

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE SIBATÉ

ERIKA LORENA DÍAZ BAQUERO
ANGIE LIZETH GUARNIZO OVALLE

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA
FUSAGASUGÁ

2017

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE SIBATÉ

ERIKA LORENA DÍAZ BAQUERO

ANGIE LIZETH GUARNIZO OVALLE

Asesor: MANUEL RICARDO GONZÁLEZ MORENO

Economista

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES

PROGRAMA DE CONTADURÍA PÚBLICA

FUSAGASUGÁ

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente Jurados

Jurado 1

Jurado 2

AGRADECIMIENTOS

En primera instancia agradecemos a Dios que nos permitió realizar esta investigación y culminarla con éxito, a los docentes Manuel Ricardo González y Luis Hernando López por todo el apoyo, tiempo y por los conocimientos que nos transmitieron.

DEDICATORIA

Primero a Dios, por haberme dado la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a mis padres Noralba Baquero y Alberto Díaz, por ser el pilar más importante y por demostrarme su cariño y apoyo incondicional, a mis hermanos Diana Díaz y Duvan Díaz por todos sus consejos, comprensión y ayuda. A mis amigos Tatiana Ayala y Sebastián Rojas por su confianza y apoyo.

Lorena Díaz

En primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor, a mis padres Gladis Ovalle y Héctor Guarnizo por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante.

Angie Guarnizo

TABLA CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	11
1. TÍTULO:	12
2. ÁREA DE INVESTIGACIÓN:	13
2.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN:	13
3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	14
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
5. OBJETIVOS	16
5.1. OBJETIVO GENERAL:	16
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:.....	16
6. JUSTIFICACIÓN	17
7. MARCOS DE REFERENCIA	18
7.1. MARCO DE ANTECEDENTES	18
7.2. MARCO DE REFERENTES	23
7.3. MARCO TEORICO	27
7.4. MARCO CONCEPTUAL.....	30
7.4.1 Análisis Económico.....	30
7.4.2 Clústers:	30
7.4.3 Ecoturismo:.....	31
7.4.4 Entorno habitual:	31
7.4.5 Formas de turismo:.....	31
7.4.6 Motivo (principal) de un viaje turístico:.....	32
7.4.7 OMT (organización mundial del turismo):	32
7.4.8 Sector del turismo:.....	32
7.4.9 País de Residencia:.....	33
7.4.10 Turismo nacional:	33
7.4.11 Turismo Interno:	33
7.4.12 Turismo receptor:	33

7.5. MARCO LEGAL.....	34
7.6 MARCO GEOGRÁFICO.....	36
7.6.1 Sibaté	36
8 MARCO METODOLÓGICO	37
8.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:	37
8.2. POBLACIÓN:.....	37
8.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	39
8.4. TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	39
9. RECURSOS.....	40
10. RESULTADOS	41
11. IMPACTOS.....	80
11.1 IMPACTO SOCIAL	80
11.2 IMPACTO AMBIENTAL	80
12. CONCLUSIONES.....	81
13. CRONOGRAMA	82
14. BIBLIOGRAFIA.....	83
15. ANEXOS	85

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 NORMAGRAMA.....	34
Tabla 2 Presupuesto de Recursos.....	40
Tabla 3 Presupuesto Recursos Físicos y Tecnológicos.....	40
Tabla 4 Presupuesto Otros Recursos.....	40
Tabla 5 Total Presupuesto.....	40
Tabla 6 País de Nacimiento.....	41
Tabla 7 Departamento de Nacimiento.....	42
Tabla 8 Departamento de Residencia.....	44
Tabla 9 Municipio de Residencia.....	45
Tabla 10 Genero de Turista.....	47
Tabla 11 Actividad Laboral.....	48
Tabla 12 Estado Civil.....	49
Tabla 13 Número de Hijos.....	50
Tabla 14 Nivel Educativo.....	51
Tabla 15 Estrato.....	52
Tabla 16 Medio por el que se enteró del destino.....	53
Tabla 17 Motivo Principal del Viaje.....	55
Tabla 18 Reservaciones.....	56
Tabla 19 Tiempo de Antelación de Reservación.....	57
Tabla 20 Medio de pago.....	58
Tabla 21 Medio de Reserva.....	59
Tabla 22 Número de Acompañantes.....	60
Tabla 23 Alojamiento Utilizado.....	61
Tabla 24 Medio de Transporte.....	62
Tabla 25 Cuántas noches se Hospedará.....	63
Tabla 26 Fechas en que Volvería.....	64
Tabla 27 Conservación Monumentos.....	66
Tabla 28 Servicios Turísticos.....	67
Tabla 29 Aseo.....	68
Tabla 30 Seguridad Turística.....	70
Tabla 31 Preservación de los Recursos.....	71
Tabla 32 Malla Vial.....	72
Tabla 33 Movilidad.....	74
Tabla 34 Satisfacción General del Viaje.....	75
Tabla 35 Estaría dispuesto a Volver.....	77
Tabla 36 Recomendaría a sus conocidos.....	78
Tabla 37 Diagrama de Gantt.....	82

TABLA DE GRAFICAS

Gráfica 1 País de Nacimiento.....	41
Gráfica 2 Departamento de Nacimiento	43
Gráfica 3 Departamento de Nacimiento	44
Gráfica 4 Municipio de Residencia	46
Gráfica 5 Género de Turista	47
Gráfica 6 Actividad Laboral	48
Gráfica 7 Estado Civil.....	49
Gráfica 8 Número de Hijos	50
Gráfica 9 Nivel Educativo	51
Gráfica 10 Estrato	52
Gráfica 11 Medio por el que se enteró del destino	54
Gráfica 12 Motivo Principal del Viaje.....	55
Gráfica 13 Reservaciones	56
Gráfica 14 Tiempo de antelación de la reservación	57
Gráfica 15 Medio de pago para las reservaciones	58
Gráfica 16 Medio de Reserva.....	59
Gráfica 17 Numero de acompañantes.....	60
Gráfica 18 Tipo de Alojamiento para estadía	61
Gráfica 19 Medio de Transporte.....	62
Gráfica 20 Cuántas noches se Hospedará.....	63
Gráfica 21 Fechas en que Volvería	65
Gráfica 22 Conservación de Monumentos	66
Gráfica 23 Servicios Turísticos.....	67
Gráfica 24 Aseo.....	69
Gráfica 25 Seguridad Turística.....	70
Gráfica 26 Preservación de los Recursos Naturales	71
Gráfica 27 Malla Vial	73
Grafica 28 Movilidad.....	74
Gráfica 29 Satisfacción General del Viaje	76
Grafica 30 Estaría Dispuesto a Volver	77
Grafica 31 Recomendaría a sus conocidos.....	78

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 sistema de turismo, Benni 2000	21
Ilustración 2 Fuente: Mapa Geográfico Sibaté	36
Ilustración 3 Formula Muestral	38
Ilustración 4 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté	85
Ilustración 5 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté	85
Ilustración 6 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté	86
Ilustración 7 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté	86
Ilustración 8 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté	87
Ilustración 9 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté	87

INTRODUCCIÓN

Recorrer el país y conocer sus diferentes lugares mágicos, es el motivo que despierta el interés en los turistas, quienes se encargan de dinamizar la economía de los destinos a los cuales visitan, por ende vale la pena resaltar que es el turista quien tiene toda la capacidad de calificar cada uno de los aspectos tanto positivos como negativos en su paso por el destino visitado. Es por eso que la calidad en la atención que se le suministra al visitante es algo que se debe tener en cuenta, ya que cada una de los servicios que se brinde u ofrezca hará que su experiencia sea la esperada o por el contrario, que no supere sus expectativas.

Una de las actividades más importantes en el departamento de Cundinamarca es el turismo, debido a que cuenta con una gran capacidad de desarrollo y dinamismo. Hoy por hoy, el turista está en la búsqueda de vivir experiencias únicas de acuerdo a sus necesidades, gustos y preferencias, para esto es necesario darle la opción de conocer más sobre los distintos destinos que puede visitar, sus tradiciones, sitios turísticos, alojamiento, gastronomía etc.

Éste proyecto se realizará considerando aspectos de gran relevancia como lo son la capacidad de demanda con que cuenta la provincia del Sumapaz y específicamente el municipio de Sibaté para atender las necesidades del turista, escuchar sus requerimientos e ideas. Aprovechar la popularidad que ha adquirido el ecoturismo y hacer de este un factor que incentive al turista a visitar el municipio.

1. TÍTULO:

ANÁLISIS DE LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE SIBATÉ

2. ÁREA DE INVESTIGACIÓN:

Económica y competitividad de las empresas.

2.2. LINEA DE INVESTIGACIÓN:

Crecimiento y desarrollo económico regional.

3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son los factores críticos que afectan la calidad en la prestación de los servicios turísticos para la atención de la demanda en el municipio de Sibaté?

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo en Colombia es importante para el crecimiento y desarrollo económico del país, es el segundo generador de divisas después del petróleo a pesar de que las estadísticas muestran un crecimiento positivo aún estamos lejos de llegar a ser una potencia turística, el creciente número de visitantes extranjeros que está llegando al país aumenta de manera significativa. Según el ministerio de Comercio, industria y turismo “Entre el 2015 y el 2016, el incremento de turistas internacionales fue del 12,6 por ciento, es decir, 644.996 más que el periodo anterior, vale decir que durante el 2016, Colombia tuvo la ocupación hotelera más alta que ha registrado el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) desde el 2006: 56,2 por ciento.”¹

Esta actividad económica genera positivamente un cambio en los índices de desempleo; incrementa la demanda en los diferentes sectores prestadores de servicio contribuyendo al fortalecimiento y desarrollo de la economía colombiana. La diversidad natural y cultural permite una amplia oferta de destinos a lo largo de sus regiones.

Sin embargo existen factores que detienen el progreso del turismo colombiano no se trata solo de aumentar la demanda, también se deben tener estrategias de sostenibilidad turística, factores como la informalidad y falta de vigilancia no permite que haya una

¹ María Claudia Lacouture, ministra de Comercio, Industria y Turismo, Unos 600.000 turistas más han llegado al país este año, Colombia, 2017, pág. 1 - 2

correcta y grata prestación de los servicios, la calidad de la oferta, la poca capacitación en el bilingüismo, la falta de vías de cuarta generación una problemática que tiene en gran parte nuestro país; la falta de políticas que protejan la preservación de los recursos naturales genera un alto riesgo para los tesoros que enriquecen el país, estos son algunos factores determinantes que detienen el apalancamiento de ser potencia turística.

5. OBJETIVOS

5.1. OBJETIVO GENERAL:

Analizar los factores críticos que afectan la calidad en la prestación de los servicios turísticos para la atención de la demanda en el municipio de Sibaté.

5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Aplicar el estudio de campo definido en la encuesta de demanda diseñada.
- Caracterizar los factores de la demanda turística del municipio de Sibaté.
- Identificar el aporte que le da el servicio turístico a la economía del municipio.
- Diagnosticar el factor crítico determinante en la demanda de servicios turísticos del municipio de Sibaté.

6. JUSTIFICACIÓN

El municipio de Sibaté viene fortaleciendo su desarrollo turístico, encaminado a fortalecer sus servicios. Es importante resaltar que los entornos naturales y la gastronomía son actividades muy apetecidas por los visitantes. El aumento de turistas que se presenta cada fin de semana requiere de un análisis profundo donde se evidencien los factores críticos que no permiten mantener e incentivar el turismo en el municipio. Es por eso que esta investigación nace de esta necesidad para poder tener una fuente de información lo suficientemente amplia y determinar si se cuenta con los servicios que el turista requiere y qué tan satisfecho se va. El turismo en Sibaté ha tenido un crecimiento moderadamente positivo y es conveniente realizar una investigación que les permita seguir incentivando y sosteniendo este desarrollo. La falta de infraestructura, las pocas vías de acceso, su mal estado o el no tener herramientas que permitan tener una mejor localización de los lugares o productos turístico, pueden ser algunos de los factores que generan insatisfacción y frenan el desarrollo del turismo en el municipio, es por eso que identificar los factores que satisfacen al demandante en cuanto a la prestación y calidad de los servicios como restaurantes, paradores, lugares que se destaquen por sus entornos culturales, parques ecológicos y otros sitios de interés para el turista, es clave para mejorar e impulsar el desarrollo turístico y así poder crear estrategias y dar soluciones a todos los aspectos negativos que se evidencien durante el proceso de la investigación.

También encontrar un amplio panorama de oportunidades donde se pueda medir la viabilidad de establecer nuevos negocios que beneficien el crecimiento económico del municipio y cumpla las expectativas y necesidades requeridas por el turista.

7. MARCOS DE REFERENCIA

7.1. MARCO DE ANTECEDENTES

- Catalina Vacas y Marco Hugo Landeta “APROXIMACIÓN AL ÚLTIMO MEDIO SIGLO DE TURISMO EN ESPAÑA, 1959-2009” Desde los últimos años de la década de los 50 hasta el momento actual, se han producido cambios muy importantes en el turismo español, pasando de ser un sector destinado a las élites a su actual industrialización, como reacción al turismo de masas. Estamos convencidos de que la reactivación de la economía española, destruida en la Guerra Civil, se debió en gran medida a los ingresos provenientes del turismo. España pasó de una economía agraria a una economía de servicios y la capitalización de los beneficios obtenidos por el turismo permitió la industrialización del país. La actividad turística se ha consolidado como una actividad estratégica de la economía española. No se podría entender la reciente historia de España y explicar el grado de desarrollo económico alcanzado, sin hacer una referencia al turismo, que se ha convertido en el primer sector productivo de la economía española si nos atenemos a su participación en la renta y en el empleo, además de haber tenido una extraordinaria influencia en las pautas sociales y culturales de los españoles. Se puede llegar a considerar que la actividad turística puede tener gran incidencia tanto en el crecimiento como en la decadencia económica de una nación, debido a que es precisamente el turismo uno de los principales motores que impulsan campos como la industria, la cultura, el comercio y demás aspectos que generan cambios y traen progreso, como lo es el caso de España, la cual tras la Guerra Civil entró en una decadencia económica

y gracias a aspectos como el turismo se vio reactivada por los ingresos que trajo consigo el turismo”.²

- Juan Gabriel Brida, Juan Sebastián Pereyra, María Jesús Such Devesa, Sandra Zapata Aguirre “LA CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO AL CRECIMIENTO ECONÓMICO. Esta consiste en el desglose del crecimiento económico generado por el turismo y el crecimiento económico generado por el resto de las actividades económicas.

El turismo principalmente se percibe como una industria que tiene un impacto positivo sobre el desarrollo y crecimiento económico. Podemos observar que la mayoría de países carecen de una contribución a la economía que se genera por el turismo. Tradicionalmente, una gran proporción de ese gasto va a dar no sólo a los sectores característicos del turismo como el transporte, los hoteles y la recreación, restaurantes, sino también a otros sectores que no están normalmente asociados con el turismo”.³

- Benni, “es de gran importancia reconocer el impacto positivo que genera el turismo, ya que generalmente analizamos el desarrollo y crecimiento económico desde actividades económicas específicas, como la industria, el transporte, gastronomía y demás, pero lo que no tenemos presente es que precisamente el turismo es una actividad que genera el crecimiento económico teniendo incidencia en todos los campos de la economía de un país, por ende es una actividad a la que hay que prestarle gran atención, pues entonces debe ser directamente proporcional y positiva la incidencia de la economía en un sector o país. Se

² Catalina Vacas y Marco Hugo Landeta, APROXIMACIÓN AL ÚLTIMO MEDIO SIGLO DE TURISMO EN ESPAÑA, 1959-2009, España, 2009, pág. 21 – 64.

