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA

6.11 2015	6.12 2015	6.13 2015	6.14 2015	6.15 2015	6.16 2015	6.17 2015	6.18 2015	6.19 2015
PRECIO HABITAC	PRECIO SUITE	PRECIO DESAYU	PRECIO ALMUER	PRECIO CENA	PAQUETE	ENTRETENIMIENTO	COCTELES	CERVEZAS
NA	NA	5000	5500	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	5000	6000	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	6500	6500	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	6000	6000	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	4500	12000	12000	NA	NA	NA	NA
NA	NA	5500	5500	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	6500	6500	NA	NA	NA	NA	NA
NA	90000	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	13000	NA
NA	NA	4000	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	6000	6000	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	15000	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	5000	NA	NA	NA	NA	NA

6.20 2015	6.1 2016	6.1.1 2016	6.1.2 2016	6.1.3 2016	6.1.4 2016	6.1.5 2016	6.1.6 2016	6.1.7 2016	6.1.8 2016
CAFES	NUMERO VISITAN	% NACION	% EXTRAJ	PROMED IO	MININO ESTADIA	MAXIMO ESTADIA	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC
NA	2900	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	900	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
6000	2000	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	2700	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	8500	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	8000	1	0	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	1050	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	1100	0,98	0,02	5	1	5	50000	55000	NA
3000	4000	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	6000	0,96	0,04	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1600	3600	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
1300	5500	0,95	0,05	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	3100	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
NA	1500	0,95	0,05	6	1	6	40000	45000	NA
NA	1500	0,98	0,02	NA	NA	NA	NA	NA	NA
6.1.9 2016	6.1.10 2016	6.1.11 2016	6.1.12 2016	6.1.13 2016	6.1.14 2016	6.1.15 2016	6.1.16 2016	6.1.17	
PRECIO HABITAC	PRECIO HABITAC	PRECIO SUITE	PRECIO DESAYU	PRECIO ALMUER	PRECIO CENA	PAQUET E	ENTREteni MIENTO	MUNICIPIOS TURISTAS	
NA	NA	NA	5500	6000	NA	NA	NA	MADRID	
NA	NA	NA	6000	7000	NA	NA	NA	BOGOTA	
NA	NA	NA	6500	6500	NA	NA	NA	MADRID	
NA	NA	NA	6000	6000	NA	NA	NA	MADRID	
NA	NA	NA	5000	12000	13000	NA	NA	BOGOTA	
NA	NA	NA	6000	6000	NA	NA	NA	MOSQUERA	
NA	NA	NA	7000	7000	NA	NA	NA	BOJACA	
NA	NA	100000	NA	NA	NA	NA	NA	PAIPA	
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BOJACA	
NA	NA	NA	5000	NA	NA	NA	NA	FACATATIVA	
NA	NA	NA	6500	6500	NA	NA	NA	FUSAGASUGA	
NA	NA	NA	17000	NA	NA	NA	NA	BOGOTA	
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BOJACA	
NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	NA	BOGOTA	
NA	NA	NA	NA	6000	NA	NA	NA	BOGOTA	