³ Juan Gabriel Brida, Juan Sebastián Pereyra, María Jesús Such Devesa, Sandra Zapata Aguirre, La contribución del turismo al crecimiento económico, España, 2008, pág. 35 – 46.

distinguen tres líneas de análisis teóricas de la actividad turística: La primera línea se coloca en la perspectiva de producción, dentro de la pluralidad de empresas que actúan en el sector, algunas de las que transforman la materia prima en producto acabado y otras que ofrecen bienes y servicios ya existentes. La segunda línea se refiere a la distribución, de servicios y también al sector de actividades, que según el momento productivo puede corresponder a lo distributivo, como un paso de los bienes y servicios turísticos directamente de productor a consumidor. La tercera línea consiste en identificar y establecer condiciones del viaje y sus componentes, es decir, el origen del viaje, los medios de transporte usados, la naturaleza del viaje, el tiempo de permanencia en ese lugar, los equipamientos receptivos solicitados, motivaciones, necesidades y preferencias o el grado de participación en actividades turísticas recreativas, la estructura de gastos y la estratificación económica y social del consumidor. Primeramente, será analizada la evolución del concepto de turismo, lo que proporcionará los elementos necesarios para entender este fenómeno. BENNI definió Sistema de Turismo (SISTUR) como “un conjunto de procedimientos, ideas y principios, ordenados lógicamente y conexos con la intención de ver el funcionamiento de la actividad turística como un todo”. Sitúa el turismo en toda su amplitud, complejidad y multi-causalidad, en un esquema sintetizador y dinámico que demuestra las combinaciones de fuerzas y energías. El turismo no es un hecho aislado, pues el turista es la pieza central de un sistema. El turismo, también está relacionado con varias actividades humanas. La acepción del turismo como sistema comprende un análisis multi-disciplinar, en función de las interrelaciones entre los diferentes sistemas en que el ser humano participa como el económico, social, político, cultural, ecológico e tecnológico. Esto hace que el estudio del turismo implique el conocimiento general de estas diferentes áreas y sus interrelaciones. BENNI (2000) procuró conceptualizar, describir y definir el SISTUR, identificando los componentes del sistema, sus relaciones de causa-efecto, y el surgir de

subsistemas controladores y dependientes. Procuró también identificar y analizar otros sistemas antecedentes, interferentes y condicionantes de SISTUR.

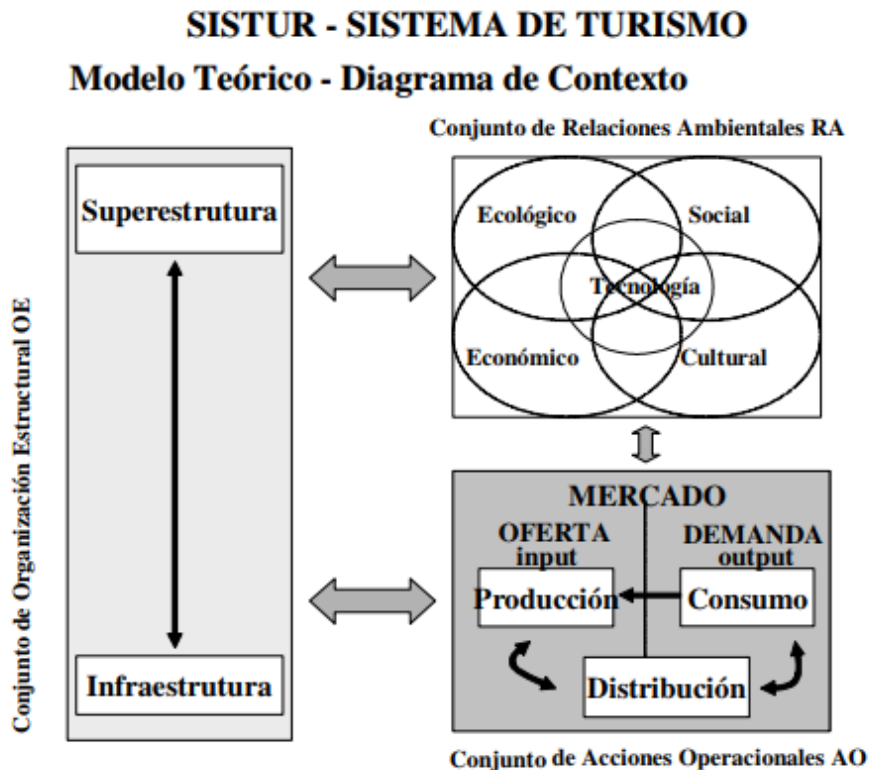


Ilustración 1 sistema de turismo, Benni 2000

Al analizar los elementos que constituyen las relaciones del sistema con los componentes a este ligados, en interdependencia, se definió, mediante tal análisis, el Modelo Referencial de SISTUR. Estos elementos, en líneas generales, son: Estudio del espacio turístico, abarcando el levantamiento de: Delimitación y descripción física del área receptora. Recursos naturales y culturales y análisis del diferencial turístico. Equipamientos receptivos: de alojamiento hotelero, extra-hotelero y complementos de alimentación y recreación. Infra-estructura de apoyo a la actividad turístico-recreativa. Perfil socio-económico del área receptora, comprendiendo o levantamiento de: Ocupación del territorio y densidad

demográfica. Composición étnica de la población y organización social. Indicadores macroeconómicos, como: renta, inversiones de capital, consumo, importación y exportación. Indicadores de sectores de actividad económica, con énfasis en el sector terciario. Estudio de ordenación geopolítica y administrativa de área receptora, comprendiendo la necesidad de levantamiento de: Organización institucional y legal; Grado de intervención estatal. Políticas básicas; Estudio de previsiones del comportamiento del turismo en el área receptora, analizando levantamiento de: Oferta: indicadores de ocupación de los equipamientos receptivos y medidas de ocupación de espacios de recreación. Demanda: calificación y cuantificación del tráfico turístico para caracterizar y clasificar los flujos en función de la permanencia, solicitudes de equipamientos y otras variables de consumo. Diagnóstico de turismo en área receptora, analizándose su potencial de influencia en el desarrollo económico. Por tanto, conocidos en profundidad los elementos constitutivos de relaciones de sistema, se puede elaborar un pronóstico de situación del área receptora, que necesariamente exigirá eventuales ajustes para llegar al equilibrio de mercado. Este será alcanzado optimizando las áreas para el proceso de ocupación turístico-recreativa, aumentando el volumen de inversiones, nivel de empleo y cantidad de equipamientos, instalaciones y servicios ofertados. El turismo, según la Teoría General de Sistemas, se puede considerar un sistema abierto, que permite identificar las características básicas de sus elementos. En la figura se visualizan tres grandes conjuntos: a) relaciones ambientales, b) organización estructural, c) o de las acciones operacionales. Cada uno de los conjuntos se considera como un subsistema, ya que representa funciones específicas”.⁴

⁴ Benni, Modelo Teórico Aplicado al turismo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2007, pág. 1 – 3.

- Malthus “Algunos de los elementos básicos de su teoría económica ya se encuentran en su Primer Ensayo sobre la población de 1798, con la intención de desacreditar las leyes de pobres, analiza la incidencia de las transferencias de renta (en qué consisten las ayudas a los pobres) sobre el alza de los precios. En su breve opúsculo Investigación sobre la causa de los actuales altos precios de las provisiones (1800) continúa esta línea de análisis relacionando variaciones en los ingresos con las de los precios. Rechaza, por lo tanto, las simples explicaciones cuantitativas que consideran la subida de los precios como efecto del aumento monetario. Malthus define la demanda de forma totalmente actual como “el deseo de comprar unido al poder de hacerlo”, Malthus pone el énfasis en la mayor demanda originada por las rentas transferidas a los pobres que causan la subida de precios. la relación causal era al revés: los altos precios requerían una mayor cantidad de dinero; por eso dirige la atención hacia la creación del dinero bancario que se adapta fácilmente a las mayores necesidades de medios de pago causadas por el alza de los precios. Pero no deja de notar la dificultad que supone la mayor oferta monetaria para que luego bajen los precios: “Para que en un país circule la misma, o aproximadamente la misma, cantidad de mercancía, si éstas han alcanzado un precio mucho más alto se necesita una cantidad mayor del medio, cualquiera que éste sea”.⁵

7.2. MARCO DE REFERENTES

- “Programa de gobierno municipio de Sibaté, competitividad municipal. “Crear las condiciones propicias para la competitividad empresarial y laboral, enfocada en la generación sostenible de ingresos y empleo, que aseguren prosperidad y una mejor calidad de vida para los habitantes del Municipio de Sibaté, soportado en la

⁵ Robert Malthus, Historia del pensamiento Económico - las teorías sobre la demanda, Westcott, Reino Unido, 2006, pág. 1 – 16.

generación de identidad de ciudad, articulación con la ciudad - región, promoción del empleo, la formalidad, el emprendimiento y la innovación.

Objetivos:

- Establecer y reglamentar un fondo para la financiación de proyectos y/o iniciativas productivas, dando prioridad a los gestionados por mujeres y jóvenes.
- Incubar empresas productivas con Capital Fomento.
- Apoyar la financiación de planes de negocio viables, con Capital Semilla.
- Inversión pública y gestión para la inversión privada, en actividades de ciencia, tecnología e innovación.
- Establecimiento de la marca "Sibaté".
- Implementar el programa de mejoramiento de la competitividad turística.
- Implementar el programa de planeación e innovación de la oferta turística y fortalecimiento de mercadeo y promoción del destino.
- Gestión para el establecimiento de una oficina del Instituto Colombiano Agropecuario en el Municipio de Sibaté, a fin de fortalecer el acercamiento institucional a los procesos productivos.
- SOSTENIBILIDAD: Desarrollar políticas que ordenen y dignifiquen el hábitat, hagan más eficiente la movilidad y generen condiciones de convivencia y seguridad, con base en un modelo de desarrollo democrático, social, incluyente y ambientalmente sostenible.

Objetivos:

- Asegurar el 100% de la calidad de agua potable suministrada a todo el municipio
- Disminuir el 5% el índice de agua no contabilizada.
- Incrementar el índice de continuidad del servicio de acueducto, particularmente en las zonas rurales.

- Fomentar el turismo ecológico y cultural en el sector de La Tupia, mediante la creación de un parque de acceso público.”⁶

- Enfoque sistémico: El surgimiento del turismo rural se relaciona con las formas de turismo alternativo, y por lo tanto opuesto al turismo tradicional, masivo y estandarizado. Si bien no puede considerarse totalmente nuevo, dado que en el siglo XIX ya se encuentran antecedentes del interés por las actividades de ocio en el campo, a partir de la década del setenta del siglo XX puede considerarse un nuevo turismo rural originado por tres situaciones: a) el agotamiento del turismo convencional, b) el desarrollo del ecologismo y c) la mercantilización de la naturaleza. Las dificultades para delimitar el alcance de este concepto generan un tema recurrente dado que en algunas situaciones se lo utiliza como equivalente de turismo interior, en oposición al turismo costero, o se lo define como “actividad turística de implantación sostenible en el medio rural. En otras situaciones se lo asimila a turismo de naturaleza, dado que una buena parte de las actividades recreativas que se incluyen en los productos de turismo rural son actividades que se disfrutan por realizarse en un ámbito natural. Además, a estas discusiones se suman las referidas a la dificultad de definir qué se entiende por ámbito rural, cuestión que se abordará más adelante. Otro ejemplo de la amplitud de este concepto, es la variedad de modalidades que incluye, como el agroturismo, el turismo cultural, el turismo deportivo, educativo, de aventura, técnico-científico, de salud, de eventos, gastronómico, étnico, ecoturismo, turismo en comunidades de recreación y retiro, turismo religioso, y turismo esotérico”.⁷ (Barrera, 2003). Por otra parte, “el turismo rural puede considerarse como una variante del turismo cultural, desde la perspectiva de descubrimiento del patrimonio, las costumbres y

⁶ Plan de Gobierno, Sibaté, 2015.

⁷ Cristina Alejandra Varisco, Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico, Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), Argentina, 2015, pág. 1 – 18.

las actividades de las comunidades rurales”⁸ (Toselli, 2003). “Es decir, que el turismo cultural puede considerarse una modalidad dentro del turismo rural, o por el contrario, considerar que el turismo rural es una de las prácticas del turismo cultural. En el contexto de esta investigación, la definición adoptada es la que surge del Proyecto Nacional de Turismo Rural (PRONATUR) - programa impulsado por tres instituciones: Ministerio de Turismo de Argentina, el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA) y el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca - que define el turismo rural como toda modalidad turístico - recreativa que se desarrolla en establecimientos del ámbito rural o en sus inmediaciones, y que permite al visitante conocer, compartir y aprender otras costumbres y tradiciones, a través de actividades cotidianas, productivas y culturales, sensibilizándolo sobre el respeto y el valor de la identidad cultural de las comunidades y pueblos rurales”⁹

- Anuar, Ahmad, Jusoh y Hussain (2012) “El Turismo, un fenómeno significativo, ha mostrado un rápido crecimiento en las últimas décadas, aportando una gran cantidad de ingresos a la economía de los países y estimulando cambios en el ámbito social, cultural y medio-ambiental. Esto ha sido especialmente cierto a partir de la década de los setenta, cuando surge el turismo de masas, pues anteriormente la experiencia turística sólo era asequible a una élite”.¹⁰ Para Neto (2003) “el turismo puede ser considerado uno de los fenómenos socio-económicos más relevantes del siglo veinte, y aunque comenzó siendo una actividad

⁸ Barrera, Ernesto 2006. Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales. Vieyetz, Carlos (Ed.). Buenos Aires: Sudamericana. Capítulo 10.

⁹ Toselli, Claudia. 2003. “Turismo cultura, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina”. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. <http://www.gestioncultural.org>

¹⁰ Anuar, Ahmad, Jusoh y Hussain, el turismo como sistema significativo. ideas para la gestión de las empresas turísticas, San Cristóbal España, 2013, pág. 1 – 11.

desarrollada sólo por un pequeño grupo de personas privilegiadas, gradualmente se ha convertido en un fenómeno de masas, a partir de la segunda Guerra Mundial y, muy especialmente, desde los años setenta. En la actualidad el turismo constituye el mayor contribuyente al proceso de creación de nuevos empleos, así como al fenómeno de la diversificación de numerosas economías locales, Por consiguiente, el turismo constituye un fenómeno significativo a nivel económico y socio-cultural que ha llevado consigo nuevas formas de organizar y gestionar las entidades turísticas, además de los destinos en un marco de responsabilidad social y sostenible.”¹¹

7.3. MARCO TEORICO

- Teoría Michael Porter y la ventaja competitiva: “Existen muchas fuentes de ventajas competitivas: elaboración del producto con la más alta calidad, proporcionar un servicio superior a los clientes, lograr menores costos en los rivales, tener una mejor ubicación geográfica, diseñar un producto que tenga un mejor rendimiento que las marcas de la competencia. En el mundo las compañías han tratado de seguir todos los enfoques concebibles para vencer a sus rivales y obtener una ventaja en el mercado. Ha sido una revolución de la información y de las teorías económicas; sin lugar a dudas ha actuado un cambio fundamental en el concepto que cada gerente de empresa tiene del papel de los sistemas de información. Antes de las teorías de Porter, la información se consideraba un factor entre otros en el proceso que determina los negocios. Ahora por contra hay un creciente reconocimiento del valor de la información como factor determinante en las dinámicas económicas. Por otra parte, gracias a las teorías de Porter se ha reconocido que la información posee un alto potencial y que por lo general es

¹¹ Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. Natural resources forum, 27, 212-222.

menospreciada frente a su real valor, así que debe ser tratada como un recurso que cada organización podría y debería utilizar en su rubro de negocio. Las tres estrategias para lograr una ventaja competitiva. Como consecuencia directa de estos dos tipos de ventajas competitivas, Según “Michael Porter habla de tres estrategias competitivas genéricas que se pueden aplicar a cualquier rubro empresarial; las estrategias que se pueden poner en acto, generalmente por separado pero en algunas circunstancias también en conjunto, según los casos, para asegurarnos el crecimiento del valor de nuestra empresa, son las siguientes: **El liderazgo en costos**, que es la estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes. Este tipo de estrategia requiere una atención prioritaria finalizada a reducir los costos de producción, lo que se puede lograr con distintos medios. **La diferenciación**, que constituye una opción atractiva para empresas que quieren construirse su propio nicho en el mercado y no apuestan necesariamente a un elevado porcentaje de consensos en términos generales, sino en compradores que buscan características peculiares del producto distintas a las que ofrecen las empresas oponentes. **El enfoque**, que consiste en especializarse en un dado segmento del mercado y en ofrecer el mejor producto pensado expresamente para los reales requerimientos de nuestro segmento”.¹²

- EL TURISMO COMO FENÓMENO. FILOSOFÍA DEL TURISMO. “Se propone un nuevo enfoque para estudiar al turismo basado en la fenomenología, ya que las teorías que se han utilizado para su estudio se preocupan más por las relaciones

¹² Michael Eugene Porter, La Ventaja Competitiva según Michael Porter, Colombia, 2011, pág. 2 – 6.

de consumo: las relaciones de mercado, factor que crea una laguna en la comprensión de este fenómeno”.¹³

- Teoría la función social del patrimonio histórico; el turismo cultural: “Tras un largo periodo de abandono, con el consiguiente deterioro del medio rural, se experimenta una nueva corriente en sentido inverso que pone de moda «lo rural». Una moda que, a mi juicio, obedece a dos profundas razones, en primer lugar, al espíritu de conquista que siempre caracteriza a la sociedad urbana respecto del espacio que le rodea, adviértase que colmatadas, o en vías de serlo, las áreas periurbanas a base de viviendas de todo tipo con funcionalidad residencial”.¹⁴
- Modelo de Diagnóstico-Implantación-Monitoreo de la Competitividad Sostenible de un destino turístico, El producto turístico se constituye con el trabajo de muchas empresas, que no siempre se relacionan. Para identificar qué empresas se pueden considerar como “empresas de turismo”.¹⁵
- Teoría la atracción del interior: “los nuevos espacios turísticos, Desde mediados de los años ochenta se ha experimentado en nuestro país un auge considerable tanto de la demanda como de la oferta turística vinculada a los destinos de interior, lo que es una señal más del profundo cambio sociológico operado en el conjunto de la ciudadanía de los países desarrollados, al hilo de las intensas transformaciones socioeconómicas operadas en las dos últimas décadas (desarrollo económico, envejecimientos demográfico, generalización del modo de

¹³ Alexandre Panosso, Coaching Turístico; El Turismo como Fenómeno. Filosofía del Turismo, México, 2012, pág. 75 – 84.

¹⁴ Joaquín S. García Marchante y María del Carmen Poyato Holgado, la función social del patrimonio histórico; el turismo cultural, España; Universidad de Castilla la Mancha; Cuenca, 2002, pág. 33 – 40.

¹⁵ Mireia Ros, Marta Oliva, Alicia Nuzzolese, Diana Wolf, Rubén Hernando, Evgueni Spassov, y Jesús Álvarez Valdés, Modelo de Diagnóstico-Implantación-Monitoreo (DIM) de la Competitividad Sostenible de un destino turístico, 2007, Barcelona, pág. 2 – 12.

vida urbano, incorporación de la mujer al mundo laboral, acceso generalizado a la cultura). Las áreas de interior han estado vinculadas a la actividad turística desde los mismo orígenes del viaje turístico, allá por finales del S. XVIII, momento en que la práctica turística se generaliza entre las minoritarias elites sociales de los países desarrollados”.¹⁶

7.4. MARCO CONCEPTUAL

7.4.1 Análisis Económico:

“El turismo, genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados (y más allá de los mismos), fundamentalmente debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse”.¹⁷

7.4.2 Clústers:

Según Joseph Ramos. “Define el clúster como “una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización -de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos específicos al sector con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva”.¹⁸

¹⁶ Javier Callizo Soneiro, Teoría la atracción del interior: los nuevos espacios turísticos, España, 2002, Pág, 39 – 41.

¹⁷ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

¹⁸ Joseph Ramos, clúster económico, Chile, 2008, pág. 2 – 3.

7.4.3 Ecoturismo:

Según George N. Wallece, profesor de la Universidad de Colorado, EE.UU “Define Ecoturismo como viajar comúnmente a países en vías de desarrollo, específicamente a lugares o áreas relativamente vírgenes o no perturbadas, para estudiar, disfrutar. Ecoturismo concierne a flora, la fauna, la geología y los ecosistemas de un área, así como la gente (cuidadores) que vive en los alrededores, sus necesidades, su cultura y su relación con la tierra. Ecoturismo se visualiza como una herramienta para la conservación y desarrollo sustentable”¹⁹

7.4.4 Entorno habitual:

“El entorno habitual de una persona, concepto clave en turismo, se define como la zona geográfica en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales”.²⁰

7.4.5 Formas de turismo:

“El turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional”.²¹

¹⁹ George N. Wallece, profesor de la Universidad de Colorado, EE.UU, Conceptos de Ecoturismo, 2010, Colombia.

²⁰ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

²¹ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

7.4.6 Motivo (principal) de un viaje turístico:

“El motivo principal de un viaje turístico se define como el motivo sin el cual el viaje no habría tenido lugar. La clasificación de los viajes turísticos con arreglo al motivo principal hace referencia a nueve categorías; esta tipología permite identificar diferentes subconjuntos de visitantes (visitantes de negocios, visitantes en tránsito”.²²

7.4.7 OMT (organización mundial del turismo):

“La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas”.²³

7.4.8 Sector del turismo:

“Es el conjunto de unidades de producción en diferentes industrias que producen bienes y servicios de consumo demandados por los visitantes. Estas industrias se denominan las industrias turísticas debido a que la adquisición por parte de visitantes representa una porción tan significativa de su oferta que, en ausencia de éstos, dicha producción se vería reducida de manera significativa”²⁴.

²² Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

²³ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

²⁴ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

7.4.9 País de Residencia:

“El país de residencia de un hogar se determina de conformidad con el centro de interés económico predominante de sus miembros. Si una persona reside (o pretende residir) durante más de un año en un país determinado en el que tiene su centro de interés”.²⁵

7.4.10 Turismo nacional:

“El turismo nacional abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores”.²⁶

7.4.11 Turismo Interno:

“El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno”.²⁷

7.4.12 Turismo receptor:

“Este significado engloba las diferentes actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor”.²⁸

²⁵ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

²⁶ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

²⁷ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

²⁸ Organización Mundial del Turismo OMT, 2007

7.5. MARCO LEGAL

NORMOGRAMA²⁹

Tabla 1 NORMAGRAMA

NORMA	DESCRIPCIÓN	ART- PAG
Ley 300 de 1996	En la cual se habla ³⁰ “Por la cual se expide la ley general de turismo y se dice que el turismo es una industria esencial para el desarrollo del país y en especial de las diferentes entidades territoriales, regiones, provincias y que cumple una función social.”	Artículo n° 1- 113
Decreto 355 de 2017	En la cual se crea ³¹ “la conformación y el funcionamiento del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística”	Artículo n° 1- 5
Decreto 297 de 2016	Establece las ³² “la exención del impuesto sobre las ventas para los servicios turísticos”	Artículo n° 1-2
	En el cual se establece ³³ “la conformación y el funcionamiento	

²⁹ Elaborado por Erika Lorena Díaz Baquero, Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

³⁰ Diario Oficial 42845 de julio 30 de 1996, El Congreso de Colombia, 1996.

³¹ Diario Oficial 50164 de marzo 03 de 2017, Presidente de la República de Colombia, 2017

³² Diario Oficial 49795 de febrero 23 de 2016, Presidente de la República de Colombia, 2016

³³ Diario Oficial 49158, de mayo 21 de 2014, Presidente de la República de Colombia, 2014

Decreto 945 de 2014	del Consejo Nacional de Seguridad Turística y los Comités Departamentales de Seguridad Turística”	Artículo n° 1- 11
Resolución 148 de 2015	En esta se establece el ³⁴ “Por la cual se reglamente el cumplimiento de las normas técnicas de calidad expedidas por las Unidades Sectoriales de Normalización sobre Sostenibilidad Turística.”	Artículo n° 1-6
Circular 002 de 2016	³⁵ “Cobro IVA por servicios prestadores”	Página 1.
Circular 003 de 2006	En la cual se habla ³⁶ “Contratación de guías de turismo y prestadores de servicio turísticos inscritos en el Registro Nacional de Turismo. “	Página 1.
Circular 004 de 2016	Donde se estipulan ³⁷ “ Información sobre impacto del IVA en servicios”	Página 1.

³⁴ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de Enero 19 de 2015, Ministra Comercio, Industria y Turismo, 2015

³⁵ Diario Oficial 49776 de febrero 04 de 2016, Ministra Comercio, Industria y Turismo, 2016

³⁶ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de Febrero 16 de 2016, Ministra Comercio, Industria y Turismo, 2016

³⁷ Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, de Febrero 16 de 2016, Ministra Comercio, Industria y Turismo, 2016

7.6 MARCO GEOGRÁFICO

7.6.1 Sibaté ³⁸

Sibaté es un municipio de Cundinamarca, se encuentra a 27 km al sur de Bogotá. Sibaté quiere decir en lengua chibcha «derrame de la laguna». Hace parte del Área metropolitana de Bogotá, según el censo DANE 2005.

Extensión total: 125.6 Km²

Extensión Área Urbana: 16.9 Km²

Extensión Área Rural: 108.7 Km²

Altitud de la Cabecera Municipal (metros sobre el nivel del mar): 2.700.

Temperatura Media: 14 °C.

Distancia de Referencia: 27 Kilómetros de Bogotá.

Mapa Sibaté.

Ilustración 2 Fuente: Mapa Geográfico Sibaté³⁹



³⁸ Alcaldía Municipio Sibaté, 2017, <http://www.sibate-cundinamarca.gov.co/Paginas/default.aspx>

³⁹ Fuente: Sitio web Sibaté Cundinamarca.

8 MARCO METODOLÓGICO

8.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN:

El ejercicio investigativo se ha propuesto y se caracteriza por ser una investigación aplicada de campo, apoyada en encuestas. La información recopilada será de tipo cuantitativo - Cualitativo, identificando a través de variables numéricas la relación entre aspectos económicos y sociales de los turistas e identificando población y demanda de los servicios turísticos del Municipio.

La investigación es de tipo descriptiva-explicativa dado que se evaluará una serie de contextos para la obtención de los objetivos y con ellos los hechos que serán analizados para encontrar y diagnosticar las causas, consecuencias, necesidades y problemas que presentan los turistas que visitan el Municipio de Sibaté.

8.2. POBLACIÓN:

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

- Muestra
- Se utilizará la fórmula muestra para poblaciones finitas.
- Error de confianza del 5%
- Nivel de confianza del 95%
- La muestra será de 88 turistas que visitan el municipio de Sibaté

- Demanda de Variables Sociales
- Información socioeconómica del turista
- Departamento de procedencia
- Aspectos positivos del municipio de Sibaté
- Aspectos negativos del municipio de Sibaté

- Demanda de Variables económicas
- Gastos de transporte, ocio y entretenimiento, alojamiento.
- Servicios que ofrece el municipio de Sibaté.

La población se establece empleando la fórmula de muestreo para poblaciones finitas, tomando para este caso 2.200 turistas que visitan el Municipio de Sibaté.

Ilustración 3 Formula Muestral⁴⁰

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

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

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

Fórmula empleada

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

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

⁴⁰ Fuente: Universidad Nacional de Colombia

8.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos planteados para el desarrollo de la investigación, los cuales se determinaron más apropiados para este proyecto son: deductivo, inductivo, analítico y de observación.

8.4. TÉCNICAS PARA RECOPIACIÓN DE LA INFORMACIÓN

Principalmente recurrimos a una serie de técnicas que permitan realizar la investigación de forma más factible y verídica posible, para ello se determinó análisis de documentos que hagan referencia al turismo, análisis de archivos, revistas, revisión Bibliográfica. Además se estableció encuestas directas a visitantes y/o turistas (nacionales o extranjeros), generando así diferentes resultados, experiencias e ideas sobre nuestra investigación. Dichas encuestas se realizarán a través de un cuestionario previamente estructurado utilizando la técnica de muestreo, en cuya muestra seleccionada estarán: información socioeconómica del turista, información sobre el viaje: ¿Cuál fue el motivo principal del viaje? ¿Qué medio de transporte utilizó? ¿Cuántos acompañantes? ¿Tipo de alojamiento para su estadía? ¿Cuánto dinero gastó en promedio?, grado de satisfacción del viaje, Aspectos positivos y negativos del municipio.

➤ Presentación de la Información

La información de los resultados obtenidos se presentará mediante gráficas que muestren los resultados cuantitativos-cualitativos de la investigación, para proceder a interpretar y analizar dichos resultados de acuerdo a las necesidades planteadas, generando así una serie de cambios, fortalezas para el sector turístico y auge en el crecimiento y desarrollo económico del Municipio de Sibaté.

9. RECURSOS

Tabla 2 Presupuesto de Recursos⁴¹

RECURSOS HUMANOS	HORA	COSTO DE HORA	TOTAL	TIPO
ERIKA LORENA DIAZ BAQUERO	680	1.480	\$1.006.400	Propio
ANGIE LIZETH GUARNIZO	680	1.480	\$1.006.400	Propio
TOTAL		\$ 2.960	\$2.012.800	

Tabla 3 Presupuesto Recursos Físicos y Tecnológicos⁴²

RECURSOS FISICOS Y TECNOLOGICOS	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR	TIPO
COMPUTADOR	Medio de comunicación para el desarrollo de la investigación	2	7.000.000	Propio
TOTAL			\$7.000.000	

Tabla 4 Presupuesto Otros Recursos⁴³

OTROS RECURSOS	CANTIDAD	DESCRIPCION	VALOR	TIPO
PAPELERIA	4 MESES	Hojas, esferos	\$60.000	Propio
TRANSPORTES	6	Servicio de transporte	\$100.000	
LLAMADAS TELEFONICAS		Servicio de llamadas	\$10.000	Propio
INTERNET	4 MESES	Servicio de Internet	\$180.000	Propio
LUZ	4 MESES	Servicio de Energía	\$170.000	Propio
TOTAL			\$520.000	

Tabla 5 Total Presupuesto⁴⁴

TOTAL INVESTIGACION	\$9.532.800
----------------------------	--------------------

⁴¹ Elaborado por Erika Lorena Díaz Baquero, Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

⁴² Elaborado por Erika Lorena Díaz Baquero, Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

⁴³ Elaborado por Erika Lorena Díaz Baquero, Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

⁴⁴ Elaborado por Erika Lorena Díaz Baquero, Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

10. RESULTADOS

➤ PAÍS DE NACIMIENTO

Tabla 6 País de Nacimiento

PAÍS DE NACIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
COLOMBIA	88	100%

Gráfica 1 País de Nacimiento⁴⁵



Podemos evidenciar que el 100% de los turistas encuestados son de nacionalidad Colombiana, cabe destacar una marcada ausencia de parte de visitantes extranjeros.