6.1.18			6.1.19 A		6.1.19 B				
MUNICIPIOS	MUNICIPIOS TURISTAS	NACIONALIDAD TURISTAS	NACIONALIDAD	NACIONALIDAD	# TOTAL DE VISITANTES	% VISITANTES			
BOGOTA	FACATATIVA	NA	NA	NA	200	1			
NA	NA	VENEZUELA	NA	NA	110	0,98			
BOGOTA	NA	NA	NA	NA	300	1			
MOSQUERA	BOGOTA	NA	NA	NA	350	1			
ANOLAIMA	MADRID	ESTADOUNIDENSES	VENEZOLANOS	CHINA	200	0,98			
SUBACHOQUE	BOGOTA	NA	NA	NA	200	1			
MOSQUERA	NA	VENEZOLANOS	ARGENTINOS	NA	200	1			
VILLAVICENCIO	BOGOTA	CANADA	VENEZOLANOS	NA	20	1			
VILLETA	MOSQUERA	VENEZUELA	CHINA	NA	80	1			
MADRID	BOGOTA	VENEZUELA	ARGENTINA	HOLANDA	120	0,98			
BOGOTA	BOJACA	VENEZUELA	BOLIVIA	NA	40	1			
FACATATIVA	MOSQUERA	EUROPA	INGLESES	ESTADOS UNIDOS	100	0,98			
FACATATIVA	BOGOTA	VENEZOLANOS	NA	NA	100	1			
MEDELLIN	NA	ALEMANES	AFRICANOS	BRASILEÑOS	30	1			
MADRID	NA	ALEMANES	NA	NA	200	1			
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
% EXTRANJER	PROMEDIO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMEDIO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO
0	NA	NA	NA	60	1	0	NA	NA	NA
0,02	NA	NA	NA	70	0,98	0,02	NA	NA	NA
0	NA	NA	NA	120	1	0	NA	NA	NA
0	NA	NA	NA	180	1	0	NA	NA	NA
0,02	NA	NA	NA	100	0,98	0,02	NA	NA	NA
0	NA	NA	NA	120	1	0	NA	NA	NA
0	NA	NA	NA	250	0,98	0,02	NA	NA	NA
0	2	1	2	30	0,99	0,01	3	1	2
0	NA	NA	NA	60	0,98	0,02	NA	NA	NA
0,02	NA	NA	NA	60	0,98	0,02	NA	NA	NA
0	NA	NA	NA	35	0,98	0,02	NA	NA	NA
0,02	NA	NA	NA	60	0,95	0,05	NA	NA	NA
0	NA	NA	NA	130	0,98	0,02	NA	NA	NA
0	3	1	3	40	0,98	0,02	2	1	2
0	NA	NA	NA	300	0,98	0,02	NA	NA	NA

6.1.21 A	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
# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN
60	1	0	NA	NA	NA	180	1	0
100	0,98	0,02	NA	NA	NA	110	0,98	0,02
180	1	0	NA	NA	NA	120	1	0
240	1	0	NA	NA	NA	120	1	0
90	1	0	NA	NA	NA	150	1	0
150	1	0	NA	NA	NA	300	1	0
300	0,98	0,02	NA	NA	NA	200	1	0
30	0,98	0,02	3	1	2	120	0,95	0,05
70	0,95	0,05	NA	NA	NA	80	1	0
40	0,95	0,05	NA	NA	NA	0	0	0
0	0	0	NA	NA	NA	60	0,98	0,02
20	0,95	0,05	NA	NA	NA	90	1	0
180	0,98	0,02	NA	NA	NA	20	1	0
50	0,98	0,02	3	1	3	100	1	0
300	1	0	NA	NA	NA	200	1	0
6.1.22 D	6.1.22 E	6.1.22 F	6.1.23 A	6.1.23 B	6.1.23 C	6.1.23 D	6.1.23 E	6.1.23 F
PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO
NA	NA	NA	300	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	NA	120	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NA	600	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	NA	300	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	NA	100	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	NA	400	1	0	NA	NA	NA
NA	NA	NA	200	0,98	0,02	NA	NA	NA
4	1	4	100	1	0	5	1	5
NA	NA	NA	100	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NA	200	0,95	0,05	NA	NA	NA
NA	NA	NA	40	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NA	100	0,98	0,02	NA	NA	NA
NA	NA	NA	120	0,95	0,05	NA	NA	NA
4	1	4	90	1	0	7	1	7
NA	NA	NA	200	1	0	NA	NA	NA