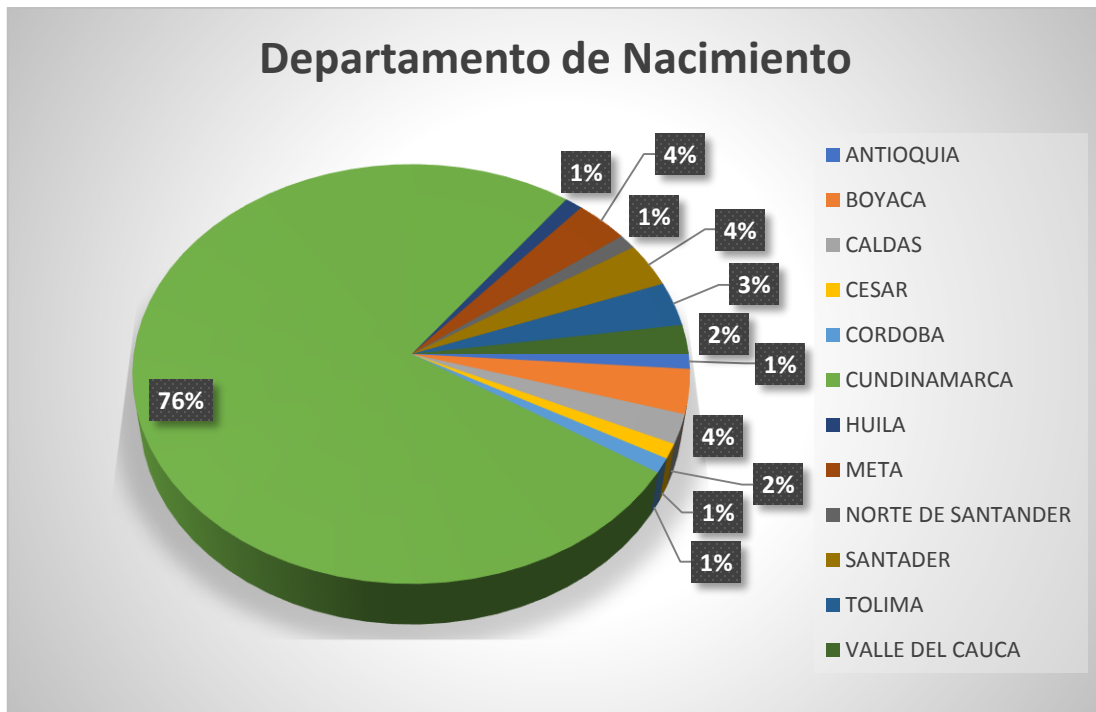
⁴⁵ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO

Tabla 7 Departamento de Nacimiento

DEPARTAMENTO DE NACIMIENTO	CANTIDAD	PORCENTAJE
ANTIOQUIA	1	1,14%
BOYACÁ	3	3,41%
CALDAS	2	2,27%
CESAR	1	1,14%
CORDOBA	1	1,14%
CUNDINAMARCA	67	76,14%
HUILA	1	1,14%
META	3	3,41%
NORTE DE SANTANDER	1	1,14%
SANTANDER	3	3,41%
TOLIMA	3	3,41%
VALLE DEL CAUCA	2	2,27%

Gráfica 2 Departamento de Nacimiento⁴⁶



En la presente grafica podemos evidenciar una marcada presencia de visitantes provenientes del departamento de Cundinamarca con un 76%, seguido de los departamentos de Boyacá, Tolima, Santander y meta con un 4% respectivamente. Esto demuestra en su gran mayoría que los turistas vienen de lugares aledaños al municipio de Sibaté.

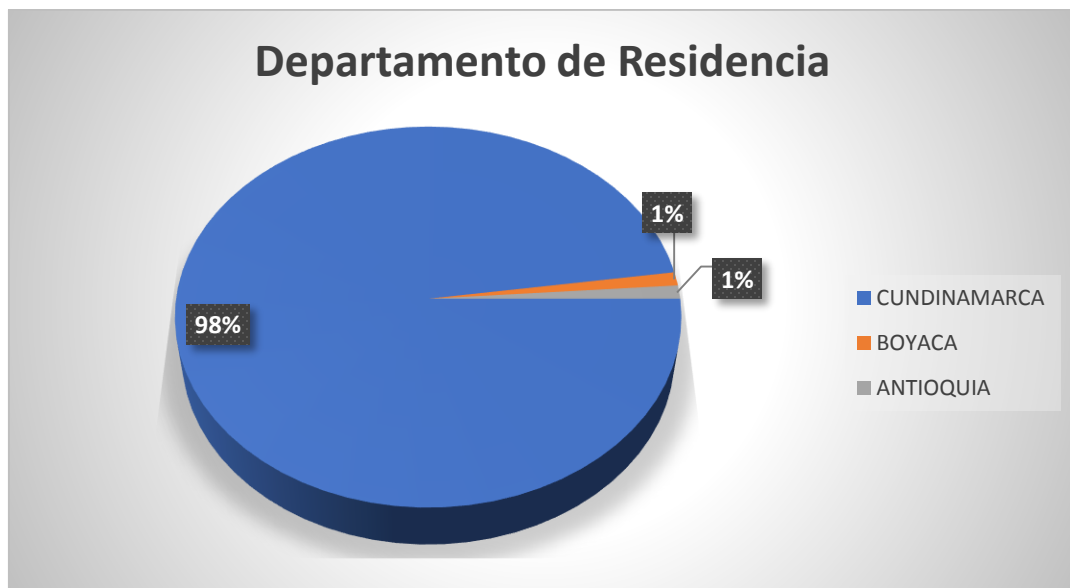
⁴⁶ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA

Tabla 8 Departamento de Residencia

DEPARTAMENTO DE RESIDENCIA	CANTIDAD	DEPARTAMENTO
CUNDINAMARCA	86	98%
BOYACÁ	1	1%
ANTIOQUIA	1	1%

Gráfica 3 Departamento de Nacimiento⁴⁷



En la presente gráfica se puede observar que el departamento de residencia con mayor número de visitantes del municipio de Sibaté es Cundinamarca con un 98%, seguido por los departamentos de Antioquia y Boyacá con un 1% cada uno respectivamente. De los turistas encuestados se destaca que provienen de las cercanías del departamento de Cundinamarca, al cual pertenece el municipio de Sibaté.

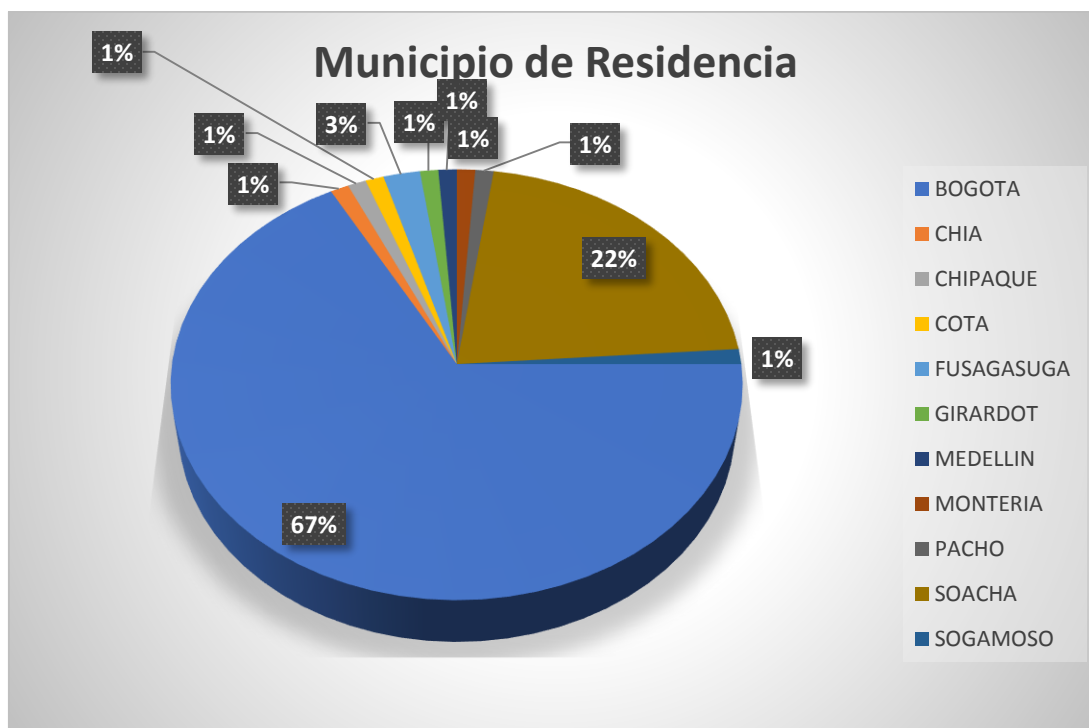
⁴⁷ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ MUNICIPIO DE RESIDENCIA

Tabla 9 Municipio de Residencia

MUNICIPIO DE RESIDENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
BOGOTÁ	59	67%
CHIA	1	1%
CHIPAQUE	1	1%
COTA	1	1%
FUSAGASUGÁ	2	3%
GIRARDOT	1	1%
MEDELLÍN	1	1%
MONTERÍA	1	1%
PACHO	1	1%
SOACHA	19	1%
SOGAMOSO	1	1%

Gráfica 4 Municipio de Residencia⁴⁸



Bogotá D.C. es el lugar de residencia de la mayoría de encuestados, con un destacado porcentaje del 67% debido a la cercanía con respecto a Sibaté, pues se encuentra a unos 15 minutos aproximadamente. Soacha es el municipio que le sigue con un 22% que también es una cifra destacada debido a su cercanía con el municipio de Sibaté. De los municipios/ciudades con menor número de turistas visitantes de Sibaté se encuentran Pacho, Sogamoso, Montería, Chipaque, entre otros, con un 1%.

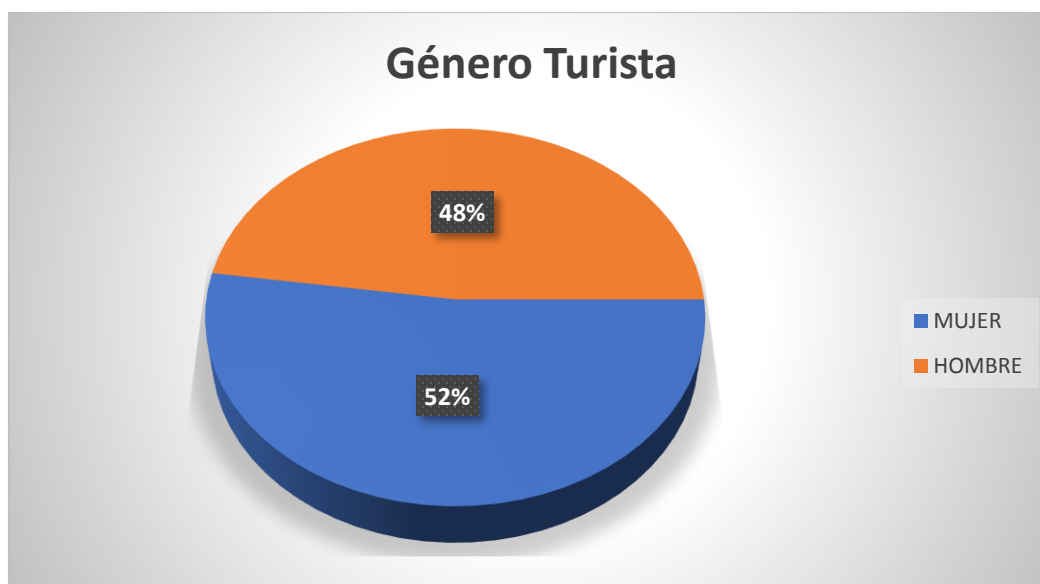
⁴⁸ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ GÉNERO DEL TURISTA

Tabla 10 Género de Turista

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

Gráfica 5 Género de Turista⁴⁹



En esta gráfica podemos evidenciar que no hay una marcada diferencia en el género de los visitantes, ya que con tan solo un 52% el género femenino sobre pasa al masculino y por tanto la cantidad de turistas bien sea hombres o mujeres es equitativa.

⁴⁹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ ACTIVIDAD LABORAL

Tabla 11 Actividad Laboral

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

Gráfica 6 Actividad Laboral⁵⁰



Esta representación gráfica nos muestra un alto porcentaje con un 54% de turistas cuya actividad laboral principal es un cargo de empleado, seguido de los trabajadores independientes con un 27%, cabe anotar que con tan solo el 1% equivalente a los visitantes Pensionados demuestra que hay un bajo interés por visitar este municipio.

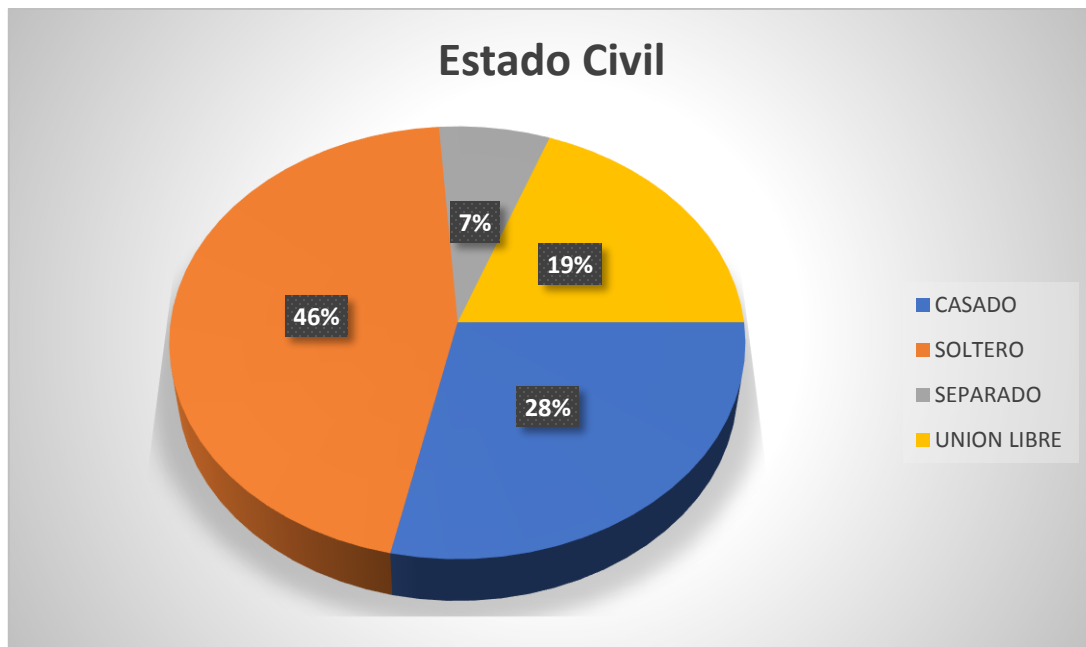
⁵⁰ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ ESTADO CIVIL

Tabla 12 Estado Civil

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

Gráfica 7 Estado Civil⁵¹



Podemos evidenciar que gran parte de los visitantes encuestados se encuentran actualmente solteros con un porcentaje del 46%, debido a su libertad financiera y posibilidades de viajar. Por otra parte un 28% manifestaron estar casados y que

⁵¹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

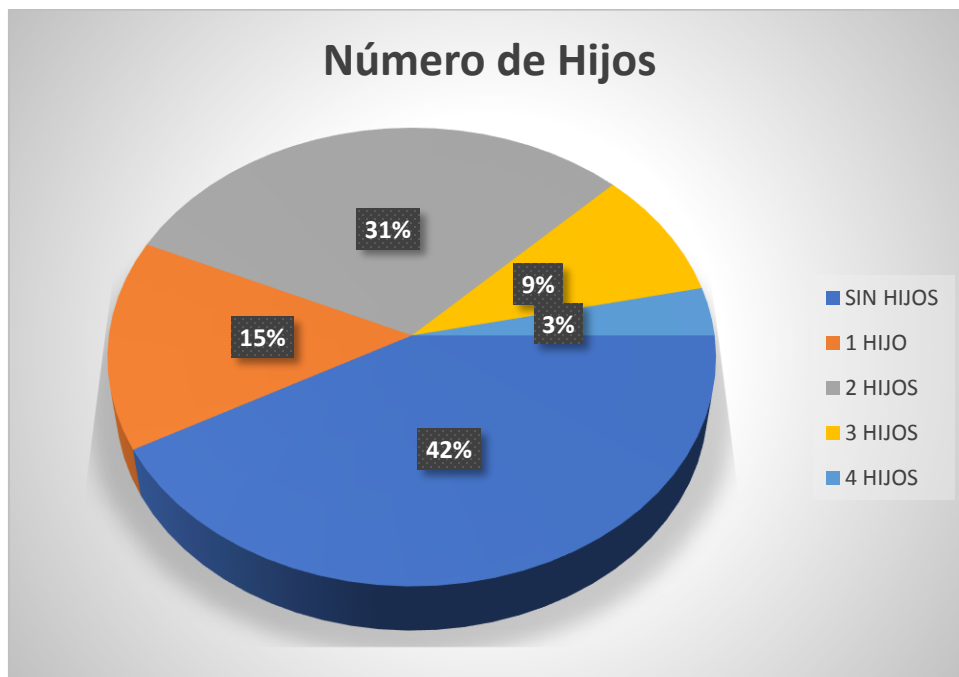
igualmente viajan con familiares e hijos. Tan solo un 7% de los encuestados se encuentra Separado.

➤ NÚMERO DE HIJOS

Tabla 13 Número de Hijos

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

Gráfica 8 Número de Hijos⁵²



⁵² FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

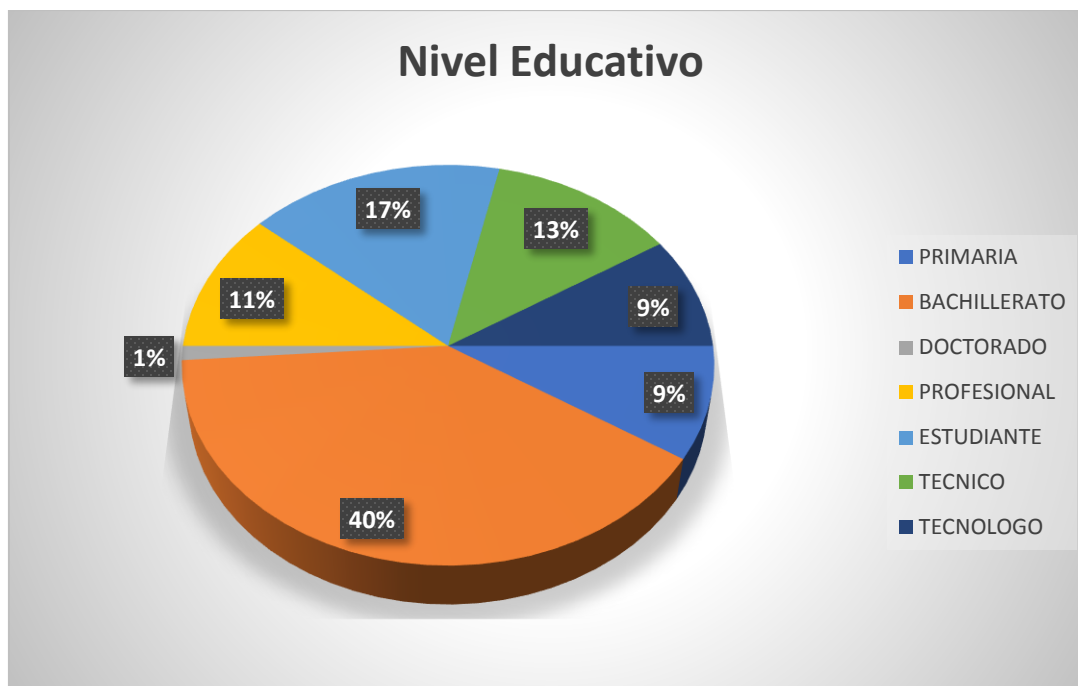
En esta gráfica se puede evidenciar que el 42% de los encuestados manifestaron no tener hijos, ya que o se encuentran solteros o en unión libre, seguido por el 31% de turistas que nos dicen tener 2 hijos.

➤ NIVEL EDUCATIVO

Tabla 14 Nivel Educativo

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

Gráfica 9 Nivel Educativo⁵³



⁵³ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

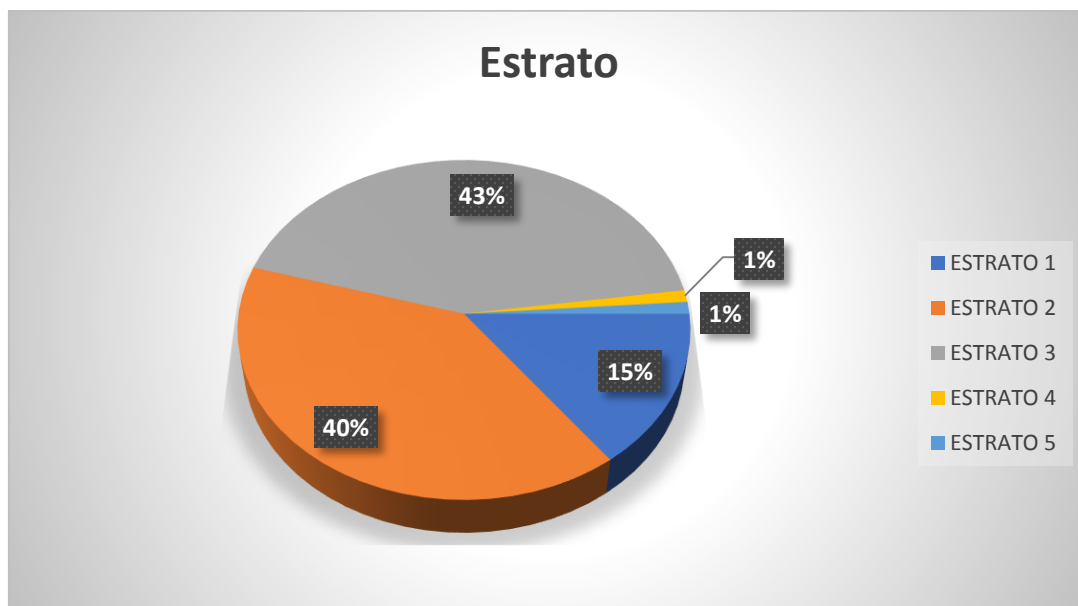
Con un 40% de los turistas encuestados, en esta grafica se puede observar que su nivel educativo alcanzado es de Bachiller, mientras que tan solo el 1% tiene un doctorado.

➤ ESTRATO

Tabla 15 Estrato

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

Gráfica 10 Estrato⁵⁴



⁵⁴ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

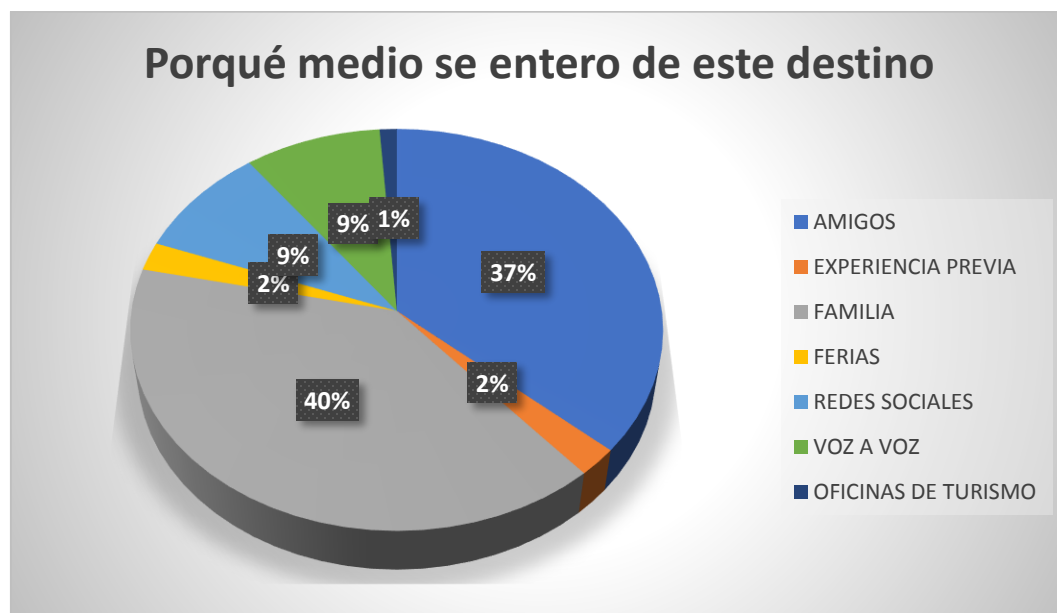
En esta gráfica se puede evidenciar que con un 43% los turistas encuestados son de estrato tres, mientras que los visitantes de estrato cuatro y cinco representan cada uno el 1%.

➤ PORQUÉ MEDIO SE ENTERO DE ESTE DESTINO.

Tabla 16 Medio por el que se enteró del destino

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

Gráfica 11 Medio por el que se enteró del destino⁵⁵



En esta gráfica podemos evidenciar que un 40% se entera del Municipio de Sibaté por su familia, ya que estos han tenido experiencias previas. Por el contrario con un porcentaje tan solo del 1% de los turistas encuestados nos dicen que se han enterado por las oficinas de Turismo.

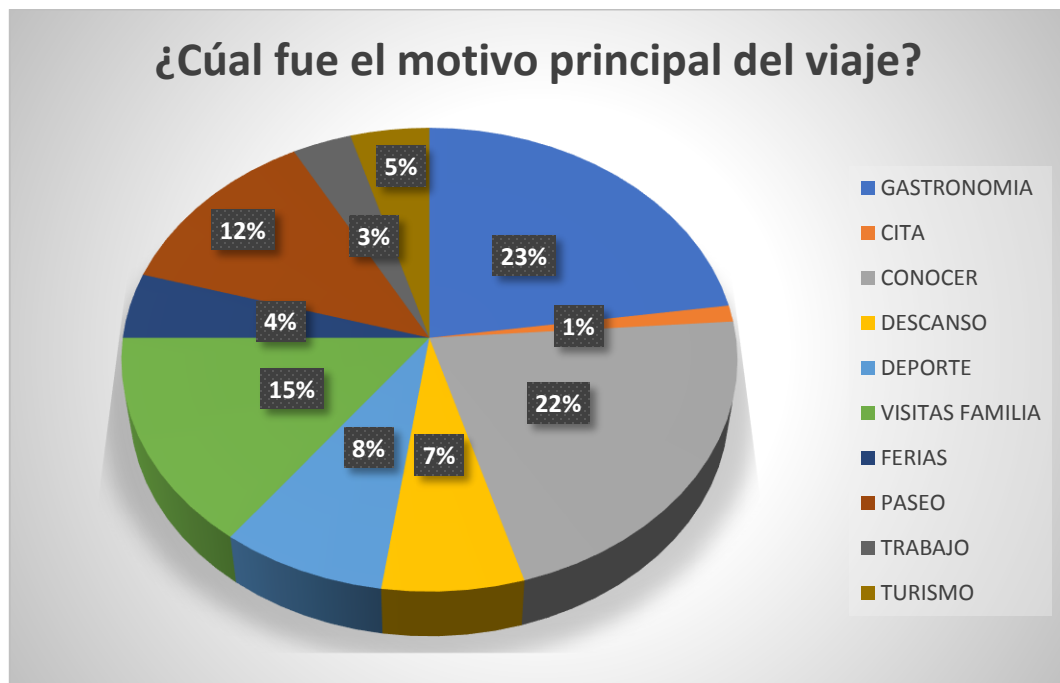
⁵⁵ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE

Tabla 17 Motivo Principal del Viaje

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

Gráfica 12 Motivo Principal del Viaje⁵⁶



⁵⁶ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

El motivo principal de visita por parte de los turistas al municipio de Sibaté es Conocer con un 22%, seguido de un 15% correspondiente a visitas a familiares. Por el contrario con tan solo el 1% de los visitantes nos dicen que el motivo de su viaje es a una Cita.

➤ RESERVACIONES

Tabla 18 Reservaciones

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

Gráfica 13 Reservaciones⁵⁷



En esta gráfica podemos evidenciar que la mayoría de personas que viajan a este municipio lo hacen sin antes realizar una reservación con un 99%, ya sea porque su

⁵⁷ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

alojamiento está en la casa de un familiar o amigo, mientras que el 1% de los turistas encuestados realizan antes de su viaje reservaciones.

➤ TIEMPO DE ANTELACIÓN DE LA RESERVACIÓN

Tabla 19 Tiempo de Antelación de Reservación

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

Gráfica 14 Tiempo de antelación de la reservación⁵⁸



En esta gráfica podemos evidenciar que el 99% de los turistas no realizan reservaciones, mientras que el 1% realiza reservaciones quince días antes.

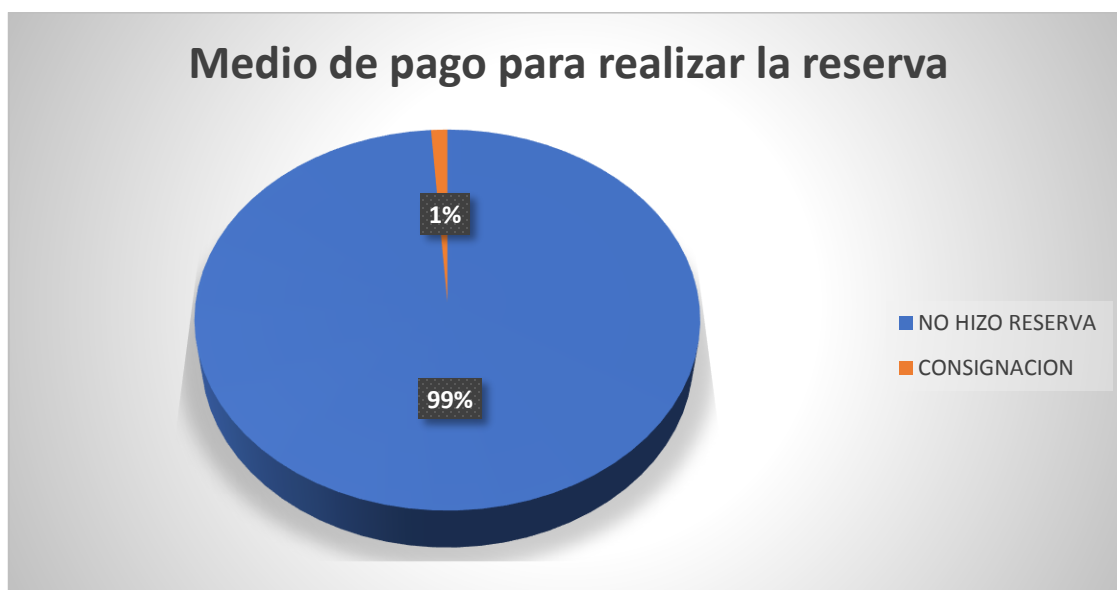
⁵⁸ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ MEDIO DE PAGO PARA LAS RESERVACIONES

Tabla 20 Medio de pago

MEDIO DE PAGO PARA REALIZAR LA RESERVACION	CANTIDAD	PORCENTAJE
NO HIZO RESERVA	87	99%
CONSIGNACION	1	1%

Gráfica 15 Medio de pago para las reservaciones⁵⁹



Las reservaciones de hospedaje en el municipio de Sibaté es un ingreso mínimo ya que los visitantes con un porcentaje del 99% no realizan reservaciones, porque tienen alojamiento donde un familiar o amigo. Por el contrario quienes realizan el pago con anticipación que es 1% lo realiza por consignación.