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
# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN	PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	# TOTAL DE	% VISITAN	% EXTRAN
300	1	0	NA	NA	NA	200	1	0
120	0,98	0,02	NA	NA	NA	120	0,98	0,02
600	1	0	NA	NA	NA	300	1	0
300	1	0	NA	NA	NA	300	1	0
150	0,95	0,05	NA	NA	NA	180	1	0
500	1	0	NA	NA	NA	200	1	0
250	0,95	0,05	NA	NA	NA	150	1	0
150	0,95	0,05	5	1	5	200	1	0
120	0,98	0,02	NA	NA	NA	180	1	0
250	0,98	0,02	NA	NA	NA	250	0,97	0,03
45	0,98	0,02	NA	NA	NA	80	0,98	0,02
120	0,98	0,02	NA	NA	NA	130	0,95	0,05
120	0,95	0,05	NA	NA	NA	200	0,98	0,02
150	0,95	0,05	6	1	6	100	1	0
200	0,98	0,02	NA	NA	NA	300	0,97	0,03
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
PROMED IO DE	TIEMPO MINIMO	TIEMPO MAXIMO	PROMED IO EDAD	¿CUENT A CON	INSTRU MENTOS	INSTRU MENTOS	INSTRU MENTOS	CUALES SON
NA	NA	NA	30	NO	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	35	SI	TARJETAS	NA	NA	TARJETAS
NA	NA	NA	35	SI	TARJETAS	NA	NA	TARJETAS
NA	NA	NA	35	NO	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	45	SI	TARJETAS	AVISOS	NA	TARJETAS
NA	NA	NA	30	NO	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	30	NO	TARJETAS	AVISOS	NA	TARJETAS
3	1	3	40	SI	TARJETAS	AVISOS	NA	TARJETAS
NA	NA	NA	25	SI	TARJETAS	VOZ A VOZ	NA	VOZ A VOZ
NA	NA	NA	40	NO	NA	NA	NA	NA
NA	NA	NA	45	SI	TARJETAS	AVISOS	NA	AVISOS
NA	NA	NA	25	SI	VOZ A VOZ	NA	NA	VOZ A VOZ
NA	NA	NA	30	SI	REDES SOCIALES	TARJETAS	NA	REDES SOCIALES
3	1	3	35	NO	TARJETAS	AVISOS	NA	TARJETAS
NA	NA	NA	30	NO	AVISOS	NA	NA	AVISOS