⁵⁹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ MEDIO DE RESERVA

Tabla 21 Medio de Reserva

MEDIO DE RESERVA	CANTIDAD	PORCENTAJE
NO HIZO RESERVA	87	99%
TELEFONICO	1	1%

Gráfica 16 Medio de Reserva⁶⁰



En la presente gráfica podemos apreciar que un irrelevante 1% de los turistas hicieron algún tipo de reservación vía telefónica. Por otra parte el 99% de los encuestados afirmaron no haber hecho ningún tipo de reservación principalmente porque no consideran que sea un lugar llamativo para alojarse, y básicamente porque es más destino gastronómico.

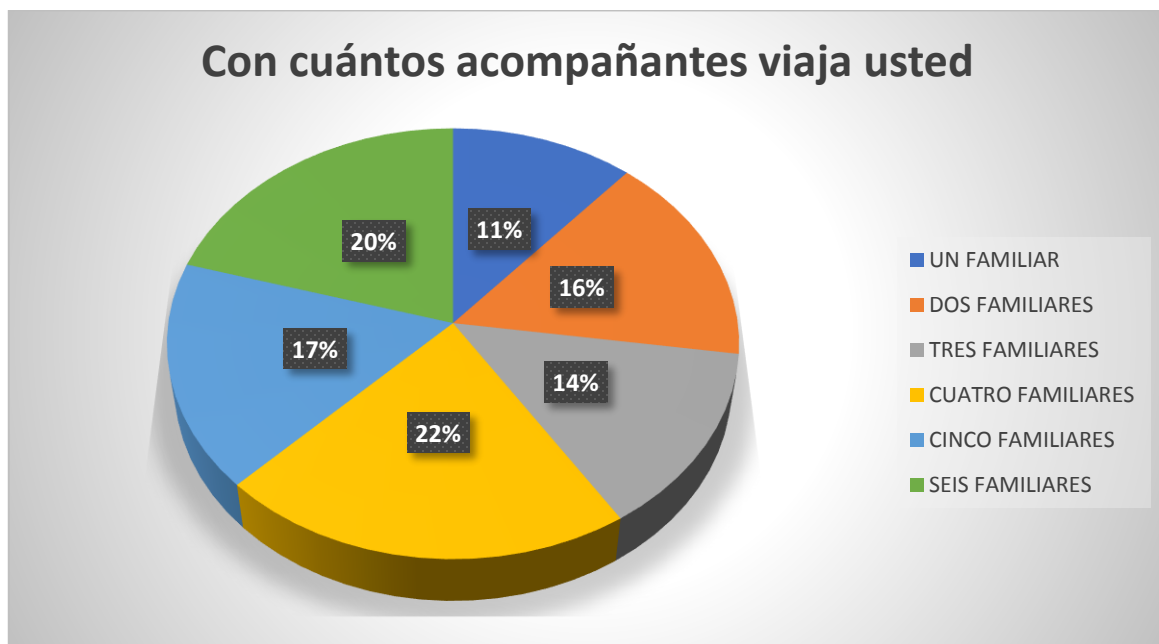
⁶⁰ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ NÚMERO DE ACOMPAÑANTES

Tabla 22 Número de Acompañantes

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

Gráfica 17 Numero de acompañantes⁶¹



Debido a que Sibaté es un destino gastronómico, sobre todo por sus reconocidos postres y sus tradicionales “fresas con crema” el número de familiares de los turistas es considerablemente bueno, ya que como podemos observar en esta grafica el 22% de los

⁶¹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

encuestados viajaron en compañía de cuatro personas, seguidos por un 20% con seis familiares, 17% con cinco familiares e igualmente un 17% con un familiar. En general tenemos un grupo considerablemente bueno de familiares.

➤ TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZADO PARA ESTADIA

Tabla 23 Alojamiento Utilizado

QUE TIPO DE ALOJAMIENTO UTILIZO PARA SU ESTADIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
HOSPEDAJE AMIGOS	1	1%
HOTEL	1	1%
FAMILIA	2	2%
NINGUNO	84	96%

Gráfica 18 Tipo de Alojamiento para estadía⁶²



⁶² FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

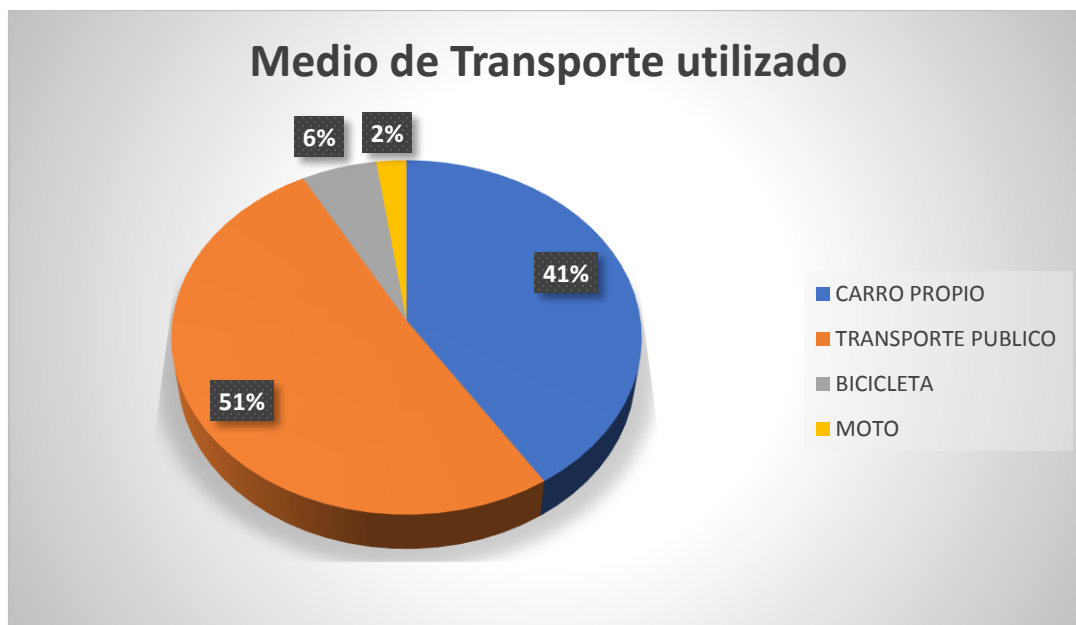
En esta gráfica podemos observar que la mayoría de los turistas que viajan al municipio con un porcentaje del 96% no utilizan ningún tipo de alojamiento, seguido de un 2% de visitantes que se quedan en casa de sus familiares, tan solo un 2% se hospeda en casa de amigos y hoteles del municipio.

➤ MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO

Tabla 24 Medio de Transporte

QUE MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZO PARA VENIR	CANTIDAD	PORCENTAJE
CARRO PROPIO	36	41%
TRANSPORTE PUBLICO	45	51%
BICICLETA	5	6%
MOTO	2	2%

Gráfica 19 Medio de Transporte⁶³



⁶³ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

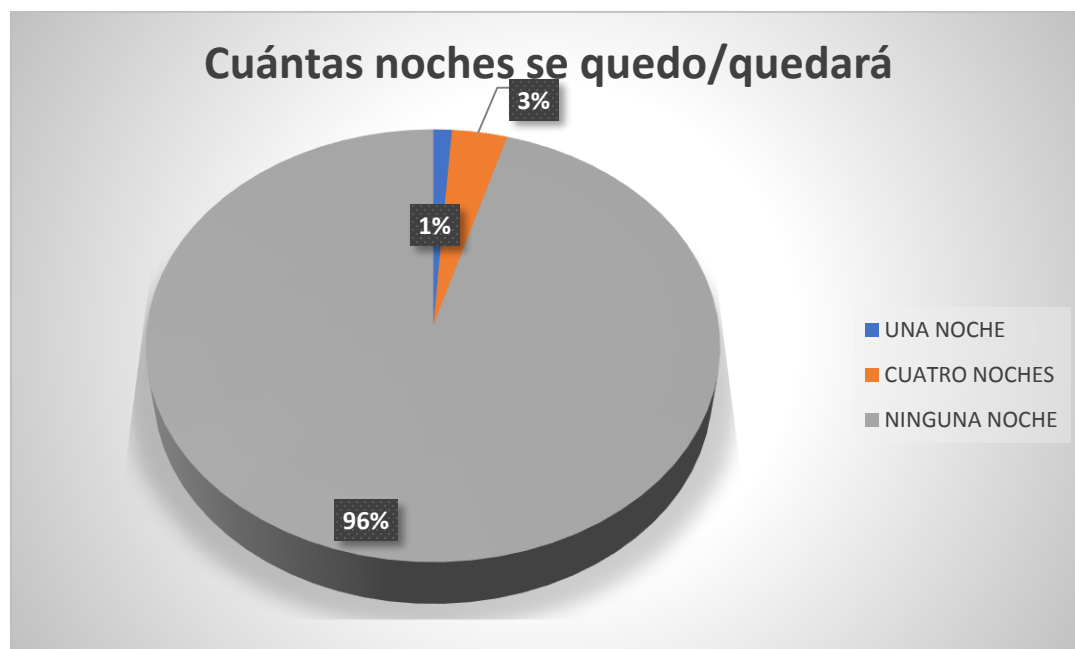
Por medio de la presente gráfica podemos apreciar que al menos la mitad de los turistas consideraron el transporte público como medio para desplazarse desde su destino hasta el municipio de Sibaté con 51% seguido por un 41% de quienes optaron por movilizarse en vehículo particular. Tan solo el 2% decidieron viajar en moto, mientras que un considerable 6% lo hicieron en bicicleta, debido a que uno de los atractivos es realizar recorridos en ruta desde lugares aledaños.

➤ NOCHES QUE SE HOSPEDARÁ.

Tabla 25 Cuántas noches se Hospedará

CUANTAS NOCHE SE QUEDO O SE QUEDARA	CANTIDAD	PORCENJATE
UNA NOCHE	1	1%
CUATRO NOCHES	3	3%
NINGUNA NOCHE	84	96%

Gráfica 20 Cuántas noches se Hospedará⁶⁴



⁶⁴ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

Teniendo en cuenta que la mayoría de las personas no utilizan ningún tipo de alojamiento, en esta grafica podemos observar los turistas optan por no quedarse en el municipio con un 96%, seguido de un porcentaje del 3% que se hospedan por cuatro noches.

➤ FECHAS EN LA QUE VOLVERÍA

Tabla 26 Fechas en que Volvería

¿EN QUE FECHAS LE GUSTARIA VOLVER?	CANTIDAD	PORCENTAJE
VACACIONES	2	2%
QUINCENAL	1	1%
PROXIMO MES	2	2%
NS/NR	16	18%
JUNIO-JULIO	5	6%
FDS	33	38%
FERIAS	22	25%
DICIEMBRE	7	8%

Gráfica 21 Fechas en que Volvería⁶⁵



Frente a la pregunta ¿En qué fechas estaría dispuesto a volver? Aquellos turistas que aseguraron que les gustaría volver afirmaron que los fines de semana son ideales para visitar el municipio de Sibaté, siendo la respuesta más común con un 38% como se puede observar en la gráfica, seguido por un 25% de los encuestados a quienes les gustaría volver para época de ferias, ya que es un atractivo que genera expectativas. Tan solo el 1% de los turistas encuestados consideraron volver al menos cada quince días.

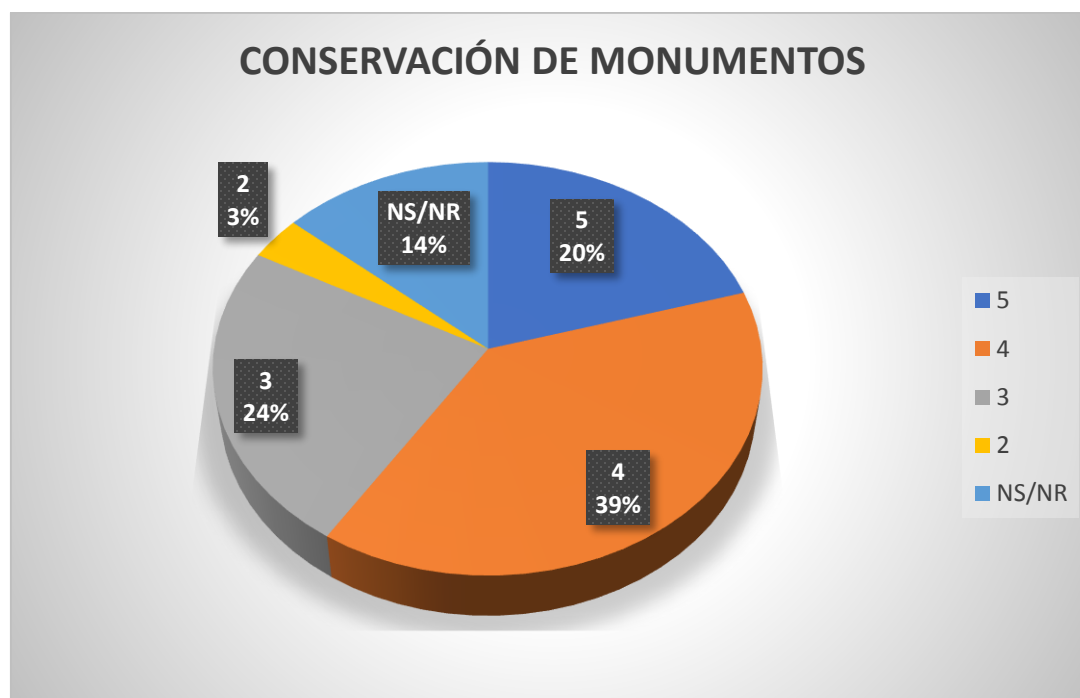
⁶⁵ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ CONSERVACIÓN DE MONUMENTOS

Tabla 27 Conservación Monumentos

CONSERVACIÓN DE MONUMENTOS	
NUMERO PERSONAS	ITEM
18	5
34	4
21	3
3	2
12	NS/NR

Gráfica 22 Conservación de Monumentos⁶⁶



De los turistas encuestados el 39% califica con un 4 en escala de 1 al 5 el estado de conservación de monumentos a la vista en el municipio de Sibaté, mientras que un

⁶⁶ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

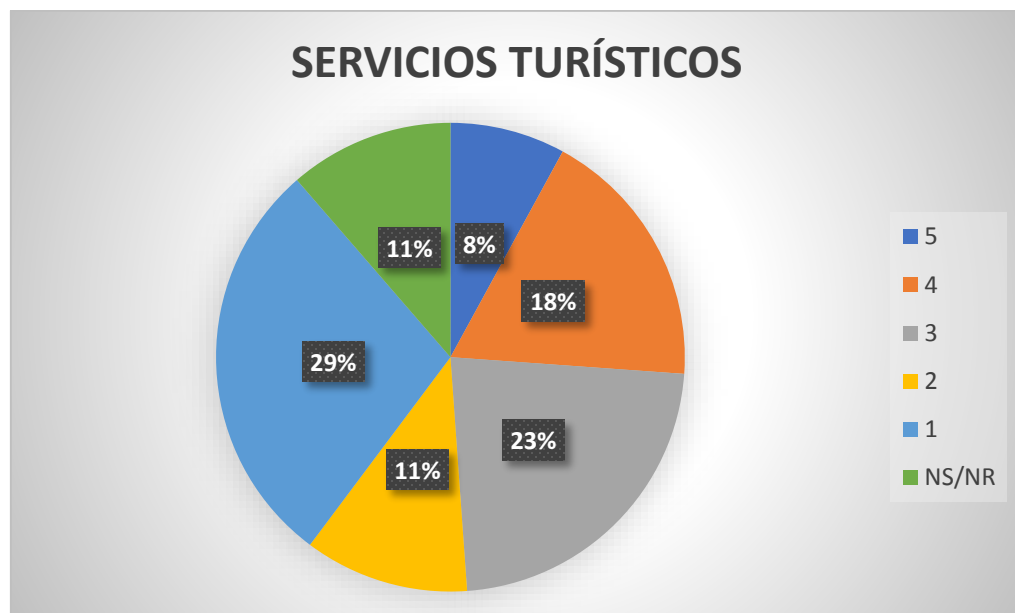
mercado 14% manifiesta que No sabe/ No responde debido a que aún no conoce monumentos en su paso por el municipio.