7.3 ¿SERVICIOS	7.3 A SERVICIOS 1	7.3 B SERVICIOS 2	7.3 C SERVICIOS 3	7.4 MECANISMOS	7.4 A MECANISMO 1	7.4 B MECANISMO 2	8.1 AFILIADO A	8.1 A GREMIO 1
SI	DOMICILIO	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	DOMICILIO	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	DOMICILIO	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
NO	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
NO	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
NO	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	EVENTOS	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	LAVANDE RIA	CAFETERIA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
NO	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	COMIDA PARA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	DOMICILIO	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	CENAS PARA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
NO	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
NO	NA	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
SI	EVENTOS	NA	NA	NO	NA	NA	NO	NA
8.1 B GREMIO 2	8.1 C GREMIO 3	8.2 A ACTOR DE LA	8.2 B ACTOR DE LA	8.2 C ACTOR DE LA	8.2 D ACTOR DE LA	8.2 E ACTOR DE LA	8.3 CON CUALES	8.3.1 TIPO DE CONTACTO
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	NA
NA	NA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA	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	8.5.1A	8.5.1B	8.5.1C
ENTIDAD ES QUE	ENTIDAD ES QUE	ENTIDAD ES QUE	¿COMO LO APOYAN?		BENEFICIOS DEL	BENEFICIOS	BENEFICIOS	BENEFICIOS
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NN	NS-NR	NS-NR		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
ALCALDIA	NS-NR	NS-NR	EVENTOS CULTURALES		NO	NA	NA	NA
SOSTENIMIENTO DE	NS-NR	NS-NR	CAPACITACIONES		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
CASA DE LA	NS-NR	NS-NR	EVENTOS CULTURALES		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NA		NO	NA	NA	NA
9.1 A	9.1 B	9.1 C	9.1 D	9.2 A	9.2 B		9.2 C	
DEBILIDAD 1	DEBILIDAD 2	DEBILIDAD 3	DEBILIDAD 4	FORTALEZA 1	FORTALEZA 2		FORTALEZA 3	
INFRAESTRUCTURA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	ATENCION	NS-NR		NS-NR	
UBICACIÓN	NS-NR	NS-NR	NS-NR	COMIDA	ATENCION		NS-NR	
ESPACIO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EXPERIENCIA	ATENCION		NS-NR	
UBICACIÓN	NS-NR	NS-NR	NS-NR	SERVICIO	NS-NR		NS-NR	
NO REALIZAR DOMICILIOS	NO TENER PARQUEA	FALTA DE PUBLICIDAD	NS-NR	COMIDA TRADICION	CALIDAD		SERVICIO AL CLIENTE	
INFRAESTRUCTURA	FALTA DE ESPACIO	NS-NR	NS-NR	EXCELENTE ATENCION	NS-NR		NS-NR	
POCO PERSONAL	FALTA DE ESPACIO	NS-NR	NS-NR	CALIDAD DE SERVICIO	NS-NR		NS-NR	
CONSTRUCCION EN TRANCE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EQUIPO DE TRABAJO	NS-NR		NS-NR	
POCO ESPACIO	FALTA DE PERSONA	NS-NR	NS-NR	CALIDAD DEL	UBICACIÓN		NS-NR	
INFRAESTRUCTURA	ESPACIO	NS-NR	NS-NR	CALIDAD DEL	NS-NR		NS-NR	
POCA ESPACIO	POCA DEMANDA	NS-NR	NS-NR	GASTRONOMIA	EXPERIENCIA		ATENCION AL CLIENTE	
POCO ESPACIO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	PRODUCTOS DE	EXPERIENCIA		NS-NR	
HORARIO DE CIERRE	ESPACIO	NS-NR	NS-NR	VARIEDAD DE TRAGO	SERVICIO AL CLIENTE		NS-NR	
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CALIDAD	NS-NR		NS-NR	
ALTIBAJOS EN LAS VENTAS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	COMIDA	AMPLIO		NS-NR	

9.2 D FORTALEZA 4	9.3 A AMENAZA 1	9.3 B AMENAZA 2	9.3 C AMENAZA 3	9.3 D AMENAZA 4	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	CONSTRUCCION EN LA VIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	COMPETENCIA	UBICACIÓN	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	PAGO DE SERVICIOS ALTOS	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	COMPETENCIA	INSEGURIDAD	NS-NR	NS-NR	
NS-NR	COMPETENCIA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	
9.4 A OPORTUNIDAD 1	9.4 B OPORTUNIDAD 2	9.4 C OPORTUNIDAD 3	9.4 D OPORTUNIDAD 4	10.1 ¿FACTORES QUE BENEFICIAN EL TURISMO?1	¿FACTORES QUE BENEFICIAN EL TURISMO?2
AMPLIAR EL NEGOCIO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	IMPLEMENTAR ACTIVIDADES DE RECREACION	ADECUAR ESPACIOS NATURALES
GENERAR MAS EMPLEO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	CREAR LUGARES MAS LLAMATIVOS	MAS PARQUES
MAS VARIEDAD DE COMIDAS	AMPLIAR	NS-NR	NS-NR	MAS EVENTOS	CREAR SITIOS CULTURALES
AUMENTAR LAS COMIDAS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	MAS EVENTOS Y CONCIERTOS	NS-NR
REALIZAR DOMICILIOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PODER MEJORAR LA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	MAYOR PUBLICIDAD	PROGRAMAS TURISTICOS
ABRIR OTROS RESTAURANTES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EVENTOS	FERIAS Y FIESTAS
AMPLIACION	MEJORAMIENTO	NS-NR	NS-NR	MEJORAR LA SEGURIDAD DEL MUNICIPIO	MEJORAMIENTO DEL SISTEMA VIAL
CONSTRUIR OTROS NEGOCIOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	EVENTOS CULTURALES	ADECUACION DE LOS LUGARES TURISTICOS
CRECER	AMPLIAR EL	NS-NR	NS-NR	EVENTOS CULTURALES	MAS EVENTOS
CRECER	VINCULARSE A UN	REALIZAR EVENTOS	NS-NR	EVENTOS CULTURALES	INCENTIVOS AL DEPORTE
EXPANDIR EL NEGOCIO	GENERAR EMPLEO	NS-NR	NS-NR	DAR A CONOCER LOS LUGARES TURISTICOS	ADECUAR LOS PARQUES
POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	HOSPEDAJE	NS-NR
EXPANSIÓN	PARQUEADERO	NS-NR	NS-NR	EVENTOS	NS-NR
LICITAR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	FACILIDAD DE PARQUEO	NS-NR

10.2	10.2B	10.2 C	10.2 D	10.2 E	10.2 F
ATRATIVOS TURISTICOS DE LA	ATRATIVOS TURISTICOS DE LA	ATRATIVOS TURISTICOS DE	ATRATIVOS TURISTICOS	ATRATIVOS	ATRATIVOS
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
PARQUES DEL CENTRO	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUES	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUE PRINCIPAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUE PRINCIPAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUES RECREATIVOS	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUE PRINCIPAL	BIBLIO PARQUE	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
UNICENTRO	LA VILLA OLIMPICA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PLAZA PRINCIPAL	HUMEDAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUE PRINCIPAL	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
PARQUE PRINCIPAL	VILLA OLIMPICA	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR	NS-NR
10.2	10.2B	10.2 C	10.2 D	10.2 E	10.2 F
ATRATIVOS TURISTICOS DE LA	ATRATIVOS TURISTICOS DE LA	ATRATIVOS TURISTICOS DE	ATRATIVOS TURISTICOS	ATRATIVOS	ATRATIVOS

REFERENCIAS

- Alcaldía de Funza. (12 de Julio de 2017). *Alcaldía de Funza Cundinamarca*. Obtenido de <http://www.funza-cundinamarca.gov.co/>
- 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/
- 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>
- Funza, A. d. (2017). *Capilla de San Martín*. Funza, Cundinamarca. Obtenido de <http://funza-cundinamarca.xtodocolombia.co/Capilladesanmartin/>
- Funza, A. d. (2017). *Concha Acústica*. Funza. Obtenido de <http://funzaysuhistoria.blogspot.com/>
- Funza, A. d. (2017). *El parque de la fraternidad*. Funza. Obtenido de <http://funza-cundinamarca.xtodocolombia.co/plazoleta-de-la-solidaridad/>
- Funza, A. d. (2017). *Parque Principal de Funza*. Funza. Obtenido de <http://funzaysuhistoria.blogspot.com/>

Funza, A. d. (2017). *Plazoleta de la Solidaridad*. Funza. Obtenido de <http://funza-cundinamarca.xtodocolombia.co/plazoleta-de-la-solidaridad/>

Funza, A. d. (2017). *Villa Olimpica*. Funza. Obtenido de <http://funza-cundinamarca.xtodocolombia.co/villa-olimpica/>

Funza, A. M. (2017). *Humedal Guali*. Funza, Colombia. Obtenido de <http://coratierras.org/2017/04/20/best-spots-to-see-wildlife-in-the-u-s/>

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 deparatamento de Cundinamarca*. Funza, Cundinamarca, Colombia: Facultad de Ciencias Administrativas Económicas y Contables Universidad de Cundinamarca.

Maps. (2018). *Indicadores Geograficos*. Funza, Cundinamarca. Obtenido de <http://www.funza-cundinamarca.gov.co/>

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

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

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*. Funza, Cundinamarca. Obtenido de <http://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd->

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

Plan de Desarrollo Municipio de Funza. (2016-2019). “*DE FRENTE CON LA GENTE JUNTOS AVANZAMOS*”. Funza, Cundinamarca. Obtenido de http://funzacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/funzacundinamarca/content/files/000041/2028_acuerdo-no-005-de-2016--pdm.pdf

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

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>

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