➤ **SERVICIOS TURÍSTICOS**

Tabla 28 Servicios Turísticos

SERVICIOS TURISTICOS	
NUMERO PERSONAS	ITEM
7	5
16	4
20	3
10	2
25	1
10	NS/NR

Gráfica 23 Servicios Turísticos⁶⁷



⁶⁷ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

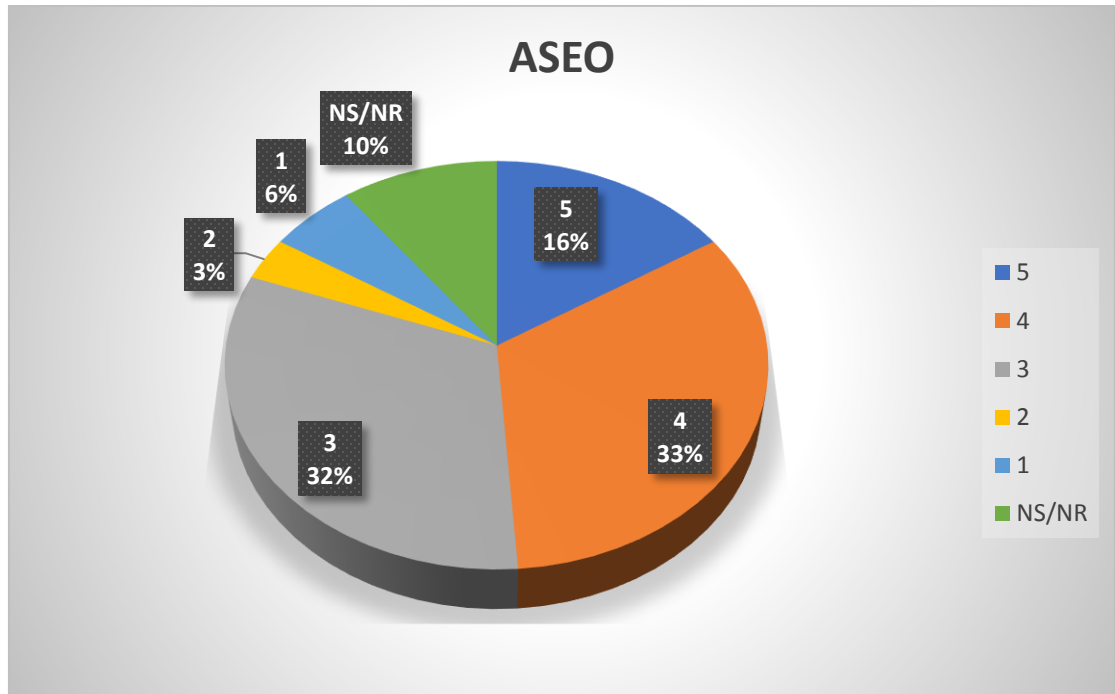
Los servicios turísticos del municipio de Sibaté presentan una baja calificación según la percepción de los turistas encuestados arrojando como resultado un 29% siendo la más baja en escala de 1 a 5, mientras que un 8% la calificó como excelente y el 11% consideró que No sabía ni respondía por no conocer del tema.

➤ ASEO

Tabla 29 Aseo

ASEO	
NUMERO PERSONAS	ITEM
14	5
29	4
28	3
3	2
5	1
9	NS/NR

Gráfica 24 Aseo⁶⁸



En cuanto a la percepción del aseo en el municipio, la presente gráfica nos representa una aceptación por parte de los turistas, calificándola como buena, ya que calificada entre 1 y 5, siendo 5 la calificación más alta, un 32% y un 33% dieron puntaje de 3 y de 4 respectivamente, mientras que un 6% dio la calificación más baja y un 10% representativo manifestó que No sabe / no responde.

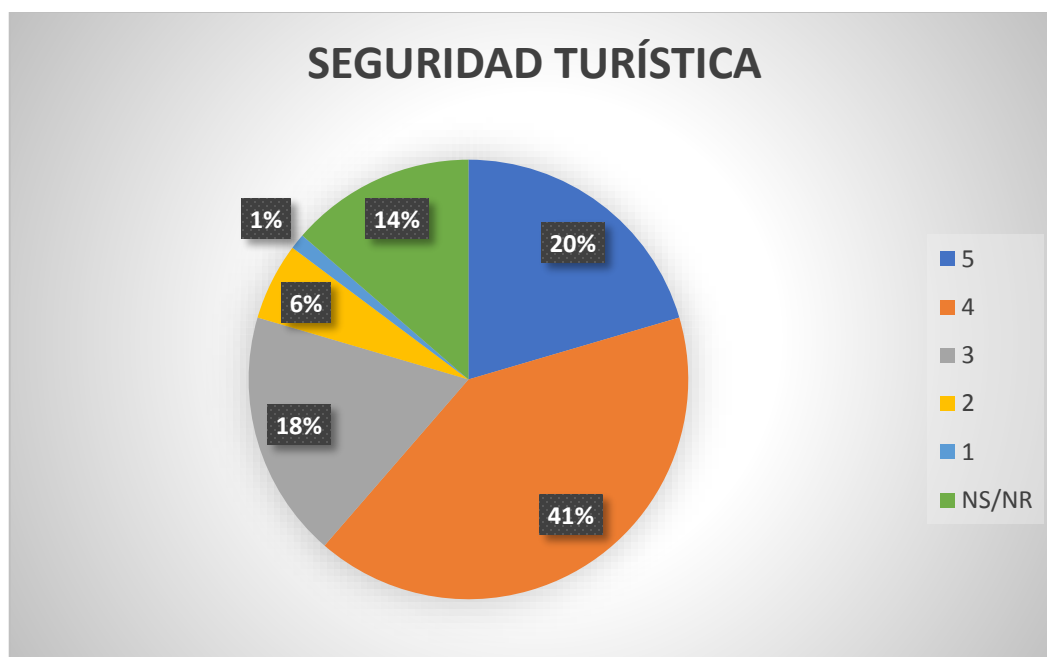
⁶⁸ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ SEGURIDAD TURÍSTICA

Tabla 30 Seguridad Turística

SEGURIDAD TURISTICA	
NUMERO PERSONAS	ITEM
18	5
36	4
16	3
5	2
1	1
12	NS/NR

Gráfica 25 Seguridad Turística⁶⁹



La percepción de la seguridad por parte de los turistas arrojó como resultado una calificación positiva, con un 41% correspondiente a calificación de 4 en escala de 1 a 5, en donde 5 es la mejor calificación y 1 la peor respectivamente. Por otra

⁶⁹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

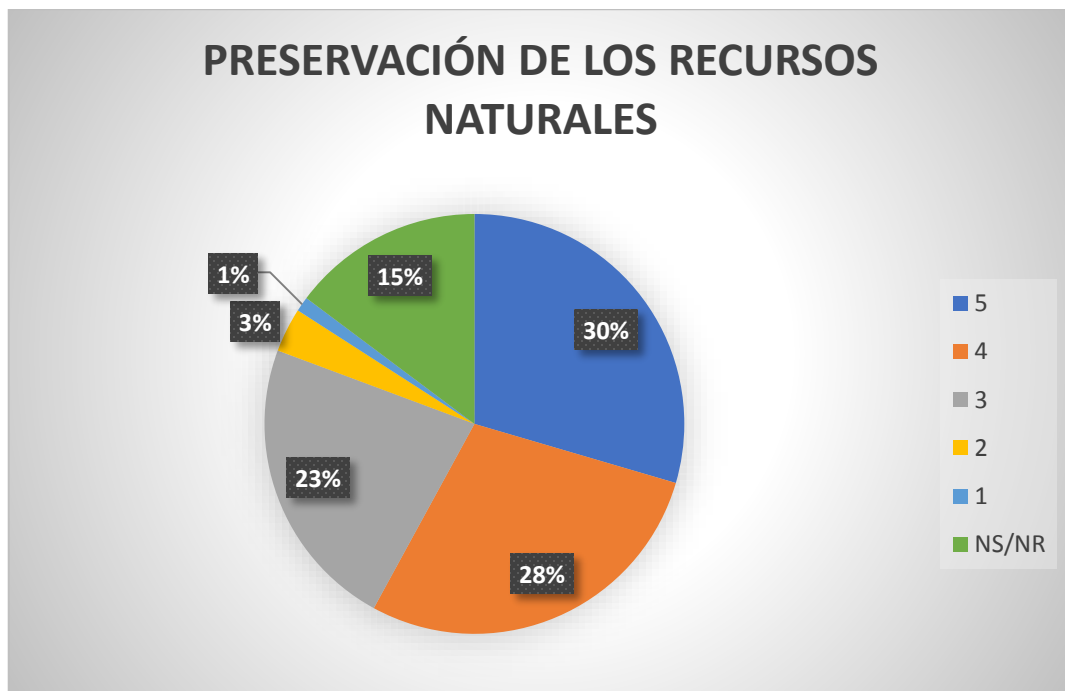
parte tan solo el 1% la calificó como mala y un 14% No sabe / no responde, bien sea por el corto tiempo de paso por el municipio o algún otro factor que no le permite determinar su calificación.

➤ **PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS**

Tabla 31 Preservación de los Recursos

PRESERVACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES	
PERSONAS	ITEM
26	5
25	4
20	3
3	2
1	1
13	NS/NR

Gráfica 26 Preservación de los Recursos Naturales⁷⁰



⁷⁰ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

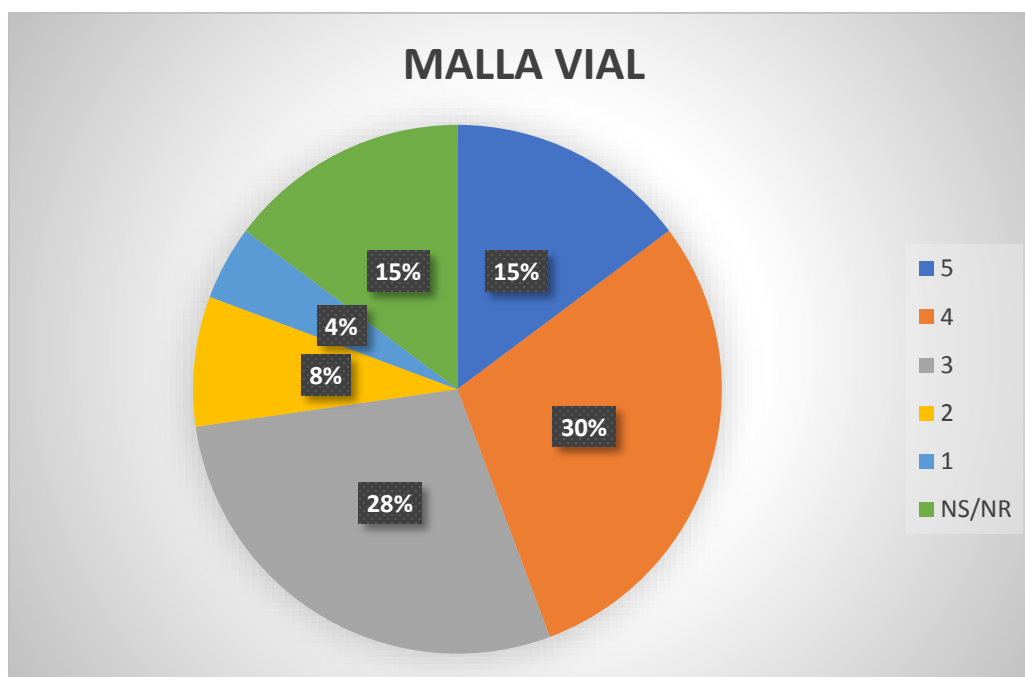
La percepción que se llevan los turistas en cuanto a la preservación de los recursos naturales del municipio es realmente positiva, ya que como podemos observar en la presente gráfica un 28% y un 30% califican 3 y 4 respectivamente (en escala de 1 a 5 donde 5 es el mejor puntaje), mientras que tan solo un 1% la califica en un 1. Un número considerable de turistas expresó que No sabe / no responde debido a que no conoce muy bien el municipio o aún no se ha encontrado con espacios en los que pueda calificar los recursos naturales.

➤ MALLA VIAL

Tabla 32 Malla Vial

MALLA VIAL	
NUMERO PERSONAS	ITEM
13	5
26	4
25	3
7	2
4	1
13	NS/NR

Gráfica 27 Malla Vial⁷¹



Se puede apreciar por medio de la presente gráfica el grado de calificación (sobre una escala de 1 a 5 en donde 5 es la calificación más alta) que los turistas dieron en cuanto al estado de la malla vial del municipio de Sibaté, en donde las respuestas más comunes fueron 3 y 4 con un 28% y 30% respectivamente, es decir un total de 58% de turistas con un criterio y calificación entre regular y buena. Mientras que el 15% de los turistas encuestados dieron una calificación excelente de la malla vial (5 puntos), por otra parte otro 15% manifestaron que no sabían y por tanto no tenían un criterio claro al no conocer aún lo suficiente el municipio (NS/NR). Tan solo un 4% dieron la calificación más baja.

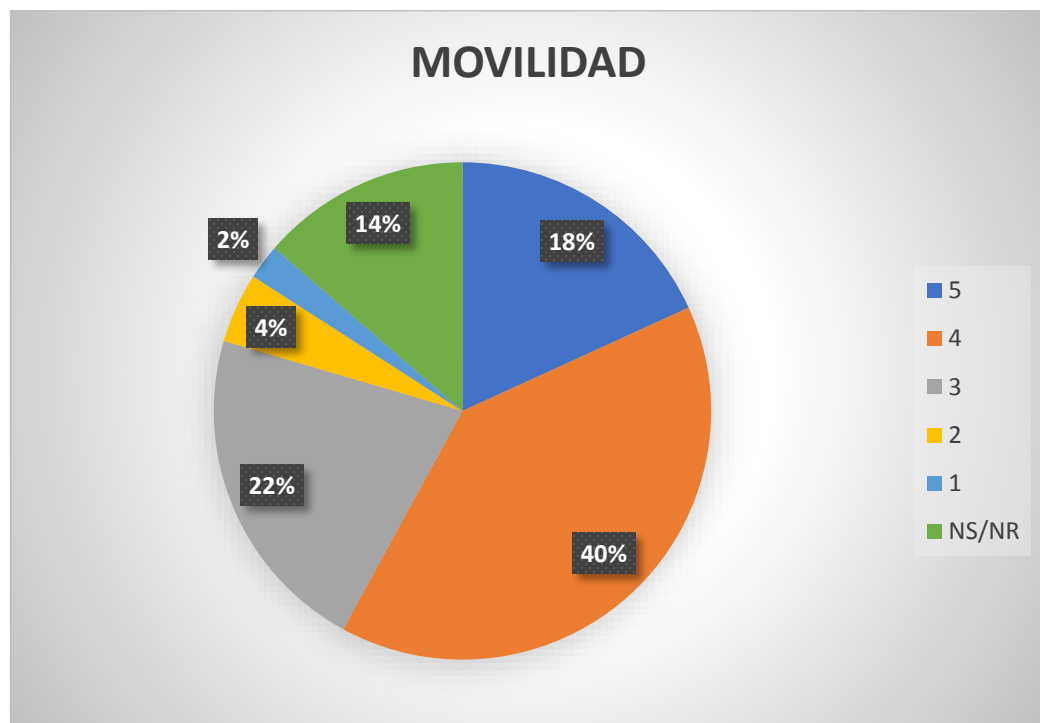
⁷¹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ MOVILIDAD

Tabla 33 Movilidad

MOVILIDAD	
NUMERO PERSONAS	ITEM
16	5
35	4
19	3
4	2
2	1
12	NS/NR

Grafica 28 Movilidad⁷²



⁷² FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

En ésta gráfica se puede apreciar la calificación que dieron los turistas encuestados en cuanto a la movilidad en el municipio de Sibaté, arrojando una percepción reflejada en calificación en escala de 1 a 5, en donde 5 es la calificación más alta y 1 la más baja respectivamente.

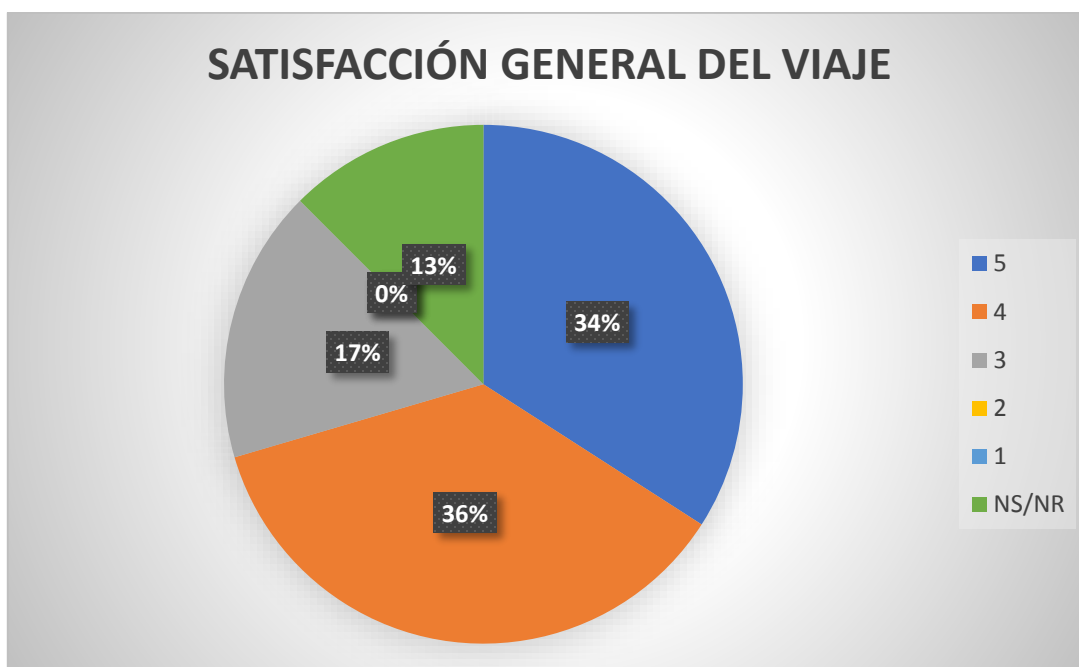
Se obtiene como resultado que un 40% manifestó que las condiciones de la movilidad no son excelentes pero consideran que sí es buena, dando una calificación de 4. Por otra parte un 22% de los turistas encuestados consideran que es regular, mientras que 18% dieron la mejor calificación. Tan solo un 2% dio la calificación más baja. Un considerable 14% de los encuestados expresan que no saben qué responder y por ende no se obtiene una calificación de su parte (NS/NR).

➤ **SATISFACCIÓN GENERAL DEL VIAJE**

Tabla 34 Satisfacción General del Viaje

SATISFACCION GENERAL DEL VIAJE	
PERSONAS	ITEM
30	5
32	4
15	3
0	2
0	1
11	NS/NR

Gráfica 29 Satisfacción General del Viaje⁷³



Entre los aspectos más relevantes de la encuesta nos encontramos con la Satisfacción general del viaje, ya que es la retroalimentación final y representativa de la encuesta. Por medio de esta gráfica podemos apreciar la conformidad del turista en cuanto a su visita, presentando un 36% con un calificación de 4 en escala 1 a 5 (en donde 1 es la peor y 5 la mejor) y un 34% respectivamente con calificación de 5, es decir un 70% que demuestra una calificación positiva del viaje. No se obtuvo algún puntaje por debajo de 3 y un 13% de los turistas encuestados manifestó que No sabía o no respondía, bien sea porque aún no terminaba su recorrido o por no tener muy claros aspectos generales del viaje por no conocer muy bien aún el municipio.

⁷³ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ ESTARÍA DISPUESTO A VOLVER

Tabla 35 Estaría dispuesto a Volver

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

Grafica 30 Estaría Dispuesto a Volver⁷⁴



Frente a las respuestas que se obtuvieron a la pregunta ¿Estaría dispuesto a volver? Podemos observar por medio de la presente grafica que la respuesta positiva tuvo una favorabilidad del 94%, mientras que quienes aseguraron que no representan un 4%. Tan solo el 2% de los turistas encuestados representan no sabe/no responde.

⁷⁴ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

➤ RECOMENDARIA A SUS CONOCIDOS

Tabla 36 Recomendaría a sus conocidos

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

Grafica 31 Recomendaría a sus conocidos⁷⁵



⁷⁵ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

Como podemos apreciar en la presente gráfica, el 94% de los turistas encuestados respondieron positivamente a la pregunta ¿Recomendaría este destino a sus conocidos? Generando expectativas positivas frente a su visita y paso por el municipio de Sibaté. Un 2% de los encuestados aseguro que no sabe y no responde, mientras que el 4% afirmo que no sugeriría este destino a conocidos.

11. IMPACTOS

11.1 IMPACTO SOCIAL

En el municipio de Sibaté se evidencia características que no permiten el desarrollo económico del Municipio, afectando a cada uno de sus habitantes, y por ende drásticamente los tipos de mercado. Aunque últimamente se ha incrementado la cantidad de turistas en el país, no se observan las estrategias que permitan brindar un mejor servicio. Si la economía no crece, los habitantes reducen su calidad de vida debido a los pocos ingresos que estos reciben, se incrementa la inseguridad, se reduce el presupuesto afectando la prestación de los servicios básicos de toda persona

Al reconocer los aspectos positivos y negativos que tienen los turistas acerca del municipio de Sibaté, se logrará estimular el interés por la cultura propia por sus tradiciones y costumbres, la recuperación de la identidad cultural, intercambio cultural y modernización de las culturas.

11.2 IMPACTO AMBIENTAL

El ecoturismo como aspecto positivo trae consigo la educación ambiental para turistas y residentes, la conservación de los ecosistemas, aunque en diversas ocasiones el turismo trae problemas al ambiente como, por ejemplo, contaminación, destrucción de la naturaleza. En la actualidad el no tener una conciencia sobre los problemas que pueden alterar un ecosistema lleva incluso a empresas prestadoras de servicios turísticos a hacer construcciones y modificaciones del ambiente para brindar un determinado servicio.

12. CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados arrojados en la encuesta con cada una de sus preguntas podemos decir que las personas que viajan al municipio de Sibaté no lo hacen teniendo un conocimiento previo a la visita del municipio, ya que no encuentran información clara de este sitio y adicional a esto los turistas del municipio lo hacen con mínima frecuencia, además no se quedan en el municipio por más de un día.

El municipio de Sibaté posee gran variedad de recursos turísticos naturales y culturales que se deben promocionar y adecuar, con el fin de que en un futuro estos se conviertan en atractivos y sean junto con el aspecto gastronómico del municipio, fuente principal de motivación para los turistas.

El municipio de Sibaté, presenta algunas inconformidades, que no solo se pudieron percibir por los visitantes sino también por las personas que viven en el sector, estos inconvenientes son:

- Se evidencian inconformidades respecto a la Movilidad, Malla Vial, Aseo, bajo control en la conservación de Monumentos y recursos naturales, poca diversidad en la prestación de servicios turísticos
- Aunque el Municipio de Sibaté se caracteriza por tener diversidad de entornos naturales no se aprovechan adecuadamente.
- No se cuenta con una herramienta que permita identificar los lugares turísticos del municipio.

13. CRONOGRAMA

Tabla 37 Diagrama de Gantt⁷⁶

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES													
ACTIVIDADES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	RESPONSABLE
Planteamiento del proyecto			x										Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Clasificación de la Información, análisis y diseño		x	x										Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Elaboración de encuestas en el Municipio de Sibaté			x										Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Aplicación de instrumentos: encuesta a turistas y/o visitantes.				x	x								Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Análisis y procedimiento de datos						x							Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Comunicación de resultados							x	x					Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Caracterizar los factores de demanda del municipio de Sibaté, diagnosticar, oportunidades, amenazas, debilidades y fortalezas de la demanda del municipio de Sibaté									x				Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Participación en ponencia institucional										x			Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo
Participación en ponencia externa										x			Erika Lorena Díaz, Angie Lizeth Guarnizo

⁷⁶ Cronograma de actividades elaborado por Erika Lorena Díaz Baquero, Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

14. BIBLIOGRAFIA

- María Claudia Lacouture, ministra de Comercio, Industria y Turismo, Unos 600.000 turistas más han llegado al país este año, Colombia, 2017, pág. 1 – 2 / <http://www.eltiempo.com/vida/viajar/aumento-de-turistas-que-llegan-a-colombia-en-2017-97826>
- Catalina Vacas y Marco Hugo Landeta, APROXIMACIÓN AL ÚLTIMO MEDIO SIGLO DE TURISMO EN ESPAÑA, 1959-2009, España, 2009, pág. 21 – 64. / <http://estadisticas.tourspain.es/img-iet/Revistas/RET-180-2009-pag21-64.pdf>
- Juan Gabriel Brida, Juan Sebastián Pereyra, María Jesús Such Devesa, Sandra Zapata Aguirre, La contribución del turismo al crecimiento económico, España, 2008, pág. 35 – 46. <http://revistas.um.es/turismo/article/view/4793>
- Benni, Modelo Teórico Aplicado al turismo, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2007, pág. 1 – 3. <http://gestdestinos.pbworks.com/f/DIM+parte+3.pdf>
- Robert Malthus, Historia del pensamiento Económico - las teorías sobre la demanda, Westcott, Reino Unido, 2006, pág. 1 – 16. http://personal.us.es/escartin/Malthus_Subconsumo.pdf
- Plan de Gobierno, Sibaté, 2015. <http://www.sibate-cundinamarca.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Programa%20de%20Gobierno%202016%20-%202019.pdf>
- Cristina Alejandra Varisco, Turismo Rural: Propuesta Metodológica para un Enfoque Sistémico, Universidad Nacional de Mar del Plata (Argentina), Argentina, 2015, pág. 1 – 18. <http://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88143642011/movil/index.html>
- Barrera, Ernesto 2006. Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales. En Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales. Vieyetz, Carlos (Ed.). Buenos Aires: Sudamericana. Capítulo 10. <http://gestdestinos.pbworks.com/f/Methodolog%C3%ADa+DIM+resumen+cast.pdf>
- Toselli, Claudia. 2003. “Turismo cultura, participación local y sustentabilidad. Algunas consideraciones sobre la puesta en valor del patrimonio rural como recurso turístico en Argentina”. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. <http://www.gestioncultural.org> <http://www.redalyc.org/jatsRepo/881/88143642011/index.html>
- Anuar, Ahmad, Jusoh y Hussain, el turismo como sistema significativo. Ideas para la gestión de las empresas turísticas, San Cristóbal España, 2013, pág. 1 – 11. <http://www.eumed.net/rev/turydes/14/gestion-empresas-turisticas.pdf>

- Neto, F. (2003). A new approach to sustainable tourism development: moving beyond environmental protection. *Natural resources fórum*, 27, 212-222. <http://www.eumed.net/rev/turedes/14/gestion-empresas-turisticas.pdf>
- Michael Eugene Porter, *La Ventaja Competitiva según Michael Porter*, Colombia, 2011, pág. 2 – 6. <https://www.webyempresas.com/la-ventaja-competitiva-segun-michael-porter/>
- Alexandre Panosso, *Coaching Turístico; El Turismo como Fenómeno. Filosofía del Turismo*, México, 2012, pág. 75 – 84. <https://profebaca.wordpress.com/2013/09/27/el-turismo-como-fenomeno-filosofia-del-turismo/>
- Joaquín S. García Marchante y María del Carmen Poyato Holgado, *la función social del patrimonio histórico; el turismo cultural*, España; Universidad de Castilla la Mancha; Cuenca, 2002, pág. 33 – 40. https://books.google.com.co/books/about/La_funcion%C3%B3n_social_del_patrimonio_hist%C3%B3rico.html?id=8_nfnBp4Rg4C&redir_esc=y
- Mireia Ros, Marta Oliva, Alicia Nuzzolese, Diana Wolf, Rubén Hernando, Evgueni Spassov, y Jesús Álvarez Valdés, *Modelo de Diagnóstico-Implantación-Monitoreo (DIM) de la Competitividad Sostenible de un destino turístico*, 2007, Barcelona, pág. 2 – 12. <http://gestdestinos.pbworks.com/f/Metodolog%C3%ADa+DIM+resumen+cast.pdf>
- Javier Callizo Soneiro, *Teoría la atracción del interior: los nuevos espacios turísticos*, España, 2002, Pág., 39 – 41. https://books.google.com.co/books/about/La_funcion%C3%B3n_social_del_patrimonio_hist%C3%B3rico.html?id=8_nfnBp4Rg4C&redir_esc=y
- Organización Mundial del Turismo OMT, 2007 <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Joseph Ramos, *clúster económico*, Chile, 2008, pág. 2 – 3. <https://clustereconomico.wordpress.com/2008/11/06/%C2%BFque-es-un-clusters-economicos/>

15. ANEXOS

Ilustración 4 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibate⁷⁷



Ilustración 5 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibate⁷⁸



⁷⁷ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

⁷⁸ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

Ilustración 6 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté⁷⁹



Ilustración 7 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibaté⁸⁰



⁷⁹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

⁸⁰ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

Ilustración 8 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibate⁸¹



Ilustración 9 Foto Encuestas Aplicadas Demanda Turística Municipio Sibate⁸²



⁸¹ FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle

⁸² FUENTE PROPIA: Erika Lorena Díaz Baquero; Angie Lizeth Guarnizo Ovalle